

Владислав ОЛЕЙНИКОВ,

orcid.org/0009-0001-1588-1336

студент магістратури

Інституту дизайну та реклами Київського національного університету культури і мистецтв

(Київ, Україна) greatestchannel@gmail.com

Андрій БУДНИК,

orcid.org/0000-0002-0719-2231

кандидат мистецтвознавства, Заслужений художник України,

доцент кафедри графічного дизайну

Київського національного університету культури і мистецтв

(Київ, Україна) budnik_andriy@ukr.net

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФУНКЦІЙ ТА ВІЗУАЛЬНОЇ МОВИ ПЛАКАТА ПЕРІОДУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ В ЦИФРОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

У статті здійснено комплексний мистецтвознавчий аналіз трансформації функціонального призначення та візуально-стилістичних особливостей українського плаката періоду повномасштабної війни в контексті його інтеграції у глобальні цифрові екосистеми. Актуальність дослідження зумовлена докорінною зміною середовища існування жанру: міграцією плакатного мистецтва з фізичного публічного простору у віртуальне середовище соціальних мереж, де воно набуває статусу динамічного медіаповідомлення.

Метою статті є виявлення та систематизація ключових змін у візуальній мові та соціокультурних функціях плаката, створеного після 24 лютого 2022 року, під впливом технічних вимог цифрових платформ. Методологічну основу дослідження складають методи системного, порівняльного та мистецтвознавчого аналізу, що дозволило розглянути плакат як інструмент інформаційного спротиву та складову цифрової культури.

В результаті дослідження визначено, що в умовах мережесевих комунікацій плакат еволюціонує від традиційного засобу наочної агітації до багатофункціонального цифрового активу. Обґрунтовано, що основними функціями сучасного воєнного плаката стають: документування історичних подій та воєнних злочинів, фандрейзинг (через використання QR-кодів), психологічна підтримка населення та мобілізація міжнародної спільноти.

Проаналізовано характерні зміни візуальної мови, зумовлені «кліповим мисленням» аудиторії та адаптацією до екранів мобільних пристроїв: лаконізація форм, використання агресивних кольорових контрастів, інтеграція меметичних елементів та анімації. На прикладі кейсів вітчизняних ілюстраторів (Н. Дзивицька, В. Котик, А. Будник, О. Рубленко) та студентського проєкту «На сніданок була війна» розкрито феномен «креативного спротиву». Досліджено міжнародний контекст візуальної підтримки України через аналіз робіт іноземних митців (М. Фавр, Ф. Ван Лунтер, А. Дюран) у рамках руху #StandWithUkraine. Висновки засвідчують, що цифрова трансформація перетворила плакат на глобальний візуальний маніфест солідарності та ефективну зброю у гібридній війні.

Ключові слова: *плакат, цифрові комунікації, візуальна мова, інформаційний спротив, медіамистецтво, вірусний контент, графічний дизайн.*

Vladyslav OLEINYKOV,
 orcid.org/0009-0001-1588-1336
 Master's student

*Institute of Design and Advertising of Kyiv National University of Culture and Arts
 (Kyiv, Ukraine) greatestchannel@gmail.com*

Andrii BUDNYK,
 orcid.org/0000-0002-0719-2231
 Candidate of Art History, Honored Artist of Ukraine,
 Associate Professor at the Department of Graphic Design
 Kyiv National University of Culture and Arts
 (Kyiv, Ukraine) budnik_andriy@ukr.net

TRANSFORMATION OF THE FUNCTIONS AND VISUAL LANGUAGE OF THE WARTIME POSTER IN DIGITAL COMMUNICATIONS DURING THE FULL-SCALE INVASION

The article presents a comprehensive art-historical analysis of the transformation of the functional purpose and visual-stylistic characteristics of the Ukrainian poster during the period of the full-scale war, within the context of its integration into global digital ecosystems. The relevance of the study is determined by a fundamental change in the genre's environment of existence—namely, the migration of poster art from the physical public space to the virtual environment of social media, where it acquires the status of a dynamic media message.

The aim of the article is to identify and systematize the key changes in the visual language and sociocultural functions of posters created after February 24, 2022, under the influence of the technical requirements of digital platforms. The methodological framework of the research is based on systemic, comparative, and art-historical methods, which made it possible to examine the poster as an instrument of information resistance and as a component of digital culture.

As a result of the study, it is determined that under the conditions of network communications, the poster evolves from a traditional means of visual agitation into a multifunctional digital asset. It is substantiated that the primary functions of the contemporary wartime poster include the documentation of historical events and war crimes, fundraising (through the use of QR codes), psychological support for the population, and the mobilization of the international community.

The article analyzes characteristic changes in visual language caused by the audience's "clip thinking" and by adaptation to mobile device screens, including the laconicism of forms, the use of aggressive color contrasts, and the integration of memetic elements and animation. Through case studies of Ukrainian illustrators (N. Dzyvulska, V. Kotyk, A. Budnyk, O. Rublenko) and the student project War Was for Breakfast, the phenomenon of "creative resistance" is revealed. The international context of visual support for Ukraine is explored through an analysis of works by foreign artists (M. Favre, F. Van Lunter, A. Durand) within the #StandWithUkraine movement. The conclusions demonstrate that digital transformation has turned the poster into a global visual manifesto of solidarity and an effective weapon in hybrid warfare.

Key words: poster, digital communications, visual language, information resistance, media art, viral content, graphic design.

Постановка проблеми. Плакати завжди були важливим інструментом візуальної комунікації, що поєднують естетичну форму та соціально значущий зміст. Раніше вони традиційно виконували роль засобу інформування, агітації та формування національної ідентичності (Thompson, 1991). Проте після початку повномасштабного російського вторгнення 24 лютого 2022 р. плакат зазнав значних змін у своїх функціях, візуальній мові та каналах поширення. Він перестав бути лише друкованим засобом масової комунікації і став активним учасником цифрового інформаційного простору, інтегруючись у соціальні мережі, месенджери та інші онлайн-платформи.

Сучасний антивоєнний плакат поєднує традиційні художні та символічні прийоми з цифровими інструментами: інтерактивними елементами та

динамічним візуальним рядом, що дозволяє оперативно реагувати на події та мобілізувати суспільство. Візуальна мова плаката трансформується: з'являються лаконічні тексти, контрастні кольори, символи та піктограми, які легко сприймаються на екранах мобільних пристроїв і швидко поширюються онлайн. Трансформація змінює не лише спосіб комунікації, а й соціальну роль плаката: він стає засобом інформаційного опору, мобілізації, міжнародної презентації та елементом цифрової культури спротиву.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика трансформації візуального мистецтва в умовах війни стала предметом наукових досліджень багатьох науковців, які розглядають плакат крізь призму культурології, соціальних комунікацій та мистецтвознавства.

Початок повномасштабної війни суттєво змінив функціональне призначення та суспільну роль українського плаката. Якщо раніше він виконував переважно інформаційно-естетичну або комерційну функцію, то з 24 лютого 2022 року плакат повернувся до своєї історичної місії – стати потужним мобілізаційним інструментом, який здатен не лише інформувати, а й впливати на суспільні настрої, пробуджувати патріотичні почуття, зміцнювати віру у перемогу та підтримувати моральний дух населення (Сосницький, 2024: 131).

В умовах активної фази війни візуальні засоби стають критично важливими для формування суспільного сприйняття та консолідації зусиль населення (Малик, 2022: 71). Дослідниця зазначає, що плакат сьогодні виступає не лише як символ опору, а й як засіб створення образу надії та єдності, протиставляючи себе візуальним кодам агресора.

Окремий пласт досліджень присвячено змінам у візуальній мові та стилістиці. Естетика сучасного плаката трансформується під впливом цифрового споживання (Гладун, 2018). Також, дослідники розглядають трансформацію воєнних архетипів та виокремлюють скетчинг і цифрові замальовки як форми швидкого мистецького реагування, що дозволяють авторам миттєво рефлексувати на події в реальному часі (Будник, Гамалія, 2022).

Попри значну кількість наукових праць, присвячених окремим аспектам функціонування плаката у воєнний час, комплексний аналіз його трансформації саме як цифрового активу, що інтегрується у глобальні вірусні комунікації, залишається поза увагою дослідників.

Мета статті. Дослідити функціональну та візуально-стилістичну трансформацію плаката, створеного після 24 лютого 2022 року, в умовах його міграції з фізичного носія у цифрове середовище.

Для досягнення поставленої мети передбачається вирішення низку завдань: проаналізувати зміни функціонального призначення плаката при його переході з друкованого формату в статус цифрового активу; ідентифікувати трансформації візуальної мови та стилістики (композиція, колористика, символіка), що зумовлені технічними вимогами цифрових платформ та мобільних пристроїв. Окрім цього, дослідження спрямоване на визначення ролі плаката як інструменту вірусних комунікацій та елементу інтерактивної взаємодії з аудиторією, а також систематизацію ключових ознак сучасного антивоєнного цифрового плаката на основі аналізу кейсів, зокрема проєкту «На сніданок була війна» та робіт іноземних ілюстраторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті воєнних дій плакат перетворюється

на зброю культурного фронту, на інструмент психологічної підтримки та символічного спротиву (Kaminski, 2014). Його візуальна мова стає максимально зрозумілою, емоційною і концентрованою: художники та дизайнери використовують сильні кольорові контрасти, чітку типографіку, впізнавані національні символи – прапор, тризуб, образи воїнів і волонтерів, які асоціюються зі сміливістю, свободою та єдністю. Усе це створює нову семиотику плаката, де кожен елемент несе глибоке ідейне навантаження та є частиною колективного візуального коду. Водночас така еволюція не обмежується лише змістовим наповненням – вона охоплює і зміну самої візуальної мови, що зумовлена переходом комунікацій у цифровий простір.

Трансформація візуальної мови плаката проявляється через адаптацію символів, кольорових схем, композицій та стилістики під потреби цифрового середовища. Постери тепер створюються не лише для фізичного розміщення у місті, на вулицях, в навчальних та культурних закладах, але й у цифровому форматі, орієнтованому на швидке поширення через соціальні мережі, месенджери, стікери та меми. Це означає, що плакат перетворюється на багатофункціональний цифровий продукт: він одночасно може бути інформаційним викликом, заклик до дії, засобом психологічної підтримки та мобілізаційним сигналом. Також він стає інструментом міжнародної комунікації, спрямованим на донорів, волонтерів, українську діаспору та глобальну аудиторію, яка може через нього долучитися до гуманітарної та політичної підтримки України. «У розробці комунікативних матеріалів важливу роль також відіграє самовираження дизайнера, яке може бути свідомо чи несвідомо закладеним у проєкт» (Будник та ін., 2022: 213).

Важливим аспектом сучасного плаката є інтерактивність. Сучасна цифрова графіка може містити QR-коди для благодійних внесків, посилання на відео або інформаційні ресурси, запрошення до флешмобів, онлайн-кампаній та челенджів у соціальних мережах. Це змінює спосіб сприйняття плаката: аудиторія вже не є пасивним спостерігачем, вона може миттєво долучитися до дії, поширювати плакат у мережі, активно взаємодіяти з його змістом.

Сучасний плакат має враховувати динаміку цифрового споживання та обмеження мобільних платформ. Це впливає на вибір кольорів, графічних елементів, шрифтів і формату композицій (Гладун, 2018: 119). У період війни плакати стали більш контрастними, лаконічними, з акцентом на швидко сприйманий текст і символіку, що легко

читається на екранах смартфонів. Використання яскравих кольорів, символічних піктограм та зрозумілих образів дозволяє моментально привернути увагу користувача, забезпечити його емоційний відгук і сприяти поширенню контенту серед великої аудиторії. Крім того, плакат у цифровому форматі часто поєднує традиційні художні прийоми із сучасними меметичними та анімаційними формами, що робить його більш адаптованим до глобальної аудиторії.

Функції плаката також зазнали суттєвих змін. Він перестав бути лише рекламним чи інформаційним інструментом, став елементом цифрової культури спротиву і активним учасником візуальної війни. Особлива роль належить і його соціокультурній функції: сучасний плакат підсилює наратив національної ідентичності та патріотизму, зберігаючи візуальні коди української культури та історичні символи, адаптовані під сучасні цифрові формати. Завдяки цифровим технологіям плакат отримує додаткову життєздатність – його легко репостити, трансформувати під нові контексти, масштабувати для різних платформ, інтегрувати у мультимедійні кампанії, що робить його значущим інструментом у сфері інформаційної безпеки та психологічної підтримки населення.

Учасників креативного руху періоду війни можна умовно поділити на кілька груп залежно від способу їхньої художньої реакції на події. Насамперед активізуються митці, схильні до скетчингу – створення швидких замальовок у реальному часі, а також до плакатних форм візуальної комунікації, що передбачають миттєве відображення суспільних настроїв і подій. На перший план виходять жанри мистецтва оперативного реагування – зокрема плакат, карикатура, мем, цифровий колаж («фотожаба»), які набули популярності завдяки простоті виконання та можливості швидкого поширення в цифровому середовищі (Будник, Гамалія, 2022: 191). Використання доступних графічних редакторів і соціальних мереж дозволяє кожному охочому долучитися до інформаційно-візуального фронту, створюючи роботи, що поєднують естетичний, емоційний і соціально-політичний вимір.

Також як зазначають сучасні дослідники цифрової культури, мистецтво у віртуальному середовищі перестає бути статичним – воно функціонує як елемент комунікаційного процесу, створюючи взаємодію між митцем, аудиторією та спільнотою (Kaminski, 2014). Ця тенденція особливо яскраво проявилася в українському плакаті періоду війни, який еволюціонував у напрямі інтерактивного, соціально орієнтованого повідомлення.

Варто наголосити на тому, що в перші дні після повномасштабного вторгнення Росії 24 лютого 2022 року світова мистецька спільнота миттєво відреагувала на трагедію в Україні. Тисячі митців із різних країн почали створювати плакати, ілюстрації та цифрові твори, що стали не лише актом солідарності, а й важливим елементом глобальної комунікації. У соціальних мережах, зокрема в Instagram, поширилися сотні тисяч зображень із хештегом #StandWithUkraine, що перетворили візуальне мистецтво на потужний інструмент протесту та підтримки.

На платформі Domestika було представлено ініціативу, яка об'єднала 15 митців із різних країн, що створюють твори, спрямовані на протест, підвищення обізнаності та підтримку України. Їхні роботи демонструють, як плакат, інтегрований у цифрові медіа, поєднує естетику, громадянську позицію та функцію соціального заклик.

Показовим є приклад українських ілюстраторок Ніни Дзивульської та Вероніки Котик (рис. 1), роботи яких засвідчують зміну каналу поширення плаката – від вулиці до екрана смартфона, від індивідуального глядача до світової спільноти. Серія цифрових плакатів Дзивульської стала візуальним символом єдності та співчуття, а соняшник у роботах Котик постає універсальним образом стійкості та життєвої сили. Ці твори активно репостяться в соціальних мережах, набуваючи форми цифрових плакатів-емблем, що об'єднують світову спільноту.



Рис. 1. Творчі роботи Ніни Дзивульської та Вероніки Котик

Фатінья Рамос із Португалії та Salmorejo Studio з Іспанії (рис. 2) у своїх роботах демонструють яскравий приклад того, як сучасний плакат інтегрується у міжнародний візуальний дискурс («#StandWithUkraine: Artists Show Solidarity and Hope for Peace», n. d.). Вони поєднують кольори українського прапора із загальноприйнятими символами миру, такими як голуби та знаку пацифік, створюючи образи, що легко сприймаються й відразу асоціюються з ідеєю солідарності та підтримки.

Митці послуговуються лаконічною візуальною мовою, що несе потужний емоційний заряд без зайвих деталей. Поєднуючи українську ідентичність та універсальні цінності, такі композиції миттєво зчитуються у цифровому просторі. Завдяки мінімалізму та чіткості форм роботи ефективно ширяться соцмережами, інтегруючись у глобальну екосистему підтримки України.



Рис. 2. Твори мистецтва Фатінья Рамоса та Салморехо Студіо

Особливої уваги заслуговує творчість Аурелії Дюран (рис. 3), яка через цифрове мистецтво демонструє, як плакат може поєднувати національні символи з глобальними соціальними темами («#StandWithUkraine: Artists Show Solidarity and Hope for Peace», n. d.). У своїх роботах вона поєднує національну символіку з темами інклюзивності, підкреслюючи універсальність наслідків війни. Використання кольорів українського прапора в образах різних етнічних груп створює ефект глобальної солідарності.

Окрім цього, Дюран інтегрує свої роботи у цифрові платформи, зокрема у проекти NFT, що дозволяє плакатам не лише функціонувати як візуальні символи підтримки, а й виконувати практичну соціальну роль. Частина прибутків від продажу таких творів спрямовується на благодійні ініціативи та підтримку гуманітарних проєктів в Україні. Завдяки цьому її мистецтво поєднує естетичну цінність, соціальну активність та цифрову інтеграцію, перетворюючи плакат із статичного носія інформації на динамічний інструмент впливу та взаємодії у сучасному глобальному медіапросторі.

У цьому контексті плакат зазнав суттєвої трансформації, помістивши на другий план свою традиційну функцію декоративного або інформаційного носія і перетворившись на потужний інструмент культурного спротиву. Його нова роль виходить за межі простого донесення інформації: він стає засобом формування емоційної стійкості та психологічної підтримки населення. Плакати активно використовуються для викриття злочи-

нів агресора, документування наслідків бойових дій, зображення героїзму військових і волонтерів, а також для мобілізації міжнародної підтримки – через заклики до донорів, інституцій та громадян інших країн. Крім того, сучасний плакат виконує роль візуального маніфесту, який через яскраву, емоційно насичену графіку та символіку транслює на міжнародну аудиторію меседж про правду війни, спрямовуючи увагу світової спільноти на гуманітарні проблеми, патріотизм українського народу та необхідність солідарності з Україною у протистоянні агресії.



Рис. 3. Творчість Аурелії Дюран

Одним із ключових проявів цієї трансформації стало масове поширення плакатного мистецтва у цифровому середовищі. Соціальні мережі та онлайн-галереї стали основними просторами для митців, де народжується, існує й поширюється сучасний плакат. Онлайн-спільнота Chytomo збрала добірку таких робіт від художників, які у своїх творах закликали до миру, гуманності та солідарності («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022). Ці візуальні висловлювання показують, як плакат перетворюється на інструмент міжкультурного діалогу у цифрову епоху.

Французька ілюстраторка Маліка Фавр (рис. 4) – відома сучасна художниця, вирізняється своєю фірмовою мінімалістичною манерою, де лаконізм форми поєднується з потужним емоційним змістом («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022). У її плакатах, присвячених війні в Україні, головним акцентом стає український прапор, який вона трактує не лише як національний символ, а як метафору стійкості, свободи та внутрішнього світла, що протистоїть темряві війни. Її композиційні рішення вирізняються чистими лініями, великими кольоровими площинами синього та

жовтого кольорів, а також контрастом світла й тіні, який на рівні підсвідомості передає боротьбу добра і зла («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022).

Такий підхід ідеально відповідає логіці цифрового плаката – зображення одразу впізнається у стрічці соцмереж, швидко зчитується та залишає емоційний слід, не потребуючи текстового супроводу. Роботи Фавр, що поширювалися у Twitter, Instagram та ArtStation, стали частиною міжнародного культурного протесту проти агресії, а її мінімалізм став прикладом того, як візуальна простота може бути носієм глобального меседжу.



Рис. 4. Творча робота Маліки Фавр

У Бельгії художники Федеріко Ван Лунтер і Філіп Ізенберт (рис. 5) також звернулися до теми українського спротиву, створюючи серії цифрових плакатів, які поєднують документальні фрагменти війни з художньою узагальненістю. У їхніх роботах можна побачити силуети військових, кадри зруйнованих міст, постаті людей у сховищах, що передають реальність війни, і водночас інтегруються у цілісну графічну композицію з лаконічною колірною гамою («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022). Такий підхід дозволяє поєднувати точність документального спостереження з символічною глибиною, надаючи плакатам багатошаровий зміст: вони одночасно інформують, емоційно впливають і мобілізують.

Федеріко Ван Лунтер, спираючись на досвід політичного дизайну, акцентує увагу на динаміці та швидкості реакції. Його композиції насичені рухом, що створює ефект присутності та передає відчуття невідкладності подій. Це перетворює плакат на засіб екстреної комунікації, який підкреслює критичність ситуації та спонукає до активних дій.

Філіп Ізенберт, навпаки, робить акцент на емоційному вимірі: його роботи передають біль, страх, тривогу, водночас закликають до надії та співчуття. Використання виразних образів і мінімалістичних деталей дозволяє кожному елементу плаката стати носієм символічного значення, створюючи психологічний ефект занурення в історію людей, яких торкнулася війна («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022).



Рис. 5. Творчі роботи Федеріко Вана Лунтера та Філіпа Ізенберта

Американські митці Хейг Вільямс та Армен Парсігян (рис. 6) демонструють яскравий приклад синтезу сучасних цифрових технологій та традиційних образотворчих практик у контексті плакатного мистецтва періоду війни («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022). В їхніх роботах плакатна естетика поєднується з живописом, елементами колажу та графічного дизайну, що дозволяє створювати багатошарові композиції, насичені символами, метафорами та культурними алюзіями. Кожен елемент таких плакатів несе окреме смислове навантаження, формуючи комплексну візуальну оповідь про війну, боротьбу та солідарність.

Важливим аспектом є те, що використання цифрових технологій, таких як графічні редактори, цифровий живопис та інтеграція фотографічних елементів, надає митцям можливість оперативно реагувати на події у реальному часі, створюючи нові візуальні меседжі в момент їх актуальності.



Рис. 6. Творчість Хейга Вільямса та Армена Парсігяна

Польська художниця Кася Шиковна у своїй творчості зверталася до народної естетики – вона використовувала стилізовані орнаменти, декоративні елементи народного одягу, традиційні кольори польського та українського фольклору (рис. 7). Її плакати несуть мотив взаємної допомоги слов'янських народів, передаючи через народні символи ідеї єдності, любові та миру («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022).

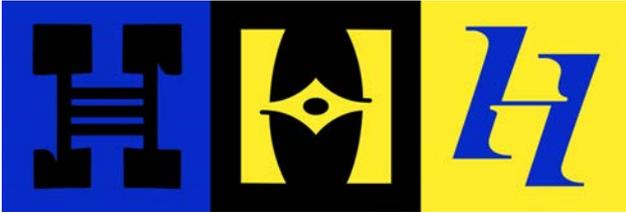


Рис. 7. Творчість Касі Шиковни

Італійська ілюстраторка Джулія Нері обрала більш ліричний, емоційно заглиблений підхід. У своїй ілюстрації вона поєднала акварельну ніжність із виразною метафорою: зобразивши жінку, що зашиває рану на українському прапорі (рис. 8). Її роботи відзначаються м'якою палітрою та акцентом на людських почуттях, що робить їх близькими кожному глядачу, незалежно від національності чи культурного контексту («#StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram», 2022).



Рис. 8. Творча робота Джулії Нері

Плакатний проект «На сніданок була війна», є яскравим прикладом трансформації функцій та візуальної мови плаката у цифрових комунікаціях воєнного часу. З перших днів вторгнення проект став символом миттєвої реакції творчої спільноти, коли мистецтво перетворилося з форми естетичного вираження на засіб інформаційної та психологічної боротьби («Мистецький проект на вістрі війни», 2022).

Ініціатива викладачів та студентів факультету графічного дизайну КНУКіМ і КУК засвідчила здатність академічного середовища оперативно адаптуватися до кризових умов. У Telegram-чаті «Креативний спротив КНУКіМ / КУК», створеному в перші години вторгнення, сформувався цифровий мистецький фронт: дизайнери об'єднали зусилля задля створення візуального контенту на підтримку українців та для інформування світу («Мистецький проект на вістрі війни», 2022).

У цьому контексті плакат трансформувався з декоративного носія на потужний інструмент культурного спротиву. Він виконує багатопланову функцію: інформує, мотивує та формує емоційну стійкість громадян. Через візуальні образи плакат підвищує бойовий дух, демонструючи героїзм та солідарність суспільства, а також наочно викриває злочини ворога для внутрішньої та міжнародної аудиторії.

Візуальна мова проекту «На сніданок була війна» демонструє глибоку символіку та трансформацію естетики: кожен твір стає медіа-повідомленням, адаптованим для цифрового простору. Наприклад, плакат Андрія Будника «Sexual Violence» (рис. 9) використовує різкі кольорові контрасти й мінімалістичну композицію, щоб гостро передати тему насилля як воєнного злочину.



Рис. 9. Плакат Андрія Будника «Sexual Violence»

Плакати Оксани Рубленко «Ze killer» та «Пляма» (рис. 10) фокусуються на темі інформаційних маніпуляцій. Використовуючи графічну агресивність і контраст чорного та червоного, художниця досягає миттєвого драматичного ефекту («Мистецький проект на вістрі війни», 2022). Чіткі форми й напружена композиція передають відчуття небезпеки, візуалізуючи тиск інформаційного поля на суспільство.

Важливо, що ці плакати не лише демонструють художню виразність, а й функціонують як

елементи цифрового протестного мистецтва, призначені для швидкого поширення у соціальних мережах, де увага користувачів обмежена кількома секундами. Завдяки простоті сприйняття та емоційній насиченості, вони здатні миттєво передавати ключові меседжі, формувати критичне ставлення до пропаганди ворога та стимулювати активну реакцію аудиторії («Мистецький проєкт на вістрі війни», 2022). Така естетика відповідає сучасним тенденціям цифрової візуальної комунікації, де ефективність і швидкість поширення інформації набувають вирішального значення, а плакат стає не лише художнім твором, а й інструментом психологічної та інформаційної мобілізації суспільства.



Рис. 10. Плакати Оксани Рубленко «Ze killer» і «Пляма»

Проєкт також відзначився активною цифровою дистрибуцією: створені плакати швидко поширювалися у Facebook, Instagram, Telegram, де набували статусу вірусного контенту. Це під-

креслює ще одну важливу трансформацію – плакат із локального, друкованого носія переходить у сферу мережевої комунікації, де стає частиною цифрового інформаційного потоку. Внаслідок цього він отримує не лише більшу аудиторію, а й змінює свою функцію – з об'єкта мистецтва перетворюється на елемент масової цифрової культури («Мистецький проєкт на вістрі війни», 2022).

Висновки. Отже, трансформація плаката періоду війни в цифрових комунікаціях проявилася передусім у зміні його функцій. Якщо раніше плакат виконував здебільшого інформаційно-агітаційну, рекламну або декоративну роль, то сьогодні він став потужним інструментом культурного спротиву, психологічної підтримки та мобілізації населення. Завдяки інтеграції у соціальні мережі, месенджери та онлайн-платформи плакат набуває нових функцій: він одночасно інформує про події війни, привертає увагу до гуманітарних проблем, мотивує до дій, створює відчуття єдності та солідарності, а також формує міжнародний наратив підтримки України. Цифрове середовище дозволяє плакату швидко поширюватися, охоплюючи глобальну аудиторію, і перетворює його на інтерактивний інструмент, що стимулює активну участь користувачів у інформаційній та культурній комунікації.

Зміни торкнулися і візуальної мови плаката. У цифровому просторі особливо цінним стало миттєве сприйняття та емоційний ефект, що зумовило спрощення композицій, використання лаконічних форм, чітких контурів, контрастних кольорів і зрозумілих символів. Художники поєднують традиційні естетичні прийоми з анімаційними та меметичними елементами, створюючи плакати, що легко читаються на екранах смартфонів і швидко поширюються у мережі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будник А. В. Плакат: живий чи... трансформація жанру як відповідь на виклики сучасності. *Образотворче мистецтво*. 2022. № 1-2. С. 82-85.
2. Будник А., Гамалія К. Образи «героя» та «ворога» в плакатах періоду війни. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. № 5 (2). С. 188-200. URL: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266901>
3. Будник А., Фурдичко А., Поліщук К. Візуалізація української музичної культури у студентських проєктах «Слухай українське!» та «Vinil-Art». *Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство»*. 2022. № 46. С. 209–220. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.46.2022.258798>
4. Гладун О. Д. Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. *Сучасне мистецтво*. 2018. Вип. 14. С. 115-122. URL: <https://doi.org/10.31500/2309-8813.13.2018.152212>
5. Малик І. Р. Символізм та візуалізація у формуванні пропагандистського комунікативного простору Російською Федерацією під час активної фази російсько-української війни. *Вісник НТУУ «КПІ» Політологія. Соціологія. Право*. 2022. Випуск 3(55). С. 69-76. URL: [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2022.3\(55\).269553](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2022.3(55).269553)
6. Мистецький проєкт на вістрі війни. КНУКіМ – Київський національний університет культури і мистецтв. URL: <https://knukim.edu.ua/mysteczkyj-proyekt-na-vistri-vijny/> (дата звернення: 13.12.2025).
7. Сосницький Ю. Український плакат як інструмент культурної ідентифікації. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. Вип. 81. Т. 2. С. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/81-2-17>
8. Kaminski J. World War I and Propaganda Poster Art: Comparing the United States and German Cases. *Epiphany: Journal of Transdisciplinary Studies*. 2014. № 7. Р. 64–81. URL: https://www.researchgate.net/publication/301820502_World_War_I_and_Propaganda_Poster_Art_Comparing_the_United_States_and_German_Cases

9. Response of Ukrainian artists to the war started by the Russian Federation. Part 4. URL: <https://www.ukrainer.net/en/illustrators-about-war-4/> (дата звернення: 08.11.2025).
10. Thompson E. Nationalist Propaganda in The Soviet Russian Press, 1939–1941. *Slavic Review*. Summer 1991. Vol. 50. Iss. 2. P. 385–399. URL: <https://doi.org/10.2307/2500213>
11. #StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram. Part 3. URL: <https://chytomo.com/en/standforukraine-foreign-illustrators-support-ukrainian-people-on-instagram-part-3/> (дата звернення: 08.11.2025).
12. #StandWithUkraine: Artists Show Solidarity and Hope for Peace. URL: https://www.domestika.org/en/blog/10312-standwithukraine-artists-show-solidarity-and-hope-for-peace?exp_set=1 (дата звернення: 08.11.2025).

REFERENCES

1. Budnyk A. V. (2022) Plakat: zhyvyi chy... transformatsiia zhanru yak vidpovid na vyklyky suchasnosti [Poster: alive or... genre transformation as a response to modern challenges]. *Obrazotvorche mystetstvo*, no. 1–2, pp. 82–85. [in Ukrainian].
2. Budnyk A., Hamaliia K. (2022) Obrazy «heroia» ta «voroha» v plakatakh periodu viiny [Images of "hero" and "enemy" in wartime posters] *Demiurh: idei, tekhnologii, perspektyvy dizainu*, no. 5(2), pp. 188–200. [in Ukrainian].
3. Budnyk A., Furdychko A., Polishchuk K. (2022) Vizualizatsiia ukrainskoi muzychnoi kultury u studentskykh proiektakh «Slukhai ukrainske!» ta «Vinil-Art» [Visualization of Ukrainian musical culture in student projects «Listen Ukrainian!» and «Vinyl-Art»]. *Visnyk KNUKiM. Seriia «Mystetstvoznavstvo»*, no. 46, pp. 209–220. [in Ukrainian].
4. Hladun O. D. (2018) Ukrainskyi plakat: etapy rozvytku vizualno-plastychnoi movy [Ukrainian poster: stages of visual-plastic language development]. *Suchasne mystetstvo*, iss. 14, pp. 115–122. [in Ukrainian].
5. Malyk I. R. (2022) Symvolizm ta vizualizatsiia u formuvanni propahandystskoho komunikatyvnoho prostoru Rosiiskoiu Federatsiieiu pid chas aktyvnoi fazy rosiisko-ukrainskoi viiny [Symbolism and visualization in the formation of propaganda communicative space by the Russian Federation during the active phase of the Russian-Ukrainian war]. *Visnyk NTUU «KPI». Politolohiia. Sotsiolohiia. Pravo*, iss. 3(55), pp. 69–76. [in Ukrainian].
6. KNUKiM – Kyivskyi natsionalnyi universytet kultury i mystetstv (n.d.) Mystetskyi proiekt na vistri viiny! [Artistic project on the cutting edge of war!]. Available at: <https://knukim.edu.ua/mysteczkyj-projekt-na-vistri-viiny/> (accessed December 13, 2025) [in Ukrainian].
7. Sosnytskyi Yu. (2024) Ukrainskyi plakat yak instrument kulturnoi identyfikatsii [Ukrainian poster as a tool of cultural identification]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, iss. 81, vol. 2, pp. 129–137. [in Ukrainian].
8. Kaminski J. (2014) World War I and Propaganda Poster Art: Comparing the United States and German Cases. *Epiphany: Journal of Transdisciplinary Studies*, no. 7, pp. 64–81. URL: https://www.researchgate.net/publication/301820502_World_War_I_and_Propaganda_Poster_Art_Comparing_the_United_States_and_German_Cases
9. Response of Ukrainian artists to the war started by the Russian Federation. Part 4. *Ukrainer*. Available at: <https://www.ukrainer.net/en/illustrators-about-war-4/> (accessed November 8, 2025).
10. Thompson E. (1991) Nationalist Propaganda in The Soviet Russian Press, 1939-1941. *Slavic Review*, vol. 50, iss. 2, pp. 385–399. URL: <https://doi.org/10.2307/2500213>
11. #StandForUkraine: foreign illustrators support Ukrainian people on Instagram. Part 3. Chytomo. Available at: <https://chytomo.com/en/standforukraine-foreign-illustrators-support-ukrainian-people-on-instagram-part-3/> (accessed November 8, 2025).
12. #StandWithUkraine: Artists Show Solidarity and Hope for Peace. *Domestika*. Available at: https://www.domestika.org/en/blog/10312-standwithukraine-artists-show-solidarity-and-hope-for-peace?exp_set=1 (accessed November 8, 2025).

Дата першого надходження рукопису до видання: 14.11.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 12.12.2025

Дата публікації: 31.12.2025