



Рисунок 3. Примеры работ современных художников: а) Студия Евгений Олифиренко; б) Роспись потолка «Окна в мир»; в) «Стена-Мурал»

Роспись стен продолжает развиваться, предлагая все новые возможности для преобразования пространства и выражения творческих идей. Она остается актуальным и востребованным видом искусства, способным придать любому помещению уникальность и характер.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Настенная живопись. Краткая история: сайт: art-plane – URL: <https://blog.art-plane.ru/rospis-sten-kratkaya-istoriya> (дата обращения: 02.04.2026).
2. Настенная роспись: сайт: gallerix – URL: <https://gallerix.ru/pedia/painting-murals/> (дата обращения: 01.04.2026).
3. Фреска – Википедия: сайт: wikipedia – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Фреска>
4. Средневековые фрески: сайт: gallerix – URL: <https://gallerix.ru/lib/srednevekovye-freski/> (дата обращения: 30.03.2026).

© Лебедева А.В., Хумгаева А.Р., 2026 г.

УДК 659

## ВИЗУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ ЧЕРЕЗ ДИЗАЙН СОЦИАЛЬНЫХ ПЛАКАТОВ КАК ИНСТРУМЕНТА ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ VISUAL LANGUAGE OF ENVIRONMENTAL COMMUNICATION THROUGH SOCIAL POSTERS DESIGN AS A TOOL FOR DEVELOPING ENVIRONMENTAL AWARENESS

Лю Дэан, Шинкаренко П.Н., Попова А.В.  
Liu Dean, Shynkarenko P., Popova A.V.

*Витебский государственный технологический университет, Беларусь  
Vitebsk State Technological University, Belarus  
(e-mail: sashka\_20@mail.ru, sashka\_20@mail.ru)*

**Аннотация:** в статье рассматривается роль визуальной коммуникации в формировании экологического сознания через использование социальных плакатов и рекламных материалов. Особое внимание уделяется разработке и анализу эмоционально выразительных визуальных решений, направленных на освещение проблемы загрязнения воды.

**Abstract:** *this article examines the role of visual communication in shaping environmental awareness through the use of public service posters and advertising materials. Particular attention is paid to the development and analysis of emotionally expressive visual solutions aimed at highlighting the problem of water pollution.*

**Ключевые слова:** *экологический кризис, проблема загрязнения воды, социальная реклама, социальный плакат, фотоиллюстрации, типографика, метафора, визуальный язык.*

**Key words:** *environmental crisis, water pollution problem, social advertising, social poster, photo illustrations, typography, metaphor, visual language.*

Современный мир сталкивается с множеством экологических вызовов: изменение климата, загрязнение окружающей среды, истощение природных ресурсов, утрата биоразнообразия. Эти проблемы затрагивают все сферы жизни и требуют не только научных и политических решений, но и активного участия общества. Одним из эффективных инструментов формирования экологического сознания является визуальная коммуникация – язык, понятный каждому вне зависимости от возраста, образования или культурного контекста [1].

Экологическим кризисом считается нарушение баланса в отношениях между человеком и природой. Именно поэтому экологические проблемы – это то, что касается каждого человека, так как именно люди влияют на место, где живут. Антропогенное воздействие на окружающую среду достигло угрожающего уровня: вырубка лесов, уничтожение биосферы, ассимилирующей солнечную энергию, варварская эксплуатация природных ископаемых, вредные выбросы и сбросы, отходы производства и потребления нарушают экологический и энергетический баланс нашей планеты и ведут к глобальному изменению климата на Земле, которое с каждым годом становится все ощутимее [3]. Социальная реклама поднимает вопросы, о которых мир часто предпочитает промолчать, и уже это делает ее невероятно важной. Хорошо продуманная реклама привлекает внимание и на долгое время остается в памяти. Она несет предупреждающий и информационный характер о различных общественных и экологических проблемах, она заставляет задуматься [2].

Социальный плакат, как жанр графического дизайна, обладает мощным потенциалом воздействия. Он способен не только информировать, но и побуждать к действию, формировать ценности, вызывать эмоциональный отклик. В условиях экологического кризиса дизайн становится не просто визуальным оформителем, а активным участником общественного диалога, способным влиять на поведение и мышление людей.

Актуальность темы обусловлена необходимостью поиска новых форм визуального выражения, способных эффективно транслировать экологические идеи и ценности. Несмотря на обилие информации об экологических проблемах, многие кампании страдают от визуальной перегрузки, шаблонности и отсутствия эмоциональной глубины. В этом контексте особенно важна разработка оригинальных, содержательных и визуально выразительных решений, которые смогут привлечь внимание, вызвать интерес и побудить к осознанным действиям.

Цель проекта – разработать визуальную концепцию социального проекта, включающего серию плакатов и рекламной продукции, направленных на освещение и осмысление глобальных экологических проблем средствами коммуникативного дизайна.

Специфика художественного языка плаката определяется тем, что он должен восприниматься на большом расстоянии, привлекать внимание, смысл изображенного должен сразу бросаться в глаза. Ассоциации, которые должен вызывать проект – это осведомленность в том, как губительны действия человека на загрязнения воды. Плакаты должны не только освещать проблему, но также побуждать человека с заботой относиться к природе. Плакаты должны быть яркие, современные и идея должна хорошо считываться [4].

В данном проекте поднята такая экологическая проблема, как загрязнение воды, а также разработаны плакаты и рекламная продукция, такая как, открытки, стикерпак, майка, шоппер, которая направлена на формирование экологического сознания у широкой аудитории, привлечение внимания к проблеме сохранения чистоты водных ресурсов и стимулирование ответственного отношения к окружающей среде через визуальные образы и социально значимые послания [3].

Проблемы загрязнения воды – это те проблемы, что касаются каждого человека. В плакатах используется китайский и английский текст, так как они направлены на целевую аудиторию Китайской Народной Республики в возрасте 12–65 лет (дети, молодежь, люди среднего и пожилого возраста), чтобы можно было прочитать текст в плакате и извлечь из нее новую для себя информацию [1]. Основная задача – привлечь внимание как можно большего числа людей, ведь взгляд и экологическая привычка каждого человека является важным звеном чтобы сделать эту планету чище и лучше. Социальные плакаты должны через выбранное графическое решение заставить людей менять свои привычки и делать этот мир лучше, а не уничтожать его.

Плакат – один из самых молодых видов изобразительного искусства. Он работает в условиях улицы, производственных помещений, мест отдыха. При этом его не снабжают надписью – указателем: «Остановись и посмотри!». Он добивается этого сам, обладая очень важным свойством – привлечь внимание зрителя. Так как внимание зрителя к плакату длится секунды, то за это время плакат должен передать нужную информацию. Поэтому необходим зрительный образ. Восприятие образа моментально. Кратность текста – одно из условий быстрого восприятия, а также запоминания постера [2]. В социальных плакатах по проблеме загрязнения воды применяются фотоиллюстрации животных и элементов природы, которые были сделаны с помощью техники компьютерного коллажа (рис. 1). Во всех плакатах использование образов и цветовой гаммы подчинено единой задаче – вызвать у зрителя эмоциональный отклик и подчеркнуть драматизм экологической проблемы. Животные становятся метафорами природы: морская черепаха олицетворяет ее хрупкость и уязвимость, кит – величие и силу, которые оказываются под угрозой, а белый медведь – глобальность проблемы, затрагивающей даже самые удаленные уголки планеты.



**Рисунок 1. Пример фотоиллюстрации в плакате**

Цветовое решение во всех случаях строится на контрасте: чистые синие и голубые оттенки моря и неба символизируют гармонию и естественность, тогда как яркие и инородные цвета пластикового мусора нарушают эту целостность, превращаясь в тревожные акценты. Сочетание образов и цветовой палитры формирует сильное визуальное высказывание, где красота природы противопоставляется разрушительной деятельности человека, а зритель оказывается вовлечен в осмысление необходимости бережного отношения к окружающей среде.

Типографика играет вспомогательную, но при этом концептуально важную роль: она не только сопровождает изображение, но и усиливает его риторическое воздействие [1]. Тексты подаются лаконично, в форме лозунгов и кратких утверждений, что делает их легко запоминаемыми и универсальными для восприятия. Использование многоязычности (китайский, английский) подчеркивает глобальный характер экологической проблемы и расширяет целевую аудиторию, превращая плакаты в инструмент международной коммуникации (рис. 2) [3].



**Рисунок 2. Цветовая палитра проектируемой коллекции**

Первый плакат выполнен с использованием образа морской черепахи, которая показана на границе двух миров – над поверхностью воды и под ней. Такое композиционное решение подчеркивает уязвимость животного и одновременно символизирует хрупкость всей морской экосистемы. В подводной части рядом с черепахой изображен пластиковый пакет, который воспринимается как чужеродный и опасный элемент, нарушающий гармонию природной среды. Цветовое решение построено на сочетании чистых голубых и бирюзовых оттенков воды с резким белым акцентом пластика, что создает тревожный контраст и усиливает драматизм сцены. В целом плакат формирует эмоционально сильный посыл: даже древние и устойчивые символы океана оказываются под угрозой из-за человеческие деятельности.

Второй плакат – это фотоиллюстрация кита, что позволяет подчеркнуть величие и силу океанской фауны, где привычный образ животного иронически трансформируется, и вместо водных брызг зритель видит поток пластикового мусора. Такое решение усиливает драматизм восприятия, создает эффект шока и акцентирует внимание на проблеме загрязнения океанов. Цветовое решение построено на контрасте спокойных голубых оттенков моря и неба с яркими пятнами отходов, что визуально разрушает гармонию и подчеркивает конфликт между природой и продуктами человеческой деятельности.

Третий плакат использует образ белого медведя, стоящего на небольшой льдине, окруженной плавающим мусором. Такой визуальный прием акцентирует внимание на глобальности экологической проблемы, где символ Арктики, ассоциируется с чистотой, силой природы и оказывается в уязвимом положении. Контраст между спокойным голубым фоном моря и неба и яркими фрагментами отходов подчеркивает разрушение гармонии природной среды. Белый цвет медведя и льда усиливает ассоциации с чистотой и невинностью, тогда как мусор становится тревожным акцентом, символизирующим вторжение цивилизации, что формирует сильный эмоциональный посыл, соединяя тему загрязнения воды с образом исчезающей среды обитания.

Информирование людей о данных экологических проблемах, показывает, как можно с заботой относиться к окружающей среде. Данное графическое решение основано на ярких акцентах, которые невозможно пропустить, когда проходишь мимо плаката, в которых используются фотоиллюстрации, которые зацепят взгляд зрителя, заставит остановиться и рассмотреть все детально.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрамович, Н. А. Актуальные тренды типографики / Н. А. Абрамович, А. С. Беляева // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2021. – Т. 2. – С. 105–107

2. Абрамович Н.А., Фан Юй. Особенность традиционного китайского ландшафтного дизайна // Материалы докладов 57-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. / УО «ВГТУ». – Витебск, 2024. – Т. 2. – С. 208-210.

3. Попова А.В. Инновации и актуальность развития эко-сумки, как направления экологичной моды // Сборник материалов I Международной научно-практической конференции, посв. Ф.М. Пармону. Москва, 2021. – С. 200–205.

4. Казарновская Г.В. Тарабуко Н.И., Абрамович Н.А. [и др.]. Исследование витебского авангарда и использование его идей в дизайне графическом. – Витебск: ВГТУ, 2024. – 136 с.

© Лю Дэан, Шинкаренко П.Н., Попова А.В., 2026 г.