

Сорочинська Оксана Андріївна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри теорії та методик дошкільної й інклюзивної освіти, Житомирський державний університет імені Івана Франка, вул. Велика Бердичівська, 40, м. Житомир, 10008, тел.: (0412) 43-14-17, <https://orcid.org/0000-0003-4823-1089>

ДИЗАЙН ПЛАКАТУ ЯК ЗАСІБ ЕКОЛОГІЧНОГО ПРОСВІТНИЦТВА

Анотація. Збільшення кількості населення і як наслідок зростання споживання води, природних ресурсів, продуктів харчування, зумовлює вплив життєдіяльності людини на природне довкілля та погіршення екології. У значної частини людства сформована думка домінування людини над природою, що призводить до неконтрольованого використання природних багатств. Перед суспільством постає виклик збереження природного довкілля для майбутніх поколінь та безпечного проживання зараз. Не зважаючи на інтенсивний розвиток науки та технологій проблема покращення екологічного стану планети є невирішеною. Метою статті було проаналізувати особливості впливу сфери дизайн на процес екологічного просвітництва населення та популяризацію екологічних проблем засобами екологічного плакату. У ході наукового дослідження здійснено аналіз стану екологічних проблем світу та України та конкретизовано класифікацію екологічних проблем відповідно до масштабу, походження, характеру впливу. Подано детальну характеристику основних антропогенних причин екологічної кризи як України так і світу загалом. Акцентовано увагу на забрудненні ґрунтів у результаті воєнних дій.

Аналіз наукових джерел дозволив з'ясувати, що вирішення екологічних проблем потребує спільних зусиль держави, бізнесу і громадянського суспільства. У зв'язку з цим окреслено особливості Концепції сталого розвитку та затверджених Цілей Сталого розвитку у вирішенні екологічних проблем.

З'ясовано, що проблеми екології та загострення екологічної кризи найшли своє відображення в одному з напрямів дизайну – еко-дизайн і зокрема через продукт діяльності – плакат екологічного спрямування (екологічний плакат). Охарактеризовано особливості графічного дизайну у розробці плакатів, як провідної форми інформування населення про екологічні проблеми та шляхи їх вирішення. Узагальнено погляди науковців щодо ролі соціальної реклами та рекламних носіїв у мінімізації впливу людства на екологічний стан планети. Розглянуто можливість використання плакатів на екологічну тематику та екологічних слоганів у формуванні екологічного простору, свідомості та культури населення. Окреслено переваги популяризації екологічних проблем із використанням екологічних плакатів. Акцентовано увагу на соціальній цінності екологічних плакатів як засобу візуалізації екологічних проблем.

Ключові слова: екологія, екологічні проблеми, графічний дизайн, еко-дизайн, плакат, екологічний плакат, слоган, екологічне просвітництво, соціальна реклама.

Oksana Sorochynska, Candidate of Pedagogical Sciences (PhD in Pedagogy), Associate Professor of the Department of Theories and Methods of Preschool and

POSTER DESIGN AS A TOOL OF ENVIRONMENTAL EDUCATION

Abstract. The increase in the number of the population and, as a result, the increase in the consumption of water, natural resources, and food products, determines the influence of human activity on the natural environment and the deterioration of ecology. A significant part of humanity has formed the opinion of human dominance over nature, which leads to the uncontrolled use of natural resources. Society faces the challenge of preserving the natural environment for future generations and living safely now. Despite the intensive development of science and technology, the problem of improving the ecological condition of the planet remains unresolved. The purpose of the article was to analyze the features of the influence of the field of design on the process of environmental education of the population and popularization of environmental problems by means of ecological posters. In the course of scientific research, an analysis of the state of environmental problems of the world and Ukraine was carried out and the classification of environmental problems was specified in accordance with the scale, origin, and nature of the impact. A detailed description of the main anthropogenic causes of the ecological crisis in both Ukraine and the world in general is provided. Attention is focused on soil pollution as a result of military operations.

The analysis of scientific sources made it possible to find out that solving environmental problems requires joint efforts of the state, business and civil society. In this regard, the features of the Sustainable Development Concept and the approved Sustainable Development Goals in solving environmental problems are outlined.

It was found that the problems of ecology and the aggravation of the ecological crisis were reflected in one of the directions of design – eco-design, and in particular through the product of activity – an ecological poster (ecological poster). The peculiarities of graphic design in the development of posters, as a leading form of informing the population about environmental problems and ways to solve them, are characterized. The views of scientists regarding the role of social advertising and advertising media in minimizing the impact of humanity on the ecological state of the planet are summarized. The possibility of using posters on ecological topics and ecological slogans in the formation of ecological space, consciousness and culture of the population is considered. The advantages of popularizing environmental problems with the use of environmental posters are outlined. Attention is focused on the social value of environmental posters as a means of visualizing environmental problems.

Key words: ecology, environmental problems, graphic design, eco-design, poster, environmental poster, slogan, environmental education, social advertising.

Постановка проблеми. Фундаментальні екологічні зміни в докiллі зумовлюють пошук нових, ефективних механiзмiв популяризацiї iнформацiї серед верств населення. Досягнення науки та технiки не завжди є результативними у збереженнi докiлля. Вагома роль у вирiшеннi окресленої проблеми полягає в iнтеграцiї рiзних галузей науки, зокрема екологiї та дизайну.

Продуктом діяльності еко-дизайну є плакат, який є засобом масової інформації і має соціальний аспект. Екологічний плакат є тим засобом, який через процес візуалізації впливає на емоції, почуття людини, естетично та морально її виховує, стимулює, провокує та переконує до практичних дій збереження довкілля.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Аналіз проблеми екологічного просвітництва та мінімізації впливу людства на стан екології засобами візуалізації засвідчив актуальність серед багатьох науковців. Проблема візуальних засобів і стилістичних тенденцій у плакаті, зокрема екологічному, в структурі медіапростору II половині XX – II десятилітті XXI ст. була предметом дослідження С. Прищенко Науковець О. Павловська, досліджувала історію екологічної реклами у вирішенні екологічних проблем [19]. Особливості візуальної комунікації і зокрема засобами плакату висвітлено у наукових роботах Н. Остапенко, М. Колосніченко, Т. Луцкер. Ними було узагальнено класифікацію графічних об'єктів із акцентом на соціальній ознаці [16]. У свою чергу у наукових працях А. Андрейканіч [9] висвітлено класифікацію, поділ плакатів на види, а зокрема окрему типологічну підгрупу плаката – екологічний плакат, вивчала О. Северіна. У дисертації О. Северіної «Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами міжнародних трієнале «4-й Блок»)» (2009) досліджено історико-соціальні та культурні особливості становлення та розвитку екологічного плаката, його еволюцію від модернізму до постмодернізму та активного використання учасниками екологічних рухів [22].

Оцінка впливу плакатів на підсвідомість людини для мотивації покращення та збереження довкілля відображена у роботі Н. Житеньової та К. Черниша [27]. Група науковців С. Прищенко, Є. Антонович, Т. Сенчук вивчали особливості екоплакату як форми соціокультурних комунікацій; формування екологічної свідомості засобами екоплакату [20].

Однак, не зважаючи на різноплановість наукових досліджень, проблема популяризації екологічних проблем, екологічного просвітництва серед населення засобами дизайну плакатів екологічного спрямування є актуальною і потребує більш детального дослідження.

Мета дослідження – аналіз особливостей використання плакатів екологічного спрямування у популяризації екологічних проблем та екологічного просвітництва населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Серед глобальних проблем людства на початку XXI-го століття на перше місце виходять екологічні проблеми. Як зазначено у словнику екологічна проблема (криза) – це результат зміни природного середовища, що зумовлює порушення структури і функціонування природних систем, що має негативний соціальний, економічний, демографічний та інші наслідки [11; 23]. У науковій літературі виділяють два аспекти екологічних проблем, зокрема: екологічні проблеми (кризи), які виникають у результаті природних процесів (стихійні явища, міжвидова конкуренція, самоорганізація систем) і які викликані антропогенним впливом, нерациональним природокористуванням людства та наслідками цивілізаційного прогресу.

Сучасна екологічна ситуація на планеті Земля характеризується, майже повсюдно, різким погіршенням якості навколишнього середовища. Основними причинами, факторами загострення екологічної ситуації та виникнення

екологічної кризи є: антропогенні, природні, соціально-економічні. Серед антропогенних факторів виникнення екологічної кризи можна назвати демографічний вибух та збільшення кількості відходів, урбанізацію (зростання міст та поширення міського способу життя в певному регіоні країни чи країн загалом), інтенсифікація сільського господарства шляхом використання пестицидів та нітратів, і як наслідок забруднення ґрунтів та їх ерозія; промислове виробництво та транспорт (інтенсивне забруднення природного довкілля шкідливими речовинами їх діяльності).

Природними факторами виникнення екологічної кризи є: природні катаклізми (повені, землетруси, цунамі, вулканічні виверження та підвищення температури, зміна кількості опадів та ін.). Основними соціально-економічними факторами можна назвати: нераціональне використання природних ресурсів (інтенсивна вирубка лісів, вилов риби, виснаження ґрунтів та ін.); низький рівень екологічної свідомості та культури населення щодо попередження та подолання негативного впливу на природне довкілля; орієнтація економіки на безперервний ріст, що зумовлює надмірну експлуатація природних ресурсів і усвідомлення їх невичерпності.

Отже, погіршення екологічної ситуації на планеті є проблемою всього людства, яка несе значний вплив на рівень здоров'я, достатку та є найактуальнішим викликом сучасності. За здійснюваним ефектом всі екологічні кризи можна поділити на локальні (ефект дії екологічної кризи обмежений певним регіоном чи спільнотами), регіональні (проявляються на великих територіях і мають відношення до великих екологічних систем), планетарні (екологічною кризою охоплені більшість екологічних систем Землі або біосфери загалом). Значна частина екологічних проблем має глобальний, планетарний характер. До таких проблем можна віднести: атмосферні зміни (зміна клімату з підвищенням середньої температури і виникненням посух чи повенів, танення льодовиків, руйнація озоносфери); забруднення довкілля продуктами діяльності промисловості та побуту людини; зменшення або повна втрата біорізноманіття та руйнування екосистем; порушення стабільності екосистем у результаті надмірного використання та виснаження природних ресурсів і зокрема вичерпних. Також планетарний характер має зменшення запасів прісної води, мінеральних ресурсів [26].

Поряд з глобальними екологічними проблемами Україна має і локальні, які виникли в результаті: аварії на Чорнобильській атомній станції і як наслідок радіаційне забруднення території; перевищене забруднення повітря (в Україні у вигляді смогу в атмосферу викидається 6 млн.т. шкідливих речовин) і води у промислових регіонах (Запоріжжя, Миколаїв, Харків, Маріуполь та ін.); низький рівень утилізації та рециклінгу промислових та побутових відходів (800 офіційних звалищ – 35 млрд.т сміття); скорочення сільськогосподарських угідь та деградація ґрунтів (ерозія, підтоплення, заболочення). Окремим видом екологічної катастрофи, яка нині існує в Україні є руйнування ґрунту у результаті воєнних дій. Зокрема, нафтопродукти, вибухові речовини та боеприпаси містять велику кількість важких металів, які потрапляючи в ґрунт роблять його токсичним для живих організмів та непридатним для ведення сільського господарства. Ведення бойових дій, руйнування будівель, рух важкої техніки – ущільнюють ґрунт, порушують його структуру, погіршують водопроникність і

аерацію. Території, які потерпають від бойових дій піддаються негативному впливу мінеральними добривами та пестицидами у результаті руйнування складів та заводів із їх виготовлення. А також забруднення побутовими та промисловими відходами, які залишаються після воєнних дій [8; 13].

Отже, екологічні проблеми світу та України є складними і багатогранними. Їх вирішення потребує спільних зусиль держави, бізнесу і громадянського суспільства. Одним із таких ключових аспектів у подоланні екологічних проблем є затвердження Концепції сталого розвитку, яка пропонує комплексне бачення розвитку суспільства з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів. Результати Міжнародної Комісії з довкілля і розвитку у 1987 році сформулювали сутність поняття «сталий розвиток» під яким розуміють «такий розвиток суспільства, за якого задоволення потреб теперішніх поколінь не має ставити під загрозу можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби» [1]. А у 2015 р. на засіданні Генеральної Асамблеї ООН було прийнято перелік Цілей Сталого розвитку до 2030 р. [6], які включають сімнадцять найбільш амбітних цілей та задач.

Важливість затверджених Цілей Сталого розвитку у вирішенні екологічних проблем зумовлена низкою причин, зокрема: збалансований підхід (концепція сталого розвитку спрямована на баланс між економічним зростанням, соціальним прогресом та збереженням довкілля, а це зумовлює те, що прийняття екологічних рішень відбувається з урахуванням їх впливу на довкілля та суспільство); довгострокове бачення (економічний зріст базується на збереженні природних ресурсів для майбутніх поколінь); запровадження інновацій та нових технологій (біопаливо з рослинних та тваринних відходів, біорозкладні матеріали, вертикальне фермерство для зменшення експлуатації ґрунту, енергоефективні будинки з екологічних будівельних матеріалів із зеленими дахами покриті рослинністю, які сприяють ізоляції будинку та покращують мікроклімат; біоремедіація – використання мікроорганізмів для очищення забруднених ґрунтів і вод та ін.); міжнародне співробітництво у всіх галузях [18; 24]. Тому, комплексне вирішення причин екологічних проблем спрямоване на ефективне використання природних ресурсів, нових матеріалів та технологій, запровадження відновлювальної енергетики. Окрім модернізації та запровадження енергоефективних інновацій, безвідходних технологій важливе значення у вирішенні екологічних проблем має створення комплексної системи екологічного виховання та освіти усіх верств населення, популяризація екологічних проблем через всі засоби інформації та екологічна просвіта населення засобами візуалізації та соціально екологічно спрямованої реклами.

Проблеми екології та загострення екологічної кризи найшли своє відображення в одному з напрямів дизайну – еко-дизайні, який чітко сформувався у другій половині ХХ століття. Зв'язок екології і дизайну можна прослідкувати через продукт діяльності дизайну, а саме плакат екологічного спрямування. У перекладі з німецької мови (нім. Plakat від фр. placard – оголошення, афіша, від plaquer – наліпити, приклеювати) – помітне, як правило, великоформатне зображення, яке супроводжується коротким текстом, виготовлене з агітаційною, рекламною, інформаційною або навчальною метою [10].

Плакат є найпоширенішим видом графіки, який має соціальну, рекламну, навчальну та ін. мету. Окрім того, плакат є потужним засобом комунікації та

впливу на свідомість суспільства. Плакат інтегрує в собі яскравість та лаконізм інформації, зрозумілість ідеї, різноманітність шрифтів, що дозволяє в повній мірі візуалізувати інформацію. Через плакат екологічного змісту дизайнер відображає схвильованість і емоційність у прагненні донести екологічну інформацію чи ідею до суспільства. Зокрема, на думку французького художника А. Кассандра «... плакат є засобом комунікації між комерсантом і споживачем; це ніщо інше, як телеграф. Плакатист грає роль телеграфіста, він не видає інформацію, а тільки передає її далі, його завдання – передати інформацію в зрозумілій та виразній формі» [19].

З позиції психології, мозок людини швидше і краще обробляє великий обсяг інформації, коли вона спрощена і візуалізована. Саме плакат, здатний миттєво привернути увагу людини через подачу інформації в легкій та доступній формі. Окрім того, будучи знаковим носієм інформації, простим і зрозумілим у сприйнятті, плакат не потребує значних інтелектуальних зусиль і в той же час виховує морально, естетично, впливає на емоції та ставлення до навколишнього середовища. На думку Британського соціолога Робіна Коена, плакат є прикладом креолізації, тому що, поєднує вербальну та візуальну частину мови [2]. Не зважаючи на те, що плакат є найефективнішим засобом візуальної комунікації, і має стимулювати, провокувати та переконувати – реалізувати задум художнику важче, а ніж самовиразити себе у картині (швейцарський графік Мюллер-Брокман) [3].

Екоплакат є некомерційним засобом реклами у засобах масової інформації і несе соціальний аспект. Так понад сто років екоплакат є «зеленою» рекламою, яка виховує естетичні почуття, формує екологічну свідомість та щороку стає більш лаконічною, виразнішою та яскравішою. Однак, не зважаючи на ефективність екологічного плаката як засобу екологічної просвіти населення спостерігається недостатня кількість екологічних соціальних закликів у медіа-просторі.

Мистецтво екологічного плакату розвивалося протягом багатьох років. Зокрема у 1906 р. на захист Ніагарського водоспаду від шкоди завданої енергетичною компанією було організовано екологічну соціальну рекламу через плакат як дієвий та недорогий засіб впливу на суспільство. Подальшим поштовхом розвитку плакату як засобу екологічної просвіти стали конкурси та виставки [5].

Висвітлення наслідків Чорнобильської катастрофи та данина пам'яті героям ліквідації наслідків аварії, у Харкові 1991 р. проведено виставку екологічного плакату "4-й блок", учасниками якої було 45 країн світу. У вересні 2013 р. відбулася виставка екологічного плакату «Нічого не вирішено» К. Штека (Klaus Staeck), який понад 40 років висвітлював екологічні проблеми (зміни клімату, забруднення повітря, зростання кількості сміття, ядерні відходи і забруднення світового океану). Візуалізація екологічних проблем через плакат привертає увагу значно швидше, а образ запам'ятовується [19]. У рамках конкурсу екологічних малюнків для дітей та молоді у 2015 р. організовано спільний німецько-український проєкт «ЕКО-культура», метою якого було популяризація екотрендів, формування нового стилю життя засобами плакатного мистецтва та популяризація концепції чистого міста, культури споживання та енергозбереження. У конкурсі екологічного плакату взяли участь понад 70 дітей

з різних країн [4]. З метою привернути увагу громадськості до сучасних екологічних загроз, виявити творчий потенціал молоді щодо дбайливого ставлення до природних ресурсів, розуміння значних втрат біорізноманіття, зміни клімату, захисту біосфери, енергетичного контролю та можливих шляхів вирішення цих проблем, на початку 2021 року Державний університет інфраструктури та технологій (м. Київ) провів конкурс віртуального екоплакату серед здобувачів із європейських країн [4].

Сучасний екологічний плакат дещо трансформувався через поєднання нестандартності, емоційності, гумору, використання креативних технологій візуально-вербальної передачі інформації – метафор, метонімії, алегорій, асоціацій, гіпербол. Новим напрямком застосування екологічних плакатів стало розвиток еко-мислення, популяризація еко-трендів, збереження етнокультурних регіональних традицій, мовна екологія, формування нового еко-стилю життя та екологічних міст. Тому, у галузі дизайну акцент робиться на девізі «Вперед до природи!» (а не назад), ключем якого є позитивне ставлення до природи, більш плідне використання її законів у художньо-проектній діяльності [21]. У процесі розробки екологічного плакату та з метою максимальної реалізації девізу «Вперед до природи», дизайнер-плакатист зображуючи, тему чи проблему має пропустити через власний світ сприйняття та ставлення до екологічної проблеми.

Ефективність екологічного плакату у популяризації екологічних проблем обумовлена низкою його особливостей: лаконічність та зрозумілість інформації, яка досягається чіткими слоганами, закликами до дії; емоційне забарвлення та яскравість візуалізації завдяки контрасту кольорів, форм, розмірів. Ефективність використання екологічного плакату залежить від його структури та оформлення. Розробляючи дизайн екологічного плакату варто дотримуватися основних елементів структури: зображення (використання символів природи, контраст кольорів та форм); слоган; текст (мінімум тексту, зрозуміла та доступна мова, додаткова інформація про статистику чи контакти організації); кольори (контраст кольорів та їх символіка – зелений асоціюється з природою, синій – з водою); композиція (фокус на головному елементі плакату). 15-20% площі екологічного плакату має займати зображення чи графіка. Щоб максимум привернути увагу до екологічної проблеми та спонукати підсвідоме переживання варто використовувати червоний колір та бордо. У свою чергу червоний колір виступає як символ небезпеки, подразнення і занепокоєння. Чорно-сіра кольорова гамма спричиняє почуття страху, відчаю; світлі, яскраві (блакитний або зелений) – підсилюють позивні реакції, стимулюють позитивні емоції [7].

Також у екологічних плакатах доречним є контраст протилежностей, зокрема: природне та техногенне (протиставлення краси природи і руйнівної дії людини (наприклад, чисте озеро і заводські труби); життя і смерть (зображення живих і мертвих істот – наприклад, хвора тварина на фоні здорового лісу); чисте і забруднене (контраст між дикою природою і забрудненим середовищем – чистий сніг і смітєва купа); майбутнє і минуле (порівняння минулого стану природи і її можливого майбутнього – наприклад, пишні ліси і пустеля); велике і мале (контраст між масштабами планети і діями людини – маленька людина, яка тримає в руках Землю) та ін.

Приклади структури екологічного плакату: варіант 1: Велике, емоційне зображення тварини, яка страждає від забруднення океану. У нижній частині

плакату – короткий і яскравий слоган: «Скажи ні пластику!»; варіант 2: Фотографія лісу після пожежі. Над фотографією – великий напис: «Збережемо ліси!»; варіант 3: Символ Землі, оточений різними видами забруднення. Слоган: «Наша планета – наш дім».

Отже, при розробці екологічно плакату дизайнери активно використовують психологічні підходи впливу на свідомість людини, навіть на межі психологічного шоку, залякування. Загалом, візуалізація екологічної проблеми відбувається у моделі «до і після» (до виникнення проблеми та при набутті її наслідків) [7].

Варто більш детально зупинитися на понятті слоган як складової екологічного плакату. Слоган – це коротке, запам'ятовуюче гасло, яке передає основну ідею плакату. У контексті екологічних плакатів, слоган є своєрідним «маяком», що привертає увагу і залишається в пам'яті людини. Таке поєднання слів спрямоване на концентрацію уваги людини, виокремлення важливої інформації з потоку іншої та запам'ятовування. Щоб інформація, відображена на екологічному плакаті була зрозуміла та доступна для різних категорій населення, слоган не має містити складних та незрозумілих термінів. Для максимальної візуалізації слогана потрібно підібрати відповідний шрифт, який підкреслить ідею екологічного плакату, буде добре сприйматися з великої відстані та не відволікає від головної ідеї. Акцент шрифту може бути на слові, фразі або на окремій букві.

Різноманітність екологічних плакатів зумовлена великою кількістю напрямків екологічних проблем. У наукових працях А. Андрейканіч є класифікація видів плакатів за призначенням [9]: пропагандистський (підвиди агітаційний та політичний), рекламний, соціальний, культурологічний та навчально-інструктивний. Зокрема, екологічні плакати можна класифікувати на [27]: атмосферні (забруднення атмосфери); водні (виснаження і забруднення поверхневих і підземних вод, забруднення морів і океанів); геолого-геоморфологічні (порушення рельєфу і геологічної будови); ґрунтові (забруднення ґрунтів, ерозія, дефляція, вторинне засолення, заболочування та ін.); біотичні (зменшення рослинності, деградація лісів, пасовищна (екологія) дигресія, скорочення видової різноманітності та ін.); комплексні (ландшафтні) – опустелювання, зниження біорізноманітності, порушення режиму природоохоронних органів.

Прикладами таких робіт можуть бути авторські роботи здобувачів вищої освіти освітньої програми Графічний дизайн Житомирського державного університету імені Івана Франка (рис. 1-4).

Окрім пропаганди природо збереження та висвітлення екологічних проблем екологічний плакат є ефективним засобом реклами природної спадщини народу. Так, на плакатах можна зображати природні історичні пам'ятки, гори, рідкісних і зникаючих рослин і тварин.

Розвиток технологій зумовлює і модернізацію екологічних плакатів. Прикладом цього є використання технології доповненої реальності за допомогою QR-коду, який розміщують безпосередньо на плакаті. Завдяки тому, що плакат «оживає», а об'єкти на ньому рухаються зазначена інформація сприймається більш емоційно. Завдяки цій технології інформація не тільки візуалізується, а й сприймається на слух і як наслідок людина отримує більше інформації [17].

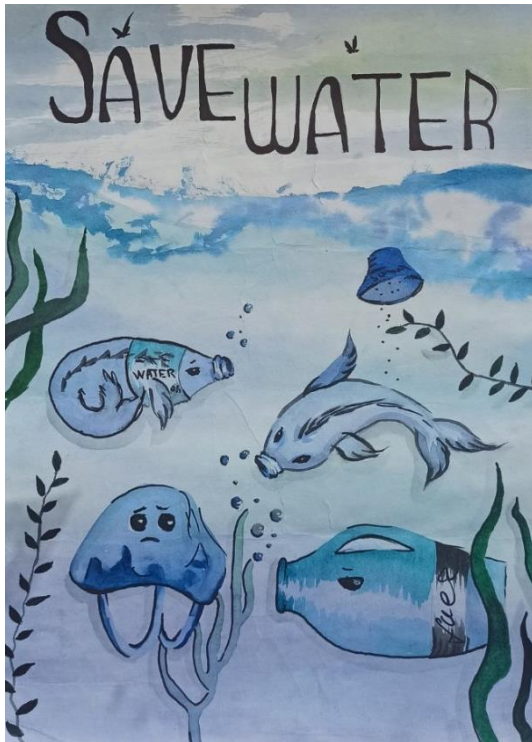


Рис. 1. Творча робота Вікторії Костюк

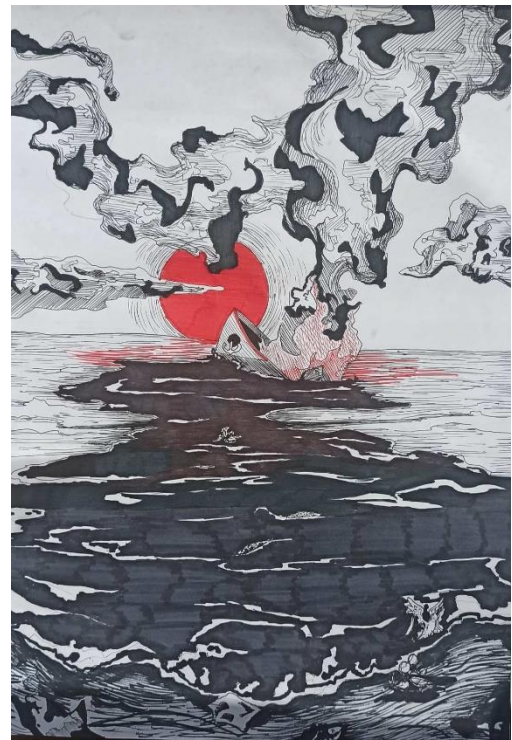


Рис. 2. Творча робота Ярослава Мельника

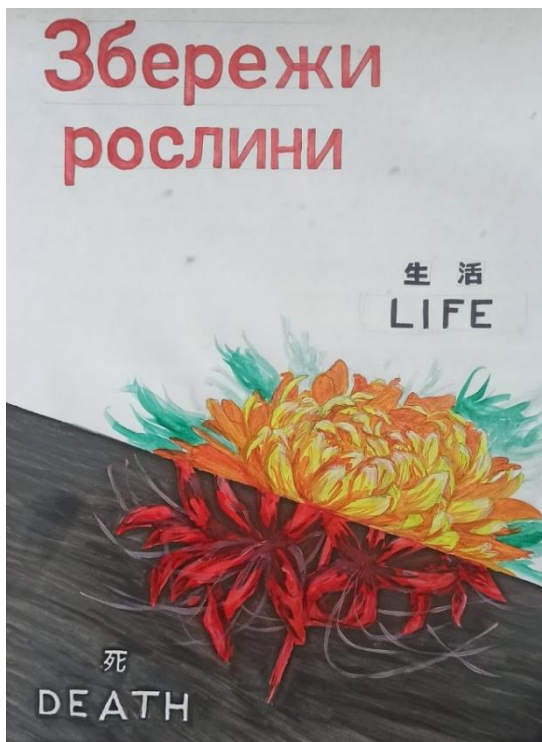


Рис. 3. Творча робота Злати Слободенюк

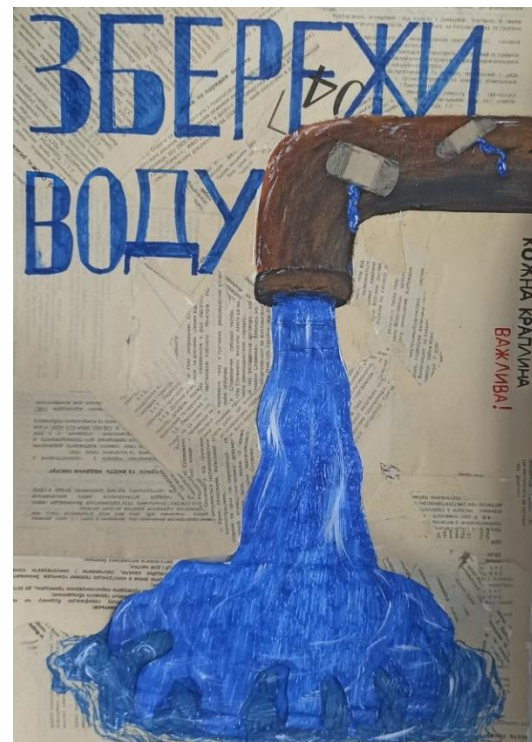


Рис. 4. Творча робота Анастасії Чернецької

Висновки. Враховуючи особливості оформлення та впливу на підсвідомість людини екологічний плакат, є ефективним засобом мотивування людини до дій пов'язаних із збереженням довкілля. Наразі використання екологічного плакату в Україні, як засобу екологічного просвітництва та

екологічної пропаганди не достатньою мірою реалізоване. Результати наукового дослідження матимуть значення у підготовці здобувачів вищої освіти освітньої програми Графічний дизайн до подальшої професійної діяльності, формування особистісних позицій щодо збереження довкілля.

Література:

1. Brundtland, G.H. Our common future – Call for action. *Environmental Conservation*, 1987. 14(4): p. 291-29.
2. Cohen R. (2007). Creolization and cultural globalization: the soft sounds of fugitive power. *Globalizations*, 4(3), 369–384. URL: <https://doi.org/10.1080/14747730701532492> (last accessed: 03.08.2024).
3. J. Müller-Brockmann, *History of the Poster* (2004).
4. Pryshchenko S. A visualization of the energy-saving problems. *Web of Conferences* 250, 07005 (2021). URL: <http://surl.li/ymtrbp> (last accessed: 13.07.2024).
5. Pryshchenko S., Antonovych Y., Senchuk T. Formation of the environmental awareness: creative approaches to eco poster. January 2022. *Environmental Problems* 7(2):55-61. P. 54-61. URL: <http://surl.li/ivlfxl> (last accessed: 28.07.2024).
6. UN, *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. 2016.
7. Адаптивна роль плакату в контексті розвитку сучасного мистецтва : моногр. / під наук. ред. М. В. Колосніченко. Київ: КНУТД, 2023. 220 с.
8. Ангурець О., Хазан П., Колесникова К., Куш М., Чернохова М., Гавранек М. Україна, шкода довкіллю, екологічні наслідки війни. Івано-Франківськ, 2023. С. 27-33.
9. Андрейканіч А. Визначення поняття плаката, його види та жанри. *Вісник Закарпатського художнього інституту*. 2014. №5. С. 134-138.
10. Бистрякова В., Осадча А., Гула Є. Плакат як засіб соціальної реклами. *Народознавчі зошити*. № 5 (137), 2017. С. 1162-1167.
11. Вікіпедія URL: <https://salo.li/7aC3a31> (дата звернення 16.05.2024).
12. Зайцева Л. О. Складові концепції сталого розвитку. *Ефективна економіка*. 2019. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/57.pdf (дата звернення 17.06.2024).
13. Лахно С. В. Екологічні наслідки війни в Україні [Електронний ресурс] / С. В. Лахно, С. Г.Лахно // Лісівнича освіта і наука: стан, проблеми та перспективи розвитку : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Малин, 21 берез. 2023 р. Малин : МФК, 2023. С. 252-256.
14. Мусіна Л. А. Інновації та технології для розвитку зеленої ресурсоефективної економіки України / Л. А. Мусіна, Т. К. Кваша : монографія. К.: УкрІНТЕІ, 2017. 138 с.
15. Остапенко Н., Грошева А., Антоноженко А. Соціальний плакат як культурноціннісний орієнтир. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матеріалів міжнарод. наук.-практ. конф. (Київ, 22 квітня 2021 р.)*. Київ: КНУТД, 2021. у 2 томах. Том 2. С. 61-63.
16. Остапенко Н.В., Колосніченко М.В., Луцкер Т.В. Сучасний плакат як різновид реклами: види та формати носіїв в різних каналах комунікації (на прикладі адаптивного дизайну плаката). *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія / М.В.Колосніченко та ін.* Київ: КНУТД, 2022. С. 212-226.
17. Попова Н. В. *Основи реклами : навчальний посібник*. Харків : Видавництво «ВДЕЛЕ», 2016. 145 с.
18. Природоорієнтовані рішення для сталих міст Гід для прийняття рішень. URL: <http://surl.li/uwknrc> (дата звернення 12.06.2024).
19. Прищенко С. В. Екологічна соціальна реклама в структурі медіапростору. *Культурологічна думка*. 2016. №10. С. 224-229.
20. Прищенко С., Антонович Є., Сенчук Т. Екоплакат як форма соціокультурних комунікацій. *Дизайн візуальних комунікацій. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну 2021 Том 4 № 2*. С. 126-142.
21. Прищенко С. (2020). *Дизайн і реклама: ілюстрований глосарій (основні терміни та поняття)* Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 208 с.

22. Северіна О. М. Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами Міжнародних трієнале “4-й Блок”): автореф. дис. ... канд. мистецтвознав.: 17.00.07. Харків: ХДАДМ. 2010. 20 с.
23. Словник-довідник сучасних екологічних та природоохоронних термінів / [укл. Гончаренко Г. Є., Совгіра С. В.]. К.: Наук. світ, 2010. С. 20.
24. Сотник О.С. Інноваційні підходи до розв’язання екологічних проблем в процесі євроінтеграції. Юридичний науковий електронний журнал. № 10/2023. С. 290-294.
25. Стратегія сталого розвитку: Європейські горизонти [Електронний ресурс]: Підручник / І.Л.Якименко, Л.П. Петрашко, Т.М. Димань, О.М. Салавор, Є.Б. Шаповалов, М.А.Галабурда, О.В. Ничик, О.В. Мартинюк. К.: НУХТ, 2022. 337 с.
26. Череда І. С. Екологічна криза в Україні та шляхи її подолання. Економіка. Серія 18. Економіка і право. Випуск 27’2015. URL: <https://salo.li/5Af0c4c> (дата звернення 01.08.2024).
27. Черниш М.С. Розробка плакатів на екологічну тематику як одна з актуальних проблем сьогодення. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки» № 28 (червень, 2023). С. 469-174.

References:

1. Brundtland G.H. (1987). Our common future – Call for action. *Environmental Conservation*, 1987. 14(4): p. 291-29. [in English].
2. Cohen R. (2007). Creolization and cultural globalization: the soft sounds of fugitive power. *Globalizations*, 4(3), 369–384. URL: <https://doi.org/10.1080/14747730701532492> [in English].
3. J. Müller-Brockmann, *History of the Poster* (2004). [in English].
4. Pryshchenko S. (2021). A visualization of the energy-saving problems. *Web of Conferences* 250, 07005 (2021). URL: <http://surl.li/ymtrbp> [in English].
5. Pryshchenko S., Antonovych Y., Senchuk T. (2022). Formation of the environmental awareness: creative approaches to eco poster. January 2022. *Environmental Problems* 7(2):55-61. P. 54-61. URL: <http://surl.li/ivlfxl> [in English].
6. UN, *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development* (2016). [in English].
7. Kolosnichenko M. V. (2023). *Adaptyvna rol plakatu v konteksti rozvytku suchasnoho mystetstva* [The adaptive role of the poster in the context of the development of modern art]. Kyiv: KNUTD [in Ukrainian].
8. Anhurets O., Khazan P., Kolesnykova K., Kushch M., Chernokhova M., Havranek M. (2023). *Ukraina, shkoda dovkilliu, ekolohichni naslidky viiny* [Ukraine, damage to the environment, ecological consequences of the war]. Ivano-Frankivsk [in Ukrainian].
9. Andreikanich A. (2014). *Vyznachennia poniattia plakata, yoho vydy ta zhanry* [Definition of the concept of a poster, its types and genres]. *Visnyk Zakarpatskoho khudozhnoho instytutu* [in Ukrainian].
10. Bystriakova V., Osadcha A., Hula Ye. (2017). *Plakat yak zasib sotsialnoi reklamy* [Poster as a means of social advertising]. *Narodoznavchi zoshyty* [in Ukrainian].
11. *Wikipediia* [Wikipedia]. URL: <https://salo.li/7aC3a31> [in Ukrainian].
12. Zaitseva L. O. (2019). *Skladovi kontseptsii staloho rozvytku. Efektyvna ekonomika* [Constituent concepts of sustainable development. Efficient economy]. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/57.pdf [in Ukrainian].
13. Lakhno S. V., & Lakhno S. H. (2023). *Ekolohichni naslidky viiny v Ukraini* [Environmental consequences of the war in Ukraine] // *Lisivnycha osvita i nauka: stan, problemy ta perspektyvy rozvytku – Forestry education and science: state, problems and prospects of development: zb. materialiv V Mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Malyn, 21 berez. 2023 r. Malyn : MFK* [in Ukrainian].
14. Musina L. A., & Kvasha T. K. (2017). *Innovatsii ta tekhnolohii dlia rozvytku zelenoi resursoefektyvnoi ekonomiky Ukrainy* [Innovations and technologies for the development of a green, resource-efficient economy of Ukraine]. Kyiv: UkrINTEI [in Ukrainian].
15. Ostapenko N., Hrosheva A., Antoniuzenko A. (2021). *Sotsialnyi plakat yak kulturnotsinnisnyi oriientyr. Aktualni problemy suchasnoho dyzainu* [The social poster as a cultural value reference point. Actual problems of modern design]: *zb. materialiv mizhnarod. nauk.-prakt. konf. (Kyiv, 22 kvitnia 2021 r.)*. Kyiv: KNUTD, (Vols. 2) [in Ukrainian].

16. 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). Hrafichniy dyzain v informatsiinomu ta vizualnomu prostori: monohrafiia [Modern poster as a type of advertising: types and formats of media in different communication channels (on the example of adaptive poster design). Graphic design in information and visual space]. Kyiv: KNUTD [in Ukrainian].
17. Popova N. V. (2016). Osnovy reklamy : navchalnyi posibnyk [Basics of advertising: a study guide]. Kharkiv : Vydavnytstvo «VDELE» [in Ukrainian].
18. Pryrodooriiientovani rishennia dlia stalykh mist Hid dlia pryiniattia rishen [Nature-based solutions for sustainable cities A decision guide]. URL: <http://surl.li/uwknrc> [in Ukrainian].
19. Pryshchenko S. V. (2016). Ekolohichna sotsialna reklama v strukturi mediaprostoru [Ecological social advertising in the structure of media space]. Kulturolohichna dumka – Cultural thought [in Ukrainian].
20. Pryshchenko S., Antonovych Ye., Senchuk T. (2021). Ekoplakat yak forma sotsiokulturnykh komunikatsii [Eco-poster as a form of socio-cultural communications]. Dyizain vizualnykh komunikatsii. Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu – Design of visual communications. Demiurge: ideas, technologies, design perspectives (Vols. 4) [in Ukrainian].
21. Pryshchenko S. (2020). Dyizain i reklama: iliustrovanyi hlosarii (osnovni terminy ta poniattia) [Design and advertising: an illustrated glossary (key terms and concepts)]. Kyiv: Vydavnychiy dim «Kondor» [in Ukrainian].
22. Severina O. M. (2010). Ekolohichniy plakat: stanovlennia ta rozvytok (za materialamy Mizhnarodnykh triienale “4-y Blok”) [Ecological poster: formation and development (based on the materials of the International Triennial "4th Block")]: avtoref. dys. ... kand. mystetstvoznav.: 17.00.07. Kharkiv: KhDADM [in Ukrainian].
23. Honcharenko H. Ye., Sovhira S. V. (2010). Slovnyk-dovidnyk suchasnykh ekolohichnykh ta pryrodookhoronnykh terminiv [Dictionary-reference of modern ecological and nature protection terms]. Kyiv: Nauk. Svit [in Ukrainian].
24. Sotnyk O.S. (2023). Innovatsiini pidkhody do rozviazannia ekolohichnykh problem v protsesi yevrointehratsii [Innovative approaches to solving environmental problems in the process of European integration]. Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal – Legal scientific electronic journal. № 10 [in Ukrainian].
25. Iakymenko I.L., Petrashko L.P., Dyman T.M., Salavor O.M., Shapovalov Ye.B., Halaburda, M.A. et al.. (2022). Stratehiia staloho rozvytku: Yevropeiski horyzonty [Sustainable development strategy: European horizons]. Kyiv : NUKhT [in Ukrainian].
26. Chereda I. S. (2015). Ekolohichna kryza v Ukraini ta shliakhy yii podolannia [Environmental crisis in Ukraine and ways to overcome it]. Ekonomika. Serii 18. Ekonomika i pravo. Vypusk 27'2015 – Economy. Series 18. Economy and law. Output. URL: <https://salo.li/5Af0c4c> [in Ukrainian].
27. Chernysh M.S. (2023). Rozrobka plakativ na ekolohichnu tematyku yak odna z aktualnykh problem sohodennia [Development of posters on ecological topics as one of the urgent problems of today]. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Hraal nauky» – International Scientific Journal "Grail of Science" № 28 [in Ukrainian].