

Юрій СОСНИЦЬКИЙ,

orcid.org/0000-0003-2463-6903

кандидат мистецтвознавства, доцент,

доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну

Харківського національного університету міського господарства імені О.М. Бекетова

(Харків, Україна) *soyual@ukr.net*

УКРАЇНСЬКИЙ ПЛАКАТ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ

Дослідження розглядає сучасний український соціальний плакат як важливий інструмент культурної ідентифікації та комунікації, особливо в контексті повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 р. Основне увага приділяється ролі плакатів у формуванні національного нарративу, підвищенні патріотичних настроїв, мобілізації громадськості та створенні соціальної єдності. Проаналізовано історичний розвиток плакатного мистецтва в Україні: від періоду Української Народної Республіки, радянського часу до пострадянського періоду, а також вплив Помаранчевої революції та Революції Гідності на сучасні видимі форми. У статті підкреслюється значення плаката як медіуму для пропаганди та політичної мобілізації, який у сучасних умовах відзначає трансформації за рахунок конвергенції традиційних і цифрових форм візуального мистецтва. Особливу увагу приділено аналізу воєнних плакатів, створених під час війни 2022 р., які використані як засіб інформаційної підтримки, морального піднесення та міжнародної комунікації. Описано організацію виставок українського плакату в Україні та за кордоном, що стали кількістю майданчиків для демонстрації сили українського духу та донесення міжнародну аудиторію про героїчну боротьбу українського народу. Відзначено, що сучасні цифрові плакати, створені митцями з усього світу через платформу на зразок «Creatives for Ukraine», стають частиною глобального інформаційного простору та прогресують значну роль у підтримці України. Висвітлюється питання синтезу традиційних елементів українського плакатного мистецтва, таких як етнічні орнаменти, символіка та національні кольори, з сучасними цифровими методами. Це дозволяє створювати візуальні образи, які одночасно є впізнаваними для українців та зрозумілими міжнародній аудиторії. Звернено увагу на роль текстового наповнення в соціальних плакатах, зокрема використання метафор, емоційного впливу та контрастних елементів для підсилення візуального ефекту. Розглянуто типи плакатів, які обґрунтовуються на фотографіях, послугах та типографіці, з особливим акцентом на їхній емоційний вплив та здатність ефективно комунікувати соціальні проблеми. В статті аналізуються виклики та перспективи подальшого розвитку українського соціального плакату в умовах війни, враховуючи потребу у швидкому реагуванні на події та використання сучасних медіа для розширення місяців. Автор робить висновок про важливість інтеграції історичних традицій та нових технологій для формування національної ідентичності та посилення впливу українського плакатного мистецтва у світі.

Ключові слова: український плакат, культурна ідентифікація, війна, інформаційна боротьба, соціальна мобілізація, цифрова пропаганда, партиципативна культура.

Yurii SOSNYTSKYI,

orcid.org/0000-0003-2463-6903

PhD in Art Studies, Associate Professor;

Associate Professor at the Department of Fine Arts and Design

O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

(Kharkiv, Ukraine) *soyual@ukr.net*

UKRAINIAN POSTER AS A TOOL OF CULTURAL IDENTIFICATION

The study explores the modern Ukrainian social poster as a significant tool for cultural identification and communication, particularly in the context of the full-scale Russian invasion of Ukraine in February 2022. The research emphasizes the role of posters in shaping national narratives, fostering patriotic sentiments, mobilizing the public, and creating social unity. The historical evolution of poster art in Ukraine is analyzed, from the era of the Ukrainian People's Republic, through the Soviet period, to the post-Soviet era, as well as the impact of the Orange Revolution and the Revolution of Dignity on contemporary visual forms. The article highlights the importance of posters as a medium for propaganda and political mobilization, which has undergone transformations in modern times due to the convergence of traditional and digital visual art forms.

Special focus is given to the analysis of wartime posters created during the 2022 conflict, used as a means of informational support, emotional upliftment, and international communication. The organization of exhibitions of Ukrainian posters, both domestically and abroad, is described as an essential platform for showcasing the strength

of the Ukrainian spirit and conveying the heroic struggle of the Ukrainian people to a global audience. It is noted that contemporary digital posters, created by artists worldwide via platforms like 'Creatives for Ukraine,' have become part of the global informational space, playing a substantial role in supporting Ukraine's cause.

The paper also examines the synthesis of traditional elements of Ukrainian poster art, such as ethnic ornaments, symbolism, and national colors, with modern digital techniques. This approach allows the creation of visual imagery that is both recognizable to Ukrainians and accessible to international audiences. The importance of text content in social posters is underscored, particularly the use of metaphors, emotional impact, and contrasting elements to enhance the visual effect. The study explores various types of posters based on photography, illustration, and typography, with a special emphasis on their emotional influence and ability to effectively communicate social issues. The article further discusses the challenges and prospects for the future development of Ukrainian social posters during wartime, considering the need for rapid response to events and the use of modern media for message dissemination. The author concludes that integrating historical traditions with new technologies is crucial for forming national identity and enhancing the impact of Ukrainian poster art on the global stage. This integration not only preserves cultural heritage but also adapts it to the contemporary digital environment, making the Ukrainian poster a powerful tool for international advocacy and solidarity.

Keywords: Ukrainian poster, cultural identification, war, information warfare, social mobilization, digital propaganda, participatory culture.

Постановка проблеми. В умовах сучасних соціально-політичних трансформацій, зокрема повномасштабного вторгнення Росії в Україну у 2022 р., український плакат зазнав змін і набув нових форм та функцій. Війна змусила митців переосмислити свої підходи до візуального мистецтва, адаптуючи його для інформаційної боротьби, соціальної мобілізації та культурної ідентифікації. В сучасній культурі конвергенції де старі та нові медіа взаємодіють, плакат став інструментом, що синтезує традиційні друковані методи та цифрові технології. Це зумовлює необхідність дослідження еволюції плакатного мистецтва, його впливу на суспільство та роль у формуванні національної свідомості.

Аналіз досліджень. Дослідження плакатного мистецтва є предметом уваги як українських, так і закордонних науковців. Особливу увагу слід приділити роботі Г. Дженкінса (2006), де розглядається плакат у контексті глобальних тенденцій графічного дизайну та соціальної реклами, а концепція культурної конвергенції дозволяє зрозуміти сучасну трансформацію плакатів, де фізичні й цифрові форми співіснують і взаємодіють.

Визначено, що український плакат розглядається через призму пропаганди, візуальної культури та соціальної комунікації. Історичний розвиток цього медіуму проаналізовано у роботах А. Андрейканіча (2013), В. Косіва (2017), В. Абизова (2017), В. Грищенка (2017), які досліджували періоди Української Народної Республіки, радянської доби та пострадянського періоду. Їхні праці підкреслюють роль плакатів у формуванні суспільної свідомості.

Аналіз воєнних плакатів 2022 року, проведений Є. Гулою, А. Трикозенко та І. Масич (2023), показує важливість партиципативної культури у створенні соціальних і політичних плакатів. Встановлено, що активна участь аудиторії сприяє

динамічному розвитку плакатного мистецтва, яке включає цифрове створення, редагування та розповсюдження. Дослідження В. Косів (2017), І. Шалінського (2017), Г. Андрусенко (2019), С. Прищенка (2021) виявили, що сучасні українські плакати виконують не лише інформаційну функцію, а й сприяють формуванню патріотичних настроїв і національної ідентичності. Вони активно використовуються під час воєнних подій у публічних просторах, виставках та медіа, підтримуючи соціальну єдність.

Важливий внесок зробили Г. Ситар та А. Галюк (2020), які дослідили вплив пропагандистського мистецтва на національну ідентичність під час соціальних криз, таких як Революція Гідності та повномасштабне вторгнення. Плакати цього періоду мають високий емоційний вплив, мобілізуючи суспільство та виступаючи інструментом інформаційної війни. Н. Кравченко (2023) зосередила увагу на комерціалізації військового плакату, зокрема на його перетворенні у товар через продаж копій, одягу та аксесуарів із зображеннями плакатів. Це явище розглядається як форма партиципативної пропаганди, що дозволяє глядачам активно поширювати політичні меседжі.

Таким чином, було встановлено, що сучасний український плакат є багатофункціональним медіумом, що поєднує історичні традиції, цифрові технології та соціальну активність. Однак комплексний аналіз сучасної трансформації плакату в контексті війни та цифрових медіа все ще потребує міждисциплінарних досліджень, що розкриють взаємозв'язки між плакатним мистецтвом, онлайн-комунікацією та соціальною мобілізацією.

Метою статті є дослідження трансформації українського плакату в умовах війни, зокрема його роль у формуванні національної ідентичності, мобілізації суспільства та розширенні інформаційної пропаганди. Також аналізується

вплив цифрових технологій на розвиток плакатного мистецтва та його взаємодія з іншими формами візуального мистецтва.

Виклад основного матеріалу. З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну 24 лютого 2022 р., війна стала не лише військовим, а й інформаційним конфліктом, де важливу роль відіграють візуальні засоби комунікації. Плакати, які стали важливими елементами пропаганди ще з часів Першої світової війни, набули нової значущості в умовах сучасної гібридної війни. В Україні, так само як і в інших країнах, вони виконують функцію мобілізації, підняття морального духу та зміцнення культурної ідентичності. Плакати, зокрема ті, що з'явилися після Революції Гідності 2014 р. та у відповідь на російську агресію, є важливим інструментом не лише для підтримки бойового духу, а й для боротьби за українську ідентичність і незалежність.

Пропаганда відіграє величезну роль у сучасному конфлікті, і обидві сторони активно використовують її для впливу на громадську думку, як усередині своїх країн, так і на міжнародній арені. Росія та Україна створюють різні наративи, використовуючи новини, соціальні мережі, відео, плакати та інші медіа. Українські плакати стали потужним засобом спротиву, натхнення і комунікації, показуючи не тільки жахи війни, але й дух спротиву, мужність, єдність та надію на перемогу.

Плакати мотивують населення протистояти агресору, допомагають українцям відчувати єдність і гордість за свою країну. Вони зображають сміливість українських солдатів, волонтерів і громадян, а також показують сильний національний дух. Через плакати часто передають важливі інструкції для громадян під час воєнного стану, як-от рекомендації щодо безпеки або інформацію про важливі заходи (наприклад, збори коштів чи волонтерські ініціативи). Багато з них ілюструють підтримку, яку Україна отримує з-за кордону, нагадуючи українцям, що вони не залишені сам на сам. Це також впливає на міжнародну аудиторію, спонукаючи до подальшої допомоги та санкцій проти Росії. Деякі мають саркастичний або сатиричний тон, висміюють ворога, що піднімає бойовий дух українців і, можливо, деморалізує противника.

Українські митці, багато з яких працюють з сучасною символікою й образами, створюють роботи, які знаходять резонанс у міжнародній спільноті. Це є своєрідною «м'якою силою», адже художні зображення можуть привертати увагу світової аудиторії сильніше, ніж політичні заяви, викликаючи співчуття та бажання підтримати Україну. Отже, плакати стали не просто засобом

інформації чи агітації – вони відображають культурну ідентичність, дух супротиву та служать як символ української боротьби на всіх фронтах.

Соціальний плакат як інструмент пропаганди глибоке історичне коріння та еволюціонував разом із розвитком друкарства і технічних інновацій. Від римських написів на стінах до плакатів періоду Ренесансу з політичними коментарями, плакати завжди служили засобом впливу на суспільну думку (Гула, 2023). Винахід друкарського верстага Гутенберга став поворотним моментом, дозволяючи виготовляти сатиричні та політичні зображення для широкої аудиторії. Проте справжнє становлення плакату як інструменту масової пропаганди відбулося в період індустріальної революції, яка забезпечила можливості для масового виробництва й комунікації (Андрейканіч, 2012). Перша світова війна та подальші революційні рухи у Радянському Союзі, Китаї та на Кубі стали періодами інтенсивного використання пропагандистського плакату. Плакати, зокрема, виявилися ефективним інструментом пропаганди під час світових воєн, особливо в умовах обмеженості інших комунікаційних каналів. Вони дозволяли швидко і ефективно поширювати інформацію, формувати громадську думку та підтримувати моральний дух як на фронті, так і в тилу. Плакати мали потужний емоційний вплив, часто формуючи образ ворога і мобілізуючи суспільство до активних дій. Однак, у другій половині ХХ століття, з розвитком нових медіа, таких як кінематограф та телебачення, плакати втратили свою домінуючу роль у пропаганді. Однак, на відміну від інших медіа, плакати залишаються доступними і зрозумілими навіть в умовах перенасиченості інформаційного простору. Плакати не тільки підтримують бойовий дух, але й виконують важливу функцію культурної ідентифікації, особливо в умовах війни.

Однією з важливих особливостей українських плакатів є їхній синтез традиційних та сучасних візуальних форм. Вони часто поєднують елементи національної символіки, історичних образів і сучасних ідей, що допомагає створювати потужний національний наратив. Наприклад, популярні плакати з героїчними образами українських солдатів, використанням синьо-жовтих кольорів, а також численні зображення символів боротьби за незалежність стали важливими маркерами ідентичності, що зміцнюють національний дух.

Незважаючи на те, що цифрові медіа значно змінили спосіб виробництва, поширення та споживання плакатів, фізична форма плаката зберігає свою силу як символ і інструмент. Культура конвергенції, описана Дженкінсом (Jenkins, 2006),

дозволяє плакатам циркулювати серед різних медіаплатформ, іноді зазнаючи змін і реміксів, ініційованих користувачами. На відміну від традиційних плакатів, для створення таких реміксів не потрібні художні навички, що робить процес їхнього створення доступним для широкого кола осіб. Цифрові плакати можна легко надрукувати і поширити в різних форматах, таких як листівки, наліпки або навіть банери. Вони також можуть бути надруковані на одязі, що дозволяє ще більше розширити їхній вплив.

У випадку з пропагандистськими плакатами, пов'язаними з війною, цифрові плакати, поширювані через інтернет, здобули популярність, адже вони дозволяють охопити широку аудиторію, не обмежену географічними кордонами (Кравченко, 2023). Ці плакати використовуються не лише для інформування, але й для вираження політичних поглядів і залучення до участі в обговоренні суспільно-політичних подій.

Плакати також є товаром, що може бути куплений, часто з декоративною метою, але також і для підтримки воєнних зусиль. Особливо плакати, створені відомими художниками, можуть продаватися з метою збору коштів на військові цілі. Виставки та онлайн-платформи дають можливість людям купувати плакати, тим самим сприяючи фінансуванню війни. Користувачі можуть залишити плакат у цифровому вигляді або надрукувати його і використовувати за своїм бажанням, що дає можливість брати участь як у культурному, так і в політичному дискурсі. Ці онлайн-платформи, зокрема коли йдеться про краудфандинг чи кампанії солідарності, сприяють децентралізації пропаганди у війні. Вони дозволяють незалежним акторам і групам – поза контролем державних чи військових органів – використовувати плакати для своїх ініціатив, що є важливим для розвитку більш участі в пропаганді.

Використання цифрових медіа для організації політичних протестів також є важливим аспектом. Прикладом є 2011–2012 рр. в Росії, коли спеціальні інтернет-платформи були створені для спрощення виробництва та поширення політичних плакатів. Це дозволило протестувальникам створювати свої власні матеріали, що відображали їхні індивідуальні чи колективні політичні погляди. Завдяки наявності таких інструментів для створення плакатів онлайн, стало простіше брати участь у протестах, навіть не перебуваючи фізично на місці подій. Ця демократизація медіа змінює спосіб організації політичних акцій, оскільки люди можуть долучатися до протестів шляхом створення, налаштування та поширення

плакатів без необхідності бути присутніми безпосередньо на протестних заходах.

Попри труднощі, з якими стикаються держави у спробах контролювати децентралізований потік інформації в цифрову епоху, вони все одно активно використовують онлайн-платформи для формування громадської думки, контролю за наративом щодо війни та мобілізації суспільної підтримки військових операцій. Нове інформаційне середовище війни складно контролювати, але його легко використати як зброю (Шалінський, 2017). Урядові установи, військові та культурні інститути можуть надавати онлайн-платформи, що дозволяють інтегрувати різні розрізнені ініціативи й направляти користувачів до досягнення певних цілей. Проте проблема полягає в тому, що ці форми пропаганди можуть легко виходити з-під прямого контролю держави, особливо в країнах, де немає централізованого контролю над інтернетом. Тому, хоча держава може намагатися формувати публічне сприйняття і спрямовувати повідомлення, окремі групи та індивіди продовжують активно використовувати альтернативні канали для вираження своїх поглядів.

Роль плакатів в українській історії, зокрема під час Революції Гідності (2013–2014) та війни з Росією, є яскравим прикладом того, як воєнні плакати стали потужними символами опору та національної ідентичності. Ініціатива StrikePoster, що виникла під час Революції Гідності, є наочним прикладом того, як плакати стали важливим інструментом вираження та мобілізації. Художники та звичайні користувачі співпрацювали для створення, поширення та використання плакатів як у фізичних просторах (наприклад, під час протестів), так і в онлайн-просторі. Ініціатива дозволила людям виражати свої емоції та політичні погляди через прості, але виразні графічні роботи.

Одним із найвідоміших плакатів, створених StrikePoster, був плакат із жовтою краплею на синьому фоні та гаслом «Я крапля в океані». Цей плакат став символом єдності протестувальників і часто використовувався під час протестів у різних українських містах. Інша ініціатива, Poster Museum, започаткувала велику цифрову колекцію плакатів, присвячених Революції Гідності. Ці плакати використовувалися не тільки в Україні, але й під час демонстрацій української діаспори в інших країнах.

З початком війни з Росією значення плакатів не зменшилося, а, навпаки, стало ще важливішим. Українські художники і активісти почали використовувати плакати для контрпропаганди та боротьби з російською дезінформацією. Плакати

стали інструментом для пропаганди національної ідентичності, підтримки армії та вираження солідарності як всередині України, так і за її межами. Як зазначив український художник Андрій Єрмоленко, інтернет вибухнув патріотичними плакатами та символами, що стало реакцією на інформаційну війну з Росією. Роль плакатів суттєво змінилася в еру цифрових медіа. Хоча плакати й надалі зберігають свою традиційну силу як форма візуальної пропаганди, вони також адаптуються до нових умов і стають важливими інструментами участі в політичному та соціальному житті. Цифрові платформи значно розширюють їхнє поширення, дозволяючи досягти глобальної аудиторії, а також активно залучають людей до процесу створення та поширення політичних плакатів. Вони відіграють важливу роль не тільки в культурному, а й у політичному контексті, що робить Після Революції Гідності в Україні популярність здобули патріотичні конкурси плакатів та супутні виставки, які стали важливою частиною культурного та патріотичного життя країни. Одним із перших таких конкурсів став «Міжнародний конкурс українських патріотичних плакатів (Без цензури!)», організований у 2014 році Мистецьким центром М17, незалежною культурною установою. Конкурс був підтриманий платформою «Український культурний фронт», яка виникла під час Євромайдану й була заснована відомим українським художником та культурним аніматором А. Мухарським. Цей конкурс став історичним для України, оскільки він був першим за своєю суттю та масштабами. Виставка, що підсумовувала конкурс, включала сто переможних плакатів, створених шістнадцятьма авторами. Важливим моментом стало те, що частина плакатів була створена російським художником А. Мирзінім, який працював під псевдонімом Paperdaemon, щоб уникнути можливих репресій з боку російської влади.

Організатори конкурсу, зокрема куратори Є. Більська та А. Мухарський, підкреслювали важливість відродження традиції плакатного мистецтва в Україні. Є. Більська зазначала, що в радянські часи плакати були популярною формою масового мистецтва, доступною для широкої аудиторії, але з часом цей жанр зник. Вона наголосила, що важливо повернути його, оскільки це мистецтво має потужний вплив на масову свідомість. А. Мухарський також говорив про те, що плакати завжди мали здатність піднімати мораль і мотивувати людей, служачи як потужний інструмент пропаганди та мотивації. У 2015 році, конкурс розширився і став більш різноманітним,

залучивши значно більше художників, серед яких були такі відомі імена, як А. Єрмоленко, М. Гончаров, І. Семесіюк, Св. Пащук та Дм. Кришовський. З'явилася можливість для більшої кількості художників створювати політичні плакати на визначені теми, такі як: «Підтримка української армії», «Свобода для політичних в'язнів», «Одна неподільна незалежна Україна», «Нове українське героїство», «Наша рідна мова» та «Молитва за Україну». Важливою частиною конкурсу стали благодійні аукціони, на яких продавалися плакати. Кошти, отримані від продажу, спрямовувалися на медичну допомогу українським військовим, що знаходилися у головному військовому клінічному госпіталі Києва. Це був ще один спосіб поєднати мистецтво та соціальну підтримку під час війни. Конкурс був також підтриманий Міністерством культури України, яке організувало аналогічний конкурс, назвавши його «Український патріотичний плакат 2015». Конкурс мав на меті формувати національну свідомість і активне патріотичне суспільство через візуальне мистецтво. Це була ще одна спроба державних органів використати плакат як інструмент мобілізації громадської думки та підтримки військових дій.

Програма підтримки патріотичних плакатів розвивалася далі, охоплюючи не тільки художників-професіоналів, але й аматорів, серед яких були учасники військових операцій на Донбасі та активісти з тимчасово окупованих територій. Переможні роботи використовувалися для розповсюдження в освітніх установах, державних і громадських органах, а також для створення великих рекламних білбордів та банерів, що демонстрували патріотичні меседжі в публічних місцях. Окрім великих державних ініціатив, малі локальні проекти також активно розвивалися, що стало можливим завдяки доступності онлайн медіа. У багатьох українських містах після Революції Гідності виникли ініціативи, де на вулицях з'являлися політичні плакати та карикатури, присвячені «новим героям» країни. Ці ініціативи були реалізовані на місцевому рівні завдяки популярності і доступності соціальних мереж і можливості кожному надрукувати плакат і розмістити його в громадських місцях.

Плакати також стали важливим елементом онлайн-кампаній, таких як підтримка українського політв'язня О. Сенцова (SaveOlehSentsov) та інших осіб, незаконно ув'язнених Росією. Вони активно поширювались через соціальні мережі та стали символами боротьби за права людини та незалежність України.

Одним із найбільш помітних прикладів використання плакатного мистецтва в онлайн-акціях став проєкт А. Єрмоленка під час Чемпіонату світу з футболу 2018 року в Росії. Художник створив плакати, які зображували Росію як агресора, що б'є м'ячем, зробленим з людського черепа, що ставили під сумнів етику участі в чемпіонаті, що проводився на території країни-агресора. Ці плакати швидко стали вірусними, поширюючись через соціальні мережі та друківані копії, які використовували активісти на протестах і пікетах, зокрема біля посольства Росії в Києві. Ці плакати не лише піднімали важливі політичні питання, а й використовували силу візуальної пропаганди для мобілізації громадської думки. Крім того, вони служили інструментом протесту проти спортивних заходів, що відбувалися в країні, яка анексувала Крим і вела агресивну війну на Донбасі.

Патріотичні конкурси плакатів і пов'язані з ними виставки стали важливим елементом культурної політики в Україні після Революції Гідності. Вони стали потужним інструментом мобілізації суспільної свідомості, не лише на державному рівні, а й у рамках місцевих і громадських ініціатив. Плакати стали символом національної єдності, сприяли підвищенню морального духу на фронті, а також стали важливим інструментом протистояння пропаганді та інформаційній війні. У поєднанні з новими технологіями та онлайн медіа, плакатний жанр здобув нову популярність, ставши доступним для широкого загалу та здобуваючи нові форми вираження в цифрову еру.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну у лютому 2022 р. стало каталізатором посилення українського військового мистецтва. З самого початку вторгнення художники оперативно відреагували на події, створюючи плакати, графіку, картини, що відображали відчуття загрози, гніву, відчаю та надії. Російська агресія мобілізувала українських митців на створення арту з простим меседжем і чіткою метою: виступити проти російської агресії та мобілізувати українців і світову спільноту до спротиву та боротьби з нею. Як наслідок, плакат став яскраво вираженим медіумом для багатьох художників, зокрема тих, хто до цього працював у інших видах мистецтва. Плакати, пов'язані з війною, можна побачити в публічних просторах багатьох українських міст. Вони представлені на білбордах, у вітринах магазинів, житлових будинків і установ. Крім того, поряд з розкиданими і незалежними ініціативами, організовуються спеціальні виставки плакатів на тему війни. Наприклад, у травні 2022 р.

в «напівпорожньому» Києві співробітники Українського дому вивісили дев'ять великих плакатів, присвячених війні. Ці роботи, часто шокуючі за виразністю та змістом, були виставлені, щоб надихнути та підтримати киян, які ще залишались у столиці або щойно повернулись. Згодом ця виставка, доповнена новими роботами, перемістилася до внутрішніх приміщень Українського дому, де було представлено понад сто плакатів від 38 художників.

Запоріжжя стало другим центром українського військового плакату. В межах спільного проєкту Департаменту культури та туризму міської ради і сучасного артпроєкту BIRUCHIY, з червня 2022 р. у місті було організовано кілька спеціальних виставок за участю відомих українських митців, таких як А. Єрмоленко, О. Сай, М. Гончаров і Н. Тітов.

Виставки плакатів, присвячених війні, також проводяться в інших українських містах. Наприклад, в рамках проєкту «Україна понад усе!» плакати українських митців були представлені не лише в Києві, а й у Львові, Івано-Франківську та Хмельницькому. Багато з цих виставок супроводжуються зустрічами з художниками, які часто мають мобілізуючий характер, а також аукціонами плакатів і благодійними зборами на підтримку воєнних ініціатив чи художників, які перебувають у складних умовах під час конфлікту.

Плакати також стали формою міжнародної комунікації та мобілізації світової спільноти. Українські посольства, консульства, муніципальні установи та навчальні заклади підтримують організацію виставок українських воєнних плакатів у різних країнах світу. «Biruchiy Contemporary Art Project» (biruchiyart.com.ua) сприяв цій активності, організувавши серію виставок «Українські воєнні плакати» в європейських містах, таких як Оксфорд, Обергаузен і Париж (2022).

Інші ініціативи, що поширюють українські воєнні плакати, були організовані у Сполучених Штатах за допомогою Генерального консульства України в Нью-Йорку, Національного центру «Український Дім» та спонсорів. Мета таких виставок – представити українське мистецтво та митців, а також підвищити обізнаність про поточну жорстоку війну в країні і її наслідки.

Окрім виставок на місці, плакати, що поширюються через інтернет-платформи та соціальні мережі, можуть охопити ширшу аудиторію та впливати на соціальну свідомість. Профілі художників на соціальних мережах можуть служити засобом мобілізації, даючи їм змогу представляти свою роботу, взаємодіяти з аудиторією, виражати

вдячність військовим, владі, окремим особам та просити фінансову підтримку. Онлайн-платформи також дозволяють людям виражати свою реакцію на плакати – коментарем, «лайком» чи поширенням плаката в особистому профілі. Ці онлайн-дії сприяють поширенню пропаганди без необхідності покидати «метафоричний диван», що символізує безпечно й приватне середовище.

Також існують спеціальні інтернет-платформи для поширення пропаганди, що дають змогу більшій кількості людей побачити воєнний арт, ніж це було б на традиційних стаціонарних виставках. Фізичні обмеження тут не грають жодної ролі. Наприклад, ініціатива Poster Museum продовжує свою діяльність онлайн, збираючи та демонструючи плакати на своєму вебсайті та сторінці у Facebook. Онлайн-платформа «Creatives for Ukraine» (creativeukraine.org.ua), створена представниками литовського творчого сектору, також активно підтримує збір і поширення графічних робіт, що зображають війну в Україні. Зокрема, така онлайн-платформа як «Art of Victory» (artforvictory.cz), створена державними установами України, активно підтримує художників, публікуючи їх роботи та закликаючи поширювати їх по всьому світу, щоб «запам'ятати російське вторгнення в Україну та боротьбу українців проти російської армії».

Показовим прикладом є масштабна Міжнародна плакатна акція на підтримку України, що організувала Асоціація дизайнерів-графіків «4-й Блок». Вона збирила роботи митців з понад 50 країн світу, демонструючи, що світова дизайнерська спільнота активно реагує на події в Україні. Виставка плакатів під назвою «Україна – Харків: Незламність» стала символом опору, відображаючи не лише воєнні реалії, але й силу духу українців. Ці плакати розмішувалися на будівлях Харкова, зруйнованих російськими обстрілами, що підкреслювало важливість мистецтва як інструменту національного спротиву і символу надії.

Зокрема, проєкт Н. Тітова, відомого харківського плакатиста, показав, як миттєва емоційна реакція на події війни може знайти своє відображення у візуальній формі та стати пророчою. Його плакат із зображенням корабля, що тоне, доповнений фразою «Русській корабль, іди...», став одним із найбільш впізнаваних символів опору українців. Відзначено, що ця робота, створена за короткий час після захоплення острова Зміїний, передбачила подальше затоплення російського крейсера «Москва» українськими військовими. Така здатність митця «впіймати момент» і миттєво

відтворити його у візуальній формі підкреслює новий характер плакатного мистецтва: реактивність, емоційність та оперативність.

Також важливим аспектом розвитку українського плакатного мистецтва стало поширення благодійних виставок, таких як виставки робіт Н. Тітова у Хмельницькому та в посольстві України в Токіо. Ці події стали не лише демонстрацією мистецтва, а й засобом збору коштів для підтримки Збройних Сил України, що підкреслює соціально відповідальну роль плаката у воєнний час. Крім того, відвідувачі виставок мали можливість безпосередньо поспілкуватися з митцем, що створило атмосферу взаємодії та солідарності.

Не менш значущою є трієнале еко-плакату «4-й Блок», яка, незважаючи на складні умови війни, продовжує свою традицію в Харкові. Цей захід, заснований у 1991 році на честь п'ятої річниці Чорнобильської катастрофи, завжди мав на меті об'єднати соціальні та екологічні теми у міжнародному плакатному дизайні. Однак, сучасна трієнале отримала новий вектор розвитку, зосереджуючись на переосмисленні реалій, які принесла війна. Тема «Reimagine» стала своєрідним заклик до переосмислення майбутнього під кутом сучасних жорстоких реалій, що загрожують не лише Україні, але й усьому світові.

Таким чином, сучасний український плакат, зокрема воєнний та екологічний, відіграє ключову роль у формуванні національної свідомості, сприяє мобілізації громадськості та виступає платформою для міжнародної підтримки. Він є не лише мистецьким відгуком на події війни, але й активним учасником інформаційної війни, символізуючи незламність українського народу та його прагнення до перемоги і миру.

Висновки. В результаті проведеного дослідження було визначено важливу роль українського плакату як інструменту культурної ідентифікації та засобу швидкої комунікації у сучасних умовах війни. Проаналізовано вплив новітніх цифрових технологій на розвиток плакатного мистецтва, що сприяло його трансформації та розширенню сфер використання як у фізичному, так і в онлайн просторах. Поєднання традиційних елементів плакату з цифровими медіа дозволяє посилити його естетичний та інформаційний вплив, забезпечуючи максимальне охоплення аудиторії.

Встановлено, що сучасні воєнні плакати є потужним інструментом мобілізації та підтримки суспільних настроїв, особливо завдяки активному використанню соціальних мереж. Проаналізовано процес децентралізованого створення та поширення плакатів в умовах повномасштаб-

ної війни, що дало змогу уникнути цензури та зберегти творчий потенціал митців. Аудиторія більше не є пасивним споживачем, а активно долучається до поширення плакатного мистецтва, використовуючи його як засіб висловлення своєї політичної позиції.

Визначено, що воєнні плакати стають об'єктами мистецтва, товаром і засобом збору коштів на підтримку військових зусиль, набуваючи нових форм та значення у сучасній візуальній культурі. Виявлено, що їх використання на

одязі та аксесуарах сприяє розмиванню меж між публічним і приватним просторами, підвищуючи ефективність пропаганди.

Проведене дослідження підтвердило, що український плакат в умовах війни є важливим елементом інформаційної боротьби та формування національної ідентичності. Подальші дослідження будуть зосереджені на аналізі ролі плакатів у мобілізації діаспори та вивченні зв'язків між плакатами, мемами, інтернет-графікою і стріт-артом у контексті сучасних конфліктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абизов В. А., Грищенко В. В. Основні чинники, що визначають розвиток сучасного плакату. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*: зб. наук. пр. 2011. № 1. С. 71–75.
2. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. Вип. 19(1). С. 121–126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uk_msshr_2013_19%281%29__28 (дата звернення: 15.11.2024).
3. Андрусенко Г. Артмайдан: культурний артефакт протесту [Електронний документ]. 2019. URL: <http://archive.ec/nU2v3#selection-5097.0-5097.729> (дата звернення: 15.11.2024).
4. Гладун О. Д. Соціальний екологічний плакат як феномен графічного дизайну. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*: зб. наук. пр. 2008. № 4. С. 21–27.
5. Грищенко В. В. Особливості дизайну в мистецтві плаката. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура*. 2011. № 6. С. 138–140.
6. Гула Є. П., Трикозенко А., Масич І. Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*: зб. матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, КНУТД, Т. 2. 2023. С. 62–64.
7. Косів В. М. Оп арт в українському радянському плакаті: абстракція і національна ідентичність. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*: зб. наук. пр. 2017. № 6. С. 46–53.
8. Кравченко Н. Тема війни в плакатах молодих українських дизайнерів. Зб. матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну». Київ: КНУТД, 2023.
9. Порфімович О. Л. Технології візуального впливу (плакатистика) в контексті інформаційної війни. *Діалог: медіа-студії*: зб. наук. пр. Одеса: Одеський національний університет ім. Мечникова. 2014. Вип. 18–19. С. 255–265.
10. Прищенко С. Естетичні параметри колористичного формотворення в рекламній графіці України : автореф. дис... канд. техн. наук : 05.01.03. Київ: Київський національний ун-т будівництва і архітектури, 2008. 19 с.
11. Ситар Г. В., Галюк А. В. Політичний плакат: співвідношення вербального й візуального складників. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2020. Вип. 12, Т. 2. С. 219–223.
12. Шалінський І. Культурний код українського плаката Революції гідності : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 26.00.01. Київ: Нац. акад. мистецтв України, Ін-т проблем сучас. мистецтва, 2017. 17 с.
13. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press, 2006. 336 pp.

REFERENCES

1. Abizov V. A., Hryshchenko V. V. Osnovni chynnyky, shcho vyznachaiut rozvytok suchasnoho plakata. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*: zb. nauk. pr. 2011. № 1. S. 71–75. [in Ukrainian].
2. Andriikanich A. I. Plakat: yoho vudy ta zhanyry. *Ukrains'ka kultura: mynule, suchasne, shlyakhy rozvytku*. 2013. Vyp. 19(1). S. 121–126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uk_msshr_2013_19%281%29__28 (data zvernennia: 15.11.2024). [in Ukrainian].
3. Andrusenko H. Artmaidan: kul'turnyi artefakt protestu [Elektronnyi dokument]. 2019. URL: <http://archive.ec/nU2v3#selection-5097.0-5097.729> (data zvernennia: 15.11.2024). [in Ukrainian].
4. Hladun O. D. Sotsial'nyi ekolohichniy plakat yak fenomen hrafichnoho dyzainu. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*: zb. nauk. pr. 2008. № 4. S. 21–27. [in Ukrainian].
5. Hryshchenko V. V. Osoblyvosti dyzainu v mystetstvi plakatu. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv. Mystetstvovnavstvo. Arkhitektura*. 2011. № 6. S. 138–140. [in Ukrainian].
6. Hula Ye. P., Trykozenko A., Masych I. Rol' i rozvytok suchasnoho ukrains'koho plakatu v umovakh viiny. *Aktual'ni problemy suchasnoho dyzainu*: zb. materialiv V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv, KNUTD, T. 2. 2023. S. 62–64. [in Ukrainian].
7. Kosiv V. M. Op art v ukrains'komu radjans'komu plakati: abstrakciia i natsional'na identychnist'. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*: zb. nauk. pr. 2017. № 6. S. 46–53. [in Ukrainian].
8. Kravchenko N. Tema viiny v plakatach molodykh ukrains'kykh dyzaineriv. Zb. materialiv V Mizhnarodnoi nauko-vo-praktychnoi konferentsii "Aktual'ni problemy suchasnoho dyzainu". Kyiv: KNUTD, 2023. [in Ukrainian].

9. Porfimovych O. L. Tekhnologii vizual'noho vplyvu (plakatystyka) v konteksti informatsiynoi viiny. Dialoh: mediiia-studii: zb. nauk. pr. Odesa: Odes'kyi natsional'nyi universytet im. Mechnykova. 2014. Vyp. 18–19. S. 255–265. [in Ukrainian].
10. Pryshchenko S. Estetychni parametry kolorystychnoho formotvorennia v reklamii hrafiti Ukrainy: avtoref. dys... kand. tekhn. nauk: 05.01.03. Kyiv: Kyivs'kyi natsional'nyi un-t budivnytstva i arkhitektury, 2008. 19 s. [in Ukrainian].
11. Sytar H. V., Haliuk A. V. Politychnyi plakat: spivvidnoshennia verbal'noho i vizual'noho skladnykiv. Visnyk student-s'koho naukovohto tovarystva DonNU imeni Vasylia Stusa. 2020. Vyp. 12, T. 2. S. 219–223. [in Ukrainian].
12. Shalynskyi I. Kul'turnyi kod ukrains'koho plakatu Revoliutsii hidnosti: avtoref. dys. ... kand. mystetstvoznavstva: 26.00.01. Kyiv: Nats. akad. mystetstv Ukrainy, In-t problem such. mystetstva, 2017. 17 s. [in Ukrainian].
13. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press, 2006. 336 pp.