

**РОЛЬ СЕМИОТИЧЕСКИХ ПРИНЦИПОВ В СОЗДАНИИ И
ИНТЕРПРЕТАЦИИ СОЦИАЛЬНОГО ПЛАКАТА
THE ROLE OF SEMIOTIC PRINCIPLES IN THE CREATION AND
INTERPRETATION OF SOCIAL PLACARDS**

**Селезнева А.В.¹, Лю Дэан¹, Вэй Сюэи¹, Шинкаренко П.Н.²
Selezneva A.V.¹, Liu Dean¹, Wei Xueyi¹, Shynkarenko P.N.²**

*Витебский государственный технологический университет, Витебск
Vitebsk State Technological University, Vitebsk
(e-mail: sashka_20@mail.ru)*

*Витебский государственный университет имени П.М. Машерова, Витебск
Vitebsk State University named after P.M. Masherov, Vitebsk
(e-mail: sashka_20@mail.ru)*

Аннотация: Рассмотрена роль семиотики в создании и интерпретации социального плаката на примере проблемы загрязнения воды. Проанализированы основные семиотические принципы, такие как использование знаков, символов и метафоры, а также влияние контекста и культурных особенностей на восприятие визуальных сообщений. Особое внимание уделяется тому, как семиотические средства помогают повысить убедительность и запоминаемость социальных посланий. Проанализирован один плакат, в котором использован образ кита и определенное цветовое решение для усиления эмоционального воздействия аудитории.

Abstract: The article examines the role of semiotics in the creation and interpretation of a social poster, focusing on the issue of water pollution. It analyzes the main principles of semiotics, such as the use of signs, symbols, and metaphors, as well as the impact of context and cultural factors on the perception of visual messages. The article also explores how semiotics can enhance the persuasiveness and memorability of social messages. The article analyzes a specific poster that uses the image of a whale and a specific color scheme to create an emotional impact on the audience.

Ключевые слова: загрязнение воды, социальный плакат, кит, метафора, цвет, семиотика.

Keywords: water pollution, social poster, whale, metaphor, color, semiotics.

В современном обществе визуальная коммуникация играет важную роль в формировании общественного мнения и поведения. Особенно заметно это в сфере социальной рекламы, где плакаты служат мощным инструментом передачи важных идей. Эффективность таких визуальных сообщений зависит не только от яркости изображения или ритмичности текста, но и от того, насколько точно они передают идею. Одним из ключевых подходов к анализу и созданию таких сообщений является семиотика – наука о знаках и их значениях, которая помогает понять, каким образом визуальные средства могут быть превращены в мощные средства воздействия на аудиторию [1].

Цель данного исследования – проанализировать роль семиотических принципов в создании и интерпретации социального плаката, на примере одного плаката, который освещает экологическую проблему современности «Загрязнение воды». В рамках исследования рассматриваются основные

концепции семиотики и их применение в системе визуальной социальной коммуникации, а также демонстрируется, каким образом эти принципы делают визуальные сообщения более понятными, запоминающимися и убедительными.

Основой семиотики является идея о том, что любой знак – это носитель смысла, который связывает объект или идею с определенной визуальной или вербальной формой. Знаки могут принимать различные формы – от изображений и жестов до слов и визуальных сигналов. Важной составляющей семиотики является система правил, по которым знаки создают и передают смысл. В этом контексте значимо учитывать контекст, в котором воспринимается знак, поскольку его интерпретация может значительно варьироваться в зависимости от культурных, социальных и личных особенностей аудитории [1].

Применительно к визуальной коммуникации именно культурная обусловленность и контекст создают множество нюансов и интерпретации знаков. Знак может иметь одни коннотации в одной культуре и совсем иные – в другой. Именно поэтому понимание семиотики важно для создания социального плаката, который должен эффективно донести свою идею аудитории, обладающей своим уникальным культурным кодом. Метафора и метонимия, являются важными средствами визуальной выразительности и позволяют передавать сложные идеи, не прибегая к сложному для восприятия тексту.

В проекте по проблеме загрязнения воды использованы такие образы и цветовая гамма, чтобы вызвать у зрителя эмоциональный отклик и подчеркнуть актуальность экологической проблемы. В качестве метафоры используются образы животных в природе: 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.

Цветовое решение во всех плакатах строится на контрасте – это чистые синие и голубые оттенки моря и неба символизируют гармонию и естественность, тогда как яркие и инородные цвета пластикового мусора нарушают эту целостность и вызывают ощущение тревоги. Типографика играет вспомогательную, но при этом концептуально важную роль, она не только сопровождает изображение, но и усиливает его риторическое воздействие [2].

Социальный плакат – это особый жанр визуальных сообщений, предназначенных для формирования определенного поведения и мнения. Их главная задача – максимально быстро и ярко привлечь внимание, вызвать эмоциональный отклик и побудить к запланированному действию. В отличие от развлекательных изображений, социальные плакаты используют яркие символы, аккуратно подобранные цвета и лаконичные фразы для усиления воздействия. Сам визуальный образ становится центральным элементом, который должен мгновенно вызывать нужные ассоциации и направления

мышления [3]. Текстовая составляющая таких плакатов – это слоган, резюмирующий основной посыл. Важными элементами являются также графические элементы и цветовая гамма, создающие атмосферу и акцентирующие смыслы. В совокупности эти элементы формируют единое целостное изображение, способное воздействовать на подсознание и сознание зрителя, активируя заранее заложенные в культуре ассоциации и смыслы.

Ключевой ролью в этом процессе играют такие семиотические принципы, как использование знаков и символов, правильный подбор контекста, а также метафоры и метонимии. В процессе проектирования плаката важно выбирать такие знаки, которые вызовут нужные ассоциации у целевой аудитории. Использование универсальных символов значительно повышает возможность того, что сообщение будет правильно понято и воспринято.

Также важным аспектом является учет контекста, в котором зритель воспринимает изображение. Значение знака не может быть полностью отделено от культурных, социальных и исторических условий, в которых он интерпретируется. Создавая социальный плакат, нужно знать особенности аудитории, чтобы не допустить недоразумений. Метафоры и метонимии расширяют выразительные возможности и визуальных средств, помогая передать более сложные идеи. Использование многозначных образов позволяет оставить пространство для интерпретации, что способствует более глубокому восприятию послания.

Интерпретация социального плаката зависит от субъективных представлений и культурных особенностей аудитории. Знаки, заложенные в образ, требуют «расшифровки» и могут иметь разное значение, вызывающее у разных людей различные ассоциации. На этом этапе решающую роль играет знание культурного кода аудитории. Значимость семиотических элементов становится ясной в контексте общей системы сообщения, комбинация цвета, формы, символа и текста создают определенную смысловую концепцию. Анализируя их совместное функционирование, можно понять, как именно создается образ, который побуждает зрителя к определенным действиям или изменению мнения. В этом проявляется влияние семиотического подхода, позволяющего понять, почему одни плакаты вызывают сильный отклик, а другие остаются безразличными.

В качестве примера можно проанализировать один из плакатов разработанный в рамках социального проекта по проблеме загрязнения воды. В плакате присутствует визуальный образ кита, который вырывается из воды (рис. 1).

Вместо привычного фонтана брызг виден поток пластикового мусора и обломков, что сразу создает эффект шока и когнитивного диссонанса. Кит, традиционно ассоциирующийся с величием и силой океана, оказывается окружен символами человеческой безответственности. Контраст между спокойным фоном – голубым небом и ровной поверхностью моря – и хаотическим выбросом мусора усиливает эмоциональную ситуацию.



Рис. 1. Плакат и мерч с использованием образа кита

Цветовое решение также играет ключевую роль. Чистые синие оттенки моря и неба создают ощущение гармонии и естественности, тогда как яркие и пестрые фрагменты пластиковых отходов вносят диссонанс, нарушая визуальную целостность. Цветовая палитра работает как средство противопоставления: природа против цивилизационного хаоса [4].

Текстовые элементы расположены так, чтобы поддерживать визуальное воздействие. Основной слоган «Protect the Ocean / Защитите океан / 保护海» задает глобальный масштаб проблемы. Дополнительные фразы – «Protecting the ocean is protecting ourselves» и «Жизнь приходит из океана. Обними синий океан. Береги колыбель жизни» – расширяют смысловое пространство, связывая экологическую тему с философским и экзистенциальным измерением.

С точки зрения визуальной риторики плакат использует прием гиперболы – мусор представлен не как отдельные предметы, а как целый поток, заменяющий собой естественные брызги воды. Это риторическое преувеличение усиливает восприятие угрозы и делает ее масштабной. Еще важный прием – ироническая подмена ожидания. Зритель, который привык видеть китов, выбрасывающихся из воды в окружении красоты и силы природы, сталкивается с неожиданным зрелищем – мусорным фонтаном. Этот прием вызывает эмоциональный шок и заставляет задуматься о реальном состоянии океанов. Риторическая структура использует три уровня воздействия: эмоции – сострадание к животным и тревога за будущее, рациональный аргумент – загрязнение океанов угрожает и человеку, моральный авторитет – океан как источник жизни.

С точки зрения семиотики плакат можно рассматривать как систему знаков, где кит выступает иконой природы, ее силы и величия. Его образ отсылает к архетипу «владыки океана», символизирующего мощь и устойчивость экосистемы. Поток мусора, напротив, является индексом

человеческой деятельности, он указывает на следы цивилизации, на материальные остатки потребления, которые вторгаются в естественную среду. На символическом уровне мусор превращается в знак разрушения и деградации, а кит – в знак жертвы, хотя по своей природе он символ силы. Возникает семиотический парадокс – сильнейшее существо океана оказывается бессильным перед продуктами человеческой деятельности. Многоязычные надписи усиливают универсальность послания. Семиотически они выступают как знаки глобальной коммуникации, океан принадлежит всему человечеству, а значит, и ответственность за его сохранение общая [4].

Этот плакат работает как мощное визуально-риторическое высказывание, где художественные средства превращаются в аргументы, а семиотическая структура обеспечивает многослойность восприятия. Он не только фиксирует проблему загрязнения океанов, но и делает ее зримой, эмоционально ощутимой и философски значимой. Акцент смещен на масштаб и драматизм, где кит – это величие, которое также оказывается под угрозой.

В целом, использование семиотических принципов в создании и интерпретации социального плаката является залогом его эффективности. Знание о том, как работают знаки, символы и метафоры, помогает создавать визуальные сообщения, которые не только привлекают внимание, но и вызывают нужные ассоциации, а также которому легко интерпретировать. Такой подход обеспечивает точность и силу коммуникации, а также повышает возможность на достижение целей социальной кампании. Семиотика помогает понять, каким образом визуальные средства создают смысловые матрицы, и учит правильно использовать культурный код и актуальный контекст.

Список литературы

1. Исследование витебского авангарда и использование его идей в дизайне графическом / Под ред. Казарновская Г.В., Тарабуко Н.И., Абрамович Н.А. [и др.]. Витебск: УО «ВГТУ», 2024. 136 с.
2. Абрамович Н.А., Беляева А.С. Актуальные тренды типографики // Материалы докладов 54-й Международной научно-технической конференции преподавателей и студентов: в 2 т. Витебск: УО «ВГТУ», 2021. Т. 2. С. 105–107
3. Войтова, Н. Е., Самутина Н. Н. Использование народных мотивов при создании логотипа города и применение его в коллекции сувенирной продукции // Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции. Москва: Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2024. С. 64–70
4. Захарчук Н.С., Попова А.В. Семиотический анализ авторской коллекции женской одежды «Эхо Эрмитажа» // Сборник материалов V Международной научно-практической конференции, посвященной профессору Федору Максимовичу Пармону и 95-летию «РГУ им. А.Н. Косыгина». Москва: Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), 2025. С. 28–32