

УДК 7.012-028.22:316.627(043.2)

Березовська Марія Олександрівна

Волгін Юрій Євгенович, науковий керівник,

старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ЕСТЕТИКА ЕМПАТІЇ: ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ ЛЮДЯНОСТІ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

***Анотація.** Мета роботи — аналіз ролі графічного дизайну у формуванні гуманістичних цінностей та емпатійного ставлення глядача в умовах соціальних потрясінь, зокрема військової агресії. Досліджено концепцію «естетики емпатії» як синтезу естетичного вибору й гуманістичної чутливості, що перетворює візуальне мистецтво на інструмент соціальної відповідальності. Проаналізовано сучасні графічні практики в Україні, які активно використовують архетипи людяності (образи жінки, дитини, рук, очей, дому) та технічні прийоми (символізм, контраст, колористика, типографіка) для створення емоційного зв'язку. Зроблено висновок, що графічні образи, які викликають емпатію, є засобом пам'яті, солідарності та морального спротиву, що впливає на формування суспільної свідомості та вимагає від дизайнера етичної відповідальності.*

***Ключові слова:** Естетика емпатії, графічний дизайн, гуманізм, візуальні образи, емпатія, соціальний плакат.*

Об'єкт дослідження: Процес візуальної комунікації у графічному дизайні.

Предмет дослідження: Особливості формування «естетики емпатії» через візуальні образи людяності в сучасному графічному дизайні.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є соціальний графічний дизайн воєнного періоду в Україні як форма візуальної комунікації та культурного опору. Предметом — особливості візуальної мови, семіотики та естетики плакатів, створених українськими дизайнерами у цей час. Матеріальною базою дослідження слугують теоретичні праці з естетики, дизайн-мислення та семіотики візуальних образів, а також приклади соціального графічного дизайну, зокрема роботи Олега Грищенка, Андрія Єрмоленка, проєкти «Brave Ukraine» та «Плакати для України».

У дослідженні застосовано методи аналізу, синтезу та узагальнення для формування теоретичних засад, а також культурологічний і мистецтвознавчий підходи з елементами семіотичного аналізу для інтерпретації візуальних символів. Наукова новизна полягає у систематизації принципів створення візуальних образів, що поєднують естетику, емоційний вплив і гуманістичні цінності в умовах війни.

Вступ. У часи масштабних соціальних потрясінь, зокрема в умовах війни, художня та дизайн-практика дедалі частіше набувають гуманітарного значення: вони не просто «прикрашають» простір чи інформують — вони стають носіями ціннісних трансформацій. У контексті національного культурного простору важливо дослідити, яким чином графічний дизайн може втілювати тему гуманізму, підтримувати людяність і формувати емпатійне ставлення глядача. Метою цієї тези є аналіз того, як візуальні образи в графічному дизайні можуть стати «естетикою емпатії» — мостом між мистецтвом, гуманістичною рефлексією та соціальною відповідальністю.

Теоретичні засади поняття «естетика емпатії». Естетика — як наука про відчуття, вираження й смак — традиційно розглядає зв'язок між внутрішнім змістом і зовнішньою формою. В освітньому посібнику «Основи естетики як методологія дизайну і образотворчого мистецтва» розглянуто, що художній образ — ключовий засіб вираження змісту через форму, а дизайн як мистецтво інтерпретує й трансформує реальність у візуальні структури [1]. Наталія Сергеева в праці «Естетика в структурі сутності дизайну» підкреслює, що естетика має бути не лише «технічною», але й вираженням внутрішньої сутності: взаємозв'язок «річ — людина» повинен нести етичний та ідеологічний заряд [2]. Ірина Рижова зазначає, що сучасний дизайн перестає бути просто формою чи утилітарним об'єктом — він формує цінності, ставлення та соціальну поведінку [3]. Поняття емпатії у дизайні є важливою складовою дизайн-мислення: дизайнер намагається «увійти в шкуру» користувача, зрозуміти його досвід і переживання. Серед ключових етапів створення людино-орієнтованого дизайну називають занурення, емпатію й співпрацю [4]. Таким чином, естетика емпатії — це синтез естетичного вибору й гуманістичної чутливості, коли візуальні рішення несуть не лише форму, а емоційний заряд, спонукають співпереживання та активують свідомість.

Гуманістичні образи у сучасному графічному дизайні. У міжнародному контексті соціальні чи антивоєнні плакати, графічні кампанії благодійних або

правозахисних організацій дедалі частіше апелюють до людяності — через образ жінки, дитини, рук, обіймів, очей. Ці зображення часто спрощені до символів, які легко сприймаються, але несуть глибокий емоційний заряд. У дослідженні Ю. Сосницького «Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального українського плаката» показано, що архетипи Героя, Матері, Дому чи Пам'яті запускають емпатійний зв'язок із глядачем [5]. Також у статті «Стратегії візуального впливу в дизайні політичного плакату періоду I світової війни» доведено, що візуальна мова плакату була адаптована під емоційне сприйняття суспільства, формуючи моральну мобілізацію [6]. В Україні, у час війни, графічні практики набувають глибоко соціального характеру: плакати й соціальні ілюстрації стають способом фіксації втрат, вшанування пам'яті і заклику до солідарності. Українські дизайнери (Олег Грищенко, Андрій Єрмоленко, учасники проєктів Brave Ukraine та Плакати для України) активно використовують архетипи людяності — руки, очі, зруйнований дім — створюючи емпатійний візуальний простір, який спонукає до співпереживання та дії [5]. Особливості візуальної мови емпатії виражаються через низку технічних прийомів, які в поєднанні з етичним задумом формують емоційний контакт із глядачем. Ключовим елементом є символізм і спрощення, де універсальні образи, такі як рука, контур людини чи обійми, функціонують як архетипи співчуття, викликаючи миттєве впізнавання почуттів. Далі, контраст і негативний простір використовуються для формування емоційної напруги та створення простору для рефлексії глядача. Колористика слугує важливим емоційним маркером: використання стриманих кольорів або ж контрасту червоного і чорного може підсилювати почуття втрати, болю або пам'яті. Типографіка виступає як голос повідомлення; її мінімалізм і чіткість у шрифті підкреслюють зміст, не відволікаючи увагу. Нарешті, композиція і динаміка зображення мають спрямовувати погляд глядача до ключових елементів, фокусуючи емоційний контакт і посилюючи вплив візуального наративу.

Висновки. Естетика емпатії у графічному дизайні — це гуманістична форма комунікації через візуальну мову. Вона поєднує художнє вираження з етикою співпереживання. У сучасному українському культурному просторі такі візуальні стратегії мають виняткове значення: вони стають засобом пам'яті, солідарності, морального спротиву. Графічні образи, що викликають емпатію, впливають не лише на індивідуальне сприйняття, а й формують суспільну свідомість, підтримуючи

гуманістичні цінності. Для дизайнера це означає, що формотворчість має бути усвідомленою, а візуальні рішення — не лише естетично виправданими, але й етично відповідальними.

Список використаних джерел:

1. Продан І. В. та ін. Основи естетики як методологія дизайну і образотворчого мистецтва. – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2023. URL: [aesthetics.pdf](#)
2. Сергеева Н. Естетика в структурі сутності дизайну. // Художній промисел та дизайн, 2023. URL: 30
3. Ригова І. Методологія дослідження дизайну як соціального феномена. // Humanitarian Studies, 2025. URL: 328868
4. Етапи створення людино-орієнтованого дизайну. // Index Copernicus Journals. URL: 2056226
5. Сосницький Ю. Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального українського плаката. // Українські культурологічні студії, 2024. URL: 2893
6. Струс А., Мельник О. Стратегії візуального впливу в дизайні політичного плакату періоду I світової війни. // Український мистецтвознавчий дискурс, 2023. URL: 166
7. Волгін, Ю. Є. (2024). Мистецтво на захисті України (до творчості Олександра Лихошерста). Арт-простір, 1(4), 250–264. ISSN 2519-4135. 48881