

УДК 7.012

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2024.1.25>**Сосницький Юрій Олександрович,**

кандидат мистецтвознавства, доцент,

член спілки художників України,

доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну

факультету архітектури, дизайну та образотворчого мистецтва

Харківського національного університету

міського господарства імені О.М. Бекетова

ORCID ID: 0000-0003-2463-6903

soyual@ukr.net

ВИКОРИСТАННЯ КОЛЬОРУ, ФОРМИ ТА КОМПОЗИЦІЇ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ В СОЦІАЛЬНОМУ ПЛАКАТІ

Мета статті полягає в аналізі та розгляді методів використання кольору, форми та композиції у соціальних плакатах з метою ефективного створення образу, який здатний максимально впливати на аудиторію. Вона досліджує різні техніки та стратегії використання цих художніх елементів для досягнення конкретних цілей комунікації в соціальних плакатах, включаючи передачу повідомлення, привертання уваги, залучення емоційного відгуку та зміну поведінки глядачів. Через аналіз конкретних прикладів соціальних плакатів та їхніх художніх особливостей, стаття спрямована на виявлення та пояснення принципів, які лежать в основі створення ефективних художніх образів у цьому медіумі. У статті досліджено використання кольору, форми та композиції у соціальному плакаті з метою створення ефективного художнього образу. Встановлено, що контрастна кольорова гама привертає увагу та підсилює емоційний вплив. Аналіз використання кольорів представлений у таблиці «Образно-асоціативні характеристики кольору», де досліджені фактори, що впливають на палітру, характеристики кольору, асоціативно-образний ряд, об'єкти предметного світу та на їх носії. Форма та композиція важливі для передачі повідомлення та виклику певних емоцій. Дослідження показує, що ці елементи є ефективним інструментом у соціальній пропаганді та усвідомленні проблем. Результати аналізу композиційних принципів соціального плакату подані у таблиці «Базові закони та принципи формування композиції соціального плакату», де визначені засоби, за якими формуються закони єдності, підпорядкування та рівноваги. Висновки підкреслюють важливість врахування цих аспектів при створенні плакатів для досягнення конкретних цілей. Стаття розглядає різні техніки використання цих елементів для комунікації в соціальних плакатах. Аналіз конкретних прикладів спрямований на виявлення принципів створення ефективних художніх образів. Дослідження показує, як використання кольору, форми та композиції в соціальному плакаті може створювати потужний ефект та спонукати до дії. Продовження дослідження має велике значення для розширення розуміння використання цих елементів у соціальному плакаті та їх впливу на глядача.

Ключові слова: соціальний плакат, кольорова гама, форма, композиція, емоційний вплив, соціальна пропаганда, усвідомлення проблем, художній образ, графічний дизайн.

Sosnytskyi Yurii. THE USE OF COLOR, FORM, AND COMPOSITION TO CREATE AN EFFECTIVE ARTISTIC IMAGE IN SOCIAL POSTERS

The purpose of the article is to analyze and examine the methods of using color, form, and composition in social posters to effectively create an image that maximally influences the audience. It explores various techniques and strategies of employing these artistic elements to achieve specific communication goals in social posters, including message delivery, attention-grabbing, eliciting emotional responses, and influencing viewer behavior. Through the analysis of specific examples of social posters and their artistic features, the article aims to identify and explain the principles underlying the creation of effective artistic images in this medium. The article investigates the use of color, form, and composition in social posters to create an effective artistic image. It is found that contrasting color schemes attract attention and enhance emotional impact. The analysis of color usage is presented in the Semiotic-Semantic Characteristics of Color table, which examines factors influencing the palette, color characteristics, associative imagery, objects of the material world, and their carriers. Form and composition are crucial for conveying messages and evoking specific emotions. The study shows that these elements are effective tools in social

propaganda and raising awareness of issues. The results of the compositional principles' analysis of social posters are presented in the Basic Laws and Principles of Social Poster Composition Formation table, where how principles create laws of unity, subordination, and balance are determined. The conclusions emphasize the importance of considering these aspects when creating posters to achieve specific goals. The article discusses various techniques of using these elements for communication in social posters. The analysis of specific examples aims to identify the principles of creating effective artistic images. The study demonstrates how the use of color, form, and composition in social posters can create a powerful effect and prompt action. Further research is essential for expanding the understanding of using these elements in social posters and their impact on the audience.

Key words: social poster, color palette, form, composition, emotional impact, social propaganda, issue awareness, artistic image, graphic design.

Вступ. Створення ефективного художнього образу на плакаті залежить від використання колірної гами, форми та композиції. Художні роботи можуть набувати різних форм, але їх справжня цінність проявляється лише тоді, коли вони створені відповідно до законів гармонії та відтінюють художній образ. Художній образ відображає унікальне бачення творця та об'єднує в собі об'єктивне та суб'єктивне, раціональне та емоційне. Шляхом поєднання цих протилежностей художник створює яскраву, емоційно насичену творчість, спроможну викликати глибоке естетичне задоволення у глядача. Кольори відіграють важливу роль у сприйнятті образу та його розумінні. Різні культури приділяють різні значення кольорам, що впливає на їх сприйняття та інтерпретацію. Кольорова культура є невід'ємною частиною життя суспільства та виявляється у багатьох аспектах, включаючи мистецтво, архітектуру та рекламу.

Матеріали та методи. Для проведення дослідження було здійснено відбір соціальних плакатів з різних періодів історії, зокрема з початку ХХ століття до сучасності. Плакати були відібрані з використанням різних джерел, таких як архівні збірки, музеї, онлайн колекції та друковані джерела. Кожен обраний соціальний плакат був ретельно проаналізований з точки зору використання кольору, форми та композиції. Для аналізу кольору використовувалися кольорові моделі та інструменти для визначення тону, насиченості та значення кольорів. Форму та композицію плакатів аналізували з урахуванням принципів композиції, таких як діагональ, асиметрія та симетрія. Для визначення впливу соціальних плакатів на глядача було проведено анкетування та фокусні групи. Учасники дослідження оці-

нювали емоційну реакцію на різні аспекти плакатів, такі як кольори, форма, композиція та переданий повідомлення. Отримані результати були оброблені за допомогою статистичних методів для визначення статистично значущих відмінностей та кореляцій між різними параметрами плакатів та їх впливом на глядачів. Був проведений порівняльний аналіз між різними періодами та типами соціальних плакатів з метою виявлення змін у використанні кольору, форми та композиції протягом часу та їх впливу на аудиторію. Ці методи дозволили систематично дослідити використання кольору, форми та композиції для створення ефективного художнього образу в соціальних плакатах та оцінити їхній вплив на глядачів.

Результати. Хоча кольори мають багатозначне значення, всі їх можливі інтерпретації згруповані навколо певного основного смислового ядра. Основні кольори зазвичай асоціюються з конкретними образами: жовтий або золотий – із сонцем, синій – з небом, червоний – з вогнем, зелений – з рослинами, чорний – з ніччю і темрявою, білий – зі світлом. Різні культури мають схожі уявлення про значення кольорів. Це підтверджує наявність семантичного ядра у кожному кольорі, яке впливає на їх інтерпретацію та використання в нових контекстах.

Кольорова культура відображається у традиціях та вподобаннях суспільства, нації чи окремої особи. Вона є важливою складовою культурного розвитку та впливає на сприйняття та емоційний потенціал форм. Кольори також мають фізичний та психологічний вплив на людину, викликаючи різноманітні емоції. Наприклад, червоний колір може підвищити активність та рішучість, але його перебільшення може викликати агресивність.

Аналіз рекламних матеріалів підтверджує значення та вплив кольорів на споживачів. Наприклад, червоний колір швидко привертає увагу, але його використання може викликати негативні емоції. Отже, кольори мають не лише фізичний, а й психологічний вплив на людину, визначаючи її емоційну реакцію та сприйняття оточуючого світу.

Кожен колір має свої унікальні характеристики та вплив на людину:

Помаранчевий: сприяє припливу життєвих сил і надає оптимістичний настрій. Вважався колоритом здоров'я та творчості. **Ефективний** у рекламі медикаментів, дитячих товарів та послуг у сфері охорони здоров'я. **Жовтий:** налаштовує на комунікабельність та відкритість. Допомагає знайти внутрішній спокій та надає емоціям рівновагу. **Ефективний** у соціальних плакатах та психо-емоційних спрямуваннях. **Зелений:** має цілющий та розслаблюючий ефект, знімає гостроту переживань. Відповідний для реклами медикаментів, водоочисних систем, стоматологічних клінік та інших медичних послуг. **Синій:** сприяє концентрації та спокою, привертає увагу до важ-

ливого. **Ефективний** у рекламі каталогів та інших матеріалів, де потрібна концентрація на інформації. **Фіолетовий:** сприяє внутрішній концентрації та роботі мозку, допомагає у вирішенні творчих завдань. **Чорний:** допомагає відгородитися від зовнішнього світу та сконцентруватися на завданні. **Білий:** символізує відкритість та готовність сприймати нове. Його моновикористання у рекламі створює нейтральний ефект. Кожен з цих кольорів може бути ефективним інструментом у рекламі, залежно від цільової аудиторії та контексту рекламного повідомлення.

Працюючи над художнім образом, важливо мати розуміння того, як привернути увагу глядача та створити цілісність в сприйнятті плаката шляхом правильної організації композиції. Художник може свідомо застосовувати різні композиційні закони, дотримуючись принципів композиції та використовуючи відповідні засоби. Загальні закономірності композиції включають єдність, підпорядкування, рівновагу, зміну та пропорційність. Кожен з цих законів розкривається через відповідні принципи. Наприклад, закон єдності виража-

Таблиця 1

Образно-асоціативні характеристики кольору

Фактори, що впливають на палітру	Колір	Характеристики кольору	Асоціативно-образний ряд	Об'єкти предметного світу, носії даного кольору
природно-кліматичні	білий	холодний, ясний, чистий, непорочний	сніг (холодна зима)	храм (білений)
природно-кліматичні	червоний	гарячий, красивий, сильний	сонце, вогонь	український національний костюм
природно-кліматичні	зелений	теплий, легкий, свіжий	поля, ліси, дерева	стіг сіна, вінки та букети трав
психологічні	коричневий	теплий, глибокий, м'який, в'язкий	дерево, земля, глина	дерев'яні будинки, церкви, полінце, зоране поле
психологічні	чорний	брудний, важкий, злий	сажа, дим, бруд	осіннє зібране поле
психологічні	рожевий	теплий, мутний, неясний	зоря, туман, схід	—
історико-культурні	жовтий (золотий)	світлий, легкий, життєвий, священний	світло, золотий німб	пшениця, хрести та куполи церкви, ікони, корона царя
історико-культурні	бордовий, ліловий	важкий, важливий, шанобливий, благородний	одяг святих, куполи церкви, рубін камінь влади	—
історико-культурні	голубий, бірюзовий	легкий, небесний, чистий, холодний, священний	колір неба, чистої води	озера, небеса. голубий колір – всевишній, голубий, таємничий

Таблиця 2

Базові закони та принципи формування композиції соціального плакату

Закон	Принципи	Засоби
Єдність	Функціональність	Взаємодія функцій кожного елемента
	Структурність	Взаємозв'язок структур всіх елементів
Підпорядкування	Масштаб	Використання масштабу для підкреслення важливості елементів
	Контраст	Протиставлення елементів за різними характеристиками
Рівновага	Симетрія	Розташування елементів симетрично
	Тектоніка	Врівноваження елементів за допомогою композиційних ліній, форм, тощо

ється через функціональність та структурні принципи, закон підпорядкування – через масштаб та контраст, а рівновага – через симетрію та тектоніку.

Композиційні принципи, у свою чергу, виражаються через різноманітні засоби. Назви цих засобів відображають їхню специфіку. Наприклад, принцип функціональності полягає у взаємодії функцій кожного елемента композиції, а принцип структурності виражає взаємозв'язок структур всіх елементів.

Композиція плаката «Голод загрожує радянським республікам» є дуже вдалою, оскільки вона використовує різні елементи, щоб ефективно передати своє повідомлення та змусити глядачів реагувати на проблему голоду. У цьому плакаті кожен елемент композиції має свою функцію, а їх взаємодія утворює нову якість композиції – функціональність. На першому плані стоїть образ виснаженої жінки, яка тримає на руках дитину. Їхні обличчя виражають тугу й відчай, звертаючись до глядача і благаючи про допомогу. Цей елемент є центральним у композиції і привертає увагу глядача, змушуючи їх співпереживати стражданням героїв.

Фон плаката зображує спустошену землю, повалені дерева та мертві тварини. Ці образи створюють атмосферу безнадії та руйнівної сили голоду, доповнюючи трагічний настрій центрального образу. Напис «Голод загрожує радянським республікам. Доки не пізно – всі на боротьбу з голодом» виконаний червоними літерами, що привертає увагу та підсилює відчуття терміновості та небезпеки. Цей заклик до дії викликає в глядачів потребу реагувати на проблему

голоду. Темні та похмурі кольори фону плаката створюють атмосферу трагічності та безнадії, в той час як червоний напис привертає увагу та надає важливості заклику до дії. Діагональні лінії, що символізують падіння дерев та спустошення, створюють відчуття нестабільності та напруженості, підкреслюючи трагічність ситуації. Усі ці елементи взаємодоповнюються та створюють потужний імпакт, мобілізуючи глядачів до дії та реагування на проблему голоду. Плакат вдалим чином використовує принципи композиції, щоб ефективно передати своє повідомлення й змусити глядачів відчувати та підтримати піднятий на ньому заклик. Важливо пам'ятати про контекст, в якому був створений плакат. Радянська влада контролювала інформацію та цензурувала будь-які зображення, які могли б підірвати її авторитет. Тому плакат не дає повної картини Голодомору, але він все ж таки є цінним джерелом інформації про трагедію, яка спіткала український народ. Плакат «Голод загрожує Радянським республікам» залишається важливим нагадуванням про жахливі наслідки голоду та про важливість боротьби за справедливість та гуманність.

Інший емоційний настрій створює плакат «Здавай продподаток» (автор невідомий, 1921 р.). Його композиція побудована за іншим принципом. Тут відсутня та образність, яка лежить в основі попередньої роботи. Зміст відображається перед глядачем у чіткій однозначності. Композиційна структура складається з двох паралелей, одна з яких – текст, а інша – руки чоловіка, розгорнуті долонями у напрямі глядача. Плакат має чітку

та динамічну композицію, побудовану на діагоналі, що веде від зображення селянина до заклику «Здавай продподаток». Ця діагональ створює відчуття руху та напруження, підкреслюючи терміновість заклику. Плакат використовує контрастну кольорову гаму, де червоний колір домінує. Червоний колір асоціюється з небезпекою, кров'ю та революцією, що підкреслює серйозність ситуації та закликає до рішучих дій.

Зображення селянина з виснаженим обличчям та виразними очима, спрямованими на глядача, емоційно впливає на публіку. Його пошарпаний одяг та худа постать символізують жахливі наслідки голоду. Текст плакату короткий, але чіткий та лаконічний. Він використовує сильні слова, такі як «голод», «смерть» та «брати», щоб емоційно вплинути на глядача та спонукати його до дії.

Плакат використовує такі художні прийоми, як:

1) Гіпербола: зображення виснаженого селянина є гіперболічним, щоб підкреслити жахливі наслідки голоду.

2) Контраст: контраст між червоним та чорним кольорами використовується для посилення емоційного впливу плакату.

3) Символізм: зображення селянина символізує український народ, який потерпає від голоду.

Плакат має сильний емоційний вплив на глядача. Він викликає співчуття до селянства та закликає до дії, щоб допомогти їм.

Функціональна роль деталей, окремих елементів композиції, чітко видна на плакаті, присвяченому збору врожаю – «Кожний колос – багнет гострий, кожний сніп – гармати постріл». Він є потужним прикладом пропагандистського мистецтва з елементами соціальної спрямування, створеного під час Другої світової війни. Він був надрукований у Радянському Союзі в 1942 році і має на меті підняти бойовий дух українського народу в боротьбі проти німецьких загарбників. Кожна деталь плакату ретельно продумана для досягнення його пропагандистського ефекту. Колосся зображено як гострі багнети, снопи пшениці символізують багатство та процві-



Лл. 1. Плакат «Голод загрожує Радянським республікам. Доки не пізно – всі на боротьбу з голодом» (автор Олексій Маренков, 1921). З фондів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського



Лл. 2. Плакат «Здавай продподаток» (автор невідомий, 1921). З фондів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

таня України, жінка в традиційному одязі – українську матір-батьківщину, а яскраво-синє небо – надію на краще майбутнє.

Елементи композиції плакату також відіграють важливу роль. Діагональні лінії колосся і снопів створюють відчуття динамізму і руху, різкий контраст між темними фігурами німецьких солдатів і світлими образами українського народу підкреслює протистояння добра і зла, а кольори та символи мають глибоке значення.

Плакат «Кожний колос – багнет гострий, Кожний сніп – гармати постріл!..» є прикладом того, як мистецтво може бути використано для досягнення політичних цілей. Деталі та елементи композиції плакату ретельно продумані для того, щоб викликати у глядача емоції гніву, патріотизму і рішучості.

Методом противопоставлення в композиції виділяються головні та вторинні її елементи, здійснюється тонка настройка їх нерівності. Масштабна значимість елементів композиції, як правило, різна. Наприклад, якщо за функцією вони утворюють один порядок зростання

(або зменшення), то за розмірами, кольоровою гамою та іншими ознаками ієрархічна послідовність тих же елементів буде іншою. Таким чином, деякі елементи виступають у композиції як головні за всіма ознаками. Вони саме є головними елементами цілого за принципом підпорядкованості.

На українському природоохоронному плакаті «Не тронь гніздо дикої птиці» гніздо дикої утки уособлює природу. За своєю вагомістю та цілісністю воно представлено перед глядачем як головна, масштабна значуща частина з функціональною вагою порівняно з іншими частинами та елементами композиції. Однак за розміром зображення та місцем у просторі аркуша лелека та гніздо більше ніж рука бракон'єра, яка є маленьким майже мало значимим елементом композиції. Але за рахунок того, що вона завершує трикутну композицію, на ній зосереджена увага. Можна побудувати наступний рівень ієрархії всередині цієї композиції: текст – рука – гніздо – утка. Тут виявляється зовсім інший порядок значущості елементів композиції. Так, гніздо



Іл. 3. Плакат «Кожний колос – багнет гострий, Кожний сніп – гармати постріл!..» (автор Г. Мельничук. Київ, 1944). З фондів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського



Іл. 4. Плакат (автор М.А. Сафронов, худ. А.П. Анучин. Київ, 1963). З фондів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського

є провідним елементом за тоновідношенням порівняно з гусем та рукою, але гніздо уступає синтезу слогана та руки в конструктивній жорсткості, у безпримиреній прямолінійності його пластики.

Розглянемо тепер вплив принципу контрастності на проявлення в композиції закону підпорядкування. Основним контрастом, на якому ґрунтується композиція, є протиставлення гострого кута стрілки, складеного з літери «Р», плавним лініям тіла качки та яєць, іншими словами, контраст пластики. Велика вага гнізда контрастує з пропорційною легкістю руки, конструктивною вразливістю гнізда та птахів – контраст тектоніки.

Загальна взаємодія всіх контрастів формує контрастність композиції, що може бути високою, особливо у випадку розглянутого прикладу з лелеками. Рівень контрастності залежить від характеру образу, який розкривається. Закон рівноваги визначає розподіл візуальних сил у просторі, забезпечуючи стійкість та баланс композиції. Композиційний закон рівноваги здійснюється через симетрію та тектоніку, де різноманітні форми симетрії і тектоніки визначаються схематично. Симетрія встановлює положення головного центру та розподіл візуальних мас у композиції відносно осей рівноваги. У мистецтві плакату асиметричні композиції збалансовані відносно осі рівноваги, що знаходиться поблизу осі симетрії, надаючи їм стійкість. Повністю симетричні композиції

рідко зустрічаються і використовуються головним чином у орнаментах.

Прикладом симетричного соціального плаката може стати робота «Це лише розвага» (автор невідомий, 2021 рік). Соціальний плакат був націлений на протидію легалізації грального бізнесу. З точки зору художнього образу цього графічного листа можна сказати, що центральним елементом плаката є картковий будиночок. Картковий будиночок – це символ нестабільності та ризику. Він використовується, щоб продемонструвати, як азартні ігри можуть призвести до фінансових проблем. Композиція побудована в рівнобічному трикутнику, на стандартному прямокутному форматі постера. Перехрещення симетрій прямокутної і трикутної фігури додатково привертає увагу глядача на рівні підсвідомості. Образ карткового будиночку наочно демонструє хиткість та нестабільність ситуації. Конструкція ось-ось впаде. Це створює відчуття занепокоєння та напруги. Плакат має вертикальну орієнтацію. Це допомагає підкреслити висоту карткового будиночка, що робить його ще більш нестабільним. Конструкція розташована у центрі плаката. Це робить її фокусним елементом листа і гарантує, що глядачі звернуть на нього увагу.

Текст плаката розташований у верхній і нижній частині плаката. Він чіткий і лаконічний, і він доповнює візуальні образи плаката. Загалом, художній образ та компози-



Лл. 5. Плакат «Це лише розвага, а не спосіб побудувати добробут» (KRALI, 2023).
Світлина автора



Лл. 6. Плакат «Без назви» (автор Аннет Ежеро, 2023).
Світлина автора

ція плаката є ефективними у донесенні його меседжу. Плакат є візуально привабливим і змушує задуматися, і він може допомогти людям прийняти більш обґрунтовані рішення щодо того, чи грати в азартні ігри. Глядач може уявити, що станеться, якщо картковий будиночок впаде, і це може допомогти їм зрозуміти ризики, пов'язані з азартними іграми. Кольори плаката темні та приглушені. Це створює похмуру атмосферу, яка підкреслює серйозність теми плаката.

Протилежним явищем композиції є асиметрія. Але у соціальних плакатах вона зустрічається частіше, бо наочно демонструє динаміку життєвих процесів, та більш повноцінно може трактувати концепції образів. У більшості випадків композиція плакатів асиметрична щодо вісі симетрії, тобто вона не має відображення відносно цієї осі. Наприклад, на плакаті може бути представлена група людей, яка розташована з одного боку, а з іншого боку – текстова інформація або образи, які не мають точного відображення відносно центральної вісі. Проте, незважаючи на відсутність симетрії, така композиція повністю збалансована відносно вісі рівноваги. Це означає, що вона не виглядає перекошеною або нерівномірною, а елементи розташовані так, щоб створити враження гармонії і рівноваги.

Важливою характеристикою асиметричної композиції є те, що вона може викликати більше зацікавлення та привертати увагу глядача, оскільки вона не передбачувана та неординарна. Такі плакати можуть створювати враження динамічності та енергії, що робить їх ефективними засобами комунікації (плакат «Без назви» Аннет Ежтеро з Угорщини на міжнародній плакатній акції на підтримку України в війні з Росією «Україна. Харків. Незламність»).

Висновки. Дослідження використання кольору, форми та композиції для створення ефективного художнього образу в соціальному плакаті дозволяє нам зрозуміти, як важливо враховувати ці аспекти при створенні плакатів з метою впливу на глядача та досягнення конкретних цілей.

Аналіз низки соціальних плакатів показав, що використання контрастної кольорової

гами, такої як домінування червоного кольору на фоні чорного або іншого темного відтінку, може привертати увагу глядача та підсилити емоційний вплив плаката. Це особливо ефективно для створення серйозного та термінового сповіщення, що вимагає негайних дій або уваги. Виявлено, що форма та композиція плакату грають важливу роль у передачі повідомлення та викликанні певних емоцій у глядачів. Динамічні та добре збалансовані композиції, побудовані на принципах діагоналі та асиметрії, можуть підсилити враження від плаката та підкреслити його значимість.

Дослідження демонструє, як використання кольору, форми та композиції може бути ефективним інструментом у соціальній пропаганді та усвідомленні проблем суспільства. Шляхом використання символів, гіперболи та контрасту, плакати можуть викликати співчуття, привертати увагу до певної проблеми та спонукати глядачів до дії. Отже, проведений аналіз дозволяє зрозуміти, яким чином використання кольору, форми та композиції в соціальному плакаті може створювати ефективний художній образ, що має потужний вплив на глядача та допомагає досягти конкретних цілей пропаганди або усвідомлення соціальних проблем.

Продовження дослідження в рамках докторської дисертації «Еволюція художнього образу в соціальних плакатах України» має велике значення для розширення нашого розуміння та аналізу використання кольору, форми та композиції у соціальному плакаті, зокрема в контексті українського суспільства. Перш за все, дослідження еволюції художнього образу в соціальних плакатах України дозволить з'ясувати, які зміни відбулися у використанні цих елементів протягом років, від початку ХХ століття до сучасності. Аналіз і порівняння різних періодів можуть виявити тенденції, зміни в стилі, підходах до використання художніх засобів та їх вплив на глядача.

Дослідження може допомогти виявити взаємозв'язки між художнім образом у соціальних плакатах та соціокультурними аспектами українського суспільства. Розуміння того, як змінювалася художня мова та які вона відображала соціальні, політичні та еконо-

мічні реалії свого часу, може бути корисним для подальшого аналізу та інтерпретації історичних та сучасних плакатів.

Вивчення еволюції художнього образу в соціальних плакатах України може відкрити нові перспективи для використання

цих художніх засобів у сучасному мистецтві та дизайні. Результати дослідження можуть вплинути на розвиток сучасного графічного дизайну, а також на підходи до створення соціальних кампаній та пропагандистських матеріалів.

Література:

1. Nilsson P. Poster Design. New York, 2022 URL: https://creativepro.com/wp-content/uploads/sites/default/files/story_images/posters.pdf (дата звернення 14.03.2024)
2. Гладун О. Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. Збірник наукових праць. Сучасне мистецтво, 2018. № 14. С. 115–122
3. Іттен Йоганнес. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. АtrHuss, 2022.
4. Калашнікова О. Зображальний аспект візуальної мови графічного дизайну (на матеріалі плаката). Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. мистецтвознавства: спец. 17.00.07 «Дизайн». Харків: ХДАДМ, 2011. 20 с.
5. Остапенко Н. Соціальний плакат як культурно-ціннісний орієнтир / Н. Остапенко, А. Грошева, А. Антонюженко. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 22 квітня 2021 року. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2021. С. 61–63. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18102> (дата звернення 7.03.2024)
6. Порфимович О.Л. Технології візуального впливу (плакатистика) в контексті інформаційної війни. *Діалог: медіа-студії*: зб. наук. пр. Одеса: Одеський національний університет ім. Мечникова, 2014. Вип. 18–19. С. 255–265.

References:

1. Nilsson P. (2022). Poster Design. New York. URL: https://creativepro.com/wp-content/uploads/sites/default/files/story_images/posters.pdf [in English].
2. Hladun, O. (2018). Ukrainskyi plakat: etapy rozvytku vizualno-plastychnoi movy [Ukrainian poster: stages of development of visual and plastic language]. *Zbirnyk naukovykh prats. Suchasne mystetstvo*, 14, 115–122 [in Ukrainian].
3. Itten Yohannes (2022). *Mystetstvo koloru: Sub'yektyvnyy dosvid i ob'iektivne piznannya yak shlyakh do mystetstva* [The Art of Color: Subjective Experience and Objective Cognition as a Path to Art]. AtrHuss, 2022. [in Ukrainian].
4. Kalashnikova O. (2011). *Zobrazhal'nyy aspekt vizual'noyi movy hrafichnoho dyzaynu (na materiali plakata)* [Pictorial Aspect of Visual Language of Graphic Design (Based on Poster Material)]. Avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. [in Ukrainian]. *mystetstvoznnavstva: spets. 17.00.07 «Dyzayn»*. Kharkiv: KhDADM.
5. Ostapenko N. (2021). *Sotsial'nyy plakat yak kul'turno-tsinnisnyy oriyentyr* [Social Poster as a Cultural and Value Guideline]/ N. Ostapenko, A. Hrosheva, A. Antonyuzhenko. *Aktual'ni problemy suchasnoho dyzaynu* : zbirnyk materialiv III Mizhnarodnoyi nauково-praktychnoyi konferentsiyi, m. Kyiv, 22 kvitnya 2021 roku. V 2-kh t. T. 2. Kyiv : KNUKD. S. 61-63. Retrieved from <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18102> [in Ukrainian].
6. Porfimovych, O.(2014). *Tekhnolohiyi vizual'noho vplyvu (plakatystyka) v konteksti informatsiyanoi viyny* [Technologies of Visual Influence (Poster Art) in the Context of Information Warfare]. *Dialog: media-studiyi: zb. nauk. pr. Odesa: Odeskyy natsional'nyy universytet im. Mechnykova*. Vyp. 18–19. S. 255–265 [in Ukrainian].