

**ЗНАКОВО-СИМВОЛІЧНІ СИСТЕМИ
ЯК КУЛЬТУРНІ КОДИ:
УПІЗНАВАНІСТЬ ТА ВЗАЄМОДІЯ
СИМВОЛІВ**

Тетяна Божко,
<https://orcid.org/0000-0001-5696-1941>
кандидат мистецтвознавства,
доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
bozfhko_to@ukr.net

**SIGN AND SYMBOLIC SYSTEMS
AS CULTURAL CODES:
RECOGNITION AND INTERACTION
OF SYMBOLS**

Tetiana Bozhko,
<https://orcid.org/0000-0001-5696-1941>
PhD in Art History,
Associate Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
bozfhko_to@ukr.net

Анотація

Мета дослідження – виявити закономірності образного кодування та утворення знаково-символічних зображень і візуальних систем на їхній основі в агітаційній графіці періоду війни росії проти України. **Методи дослідження.** Методологічну основу дослідження складають семантичний та структурний мистецтвознавчий аналіз. **Наукову новизну** дослідження становить висвітлення спектру знаково-символічних зображень, що уособлюють точність кодування суспільно-історичних подій і наочність їх закріплення у візуальних комунікаціях; а також – виявлення диференціювання стандартних й інноваційних знаків та символів. **Висновки.** У розглянутих плакатних проєктах виділено найбільш характерні форми образно-візуального кодування інформації; встановлено «традиційні», «інноваційні» та «ситуативні» знакові форми та виокремлено умови їхньої взаємодії для забезпечення якості комунікативного процесу. Так, в агітаційній графіці студентів КНУКіМ виявлено як апелювання до скарбниці вже усталених форм конвенційних знаків-індексів та конвенційних символів, так і її збагачення новими символами. Бурхливі й швидкозмінні суспільні події та потреба їхнього широкого обговорення у суспільстві призводять до формування як нових візуальних образів-слів, так і їх «слово-

Abstract

The purpose of the study is to reveal the patterns of pictorial coding and the formation of symbolic images and visual systems based on them in propaganda graphics during the war between russia and Ukraine. **Research methods.** The methodology of the research is based on semantic and structural art analysis. **The scientific novelty of the research** is the reflecting of the spectrum of iconic and symbolic images, which represent the accuracy of coding socio-historical events and the clarity of their fixation in visual communications; and also – detection of differentiation of standard and innovative signs and symbols. **Conclusions.** In the considered poster projects, the most characteristic forms of image-visual coding of information are highlighted; there are established "traditional", "innovative" and "situational" symbolic forms, and the conditions of their interaction to ensure the quality of the communicative process are defined. Thus, the campaign graphics of KNUKIM students reveals appealing to the treasure trove of already established forms of conventional signs-indexes and conventional symbols, as well as its enrichment with new symbols. Violent and rapidly changing social events and the need for their wide discussion in society lead to the formation of both new visual word images and their "word combinations" and linguistic interpretations. Simultaneously,

сполучень» та мовних трактувань. Водночас відбувається оновлення візуальних символів, що вміщують у собі інформаційні пласти, набагато більші й змістовніші, ніж початкове трактування кожного окремого символу. Разом з тим, сукупне використання різних символів та нівелювання уніфікації візуальної стилістики призводять до несподіваних і не завжди очікуваних авторами результатів «декодування» графічних звернень. З огляду на згадану проблему, є нагальним та необхідним концентрування уваги науковців для заглибленого і більш деталізованого висвітлення символів і стилістичних способів їхнього відображення, що наразі формуються й поширюються в інформаційному середовищі.

visual symbols are updated, containing layers of information that are much larger and more meaningful than the initial interpretation of each individual symbol. At the same time, the combined use of various symbols and the leveling of the unification of visual stylistics lead to unexpected and not always expected by the authors results of the "decoding" graphic appeals. In view of the mentioned problem, it is urgent and necessary to focus the attention of scientists on the in-depth and more detailed illumination of symbols and stylistic ways of their display, which are currently being formed and spread in the information environment.

Ключові слова:

засоби образного кодування, комунікативні елементи, структура повідомлення, варіативність графічних форм, стандартні та інноваційні знаки та символи.

Keywords:

pictorial coding means, communicative elements, message structure, variability of graphic forms, standard and innovative signs and symbols.

Вступ **1**

Поширення та дієвість впливу суспільних комунікацій значною мірою залежать від точності і візуальної виразності «кодування» образів подій та процесів, що відбуваються у суспільстві. Зважаючи на швидкоплинність змін таких подій та ситуативний характер значної кількості візуальних звернень, що формуються під їхнім впливом, постає нагальна потреба проведення структурного мистецтвознавчого аналізу та визначення арсеналу мистецьких форм і образів, здатних консолідувати й емоційно відтворювати рефлексії митців та забезпечувати однозначність авторського ставлення до висвітлених подій протягом тривалого часу.

Мета дослідження **2**

Мета дослідження – на основі семіотичного підходу встановити спектр засобів образного кодування і визначити типологію знаків та умови утворення візуальних систем на їхній основі; висвітлити ознаки і властивості зображень, що метафорично відображують суспільні явища та події періоду військових дій росії проти України; встановити застосування традиційних та інноваційних знакових зображень і символів; розглянути умови й вимоги щодо взаємодії таких зображень, що призводять до утримання або порушення знакової системи й вимагають удосконалення графічної мови, її прийомів та способів трактування.

**Методологія
та аналіз
джерельної
бази**

3

У дослідженні використано семантичний та структурний мистецтвознавчий аналіз, що дозволили виявити як багатозначність і «багатошаровість» символів, застосованих у плакатних проектах, так і умови їхньої візуальної взаємодії та стилістичних трансформацій, що виникали при кодуванні інформаційної графіки.

Для здійснення такого аналізу основоположними стали узагальнені виклади Ч. Пірса, здійснені О. Шепетяком (2014), переосмислення філософських поглядів щодо семіотики Умберто Еко, викладені у публікації Уґо Воллі (Volli, 2021) та міркування й висновки М. Червінського (Czerwiński, 2015), який ґрунтовно розглянув дуалістичну природу знаків та деталізовано виклав роль знаків у сучасній культурі.

Аналіз літератури засвідчив наявність значної кількості досліджень, що стосуються аналізу знакових систем у цілому, і значно меншу кількість тих, що розглядають знакові системи, безпосередньо в графічному дизайні. Більшість досліджень зосереджені на теоретичних аспектах, розкривають зміст і дуалістичні виміри понятійного апарату, проте не приділяють достатньо уваги власне умовам взаємодії знаків у межах знакової системи в практиці дизайну.

Проблеми візуалізації інформації та впливовість таких засобів її формування, як алегорія та метафора, висвітлені у публікації О. Залевської (2019). Проблеми сприйняття графічної мови та усунення з неї «надлишкової» інформації висвітлено у публікації О. Гладун (2009).

Окремі аспекти щодо поліморфізму сучасних візуальних звернень і умов поєднання багатовимірних за змістом графічних знакових форм знаходимо у науковій розвідці М. Юр (2018). Прикметно, що всі згадані автори розглядають візуальну мову як знакову систему, окреслюючи семіотичні основи комунікаційних процесів і висвітлюючи основні області семіотики та моделі знаків у контексті візуальної мови.

**Результати
дослідження**

4

Досліджуючи властивості знаків та знакових зображень, насамперед, маємо звернутись до напрацювань Ч. Пірса, цитованих О. Шепетяком, згідно з якими основним досягненням наукової думки Ч. Пірса є піднесення поняття «знаку» до рівня універсалії, позбавлення його визначення у «вузьких рамках» лінгвістичних одиниць і поширення сутності знаку на будь-які предмети, об'єкти та зображення матеріального світу, що здатні відтворювати зміст, або, навіть сукупність змістових пластів; надійно фіксуватись у свідомості протягом тривалого часу (Шепетяк, 2014, с. 130).

Заглиблюючись у вивчення властивостей і відмінних характеристик знакових форм, О. Шепетяк звертає увагу на виділення

Ч. Пірсом трьох різновидів знаків, а саме: іконів (icon), індексів (index) та символів (symbol). Знаки кожного з цих видів по-іншому відносяться до своїх об'єктів (Шепетяк, 2014, с. 133). Так, за узагальненим викладом цієї класифікації, здійсненим О. Шепетяком, ікони – це знаки, що містять топографічну схожість з об'єктами матеріального світу, які відтворюються за допомогою цих знаків (Шепетяк, 2013); натомість індекси – це «репрезентація інформації про об'єкт, що здійснюється внаслідок наявності зв'язку між об'єктом, з одного боку, і чуттями або пам'яттю людини, для якої він служить знаком, з іншого» (Шепетяк, 2014, с. 134). І, нарешті, символи – це знаки, позбавлені схожості з об'єктами, які вони означають. Зв'язок символів з їхніми об'єктами є наслідком конвенції або звички щодо наділення їх певним значенням (Шепетяк, 2014, с. 134). До символів автор відносить насамперед знаки ідентифікації, в тому числі й логотипи.

Наведені властивості кожної з категорій знаків мають бути застосовані в процесі аналізу для виділення найбільш ефективних форм представлення інформації у соціальних плакатах.

У викладі поглядів У.Еко, здійснених Уго Воллі (Vollі, 2021) знаходимо підтвердження трактування понять «знак» (що розуміється як довільне поєднання означника та означуваного), та «код» (що є сукупністю, яка перелічує та організує зв'язки означника та означуваного у певному семантичному полі і, отже, визначає їхнє значення) формуючи, насамперед, «комунікацію» (Vollі, 2021, р. 87).

Наведене тут переосмислення поняття «знак» спонукає доцільність визнання знаками об'єктів або їх зображень, здатних репрезентувати в людській свідомості інші об'єкти або явища, утворювати на основі їхнього поєднання інноваційні змістові зв'язки і продукувати нове ставлення до інформації, отриманої внаслідок взаємодії полісемічних кодів. Таке розлоге трактування знаків уможливорює значне розширення спектру засобів їхньої візуальної фіксації і дозволяє класифікувати в якості знакових не тільки лаконічні й мінімалістичні графічні форми, поширені в царині айдентики, а й відносити до знакових будь-які зображення, незалежно від ступеню їх натуралістичності або складності технічно-технологічного відображення. Вочевидь, головною властивістю знакових зображень є саме їхня здатність акумулювати й відтворювати наперед задане позиціональне значення. Тобто зміст повідомлення формується дизайнером і декодується глядачами виключно як контекст взаємодії семантично наповнених знакових форм, відповідних процесам або явищам, що відбуваються у суспільстві. Поєднання багатовимірних за змістом графічних елементів, що утворюють систему жорсткої взаємодії, призводить до формування знакових систем, кожна з яких, залежно від поглядів

і світогляду як укладачів, так і рецепієнтів, здатна набувати власного значення.

Підтвердження наведеної думки знаходимо у публікації О. Залевської (2019), яка стверджує, що сучасні графічні звернення, зокрема плакати, оновлюють свої функції і відтепер не стільки закликають до дій або певних моделей поведінки, скільки намагаються передати враження їхніх авторів, осмислити події, що відбуваються у суспільстві, й оцінити їх з погляду «простої людини».

Суголосними до наведених міркувань є висновки О. Гладун (2009), яка стверджує, що у вітчизняній науці особливої значущості набуває проблема візуальної мови графічного дизайну, яка не лише засвідчує зміни художніх парадигм, а й актуалізує трансцендентні параметри візуально-пластичного мислення, проявляє нові форми національного та індивідуального духовно-творчого буття (с. 45).

Надалі, керуючись наведеними вище міркуваннями щодо значущості і впливовості графічної мови, що реалізується як сукупність знакових зображень, композиційно організованих у комунікативну структуру, можемо стверджувати доцільність значної варіативності графічних форм, яких може набувати знак. До таких форм урізноманітнення можуть належати: абстракції, стилізовані і реалістичні зображення, в тому числі фото, предмети, явища, властивості, стосунки, дії і так далі. Однак зауважимо, що в межах одного повідомлення (в нашому дослідженні – плакату) мають бути застосовані одночасно не більше, ніж два різні способи графічного представлення. Сприйняття змісту значною мірою залежить від того, наскільки ці способи автентично взаємодіють між собою та сприяють точності декодування плакатів реципієнтами.

Беручи до уваги наведені міркування, в даній публікації будемо вважати знаковими ті образи об'єктів та предметів реального світу, що здатні співвідноситись з іншими процесами та подіями, міцно «вкорінюватись» у свідомості та допомагати недвозначно декодувати зміст плакатів.

Важливим для нашого дослідження також є погляди польського дослідника М. Червінського (Czerwiński, 2015), який стверджує, що зміст знаку формується як синтез семантики образотворчих об'єктів/символів та формально-пластичних властивостей комунікативних елементів і реалізується через адекватність/паралельність двох складових знаку – того, що означає (означника) та означуваного. За твердженням дослідника, знак – це найменший елемент комунікаційної системи, який виконує вирішальну роль у передачі інформації. Крім того, М. Червінський (Czerwiński, 2015) стверджує, що знаком в інформаційних повідомленнях може бути будь-який комуніка-

тивний елемент дизайну, як зображувальний, так і шрифтовий, а також їхні колористичні характеристики (р. 22–25). Проектуючи дані твердження на площину графічного дизайну, доходимо висновку, що будь-який елемент візуальної мови може мати власний десигнант. Тобто знаком може бути як зображення, так і колір, форма, шрифт, тощо.

У Л. Литвинюк (2018), знаходимо твердження, що у семіотичних структурах наявні прямо пропорційні залежності між складністю інформації, що передається, та складністю семіотичної системи. Звідси, будь-яке візуальне повідомлення є системою комунікативних знаків, єдність графічного втілення яких складає стиль (с. 5). Однак у цього ж автора знаходимо попередження, що більшість концептуальних комунікативних систем є метафоричними за своєю природою (Литвинюк, 2018, с. 5). На основі наведених тверджень можемо зробити висновок щодо необхідності одночасного формування не тільки візуальних повідомлень, а й граматики їх декодування. Звідси, постають дискурсивні вимоги щодо доцільності використання вже усталених знакових форм і можливості утворення значної кількості варіативних змістових повідомлень унаслідок оперування обмеженою сукупністю самих графічних форм та максимального розширення технічно-графічних способів їхнього втілення.

Аналізуючи роботи студентів Київського національного університету культури і мистецтв (КНУКіМ) та наявні в інтернет-просторі графічні постери і банери, маємо визначити, що в агітаційній графіці кількісно переважають зображення рук, що можемо спостерігати щонайменше у трьох семантичних вимірах. У більшості плакатів руки унаочнюють підтримку та допомогу (рис. 1). Цей семантичний вимір реалізується за рахунок поєднання зображень рук з державною атрибутикою України та країн, допомога від яких є найбільш відчутною. Такі зображення можемо класифікувати як «традиційні» знакові форми, для уточнення яких застосовано допоміжну атрибутику, як то карти, прапори, герби тощо. Зважаючи, що долоні в цих повідомленнях уособлюють захист, турботу, підтримку і піклування, можемо класифікувати їх, наслідуючи логіку Ч. Пірса, досліджену та викладену О. Шепетяком (2014, с. 134) як індекси, тобто зображення, що апелюють до історично-культурної спадщини й користуються усталеними, в межах цієї спадщини, формами візуального кодування інформації. Проте зображення руки, стиснутої у кулак, як відображення сили й утримання намірів і намагань, застосовано не тільки співвідносно до дій українських захисників та дружніх до України держав (рис. 2). Також можемо спостерігати графічні аркуші, в яких руки зображені зв'язаними, що символізує знущання і тортури або просять про допомогу (рис. 3). Такі зображення рук, доповнені кольорами

державних прапорів, можемо класифікувати як «ситуативний» прояв знакових форм. У такий спосіб виявляється дуалістична природа знаків, виявлена та розкрита в дослідженні М. Червінського, де зокрема зазначається, що значення знаку завжди формується в контексті, а відтак конкретні значення уособлюють постійне оновлення абстрактних і системних сенсів (Czerwiński, 2015, p. 9).



Рис. 1. Зображення рук, що символізують підтримку та допомогу.

Fig. 1. Images of hands symbolizing support and help.

Рис. 1.1. Єлизавета Гунько. Постер «Український птах». 2022.

Fig. 1.1. Elyzaveta Gunko. "Ukrainian bird" poster. 2022.

Рис. 1.2. Ганна Новицька. Постер «Сила». 2022.

Fig. 1.2. Anna Novytska. "Strength" poster. 2022.

Рис. 1.3. Єлизавета Лютенко. Постер «Спільний дім». 2022.

Fig. 1.3. Elyzaveta Lutenko. "Common House" poster. 2022.

Другим за кількістю впровадження знаковим елементом є серце, за допомогою якого також представлено декілька семантичних вимірів. Найпоширенішим з них, безумовно, є підтримка України, що забезпечується завдяки образному кодуванню зображень серця кольорами українського прапора та, наприклад, прапора Польщі. Зважаючи на традиційність застосування символу серця як відповідного життю і життєдіяльності, маємо також віднести його до індексу (рис. 4). Закономірно, що зображення сердець і долонь застосовуються в агітаційній графіці як інтегровані (рис. 5), що доповнюють і підкріплюють один одного. Приємним лишається той факт, що попри численні звернення до згаданих образів автори знаходять можливості варіативного технічно-технологічного їх представлення,



Рис. 2. Зображення рук, що символізують силу і впевненість.

Fig. 2. Images of hands symbolizing strength and confidence.

Рис. 2.1. Ірина Мизрова. Постер «Слава ЗСУ». 2022.

Fig. 2.1. Iryna Myzrova. Poster "Glory of the Armed Forces". 2022.

Рис. 2.2. Дарина Гриценко. Постер «Все буде!». 2022.

Fig. 2.2. Daryna Hrytsenko. Poster "Everything will be!". 2022.

Рис. 2.3. Юлія Трохимчук. Постер «На сніданок була війна». 2022.

Fig. 2.3. Julia Trokhymchuk. Poster "There was war for breakfast". 2022.



Рис. 3. Зображення рук, що символізують звернення про допомогу.

Fig. 3. Images of hands symbolizing a request for help.

Рис. 3.1. Аліка Луп'як. Постер «Без краплини води». 2022.

Fig. 3.1. Alika Lupyak. Poster "Without a drop of water". 2022.

Рис. 3.2. Маргарита Гірчук. Без назви. 2022.

Fig. 3.2. Margarita Hirchuk. No title. 2022.

Рис. 3.3. Вікторія Бородавко. Постер «Буча». 2022.

Fig. 3.3. Victoria Borodavko. Poster "Bucha". 2022.

що застерігає твори від стереотипного дублювання. Так, на розглянутих плакатах можемо спостерігати варіативні форми графічного втілення серця. Зокрема, на плакаті Д. Максимчук для візуального ствердження подяки польському народу серце утворене з елементів народного декоративно-прикладного мистецтва. Однак саме можлива варіативність графічного відтворення комунікативних елементів у плакатах викликає проблему «інформаційного шуму» або «надлишкової інформації», що репрезентована в публікації О. Гладун. Зокрема, це стосується попередження щодо інформаційної екології, а саме поширення та споживання «забрудненої» та негативної інформації, а також перевантаження інформаційних звернень надлишковими комунікативними елементами (Гладун, 2009, с. 45). Зауважимо, що для звільнення робіт від «надлишкової інформації» молодим дизайнерам доводиться багаторазово змінювати властивості комунікативних елементів та коригувати технічно-графічні способи представлення змісту, що призводить до утворення лаконічних і стилістично об'єднаних складових візуально кодованої мови.



Рис. 4. Зображення сердець, що символізують життя і підтримку. 2022.

Fig. 4. Images of hearts symbolizing life and support. 2022.

Рис. 4.1. Анастасія Губенко. Постер «Z». 2022.

Fig. 4.1. Anastasia Gubenko. Poster "Z". 2022.

Рис. 4.2. Дарина Кезь. Постер «Любов». 2022.

Fig. 4.2. Daryna Kez. Poster "Love". 2022.

Рис. 4.3. Даніела Максимчук. Постер «Дякуємо». 2022.

Fig. 4.3. Daniela Maksymchuk. Poster "Thank you". 2022.



Рис. 5. Інтегровані зображенні рук і серця.

Fig. 5. Integrated images of hands and heart.

Рис. 5.1. Валерія Лазебнюк. Постер «Дякуємо, Польщо!». 2022.

Fig. 5.1. Valery Lazebnyuk. Poster "Thank you, Poland!". 2022.

Рис. 5.2. Дарина Кезь. Постер «Вдячність». 2022.

Fig. 5.2. Daryna Kez. Poster "Gratitude". 2022.

До числа інноваційних символів та набуття ними змістового декодування, відповідного часовим подіям, зачислимо плакати Н. Лазоренко (рис. 6.1) та А. Деревенчук (рис. 6.2). В обох цих плакатах допомога Україні представлена у вигляді пластиревих наліпок з прапорами дружніх країн на «криваві» рани українського прапора та державного тризуба. На прикладі цього плаката спостерігаємо взаємодію традиційних і інноваційних символів, контекстуальний вплив яких забезпечується технічно-стилістичною єдністю всіх комунікативних елементів.



Рис. 6.1. Назар Лазоренко. Постер «Кривавий знак». 2022.

Fig. 6.1. Nazar Lazorenko. Poster "Bloody Mark". 2022.

Рис. 6.2. Альона Деревенчук. Постер «Вила в єднанні». 2022.

Fig. 6.2. Alyona Derevenchuk. Poster "Forks in unity". 2022.

Наступною знаковою формою, що часто застосовується в період військової агресії рф проти України, стало зображення птахів, що отримали достатньо широкий спектр змістового трактування (рис. 7). Так, у роботі Д. Кезь знаходимо апелювання до державного символу Польщі, поєднаного з інтернаціональним зображенням голуба, що контекстуально уособлює прагнення України до миру. В цьому плакаті семантичне кодування значною мірою спирається на колористичні властивості зображень, а відтак візуальне поєднання таких образів птахів, як орел та голуб, можемо вважати ситуативним проявом



Рис. 7. Зображення птахів з різним семантичним наповненням.

Fig. 7. Images of birds with different semantic content.

Рис. 7.1. Валентина Лагута. Постер «Родичі розуміють один одного». 2022.

Fig. 7.1. Valentina Laguta. Poster "Relatives understand each other". 2022.

Рис. 7.2. Дарина Піонткевич. Постер «Знищимо!». 2022.

Fig. 7.2. Daryna Piontkevich. Poster "Let's destroy!". 2022.

Рис. 7.3. Назар Лазоренко. Постер «Пережемо». 2022.

Fig. 7.3. Nazar Lazorenko. Poster "Perezhemo". 2022.

Рис. 7.4. Наталя Удріс-Бородавко. Постер «Шана ЗСУ». 2022.

Fig. 7.4. Natalya Udris-Borodavko. Poster "Honor of the ZSU". 2022.

Рис. 7.5. Дарина Кезь. Постер «Дякуємо, Польщо!». 2022.

Fig. 7.5. Daryna Kez. Poster "Thank you, Poland!". 2022.

Рис. 7.6. Катерина Сюмар. Постер «Новий день». 2022.

Fig. 7.6. Kateryna Syumar. Poster "New Day". 2022.

знакових форм. Натомість, закодоване в українському тризубі зображення сокола не розкривається повною мірою, попри те, що його образний потенціал не є вичерпаним в інформаційному просторі. У плакаті ж Н. Лазоренко можемо спостерігати візуальну трансформацію українського тризуба у войовничі «ножиці», що знищують пропаговану росіянами літеру Z.

Доповнюючи тематику образного трактування птахів, маємо звернути увагу на плакат Д. Піонткевич, у якому зображення лелеки постає у вигляді захисника української землі, що дбайливо і терпляче позбавляє родючі українські землі від шкідників. У контексті слогану «Знищимо шкідників-диверсантів» прочитується асоціація з колорадським жуком, чиім кольором, власне, позначена земля. Проте доволі несподіваним, але водночас містким відображенням української землі в цьому плакаті постає образ, що формується у злитті символів, якими сьогодні себе позиціонує росія, а саме – «георгіївської стрічки» як знаку, що поступово трансформувалася з відзнаки за хоробрість до знаку імперської відданості і російськості, і «Z» як свого роду «брендowego» знаку цієї війни росії проти України. Сама ж форма, що виникає, асоціативно співвідноситься з ораними ділянками полів, і одночасно пов'язує пласт культури сьогодення з минулими століттями, коли Україні вже доводилось бути під гнітом російської імперії чи СРСР, де українців намагалися насильницьким шляхом «структурувати» через голодомор, репресії і розстріли: через нищення ідентичності. Тому такі зображення також є індексами, оскільки мають наперед задане опозиційне значення, вкарбоване у історичні пам'яті. Застосування цього знаку-індексу в такий спосіб у пропонованому контексті призвело до утворення інноваційної знакової форми.

Логічним через популярність символів стало поєднання у плакатах зображень птахів та рук (рис. 8). Наприклад у роботі М. Сухотенко таке поєднання символізує приборкання агресії країни-окупанта.

Надалі, розглядаючи спектр знаково-символьних елементів, вважаємо неможливим обійти осторонь царину вже сформованих засобів айдентики, що були впроваджені в інформаційних зверненнях довоєнного періоду, але набули дуального або відверто негативного трактування. До числа айдентики, втіленої у конвенційних знаках-символах, що отримали в Україні емоційно-образного перепозиціонування та набули змістовно негативного трактування, маємо віднести фірмові блоки всесвітньо відомих корпорацій NESTLE; LERUA MERLEN та CocaCola. Варто зауважити, що попередня прихильність і повага до зазначених кампаній в українському суспільстві змінилась на значне розчарування та втілилась у варіативному спектрі візуальних трансформацій: у знаку NESTLE родинне гніздо відтепер складається із зовсім не



Рис. 8. Поеднання зображень птахів і рук.

Fig. 8. Combination of images of birds and hands.

Рис. 8.1. Софія Поліщук. Постер «Ми – Україна». 2022.

Fig. 8.1. Sofia Polishchuk. Poster "We are Ukraine". 2022.

Рис. 8.2. Марія Сухотенко. Постер «Супротив». 2022.

Fig. 8.2. Maria Sukhotenko. Poster "Resistance". 2022.

Рис. 8.3. Назар Лазоренко. Постер «Боже, врятуй Україну!». 2022.

Fig. 8.3. Nazar Lazorenko. Poster "God, save Ukraine!". 2022.



Рис. 9. Перепозиціювання товарних знаків відомих брендів в умовах війни.

Fig. 9. Repositioning of trademarks of well-known brands in wartime conditions.

Рис. 9.1. Марія Сухотенко, Лілія Помелова. Постер "Nestle for UA". 2022.

Fig. 9.1. Maria Sukhotenko, Lilia Pomelova. Poster "Nestle for UA". 2022.

Рис. 9.2. Марія Сухотенко, Лілія Помелова. Постер "Stop funding putin's war". 2022.

Fig. 9.2. Maria Sukhotenko, Lilia Pomelova. Poster "Stop funding putin's war". 2022.

Рис. 9.3. Наталя Удріс-Бородавко. Постер «Хто не з нами – той проти нас». 2022.

Fig. 9.3. Natalya Udris-Borodavko. Poster "He who is not with us is against us". 2022.

мирних оголовоків ракет або снарядів, або подається як застигла кривава пляма. Логотип LEROY MERLIN постає не як ототожнення мирного будівництва міст та осель, а як флагман фінансування збройних сил країни-агресора. А всесвітньо відомий логотип та унікальна упізнавана форма пляшки Соса-Сола недвозначно вписано у силуети авіаційних бомб. Всі ці образні трактування символів є ситуативними і унаочнюють дизайнерські рефлексії на події, що відбуваються.

Розглядаючи світосприйняття як виокремлення окремих процесів і подій, що відбуваються у суспільстві з поступовим закріпленням у візуальній мові, М. Червінський (Czerwinski, 2015) стверджує, що в такий спосіб забезпечується безперервність континууму реальності, в межах якого і формується багатомірною системою, яку можна назвати культурою (р. 14).

Не активно застосованим, але не менш впливовим, виявився також образ змія, що асоціюється з діяльністю країни-агресора. Наразі цей образ виявлено в кількох варіативних графічних формах: від прямого метафоричного співвіднесення діяльності РФ на міжнародній арені, що погрожує всьому світу своїми прагненнями «перемоги» в плакаті А. Колевашко, де отруйні ікла постають у формі літери Z. Наступне алегоричне трактування до образу «змія» спостерігаємо у плакаті, в якому цей образ синтезовано з обладнанням для медійного впливу. Прикметно, що саме образ змія як уособлення світового зла вже був укорінений у традиціях іконопису і може класифікуватись як знак-індекс. Проте у розглянутих тут пропагандистських постерах він набуває додаткових змістових пластів і трактувань, відповідно межуючи між індексом і символом.

Наведені символи і їх взаємодія в оглянутих плакатах свідчать про утворення нових рівнів контекстуального кодування інформації та доповнення і збагачення інформаційного простору спектром знакових образів, значна кількість яких зазнала оновлення або образного перепозиціонування. Звідси, маємо погодитись з твердженням М. Юр (2013), щодо того, що сучасне мистецтво є своєрідним «дзеркалом», у якому відбиваються рефлексії художників щодо соціальних, політичних та інших змін у суспільстві; їхні твори, відповідно, стають багатоадресними. Такої складної мети митці досягають, апелюючи до засобів виразності, запозичених з різних видів мистецтва, внаслідок чого з'являється синтетична за складом художня мова, визначною рисою якої є поліморфізм (с. 287).

Аналізовані у даній публікації плакати і постери наразі відтворюють погляди і світогляд як самих авторів, так і широких верств населення. Після завершення певного періоду їх транслявання в інформаційному середовищі значна кількість цікавих і креативних вирішень набуває статусу об'єктів колекціону-



Рис. 10. Зображення змія, що символізує агресора.

Fig. 10. The image of a snake symbolizing the aggressor.

Рис. 10.1. Анастасія Колевашко. Постер «ZZ». 2022.

Fig. 10.1. Anastasia Kolevashko. Poster "ZZ". 2022.

Рис. 10.2. Тетяна Божко. Постер «Деца». 2022.

Fig. 10.2. Tatiana Bozhko. Poster "Deza". 2022.

вання. Поціновувачі сучасної візуальної культури розглядають борди, плакати, постери та інфографічні повідомлення як повноцінні твори мистецтва, відповідні запитам часу та/або ситуативним обставинам у межах подій. У такий спосіб твори графічного дизайну отримують «друге життя» як історичні раритети, що відображають і закріплюють у свідомості як події, так і їх емоційно-образне сприйняття через рефлексію авторів. Прикметно, що саме авторські рефлексії значно розширюють обрії сприйняття тих чи інших подій у суспільстві та презентують нелінійність та неоднорідність ставлення до них громадськості. Тому особисті погляди дизайнерів візуальних комунікацій, втілені у місткій та влучній образній формі, можуть стати поштовхом до зміни суспільних уявлень, або, навпаки, консолідувати погляди та переконання тих верств суспільства, що не мали чітко визначеної позиції та суджень. Сила такого впливу значною мірою залежить від естетичної і концептуальної складової творів графічного дизайну, оскільки наочний та метафоричний образ діє як переконання, що «збігається» і «входить у резонанс» з допоки нечітко сформульованими висновками та особистісними позиціями значної кількості громадян.

Наукова новизна та практична значимість дослідження

5 У результаті дослідження виявлено, що спектр знаково-символічних зображень, які уособлюють точність кодування суспільно-історичних подій і наочність їх закріплення у візуальних комунікаціях складається з усталених, ситуативних та інноваційних знакових форм. До числа усталених належать зображення рук, серця та державної символіки. Однак поєднання цих символів між собою, доповнення їх зображенням птахів і урізноманітнення способів їх графічного представлення і кольорокодування здатне утворювати ситуативні змістові контексти. До числа інноваційних символів варто віднести образи змія, образні трансформації тризуба, відображення логотипів і товарів відомих брендів у якості зброї, що призводить до переосмислення і диференціювання знакових образів.

Висновки **6**

В агітаційній графіці студентів КНУКіМ впроваджено як апелювання до скарбниці вже усталених форм конвенційних знаків-індексів та конвенційних символів, так і її збагачення та доповнення новими символами. Оперування новими символами та введення «інноваційних» та «ситуативних» знакових форм вимагає від дизайнера кропіткої образно-аналітичної роботи щодо забезпечення візуально-стилістичної єдності представлення всіх складових графічної мови (форма, колір, технічні властивості графіки, тощо), завдяки чому взаємодія таких символів набуває властивостей знакової системи, відповідної змісту явища чи події. Бурхливі і швидкозмінні суспільні події та можливість їх широкого обговорення у сучасному суспільстві призводять до формування як нових візуальних образів-слів, так і їх «словосполучень» та мовних трактувань. Водночас відбувається оновлення візуальних символів, що містять у собі інформаційні пласти, набагато більші й змістовніші, ніж початкове трактування кожного окремого символу. Разом з тим, сукупне використання різних символів та нівелювання уніфікації візуальної стилістики призводять до несподіваних і не завжди очікуваних авторами результатів «декодування» графічних звернень. З огляду на наявну проблематику, є нагальним та необхідним концентрування уваги науковців для заглибленого і більш деталізованого висвітлення тих символів і стилістичних способів їх відображення, що наразі формуються й поширюються в інформаційному середовищі.

Список бібліографічних посилань

- Гладун, О. (2009). До проблеми візуальної мови графічного дизайну України. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 5, 42–46.
- Залевська, О. Ю. (2019). Метафора як художній засіб формування образності в українському плакаті 1990-х – 2010-х рр. (на прикладі плакатів VI Міжнародної Трієнале «4-й блок»). *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 40, 204–209. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.40.2019.172705>
- Литвинюк, Л. К. (2018). Вплив концептуально-семантичних принципів проектування на візуальну ідентифікацію закладів мистецтва. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 1, 4–8.
- Шепетяк, О. (2014). Класифікація знаків у семіотиці Чарльза Пірса. *Університетська кафедра*, 3, 129–136.
- Юр, М. В. (2013). Поліморфізм художньої мови сучасного мистецтва. *МІСТ: Мистецтво, історія, сучасність, теорія*, 9, 285–291.
- Czerwiński, M. (2015). *Kultura. Dyskurs. Znak*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Volli, U. (2021). The Origins of Umberto Eco's Semio-Philosophical Project. *Rivista di estetica*, 76, 81–95. <https://doi.org/10.4000/estetica.7689>

References

- Czerwiński, M. (2015). *Kultura. Dyskurs. Znak* [Culture. Discourse. Sign]. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego [in Polish].
- Hladun, O. (2009). Do problemy vizualnoi movy hrafichnogo dyzainu Ukrainy [To the Problem of the Visual Language of Graphic Design of Ukraine]. *Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 5, 42–46 [in Ukrainian].
- Lytvyniuk, L. K. (2018). Vplyv kontseptualno-semantychnykh pryntsyviv proektuvannia na vizualnu identyfikatsiiu zakladiv mystetstva [The Influence of Conceptual and Semantic Principles of Designing on Visual Identification of Art Establishments]. *Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 1, 4–8 [in Ukrainian].
- Shepetiak, O. (2014). Klasyfikatsiia znakiv u semiotytsi Charlza Pirsra [The Classification of Signs in the Semiotics of Charles Peirce]. *Universytetska kafedra*, 3, 129–136 [in Ukrainian].
- Volli, U. (2021). The Origins of Umberto Eco's Semio-Philosophical Project. *Rivista di estetica*, 76, 81–95. <https://doi.org/10.4000/estetica.7689> [in English].
- Yur, M. V. (2013). Polimorfizm khudozhnoi movy suchasnoho mystetstva. *MIST: Mystetstvo, istoriia, suchasnist, teoriia*, 9, 285–291 [in Ukrainian].
- Zalevska, O. Yu. (2019). Metafora yak khudozhnii zasib formuvannia obraznosti v ukrainskomu plakati 1990-kh – 2010-kh rr. (na prykladi plakativ VI Mizhnarodnoi Triennale "4-i blok") [Metaphor as an Artistic Means of Forming Imagery in the Ukrainian Poster of the 1990s – 2010s (on the Example of the Posters of the VI International Triennial "4th block"). *Bulletin of KNUKiM. Series in Arts*, 40, 204–209. <https://doi.org/10.31866/2410-1176.40.2019.172705> [in Ukrainian].