

DOI: 10.31866/2410-1311.44.2024.318696

УДК 766.05:[7.011.2:655.3.066.24(091)(477)]:316.7

ДО ПИТАННЯ ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ ХУДОЖНЬОГО ОБРАЗУ СОЦІАЛЬНОГО ПЛАКАТА В УКРАЇНІ: ПЕРІОДИЗАЦІЯ, КЛЮЧОВІ ЕТАПИ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ

Юрій Сосницький

Кандидат мистецтвознавства, доцент,
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
Харків, Україна
ORCID ID: 0000-0003-2463-6903
e-mail: soyual@ukr.net

Для цитування:

Сосницький, Ю. (2024). До питання історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні: періодизація, ключові етапи та методологічні основи. *Питання культурології*, 44, 29–42. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318696>

Метою статті є з'ясування історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні, визначення його ключових етапів і методологічних основ. Результати дослідження. У статті проаналізовано основні етапи розвитку українського соціального плаката, що відображають різні історичні періоди — від радянської доби до сучасності. Поглиблений аналіз демонструє еволюцію художніх образів і символіки під впливом соціокультурних змін, особливу увагу приділено темам патріотизму, соціальної мобілізації, громадської активності та критичного осмислення соціальних проблем, що стали ключовими мотивами візуальної мови плакатів. Виявлено візуальні прийоми та художні рішення, які сприяють формуванню національної ідентичності, відображають суспільні запити, зумовлені історичними, соціальними й політичними трансформаціями, і впливають на формування громадянської свідомості. Наукова новизна. У статті висвітлено роль соціального плаката як жанру, що здатний акумулювати і транслювати культурно-історичні змісти через символічні образи. Уперше в рамках комплексного підходу представлено порівняльний аналіз різних художніх періодів і стилів плаката, що сприяє глибшому розумінню змін у репрезентації соціальних питань у візуальному мистецтві. Практичне значення роботи полягає в можливості застосування її результатів для подальшого розроблення методологічних засад соціального плаката та розширення наукових знань з питань розвитку художніх форм у соціально значимих візуальних комунікаціях. Висновки. Український соціальний плакат відображає суспільні цінності та ідеали, що змінювалися в різні історичні періоди, формуючи багатогранний художній образ, здатний до соціального впливу та підтримки національної ідентичності в умовах історичних викликів.

Ключові слова: еволюція художнього образу; соціальний плакат; національна ідентичність; візуальна семантика; історичний контекст; культурні символи

Вступ

Український соціальний плакат має глибоке історичне коріння, що починається з народних картин і переходить до формування власного жанру в розмаїтті благодійних плакатів перед революційним періодом в Україні. У ранніх творах, спочатку відомих як художні афіші, а пізніше — як плакати, втілювалися традиційні українські цінності: співчуття до потребуючих уваги суспільства (інвалідів, сиріт, жебраків, калік), патріотизм, турбота про тварин, захоплення дітьми, а також осуд аморальності та пороків. У минулому столітті плакат став надзвичайно популярним як засіб соціальної комунікації. У 1920-х роках графічний дизайн, зокрема плакатна графіка, відіграв важливу роль у формуванні радянського авангардного мистецтва та дизайну. Агітаційні та пропагандистські плакати відомих українських конструкторів стали еталоном світового дизайну.

Протягом останніх двох десятиліть ХХ ст. плакат став важливим інструментом для багатьох графічних дизайнерів, які використовували його для висловлення своєї громадянської позиції. У період перебудови плакат відіграв провідну роль, завдяки його здатності відображати дух часу та навіть передбачати майбутнє. Сучасний соціальний плакат постійно розвивається і розширює свої можливості; він, як інноваційний засіб комунікації, сприяє вирішенню соціальних проблем, актуальних для сучасної України.

Нинішні соціальні плакати є носіями нових ідей демократії, гуманізму й толерантності, а також відображають сучасні тенденції в суспільстві. Вони активно реагують на такі проблеми, як наркоманія, алкоголізм, зменшення народжуваності, становище інвалідів, загострення екологічної ситуації, національна ідентичність, а також пасивність і соціальна неактивність молоді. У сучасних умовах зростає потреба в глибокому науковому вивченні соціального плаката як засобу впливу на суспільні запити, що показав свою ефективність у минулому та залишається актуальним і в ХХІ ст. Сьогодні соціальний медіаплакат є важливим елементом сучасної медіа-культури: він використовується для впливу на громадську думку та формування свідомості через різноманітні медійні платформи, такі як телебачення, інтернет, соціальні мережі тощо. Медіаплакат відображає актуальні соціальні проблеми, спонукає до роздумів та дій і стає важливим інструментом для підтримки громадських ініціатив та розвитку соціального активізму.

Аналіз попередніх досліджень

Історія українського соціального плаката тісно пов'язана з еволюцією образотворчого мистецтва та графічного дизайну в Україні. Це питання має глибокі корені та досліджувалось на різних етапах розвитку українського мистецтва. Важомий внесок щодо розуміння української графіки ХХ ст. зроблено в п'яти томній праці «Історія українського мистецтва», де соціальний плакат розглядається як частина графічного мистецтва.

Так, у «Нарисах з історії українського дизайну ХХ століття» М. Яковлев (2012) підкреслює значення дизайну як важливого культурного чинника. О. Храмова-

Баранова (2006) аналізує розвиток плаката як однієї з популярних форм графічного дизайну та виділяє три періоди його еволюції: до Першої світової війни, до Другої світової війни та після 1945 р. Український плакат першої третини ХХ ст. став частиною мистецького контексту, де поєдналися загальноєвропейські та національні тенденції. Дослідження О. Лагутенко (2011) стверджує, що графіка цього періоду сприяла розвиткові концепції мистецтва, яка зберігала національну ідентичність.

Сучасний плакат, як об'єкт візуально-інформаційної культури, потребує аналізу з погляду етапів мистецтва — авангарду, модернізму, постмодернізму. Саме через ці етапи можна відстежити еволюцію українського плаката. О. Лагутенко (2011) підкреслює складність аналізу розвитку української графіки, що включає поєднання академізму, модерну, символізму та авангардних течій. Останні дослідження, присвячені візуальній культурі України, вивчають розвиток плаката як соціального інструменту в умовах політичних і суспільних змін. Дослідники сучасного українського соціального плакату аналізують його як інструмент ідентифікації та єднання українського народу, особливо в умовах війни. Зокрема, В. Косів (2018), В. Бистрякова та ін. (2016), Є. Гула та ін. (2023) акцентують увагу на значенні плаката як важливого елемента культурної самоідентифікації та консолідації. Такі науковці, як Н. Остапенко, М. Колосніченко, та Т. Луцкер (2022), розглядають плакат як комунікаційний елемент реклами, більше акцентуючи на різновидах плакатів та їхньому значенні в засобах масової комунікації.

Методологічні аспекти ефективності соціальної реклами висвітлюють Н. Склярєнко, О. Романюк та М. Колосніченко (2022), детально аналізуючи художні образи, що використовуються в рекламних кампаніях, та їхній вплив на сприйняття. А. Струс та О. Мельник (2023) досліджують комунікаційний потенціал соціального плаката в урбаністичному, предметно-просторовому та електронному середовищі, зазначаючи, що інноваційні методи формоутворення сприяють новітньому функціонуванню та популяризації плаката. В. Грищенко (2011) зосереджується на експозиційному аспекті плаката як виду графічного дизайну, наголошуючи на значенні сприйняття з відстані, гармонійній інтеграції плакатів у стилістику міського середовища та дотриманні принципів естетики, пропорцій та ергономіки. Дослідниця Ю. Петровська (2024) розглядає соціальний плакат як ефективний засіб комунікаційного дизайну в міському середовищі.

В усіх цих роботах окреслено основні етапи становлення українського соціального плаката та його особливості в різні періоди історії, включаючи досягнення радянського періоду, незалежної України, а також її сучасності. Проте комплексний огляд символічних і стилістичних змін у соціальному плакаті та їхнє значення для підтримки національної ідентичності залишаються повністю нерозкритими. Невирішеними є й питання методологічного аналізу та класифікації типологічних змін, що дає змогу дослідити, як соціальний плакат відповідає новим культурним запитам та адаптується до сучасних викликів.

■ Мета статті

Мета статті — з'ясування історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні шляхом здійснення періодизації його ключових етапів та ана-

лізу їхніх методологічних основ; визначення ролі соціального плаката як засобу суспільної комунікації та відображення ідеологічних, культурних і соціальних трансформацій у різні періоди історії України.

Для досягнення мети дослідження визначено три основні завдання:

– розглянути основні етапи розвитку українського соціального плаката, охарактеризувати їхні особливості та вплив історичних і соціокультурних змін на художній образ плакатів;

– виявити внесок окремих митців у формування стилістики й тематики українського соціального плаката, а також проаналізувати їхній вплив на ідеологічні та культурні процеси в суспільстві;

– обґрунтувати методологічні підходи — культурологічний, соціологічний, семіотичний — до аналізу художніх образів у соціальному плакаті та з'ясувати їхню значущість у дослідженні соціокультурних функцій плаката.

■ **Результати дослідження**

Художній образ у соціальному плакаті становить собою комплексне інтерпретативне поняття, що об'єднує візуальні й семіотичні елементи, спрямовані на створення емоційного, культурного та соціального впливу на глядача. Визначення художнього образу в контексті соціального плаката вимагає розгляду його функцій, елементів та відмінностей від інших видів візуального мистецтва. Насамперед варто наголосити, що художній образ у соціальному плакаті є важливим засобом комунікації, який передає певне повідомлення або ідею через використання зображень, тексту та графічних елементів; він позиціонується як ключовий елемент впливу на глядача та має на меті викликати певні реакції та переконання у співвітчизників.

Для того, щоб зрозуміти художній образ у соціальному плакаті, необхідно враховувати його специфічність: він часто характеризується простотою та виразністю, щоб бути доступним для широкої аудиторії та ефективно виконувати свою функцію спілкування. Художній образ у соціальному плакаті може мати різні форми вираження, включаючи графічні зображення, символіку, кольори, текст і композицію (Скляренко та ін., 2023), — ці елементи спільно створюють специфічний контекст, який допомагає відтворити ідею чи повідомлення, що має бути передане аудиторії.

У соціальному плакаті художній образ часто використовується для підкреслення певних соціальних, політичних чи екологічних проблем, а також для мобілізації аудиторії до дії або зміни. Він може бути символічним, метафоричним або прямим у своєму вираженні, залежно від мети та аудиторії, до якої він звертається. Значення художнього образу в соціальному плакаті полягає також у його здатності викликати емоційну реакцію та залучати увагу глядача. Він може стати потужним інструментом для стимулювання обговорення, зміни уявлень або навіть трансформації суспільного уявлення.

Соціальний плакат в Україні є не тільки мистецьким виразом, але й історичним свідцтвом про культурні й соціальні зміни, які пройшли країна протягом останніх століть. Перегляд історії та еволюції соціального плаката дає нам змогу зрозуміти не лише мистецькі та естетичні аспекти, але й політичні, соціальні

та культурні тенденції, що сформувалися в українському суспільстві. Для більш плідного аналізу треба роздивитись ключові етапи формування соціальних плакатів в Україні:

1. Початковий етап (кінець XIX – початок XX ст.)

Перші українські соціальні плакати з'явилися наприкінці XIX ст. Їхня тематика була пов'язана з актуальними на той час політичними та соціальними проблемами, такими як боротьба за українську незалежність, покращення життя селян, робітничий рух (Будник, 2015).

На естетику плакатів цього періоду вплинули два основних напрями: європейський модерн та українське народне мистецтво. Модерн приніс у плакат елегантність, динамізм і стилізацію, а народне мистецтво — орнаментальність, яскраві кольори та національний колорит.

Серед видатних українських художників-плакатистів цього періоду треба виділити:

1) Георгія Нарбута, який розробив оригінальний стиль, що поєднував українські народні мотиви з модерними формами. Плакати митця відзначалися чіткою композицією, витонченим шрифтом та лаконічними гаслами.

2) Олександра Хвостенко-Хвостова, який був відомий своїми сатиричними плакатами, де часто критикувався царський режим. Художник також створював плакати на тему військових облігацій та з інших пропагандистських цілей під час Першої світової війни.

3) Василя Кричевського, який використовував у своїх плакатах мотиви українського фольклору й народної казки, наділяючи їх декоративністю, яскравістю та гумором.

На початку XX ст. український соціальний плакат відображав дух революційних змін та ідеологічний пафос соціалізму. Зображення робітників, селян та політичних лідерів були популярними мотивами, спрямованими на мобілізацію мас на користь соціалістичної ідеї.

Ці твори не лише відображали політичні та соціальні погляди свого часу, але й слугували засобом мобілізації суспільства до дії. Плакати Георгія Нарбу-та здебільшого відображали бажання національної самосвідомості та незалежності, привертаючи увагу до ключових проблем українського суспільства. Інші художники, такі як Олександр Мурашко та Василь Кричевський, також відігравали важливу роль у формуванні національного художнього канону та спонуканні до дії серед населення. Завдяки роботам цих художників український плакат став важливим засобом комунікації та мистецьким об'єктом, який міг впливати на маси та формувати громадянську позицію. Творчість цих митців відобразила не лише різноманіття художніх стилів, але й багатшарову природу українського суспільства та його боротьбу за ідентичність і свободу. Протягом цього періоду український плакат став символом національного відродження та протистояння зовнішнім і внутрішнім тискам, що сприяло формуванню української ідентичності й патріотизму.

З часом українські соціальні плакати стали не лише засобом політичної пропаганди, а й важливим артефактом культурного життя того часу: вони відображали не лише прагнення до незалежності, але й соціальну справедливість,

боротьбу за права працівників та покращення умов життя селян. Такий художній вираз став способом не лише відображення суспільних проблем, але й стимулом до їхнього вирішення.

Завдяки розвитку технологій друкарства та розповсюдженню масових засобів інформації українські плакати стали доступнішими для широкої аудиторії. Вони долучилися до формування культурного обличчя України та сприяли зближенню нації в боротьбі за свої права та ідентичність (Голубець, 2022). Саме українські соціальні плакати цього періоду залишили незабутні сліди в історії мистецтва та суспільства загалом, нагадуючи про важливість боротьби за свободу і справедливість. Плакатна спадщина означеного часу продовжує надихати наступні покоління художників та активістів на шляху до кращого й справедливого світу.

2. Радянський період (1920–1991)

Плакати цього періоду мали чітко визначену стилістику, що відповідала принципам соціалістичного реалізму. Їх характеризували:

- ідеалізація дійсності: радянський плакат зображував життя населення в позитивному світлі, підкреслюючи досягнення влади та щасливе життя радянських людей;
- просте й зрозуміле композиційне рішення: плакати мали бути зрозумілими для людей з різним рівнем освіти, тому їхня композиція була чіткою та лаконічною;
- використання яскравих кольорів і контрастів: плакати відзначалися насиченою кольоровою гамою, що робило їх помітними та привабливими;
- пафосні гасла й лозунги: плакати містили заклики до трудових подвигів, боротьби з ворогами, до дотримання радянських норм життя.

Серед знакових українських художників-плакатистів радянського періоду треба виділити:

1. Георгій Якутович, який був одним із основоположників українського радянського плаката; його роботи відзначалися монументальністю, динамізмом та емоційністю.

2. Василь Касіян — український художник-графік, який створював плакати, а також ілюстрації і станкові твори. Роботи митця вирізняються чіткими лініями та яскравими кольорами, майстерним використанням сатиричних і гротескних образів, гостротою та злободенністю. Художник був автором численних агітаційно-масових плакатів, які закликали до трудових подвигів та боротьби з ворогами.

3. Анатолій Базилевич — один із найвідоміших українських плакатистів, автор оптимістичних плакатів на теми миру, дружби народів, космонавтики, який використовував лаконічні образи та гумор.

4. Віктор Іванов — майстер сатиричного плаката, який викривав у своїх роботах бюрократію, міщанство, порушення екології, використовуючи при цьому гротеск, алегорію та гостру сатиру.

За всієї урбаністичної спрямованості радянської пропаганди, плакати виконували важливу функцію підтримки ідей соціалістичного реалізму та мобілізації мас. Їхній вплив виходив далеко за межі художніх спілок і студій, проникаючи

в повсякденність людей через завішування на вулицях, в установах, на робочих місцях, що робило їх універсальним інструментом ідеологічної агітації.

Радянські плакати, з одного боку, змальовували мирну картину життя, в якій всі мають рівні можливості та насолоджуються благами соціалістичного суспільства, а з іншого — вони використовувались для мобілізації до боротьби з ворогами (зовнішні агресори, внутрішні «класові вороги»). Такі плакати були сповнені пафосних гасел і закликів до героїчних подвигів на шляху до побудови соціалізму/комунізму.

Водночас плакати слугували інструментом ідентифікації та маніпуляції з колективною свідомістю: вони створювали образи й стереотипи, формували уявлення про «правильний» спосіб життя і ставлення до влади. Ідеологічна лінія радянських плакатів була чіткою й однозначною, а їхні автори — художники, які працювали в межах затвердженої партією державної ідеології. Плакат радянського періоду відіграв роль не лише мистецького артефакту, але й потужного інструменту політичної та ідеологічної пропаганди, що впливав на свідомість та уявлення мільйонів людей.

У період радянської влади плакат став невід'ємною частиною пропагандистського механізму. Він не лише ілюстрував певні ідеологічні принципи, а й відображав зміни в культурі та мистецтві. Героїчний образ пролетаріату та ідея будівництва соціалізму/комунізму в цей період домінували.

3. Перебудова та незалежність (1991– дотепер)

Після розпаду СРСР український соціальний плакат пережив період відродження: відійшли в минуле ідеологічні догми; тематика плакатів стала різноманітнішою; з'явилися нові жанри, такі як сатиричний та політичний плакат.

Важливу роль у розвитку українського соціального плаката цієї доби відіграли такі художники:

1. Олександр Кононенко — автор численних сатиричних та політичних плакатів, які гостро критикуються соціальні й політичні проблеми українського суспільства.

2. Володимир Юрчишин, який створює плакати на теми екології, прав людини, антивоєнні плакати.

3. Антон Єрмоленко — автор плакатів на теми соціальної реклами, де пропагується здоровий спосіб життя, толерантність, взаємоповага.

4. Надія Хоменко, яка створює плакати на теми гендерної рівності, захисту прав дітей, боротьби з дискримінацією.

Кожен художник-плакатист зробив свій важливий внесок у розвиток українського/радянського плаката. Наприклад, твори Г. Якутовича, позначені монументальністю та емоційністю, передавали героїчний образ трудящого люду, підкреслюючи його важливу роль у будівництві соціалізму. Такі плакати допомагали створювати позитивний образ радянської реальності, спонукаючи до самопожертви й трудового подвигу. З іншого боку, творчість А. Страхова характеризувалася використанням сатиричних та гротескних образів; плакати митця часто відображали суперечності та недоліки радянського суспільства, нагадуючи про потребу постійного самокритичного підходу до будівництва комуністичного ідеалу. В. Касян своїми агітаційно-масовими плакатами надихав населення на

досягнення нових висот у трудових зусиллях та боротьбі з ворогами революції; твори художника активно підтримували ідею класової боротьби й підкреслювали важливість мобілізації та об'єднання трудящих на шляху до соціалістичної перебудови. М. Божий своїми плакатами звертав увагу на важливість освіти, культури та охорони здоров'я для успішного будівництва соціалістичного суспільства, відображаючи своїми творами наукові й технічні досягнення, а також акцентували увагу на важливості розвитку людини як інтелектуальної та фізичної сутності.

Під час «застою» український соціальний плакат пройшов через етап стилістичних і тематичних змін. Художники стали більш експериментальними у використанні форми та в зображенні, а також у виборі тем. Розпад СРСР і незалежність України відкрили нові можливості для соціального плаката. Нинішні плакати більше спрямовані на висвітлення проблем сучасного суспільства, таких як корупція, права людини, екологічні проблеми та ін.

Сьогодні соціальний плакат залишається потужним інструментом впливу на суспільну свідомість. Із появою Інтернету та соціальних медіа, плакати стали більш доступними й широко розповсюдженими. Соціальний плакат в Україні розвивається в різноманітних формах і стилях, що відображають культурний контекст та ідеологічні переконання кожного історичного періоду.

Ранні соціалістичні плакати відзначалися яскравими кольорами, простими формами та сміливими графічними зображеннями, що відображали важливі соціальні й політичні ідеї. У добу радянської влади спостерігалось переважання плакатів, які прославляли подвиги робітничого класу, колективізацію сільського господарства та інші досягнення соціалізму. У період «застою» художники почали використовувати більш абстрактні та символічні зображення, що відображали складність сучасного життя та соціальні проблеми (Косів, 2017). Сучасні плакати відзначаються, зокрема, більшою свободою та різноманітністю стилів, від арт-нуво до мінімалізму, а також акцентують увагу на актуальних питаннях сьогодення, таких як екологія, гендерна рівність та боротьба з корупцією.

Соціальний плакат завжди був засобом політичної пропаганди, відображаючи політичні погляди та ідеологічні переконання своїх творців. У період радянської влади плакати були інструментом контролю й масової мобілізації населення на підтримку радянської ідеології та партійної лінії. У сучасному контексті соціальний плакат сприймається як засіб громадської активності та протесту, відображаючи різноманітні погляди й позиції різних соціальних груп.

Із розвитком технологій та зростанням впливу Інтернету соціальний плакат став доступнішим та розповсюдженим мистецьким жанром. Сучасні художники використовують цифрові технології, соціальні мережі та мультимедійні платформи для створення й поширення своїх творів, що розширює аудиторію та підвищує ефективність комунікації.

Соціальний плакат в Україні продовжує залишатися живим та актуальним мистецьким жанром, який відображає культурні, політичні й технологічні зміни в суспільстві. Він є не лише важливим складником культурної спадщини, але й могутнім засобом впливу на суспільну свідомість і формування громадянської позиції.

Отже, художній образ у соціальних плакатах є потужним засобом соціальної комунікації, здатним не лише відобразити культурні й політичні зміни, а й позначитися на них, зокрема через емоційний, культурний і символічний вплив на аудиторію. Історичний розвиток українського соціального плаката відображає соціокультурні трансформації країни, а його значення залишається важливим у створенні й підтримці національної ідентичності і суспільної самосвідомості.

Таким чином, культурологічний, соціологічний і семиотичний підходи до аналізу художнього образу в соціальному плакаті взаємодоповнюють один одного, розкриваючи і культурні й соціальні смисли, і символічні аспекти, що формують зміст соціального послання. У сукупності ці методологічні підходи дають змогу дослідити художній образ не лише як елемент візуального мистецтва, але і як важливий засіб соціальної комунікації, здатний впливати на суспільну свідомість та формувати ставлення до певних соціальних проблем.

Методологічні підходи до аналізу художнього образу в соціальному плакаті: культурологічний, соціологічний, семиотичний.

Методологічний аналіз художнього образу в соціальному плакаті можна здійснити на основі культурологічного, соціологічного та семиотичного підходів. Це дає змогу глибше зрозуміти зміст, природу та функцію цих образів у соціальній комунікації. Культурологічний підхід до аналізу дозволяє бачити плакат як феномен, що втілює та відображає соціокультурні норми, цінності й історичні умови певного часу й простору. Розвиток культурології зумовив вагомий внесок у гуманітарні науки, адже він дозволяє в новому, розширеному контексті розглядати класичні категорії культури й суспільства. Масштаб культури розкриває особливу значущість феноменів, яким притаманний тривалий вплив і здатність відображати зміни в культурних процесах. У цьому сенсі культурологічний метод дає змогу зіставити художній образ із категорією соціального часу, що є важливим для розуміння соціальної еволюції суспільства та її впливу на мистецькі форми.

Соціальні процеси розвиваються не рівномірно, а з різною інтенсивністю та швидкістю, що дозволяє проаналізувати вплив темпів соціального розвитку на художні образи, зокрема в соціальних плакатах. Життя художнього образу в соціальному часі є багатограним й має свою динаміку, змінюючись під впливом культурних, соціальних і політичних умов. У соціальних плакатах, зокрема тих, подекуди, відображено намагання культурної системи передати певні соціальні установки, цінності та етичні норми. На таких плакатах зображення мають силу впливу на суспільну свідомість, адже вони звертаються до загальнолюдських цінностей. Художній образ у цьому контексті стає відображенням соціального часу, вписаним у рамки конкретної культурної традиції, зокрема української естетики, яка визначає особливості існування художніх образів у культурному просторі.

Соціологічний підхід до дослідження художнього образу соціального плаката зосереджується на його впливі на соціальну структуру, зокрема на процеси соціальної взаємодії та суспільної комунікації. Цей підхід дозволяє аналізувати плакат як інструмент формування соціальних установок. Плакати, що мають привертати увагу суспільства, не тільки виконують комунікативну функцію, але й виступають посередниками між культурою та соціальними процесами, що сприяє розумінню того, як соціальні проблеми відображаються в мистецьких

формах. Соціальні проблеми віддзеркалюються через художні образи, підкреслюючи актуальні питання суспільства.

Семіотичний підхід дає змогу розглядати плакат як систему знаків і символів, що формують зміст і значення через сукупність зображальних елементів. У контексті соціального плакату семіотичний підхід дозволяє розуміти, як знакові елементи, такі як кольори, форми та символічні зображення, передають ідеї комфорту та безпеки, а також соціальні й етичні цінності суспільства. Це надає соціальному плакату глибшого сенсу, адже семіотичні елементи створюють візуальну мову, зрозумілу на підсвідомому рівні, що підсилює сприйняття та емоційний відгук.

■ Висновки

Історичний розвиток українського соціального плаката відображає низку етапів, кожен з яких формувався під впливом конкретних соціокультурних умов. Ранні радянські плакати, спрямовані на утвердження ідеалів колективізації та соціалістичного будівництва, відзначалися яскравою палітрою, простотою форм і зверненням до символіки, яка пропагувала героїзм робітничого класу. Період «застою» ознаменувався появою абстрактних образів, що рефлексували соціальні проблеми, а сучасний етап демонструє різноманітність стилів і тем, акцентуючи увагу на актуальних соціальних питаннях, таких як екологія, права людини, боротьба з корупцією.

Українські митці зробили значний внесок у розвиток соціального плаката, що сприяв формуванню національної ідентичності та суспільної свідомості. Роботи таких художників, як Г. Якутович, В. Касіян, А. Єрмоленко та Н. Хоменко, відображають і традиційні для радянського періоду ідеали, і сучасні соціальні проблеми. Плакати майстрів використовують різні стилістичні прийоми — від монументальності та героїзації до сатири й гротеску — для передавання суспільних настанов і формування культурних цінностей.

Методологічні підходи до аналізу соціального плакату дають змогу глибше розкрити його культурне значення та соціальну функцію. Культурологічний підхід розглядає плакат як відображення цінностей конкретної епохи та суспільного укладу, соціологічний підхід підкреслює його роль у формуванні соціальної структури і комунікації, а семіотичний аналіз сприяє розглядові плаката як системи знаків і символів, що на підсвідомому рівні передають важливі соціальні послання. У цілому ці методи розширюють розуміння соціального плаката як багатогранного мистецького жанру, здатного впливати на суспільну свідомість та формувати громадянську позицію.

■ Список посилань

- Бистрякова, В., Осадча, А., & Гула, Є. (2016). Плакат - як засіб соціальної реклами. *Вісник Львівського університету. Серія мистецтвознавство*, 17, 69–77. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6110/1/20170503_301.pdf
- Будник, А. В. (2015). Формування національної специфіки українського видовищного плакату кінця XIX – першої третини XX століть. *Мистецтвознавчі записки*, 28, 152–160.

- Голубець, О. (2022). *Українське мистецтво ХХ століття*. Колір ПРО. https://manusbook.com/9086_Ukrainian_Art
- Грищенко, В. В. (2011). Особливості дизайну в мистецтві плаката. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 6, 138–140.
- Гула, Є. П., Трикозенко, А., & Масич, І. (2023, 27 квітня). Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни. В *Актуальні проблеми сучасного дизайну* [Матеріали конференції] (Т. 2, с. 62–64). Київський національний університет технологій та дизайну.
- Косів, В. М. (2017). Оп арт в українському радянському плакаті: абстракція і національна ідентичність. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 6, 46–53.
- Косів, В. М. (2018). Український радянський плакат 1945–1989 рр.: стилістичні зміни національної ідентифікації. *Мистецтвознавчі записки*, 34, 89–95. <https://doi.org/10.32461/2226-2180.34.2018.191125>
- Лагутенко, О. А. (2011). *Українська графіка ХХ століття*. Грані-Т.
- Остапенко, Н. В., Колосніченко, М. В., & Луцкер, Т. В. (2022). Сучасний плакат як різновид реклами: види та формати носіїв в різних каналах комунікації (на прикладі адаптивного дизайну плаката). В М. В. Колосніченко (Ред.), *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі* (с. 212–226). Київський національний університет технологій та дизайну. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19962/1/GDIVP_mono_2022_P212-226.pdf
- Петровська, Ю. (2024). Соціальний плакат як засіб комунікаційного дизайну в міському середовищі. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 73(3), 75–80. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/73-3-11>
- Скляренко, Н. В., Колосніченко, О. В., Єжова, О. В., Чупріна, Н. В., Струмінська, Т. В., & Лю, Х. (2023). Розробка рекламного плакату як актуального засобу адаптивної візуалізації соціальних проблем. *Art and Design*, 3, 120–139. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10>
- Скляренко, Н., Романюк, О., & Колосніченко, М. (2022). Сторітелінг у дизайні візуальних комунікацій: методи побудови динамічного сюжету. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 54(2), 102–108. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/54-2-15>
- Струс, А., & Мельник, О. (2023). Плакат як засіб комунікації у контексті воєнних подій ХХ ст. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 70(2), 107–112. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/70-2-14>
- Храмова-Баранова, О. Л. (2006). Деякі сторінки історії розвитку графічного дизайну в Україні у ХХ ст. та його періодизація. *Наукові праці. Історичні науки*, 48(35), 131–134. <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/48-35-25.pdf>
- Яковлев, М. І. (Ред.). (2012). *Нариси з історії українського дизайну ХХ століття*. Фенікс. https://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/_works-istor_design_text.pdf

References

- Budnyk, A. V. (2015). Formuvannia natsionalnoi spetsyfiky ukrainskoho vydovyshchnoho plakatu kintsia XIX - pershoi tretyny XX stolit [Formation of national specifics of the Ukrainian spectacular Poster at the end of 19th - the first third of the 20th century]. *Notes on art criticism*, 28, 152–160 [in Ukrainian].

- Bystriakova, V., Osadcha, A., & Hula, Ye. (2016). Plakat - yak zasib sotsialnoi reklamy [Poster as a means of social advertising]. *Bulletin of the Lviv University. Series of Arts Studies*, 17, 69–77. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/6110/1/20170503_301.pdf [in Ukrainian].
- Holubets, O. (2022). *Ukrainske mystetstvo XX stolittia* [Ukrainian art of the twentieth century]. Kolir PRO. https://manusbook.com/9086_Ukrainian_Art [in Ukrainian].
- Hryshchenko, V. V. (2011). Osoblyvosti dyzainu v mystetstvi plakata [Features of design in poster art]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 6, 138–140 [in Ukrainian].
- Hula, Ye. P., Trykozenko, A., & Masych, I. (2023, April 27). Rol i rozvytok suchasnoho ukrainskoho plakatu v umovakh viiny [The role and development of the modern Ukrainian poster in wartime]. In *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu* [Actual problems of modern design] [Conference proceedings] (Vol. 2, pp. 62–64). Kyiv National University of Technologies and Design [in Ukrainian].
- Khramova-Baranova, O. L. (2006). Deiaki storinky istorii rozvytku hrafichnoho dyzainu v Ukraini u XX st. ta yoho periodyzatsiia [Some pages of the history of graphic design development in Ukraine in the twentieth century and its periodization]. *Naukovi pratsi. Istorychni nauky*, 48(35), 131–134. <https://lib.chmnu.edu.ua/pdf/naukpracil/history/2006/48-35-25.pdf> [in Ukrainian].
- Kosiv, V. M. (2017). Op art v ukrainskomu radianskomu plakati: abstraktsiia i natsionalna identychnist [Op Art in Soviet Ukrainian Poster: Abstraction and National Identity]. *Bulletin of Kharkiv state academy of design and arts*, 6, 46–53 [in Ukrainian].
- Kosiv, V. M. (2018). Ukrainskyi radianskyi plakat 1945–1989 rr.: stylistychni zminy natsionalnoi identyfikatsii [Soviet Ukrainian Poster from 1945–1989: Stylistic Changes of National Identification]. *Notes on art criticism*, 34, 89–95. <https://doi.org/10.32461/2226-2180.34.2018.191125> [in Ukrainian].
- Lahutenko, O. A. (2011). *Ukrainska hrafika XX stolittia* [Ukrainian graphics of the 20th century]. Hrani-T [in Ukrainian].
- Ostapenko, N. V., Kolosnichenko, M. V., & Lutsker, T. V. (2022). Suchasnyi plakat yak riznovyd reklamy: vydy ta formaty nosiiv v riznykh kanalakh komunikatsii (na prykladi adaptivnoho dyzainu plakata) [Modern poster as a variety of advertising: types and formats of media in different communication channels (on the example of an adaptive poster design)]. In M. V. Kolosnichenko (Ed.), *Hrafichnyi dyzain v informatsiinomu ta vizualnomu prostori* [Graphic design in the information and visual space] (pp. 212–226). Kyiv National University of Technologies and Design. https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19962/1/GDIVP_mono_2022_P212-226.pdf [in Ukrainian].
- Petrovska, Yu. (2024). Sotsialnyi plakat yak zasib komunikatsiinoho dyzainu v miskomu seredovyshchi [Social poster as a means of communication design in the urban environment]. *Current Issues of the Humanities*, 73(3), 75–80. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/73-3-11> [in Ukrainian].
- Skliarenko, N. V., Kolosnichenko, O. V., Yezhova, O. V., Chuprina, N. V., Struminska, T. V., & Liu, Kh. (2023). Rozrobka reklamnoho plakatu yak aktualnoho zasobu adaptivnoi vizualizatsii sotsialnykh problem [Development of an Advertising Poster as a Current Means of Adaptive Visualization of Social Problems]. *Art and Design*, 3, 120–139. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.3.10> [in Ukrainian].

- Skliarenko, N., Romaniuk, O., & Kolosnichenko, M. (2022). Storitelinh u dyzaini vizualnykh komunikatsii: metody pobudovy dynamichnoho siuzhetu [Storytelling in visual communication design: the methods of dynamical plot creation]. *Current Issues of the Humanities*, 54(2), 102–108. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/54-2-15> [in Ukrainian].
- Strus, A., & Melnyk, O. (2023). Plakat yak zasib komunikatsii u konteksti voiennykh podii KhKh st. [Poster as a means of communication in the context of military events of the 20th century]. *Current Issues of the Humanities*, 70(2), 107–112. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/70-2-14> [in Ukrainian].
- Yakovliev, M. I. (Ed.). (2012). *Narysy z istorii ukrainskoho dyzainu XX stolittia* [Essays on the history of Ukrainian design of the twentieth century]. Feniks. https://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/_works-istor_design_text.pdf [in Ukrainian].

TO THE QUESTION OF THE HISTORY OF THE ARTISTIC IMAGE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL POSTER IN UKRAINE: PERIODISATION, KEY STAGES AND METHODOLOGICAL BASIS

Yurii Sosnytskyi

*PhD in Art Studies, Associate Professor,
O. M. Beketov National University
of Urban Economy in Kharkiv,
Kharkiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-2463-6903
e-mail: soyual@ukr.net*

The aim of the article is to study the history of the artistic image development of the social poster in Ukraine, as well as to identify its key stages and methodological foundations. *Results.* The article analyses main development stages of the Ukrainian social poster, reflecting different historical periods, from the Soviet era to the present. An in-depth analysis presents the evolution of artistic images and symbolism under the influence of socio-cultural changes. Special attention is paid to the issues of patriotism, social mobilisation, civic engagement and critical reflection of social problems, which have become central motifs in the visual language of posters. Visual techniques and artistic choices that contribute to forming a national identity, demonstrate social demands caused by historical, social and political transformations, and also influence the civic consciousness modelling, are identified. *Scientific novelty.* In this study, the role of the social poster as a genre capable of accumulating, transmitting cultural and historical content through symbolic images is highlighted. For the first time, a comparative analysis of different artistic periods and styles of the poster is presented within a comprehensive approach framework. This contributes to a deeper understanding of changes in representing social issues in visual art. The practical significance of this research lies in the possibility of applying its results for the further development of methodological principles of the social poster, and expansion of scientific knowledge on the issues of artistic form development in socially significant visual communications. *Conclusions.* The Ukrainian social poster reflects

social values and ideals that have transformed over different historical periods, creating a multifaceted artistic image capable of social influence and support of the national identity in conditions of historical challenges.

■ **Keywords:** evolution of the artistic image; social poster; national identity; visual semantics; historical context; cultural symbols



This is an open access journal, and all published articles are licensed under a Creative Commons Attribution 4.0.