

Юлія Салюк,
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
соціально-гуманітарного факультету,
Західноукраїнський національний університет
Науковий керівник – Оксана Дячок,
доктор архітектури,
професор кафедри архітектури та дизайну,
Західноукраїнський національний університет

КОЛИ ПЛАКАТ ЗМІНЮЄ ХІД ПОДІЙ: РОЛЬ ДИЗАЙНУ У ПРОТЕСТАХ І РЕВОЛЮЦІЯХ

У сучасному світі плакати залишаються достатньо дієвим засобом візуальної комунікації. Їхня суть полягає у поєднанні лаконічності, яскравого дизайну та здатності привертати увагу. Плакат виконує не лише інформаційну функцію, а й емоційну: стимулюючи до дій та формуванні думки. Так, ця, на перший погляд, другорядна річ є актуальним інструментом, що поєднує сучасні методи комунікації, зберігаючи свою ефективність у впливі на соціум.

Метою нашого дослідження було показати значення плакатів у повсякденному житті та історії, а також дослідити їхній вплив на свідомість людей і формування громадської активності.

Плакат, на перший погляд, здається незначною частиною нашого життя – проста реклама пігулок, агітація під час виборів чи запрошення на концерт улюбленого артиста. Проте, щодня проходячи повз ці яскраві зображення, ми часто навіть не усвідомлюємо, як вони впливають на наше сприйняття. Для когось це лише короткий погляд, а для когось – важливий поштовх до дії: знайти лікаря, зробити вибір або навіть змінити власне життя.

Як не дивно, але плакати не лише впливають на наше повсякденне життя, а й здатні змінювати хід історії. Саме тому вони посідають важливе місце у вивченні візуальної культури та історії мистецтва. Під час Першої світової війни, коли Британія гостро потребувала новобранців, художник Альфред Літе створив плакат із портретом лорда Герберта Кітченера з написом «Lord Kitchener Wants You» (рис. 1) [1]. Композиція цього зображення була побудована на чітких пропорціях, контрасті та прямому погляді персонажа, що створювало ілюзію особистого звернення. Використання насичених кольорів у моделі СМҮК та сильний візуальний ритм між фоном і текстом посилювали відчуття напруженості й відповідальності. Ця ідея швидко поширилася світом: згодом з'явився американський аналог – «Uncle Sam wants YOU», який завдяки гармонійній композиції, продуманій перспективі та зваженому використанню колористики став культовим. У таких плакатах важливу роль відігравала градація кольору, що допомагала акцентувати головне повідомлення, а також ритм – повторення елементів, що підсилювало динаміку зображення (рис. 2).

Використання плакатів в агітаційному сенсі часто сильно впливало на людей, особливо коли це роблять ненав'язливо, ба більше – із демонструванням вагомості тебе зі сторони влади. Але в історії часто відбувались протести: за

права людей, проти певних дій влади або просто із демонстрацією своїх поглядів, і тоді створювані зображення розліталися по всьому світу і змушували людей задуматися та навіть підтримати. Так, у 1968 році після трагедії у Мемфісі, де у санітарній службі померло двоє афро-американських працівників, у США відбувся рух за права чорношкірих із гаслом «I AM A MAN» (рис. 3) [2].

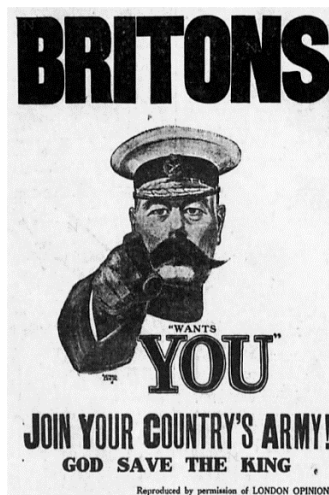


Рис. 1. Плакат «English Use Posters in Campaign for Recruits»

Автор: The Brooklyn Daily Eagle



Рис. 2. Плакат «Uncle Sam»

Автор: James Montgomery Flagg

Переважно чоловіки вийшли з однаковими табличками та вимагали рівності, гідності та справедливих умов праці для всіх людей, не розділяючи їх на касти, колір шкіри та спосіб мислення. Цей лозунг з часом став символом усього руху за громадянські права у США. Саме під час цих протестів у Мемфісі виступив досить відомий громадський діяч – Мартін Лютер Кінг, де його згодом убив білий американський рецидивіст та расист, що утік із в'язниці.

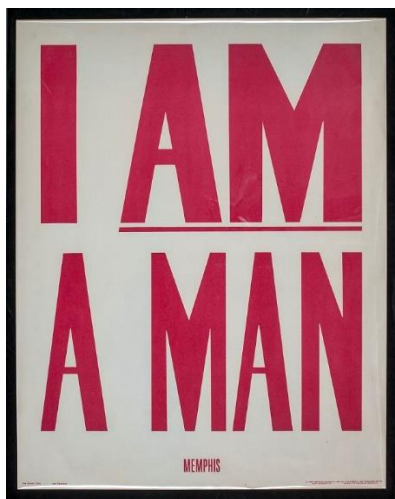


Рис. 3. Постер «I Am A Man»

Автор: Arthur J. Schmitt

Як бачимо, плакати міняли хід подій в історії та були основою будівництва сучасного та розвиненого суспільства [3].

Отже, плакат як інструмент візуальної комунікації довів свою актуальність і силу впливу на суспільство. Його здатність поєднувати яскравий образ і лаконічне гасло робить його ефективним засобом як для мобілізації людей, так і для вираження протестних настроїв. У результаті проведеного дослідження було з'ясовано, що плакати залишаються одним із найефективніших засобів візуальної комунікації, поєднуючи інформаційну та емоційну функції. Отримані результати можуть бути використані для подальшого дослідження сучасних форм плакатного мистецтва та їхнього впливу на громадську думку в умовах інформаційного суспільства.

Список використаних джерел

1. Eley A. Kitchener: The most famous pointing finger. BBC News Magazine, 4 Aug. 2014. URL: <https://www.bbc.com/news/magazine-28642846> (дата звернення: 20.10.2025).

2. The history of «I Am a Man» protest poster. Broome Street General Store Blog, 28 Aug. 2020. URL: <https://www.broomestgeneral.com/blogs/news/the-history-of-i-am-a-man-protest-poster> (дата звернення: 20.10.2025).

3. Граматична та пунктуаційна перевірка тексту здійснена з використанням ШІ (ChatGPT, OpenAI, 2025).