

УДК 691.116

ОСОБЛИВОСТІ СУСПІЛЬНОГО ЗАПИТУ У СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТАХ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

Маркова Г. Д.¹, бакалавр; Полюшкін С. С.², к. т. н., доц.
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури
1anyamarkova2005@gmail.com; 2arela@i.ua

Постановка проблеми. Ще з часів Першої та Другої світових війн найефективнішим засобом пропаганди залишається соціальний плакат, що став основою соціальної реклами патріотичного спрямування. Він є одним з найпростіших засобів надання інформації та для того, щоб виконувати свої функції, як і інші медіа, повинен мати свої принципи та елементи, яку привертають увагу споживача.

Мета дослідження. З моменту проголошення незалежності України РФ веде постійну інформаційну війну проти України, на яку витрачає колосальні кошти. Методи, які використовує російський агресор в інформаційній війні переконують в актуальності вивчення особливостей запиту суспільства у соцмедіа.

Результати дослідження. Особливістю воєнних плакатів є підсилення патріотичного та соціального настрою, заклики до вступу у лави армії. Проте сучасні українські плакати мають за мету саме посилення національного духу та свідомості, а не мотивацію до мобілізації. Заклики вступати до лав армії є, але вони не настільки відомі як вкорінена ідея боротьби за свободу та незалежність, закладена в нашому народі. Роль плакату є важливою для формування суспільної думки населення, загального інформування про причини війни та чим коштуватиме державі поразка в ній. У зв'язку з повномасштабною збройною агресією Росії проти України та введенням в країні воєнного стану, перед плакатами з'явилися нові виклики. Уже з перших днів набули популярності сюжети, створені спеціально російською мовою для розуміння окупантами «Русский солдат, остановись!», які їм чітко розуміння, за що вони віддають життя на чужій землі («Не убивай душу ради олигархов Путина. Уходи без крові на руках», «Вспомни семью. Возвращайся домой с чистой совестью» та ін.). Потім йде широка хвиля підтримки ЗСУ та окупованих міст («Херсон, Маріуполь, Бердянськ – це Україна», «Слава нашим воїнам», «Герої не вмирають»); заклики до НАТО («Close the sky over Ukraine» (рис.)); підняття морального духу («За Україну! За її волю!», «ЗСУ переможе! Все буде Україна») [1–3].



Рис. Заклик до НАТО з вимогою закрити небо

Російська агресія проти України відразу отримала відображення в карикатурах, які поширилися у соціальних мережах. Вони стали ефективним антиросійським засобом пропаганди в інформаційній війні. Головними сюжетами стали: боротьба народу проти країни-агресора; гостро-сатиричний (негативний та бридкий) образ російських окупантів, Володимира Путіна, самих росіян, політиків та пропагандистів, засудження міжнародних сил за бездіяльність у справах вирішення військових, соціальних та юридичних питань. Основною метою зображень є: переконати міжнародну громадськість у злочинності путінського режиму, сформувати до цього відповідну громадську думку [2].

Висновки. Соціальний запит населення України потребує висвітлення серед суспільства поточних подій, їх обговорення та контакту з держаними силами через засоби поширення інформації. За допомогою плакатів відбувається сплеск патріотизму і поваги до захисників серед найрізноматніших верств, що додатково надає підтримки державі громадянами. Мотивуючі матеріали та сатиричні карикатури надають українцям впевненості, піднімають бойовий дух і надають віри в перемогу. Пропаганда є важливим регулятором загальної громадської думки.

Список використаних джерел

1. Осаула В. О. Патріотична реклама в Україні : відповідь на виклики часу. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. С. 148–154.
2. Власюк А. Антиросійська політична карикатура в Україні як засіб пропаганди у період військового протистояння на Сході України у 2014–2015 роках. *Масова комунікація : історія, сьогодення, перспективи*. 2015. № 6. С. 9–13.
3. Мороз П., Мороз І. Міжнародна науково-практична конференція. 2022. С. 291–298.