

УДК 75.04(477)(045)

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/92-1-22>

Ольга ГАЛЬЧИНСЬКА,

orcid.org/0000-0002-3030-6911

доктор філософії (PhD), доцент,

доцент кафедри графічного дизайну

Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва

і дизайну імені Михайла Бойчука

(Київ, Україна) *galchinskaya_olga@kdidrpid.edu.ua*

Світлана МІХНО,

orcid.org/0009-0004-3885-5458

старший викладач кафедри графічного дизайну

Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва

і дизайну імені Михайла Бойчука

(Київ, Україна) *fotonia@ukr.net*

Павло ОЛЕНЧУК,

orcid.org/0009-0006-0966-2942

студент II курсу магістратури факультету дизайну

Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва

і дизайну імені Михайла Бойчука

(Київ, Україна) *olenchuk.pavlo.27.01@gmail.com*

АРХЕТИП ГЕРОЯ У ВІЙСЬКОВО-ПАТРІОТИЧНОМУ ПЛАКАТІ

У статті досліджується еволюція візуальних образів та героїв у військово-патріотичних плакатах від початку XX століття до сьогодення в українському контексті. Простежується трансформація традиційних архетипів воїна, захисника та народного героя, які в різні історичні періоди виконували роль символів сили, жертовності та єдності нації. Військово-патріотичний плакат розглядається не лише як інструмент мобілізації суспільства чи пропаганди, але й як візуальне джерело, що відображає соціальні цінності, культурні пріоритети та уявлення про героїзм у різні епохи.

Окрему увагу приділено актуальній темі – російській військовій агресії проти України, коли візуальна мова плакату зазнає помітного оновлення. Традиційні архетипи поєднуються з новими символами, що відображають реалії сьогодення. Якщо історичні плакати **грунтувалися** на узагальнених образах, то сучасні все частіше зображують персоніфікованих героїв: військовослужбовців ЗСУ, добровольців, медиків, волонтерів. Такі зображення стають частиною нового героїчного канону, у якому поряд із архетипами минулого присутні живі постаті теперішнього, що уособлюють незламність та стійкість українського народу.

Наголошується на символічному наповненні та значенні плакатів: використанні кольорів національного прапора, трипільських орнаментів, козацьких мотивів, сакралізованих жіночих і чоловічих образів. Підкреслюється їхній емоційно-психологічний вплив, здатність формувати колективну пам'ять та національну ідентичність. Плакати слугують своєрідними візуальними міфами, які не лише відображають дійсність, а й активно її конструюють, створюючи пантеон нових героїв.

У статті встановлено, що сучасний військово-патріотичний плакат поєднує історичні архетипи з актуальними візуальними кодами, забезпечуючи протяжність у часі культурної традиції й водночас відображаючи нові реалії воєнного часу. У результаті формується цілісна система візуальних символів, яка підтримує колективний спротив, підсилює почуття національної єдності та зміцнює образ України як держави, що бореться за власну свободу й майбутнє.

Ключові слова: військово-патріотичний плакат, архетип, образ героя, візуальна комунікація, історична пам'ять, ЗСУ, пропаганда.

Olga GALCHYNSKA,

orcid.org/0000-0002-3030-6911

Doctor of Philosophy (PhD), Associate Professor;

Associate Professor at the Department of Graphic Design

Mykhailo Boychuk Kyiv State Academy of Decorative and Applied Arts and Design

(Kyiv, Ukraine) galchinskaya_olga@kdidpamid.edu.ua

Svitlana MIKHNO,

orcid.org/0009-0004-3885-5458

Senior Lecturer at the Department of Graphic Design

Mykhailo Boychuk Kyiv State Academy of Decorative and Applied Arts and Design

(Kyiv, Ukraine) ftonia@ukr.net

Pavlo OLENCHUK,

orcid.org/0009-0006-0966-2942

2nd year master's student at the Faculty of Design

Mykhailo Boychuk Kyiv State Academy of Decorative and Applied Arts and Design

(Kyiv, Ukraine) olenchuk.pavlo.27.01@gmail.com

THE ARCHETYPE OF THE HERO IN THE MILITARY-PATRIOTIC POSTER

The article examines the evolution of visual images and heroes in military-patriotic posters from the beginning of the twentieth century to the present in the Ukrainian context. The transformation of the traditional archetypes of the warrior, defender, mother-Motherland and national hero, which in different historical periods played the role of symbols of strength, sacrifice and unity of the nation, is traced. The military-patriotic poster is considered not only as a tool for mobilizing society or propaganda, but also as a visual source reflecting social values, cultural priorities and ideas about heroism in different eras.

*Special attention is paid to the actual theme – the Russian military aggression against Ukraine, when the visual language of the poster undergoes a noticeable update. Traditional archetypes are combined with new symbols that reflect the realities of today. If historical posters **were based** on generalized images, modern ones increasingly depict personified heroes: servicemen of the Armed Forces of Ukraine, volunteers, doctors, volunteers. Along with the archetypes of the past, there are living figures of the present, personifying the invincibility and resilience of the Ukrainian people.*

The symbolic content and significance of the posters are emphasized: the use of the colors of the national flag, Trypillia ornaments, Cossack motifs, sacralized female and male images. Their emotional and psychological influence, ability to form collective memory and national identity are emphasized. Posters serve as a kind of visual myths that not only reflect reality, but also actively construct it, creating a pantheon of new heroes.

The article establishes that the modern military-patriotic poster combines historical archetypes with current visual codes, ensuring the extension of the cultural tradition in time and at the same time reflecting the new realities of wartime. As a result, a holistic system of visual symbols is formed that supports collective resistance, strengthens the sense of national unity and strengthens the image of Ukraine as a state fighting for its own freedom and future.

Key words: military-patriotic poster, archetype, hero image, visual communication, historical memory, Armed Forces of Ukraine, propaganda.

Постановка проблеми. Візуальна комунікація завжди відігравала ключову роль у формуванні національної свідомості, особливо в умовах воєнного протистояння. Військово-патріотичний плакат слугує не лише як засіб мобілізації, але і в якості дзеркала культурного коду, соціальних очікувань і колективних уявлень про героїзм, обов'язок і Батьківщину. В різні історичні періоди: від національно-визвольної війни початку ХХ століття до повномасштабної російсько-української війни ХХІ століття – образи героїв трансформувалися, адаптуючись до суспільних реалій, естетичних норм та ідеологічних викликів часу.

Сучасна Україна переживає безпрецедентний сплеск візуального патріотизму, в якому тради-

ційні архетипи поєднуються з новими символами – зокрема, постатями військовослужбовців ЗСУ, волонтерів, медиків, а також сакралізованими образами народу як сили спротиву. Попри це, в українському мистецтвознавстві та дизайні поки що бракує ґрунтовних міждисциплінарних досліджень, що аналізували б еволюцію цих образів у контексті військово-патріотичних плакатів.

Актуальність теми зумовлена необхідністю осмислення того, як через плакатну графіку формуються нові національні міфи, візуальні архетипи та колективна ідентичність у воєнний час. Дане дослідження дозволяє краще зрозуміти механізми візуального впливу, роль дизайну як інструменту інформаційного спротиву й культурного опору, а

також сприяє збереженню візуальної пам'яті про сучасну боротьбу за незалежність.

Аналіз досліджень. У дослідженнях, присвячених візуальній культурі (Galchynska та ін., 2023), а також гіперболізованому зображенню героя, значну увагу приділяється феномену «візуального міфу» (Павлюк, 2006). Міф постає як особливий тип мови, у якій звичайні об'єкти та події трансформуються в певні знаки із символічним змістом.

Одним із найстійкіших візуальних архетипів в українському культурному просторі є образ козака – символу свободи, гідності та боротьби. У своїй книзі (Плохий, 2013) доводить, що козацький образ не лише зберігся в українській масовій свідомості, а й трансформувався у потужний національний міф.

Ярослав Грицак (Грицак, 2019) провів ґрунтовне дослідження процесів становлення української національної ідентичності в добу модерності. Автор здійснює комплексний аналіз соціокультурних, політичних і цивілізаційних детермінант, що зумовили трансформацію українського суспільства від традиційних форм колективності до модерної нації. Особлива увага приділяється рольовим функціям інтелігенції, національних рухів і дискурсивних практик у контексті європейських інтеграційних тенденцій. Грицак обґрунтовує тезу про гібридний характер українського націєтворення, що формувався у взаємодії з імперськими просторами та під впливом міжцивілізаційного діалогу між Сходом і Заходом.

Дослідження (Чепелева та ін., 2022) простежують еволюцію становлення мілітарної ідентичності українців. Автори аналізують зміни у візуальній мові, символіці та ідеологічних акцентах плакатного мистецтва в різні історичні періоди. Вони підкреслюють, що сучасна візуальна ідентичність продовжує традицію мобілізаційного мистецтва, виконуючи важливу роль у зміцненні національної свідомості та підтримці бойового духу суспільства.

У статті (Струс, Мельник, 2023) здійснено комплексний аналіз функціонування політичного плаката як інструмента масової комунікації та психологічного впливу у період Першої світової війни. Дослідження зосереджується на виявленні комунікативних стратегій, художньо-образних засобів та національно детермінованих візуальних кодів, що забезпечували ефективність агітаційних повідомлень у різних країнах. Автори доходять висновку, що воєнний плакат виступав потужним засобом формування громадської свідомості, мобілізаційного потенціалу та культурно-іденти-

фікаційних наративів, відображаючи ментальні особливості епохи й засади візуальної риторики масових комунікацій. Важливу роль в українському плакаті посідає жіночий образ, так, у статті (Заспа, 2023) розглядається, як жінка постає одночасно символом сили, турботи й національної стійкості. Авторка підкреслює, що у воєнній візуальній культурі жіночий образ поєднує традиційні риси берегині з новими характеристиками активної учасниці спротиву. Така трансформація візуального образу жінки відображає зміну суспільних уявлень про роль жінки у воєнний час та її значення для національної ідентичності. У статті (Струс, 2023) аналізуються нові підходи до зображення війни у сучасному українському дизайні. Автор підкреслює, що візуальна культура воєнного часу поєднує технологічні засоби, цифрові платформи й символічні образи, формуючи новий тип комунікації між фронтом і суспільством.

Автори (Гальчинська та ін. 2022) досліджують роль шрифтового дизайну у соціальному плакаті. Автор (Гладун, 2019) аналізує роль плакату, як візуально-комунікативної практики. Образи героя та ворога у плакатах досліджують автори (Буднік, Гамалія, 2022).

Таким чином, попередні дослідження свідчать про наявність у візуальній культурі України потужної традиції символічного образотворення. Однак, на нашу думку, окремої уваги заслуговує аналіз образів героя, а також прийом гіперболізації, як засобу у військово-патріотичному плакаті.

Мета статті – проаналізувати історичні та сучасні архетипи, що використовуються в образах героїв військово-патріотичних плакатів, зокрема в українському контексті, та визначити їхню роль у формуванні національної ідентичності, колективної пам'яті й візуальної культури спротиву.

Виклад основного матеріалу. Військово-патріотичний плакат як форма візуального мистецтва виконує не лише комунікативну, а й ідеологічну, виховну та меморіальну функцію. Протягом XX–XXI століть спостерігається поступова трансформація архетипів, за допомогою яких формується образ героя. Історичні плакати першої половини XX століття здебільшого репрезентували узагальнений образ, часто героїзованого в рамках романтизованого стилю. Особливо популярними були постаті козака, партизана, матері-Батьківщини.

Натомість, сучасні українські військово-патріотичні плакати, особливо після 2014 р., тяжіють до персоніфікації героїв – конкретних захисників ЗСУ, добровольців, волонтерів, медиків. У зображеннях значно менше умовностей і більше правди

війни: присутні елементи реалістичного болю, втрати, але й незламності. Особливо актуальним стало звернення до традиційного українського візуального коду: використання національної символіки, кольорів прапора, елементів вишивки, трипільських орнаментів. Також зросло значення новітніх візуальних архетипів – захисниці, цивільного героя, дітей війни, які активно з'являються у мистецьких та дизайнерських інтерпретаціях.

Дослідження підтверджує, що сучасний плакат відображає синтез історичної пам'яті та нової реальності, створюючи оновлену систему національних образів. Через плакатну графіку відбувається не лише візуалізація спротиву, а й конструювання сучасного українського героїчного пантеону, що базується як на традиційних, так і на нових культурних архетипах.

Образи героїв у військово-патріотичних плакатах не лише виконують семантичну функцію, а й формують естетичне ядро композиції, що підсилює сприйняття меседжу. Найчастіше вони розміщуються у центрі візуального поля, що акцентує увагу глядача. Використання контрастного світла, драматичних ракурсів, підсиленого фону (зокрема, палаючих міст, зруйнованих будівель або стягів, що майорять) усе це створює міфологізовану ауру навколо героя. Такі прийоми можна вважати проявами візуальної риторики, що працює на підсвідомому рівні. Герой подається як «більший за життя», як візуальний міф, що втілює головну ідею плакату. У цьому контексті можна сказати про міф як мову, у якій реальні події трансформуються у символічні образи.

Візуальна репрезентація історичних архетипів у військово-патріотичному плакаті має глибоке символічне та ідеологічне підґрунтя. Історичні фігури, події та образи, що набули статусу національних міфологем, трансформуються у знаки колективної пам'яті, здатні акумулювати в собі значущі патріотичні смисли та викликати сильні емоційні реакції у глядача.

Одним із найстійкіших архетипів в українській патріотичній візуальній культурі є образ козака, що здавна уособлює ідею свободи, героїзму, гідності й незламності (Плохий, 2013). Його символічна потужність бере початок ще з епохи Запорозької Січі, але набуває візуальної конкретизації вже у XIX столітті зокрема, в гравюрах та малюнках Тараса Шевченка, таких як «Козак на коні» або «Сліпий» (рис. 1) 1830–1840-ві рр., де козак зображується не лише як воїн, а і як носій народної правди.



Рис. 1. Образ козака у творах українських митців:
а – Т. Шевченко, *Козак на коні*. Папір, акварель (20,7×28). 1830–1840р.; б – І. Репін, *Запорозжці пишуть листа турецькому султану*, 1878–1891р.; в – С. Васильківський, *Запорізький козак*, 1854–1917р.

Теоретик (Воронік, 2016) досліджує, як традиційний образ козака Мамая переосмислюється в сучасному культурному контексті. Автор показує, що цей символ трансформується з фольклорного героя у «знак національної єдності, духовної сили та культурної тяглості». Дослідження підкреслює, що сучасні митці та дизайнери активно використовують образ Мамая для «створення візуальної мови української ідентичності», поєднуючи минуле й сучасність.

У XX столітті архетип козака активно використовується в контексті визвольної боротьби. Зокрема, у графіці Ніла Хасевича, митця та ідеолога УПА, образи борців за волю часто апелюють до козацької звияги, підкреслюючи безперервність історичної традиції опору (Дьомін, 2016). Також варто згадати творчість Григорія Нарбута (Проданюк, 2024), який, працюючи над українськими державними символами у 1917–1918 роках, активно використовував стилізацію під козацьку геральдику, формуючи візуальну основу національного стилю.

У пострадянський період, особливо, після Революції Гідності та початку російсько-української війни, образ козака отримує нове прочитання, його використовують, як архетип українського захисника, трансформуючи його у візуальні образи сучасного воїна (Сосницький, 2024). У графіці Андрія Єрмоленка (рис. 2) козаки часто поєднані з атрибутами сучасного воїна ЗСУ, створюючи міст між минулим і сучасністю. У сучасному військово-патріотичному плакаті козак із мушкетом або шаблею, в одязі характерного силуету, стає носієм меседжу неперервності боротьби – від Запорізької Січі до сучасного фронту (рис. 3, г).

Січові стрільці, як символи національного відродження початку XX століття та боротьби за незалежність посідають важливе місце у візуальному ряді. Їхні естетично впізнавані силуети

(вузький однострій, кептарики, фески) використовуються у плакатному мистецтві не лише як історична довідка, а як персоніфікований міст між минулим і сучасністю. Їх образи часто візуально перегукуються із постатями сучасних військових, утворюючи концептуальні паралелі, зокрема образ стрільця з УСС у поєднанні із солдатом ЗСУ у схожій позі чи композиції.

Таким чином, створюється безперервна наративна лінія національного супротиву. Крім персоніфікованих образів, таких як козаки чи конкретні історичні постаті, в українському патріотичному плакаті активно функціонують узагальнені архетипи: «народного воїна», «Матері-Батьківщини», «борця за свободу». Ці символічні фігури мають глибоке історичне коріння, але водночас зберігають гнучкість у трактуванні, що дозволяє адаптувати їх до актуальних викликів сьогодення. Наприклад, образ «матері-Батьківщини», який широко використовувався у радянському періоді, трансформується в українському візуальному просторі у образ «Покрови – берегині», що підкреслює захисну, жертвну й об'єднавчу функцію жінки-матері. У сучасному патріотичному плакаті постать жінки (Заспа, 2023) в національному строї (рис. 3, а), яка тримає в руках прапор або благословляє воїна (рис. 2, г) – символізує не лише державу, але й материнську турботу, духовне начало нації.

Також надзвичайно поширеним є архетип «борця за свободу», який візуалізується через фігуру молодого чоловіка або жінки з піднятим прапором, закликом або зброєю (Струс, Мельник 2023). У XX столітті цей образ часто ототожнювався з борцями УПА, а в XXI – з воїнами АТО/ООС, волонтерами чи активістами Майдану (Хунтуймося, 2015). Така трансформація свідчить про динамічну здатність архетипів акумулювати новий досвід, не втрачаючи символічної сили.

У контексті сучасного дизайну ці узагальнені образи є потужними елементами комунікації, адже дозволяють глядачеві інтерпретувати меседж на інтуїтивному рівні, впізнаючи знайомі візуальні коди, наповнені новим змістом (рис 3, б). Таким чином, архетипи в українській військово-патріотичній графіці функціонують, як механізми культурної спадкоємності, що водночас дають змогу формувати сучасну національну ідентичність.

Завдяки історичним архетипам, військово-патріотичні плакати не лише передають важливу інформацію чи мобілізаційний заклик, а й перекодовують історичну спадщину в образи, що резонують з національною свідомістю. Вони діють не тільки як носії ідеології, але і як елементи есте-

тичної терапії, що повертають відчуття гордості, спадкоємності, надії.

У сучасній українській військово-патріотичній графіці образ героя зазнав суттєвої еволюції, зберігаючи архетипічну основу, але одночасно адаптуючись до нових реалій. Від лицаря з часів Русі чи козака XVIII століття, ми спостерігаємо перехід до зображень солдата Збройних Сил України, який уособлює не лише силу та захист, а й людяність, жертвність та моральну стійкість. Особливо характерним у візуальному мистецтві останніх років є осучаснення героїчного архетипу через використання реальних образів – обличч бійців, медиків, добровольців. Так наприклад, серія плакатів «Сміливість бути», автора Андрія Єрмоленко 2022 (рис. 2, д), зображає силуети українських воїнів з конкретними елементами амуніції, але без зайвої ідеалізації – як реальних людей, героїв нашого часу.



Рис. 2. Плакати Андрія Єрмоленка: а – Україна: сотні років на захисті від агресора, 2018 р.; б – Архангел Михаїл, 2021 р.; в – Співайте – я прикрию, 2023 р.; г – Героям Слава!, 2021 р.; д – всі на захист Києва, 2022 р. («sunseed-art»)

Поряд із цим простежується зростання ролі жіночих постатей у патріотичній графіці (Заспа, 2023). Якщо раніше жінка у візуальній культурі найчастіше ототожнювалась з образом матері-Батьківщини, то сьогодні ми бачимо образ жінки-захисниці, медиків, волонтерки. Ці зображення (рис. 2, г), (рис. 3, а) демонструють новий підхід: жінка – не лише берегиня, а й активна учасниця боротьби за свободу.

Стиль гіперболізації та карикатурного зображення. Коли йдеться про карикатурне зображення, гіпербола стає основою: художник або автор навмисно «збільшує» або «спотворює» окремі риси персонажа, щоб розкрити його суть або підкреслити певну ідею. У мистецтві гіперболізація має давню традицію. Характерними особливостями гіперболізованого стилю є перебільшення фізичних рис, таких як великі очі, надмірно довгий ніс або гіпертрофовані емоції. Крім того, часто використовується психологічна гіпербола, коли персонаж стає надто боягузливим, надто пихатим чи надто жорстоким. Важливим елементом цього стилю є сатиричне забарвлення: за допомогою

перебільшення автори прагнуть висміяти, викрити або поставити під сумнів певні соціальні явища, людські вади чи політичні абсурди. Усе це робить стиль гіперболізації потужним інструментом не лише естетичного, а й суспільного висловлення. До таких творів можна віднести стиль карикатури Максима Паленка (рис. 3, д).

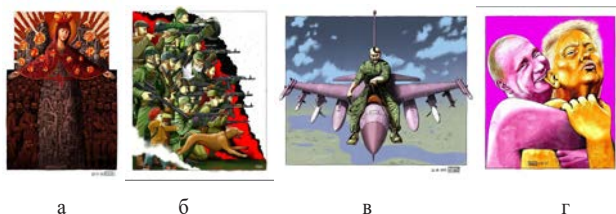


Рис. 3. Максим Паленко Україна 2022–25р.: а – Маріупольська Мадонна, 2022 р.; б – Resistance, 2022 р.; в – F-16, 2023 р., г – Про міцну чоловічу дружбу, 2025 р. («sunseed-art»)

Максим Паленко (рис. 3) – український художник, ілюстратор та графік, чия творча манера поєднує традиційне зображення з елементами гіперболізації, іронії та карикатурності. Його стиль важко однозначно класифікувати лише як карикатурний у класичному розумінні, адже в його роботах переважає витончена, інтелігентна гра з образами, наповнена культурними алюзіями, символами й глибоким національним контекстом. Проте саме завдяки легкому гротеску, несподіваним візуальним рішенням і м'якій сатирі його твори часто сприймаються як сучасна форма карикатури.

Гіперболізація, як ключовий елемент карикатурного чи героїзованого стилю, виступає не лише як художній прийом, а як механізм формування і трансляції культурних кодів. Отже, гіперболізація виконує роль підсилення: перебільшені риси, поза, кольори й емоційна напрута – усе це сприяє формуванню візуального міфу, який транслює не буквальну реальність, а її ідеологічну або емоційну інтерпретацію. В результаті проведеного дослідження було створено серію авторських плакатів з використанням сатири і гіперболізації (рис. 4).

Таким чином, сучасні героїчні образи в українській військово-патріотичній графіці ґрунтуються на історичних архетипах, але адаптовані до нових смислових парадигм. Вони демонструють відкритість до гендерної рівності, технологічного прогресу та моральної стійкості, формуючи нову ідентичність українського героя.



Рис. 4. Плакати на військово-патріотичну тематику Оленчук Павло Україна 2022–25 р.

Образи героїв, зокрема таких, як козак, народний воїн, жінка-берегиня трансформуються у візуальній комунікації, зберігаючи символічну тяглість і водночас оновлюючись через контекст війни ХХІ століття. Особливої ваги набуває інтерпретація архетипу воїна в контексті новітньої української ідентичності. У графічних матеріалах домінує не лише традиційне уявлення про силу й героїзм, а й акценти на психологічній витривалості, моральній стійкості та емпатії. Поряд із цим посилюється присутність жіночого образу – як рівноправного учасника боротьби, що є відображенням соціальної трансформації ролі жінки в умовах війни.

Висновки. Проведене дослідження засвідчило, що військово-патріотичний плакат є потужним інструментом візуальної комунікації, який формує колективні уявлення про героїзм, національну гідність та боротьбу за свободу. Зміни в суспільстві, політичних реаліях і культурному контексті безпосередньо впливають на характер зображуваних героїв, їхню символіку та архетипову основу. Від узагальнених образів воїна-захисника в історичних плакатах до персоніфікованих постатей сучасних героїв – українське плакатне мистецтво демонструє живий зв'язок між історичною пам'яттю та актуальними викликами.

Сучасні візуальні архетипи відображають поєднання традиційних символів із новими ідеалами, що виникають у процесі збройного спротиву, національного єднання та культурного відродження. Героями плакатів митці обирають не лише військових, а й цивільних, волонтерів, жінок, дітей. Така еволюція образів свідчить про глибоку трансформацію візуальної мови патріотизму, яка не просто відображає реальність, а активно її формує, мобілізуючи суспільство до спротиву й збереження національної ідентичності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Плохій Сергій. Козацький міф. Історія та націєтворення в епоху імперій. Авториз. пер. з англ. Миколи Климчука. К.: Laurus, 2013. 440 с.

2. Шевченко Т. Повне зібрання творів: У 10 т. – К., 1961–1964.
3. Воронік Д. У пошуках універсального символу національної ідентичності: образ козака Мамая в українській культурній пам'яті початку XXI ст. *Культура і сучасність. Студії молодих учених.* № 2, 2016. С. 96–100. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-0285.2.2016.148199>
4. Дьомін М.В. Бойове мистецтво графіки і плакати у творчості Ніла Хасевича. *Мистецтво.* Світогляд, 2016, № 6 (62). С. 56–67.
5. Проданюк Ф.М. Життя і творчість Григорія Нарбута: історіографія проблеми. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського.* Серія: Історичні науки. Том 35 (74) № 3 2024. С. 65–72. DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5984.2024/3.11>
6. Гальчинська О., Чуприна А., Басанець Ю., Мусієнко В., Осипчук М. Використання сучасних методів шрифтового дизайну в соціальному плакаті. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: тези доповідей IV міжнародної науково-практичної конференції*, 27 квітня 2022 р. Київ: КНУТД, 2022. Том 2. С. 58–62.
7. Сосницький Ю. До питання історії розвитку художнього образу соціального плаката в Україні: періодизація, ключові етапи та методологічні основи. *Питання культурології*, 44, 29–42. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.44.2024.318696>
8. Чепелева Н., Євдокимова Н., Зливков В., Лукомська С., Котух О. Наративи становлення мілітарної ідентичності українців (XVI–XX століття): монографія. Київ–Ніжин: Видавель Лисенко М.М., 2024. 149 с.
9. Струс, А. С., Мельник, О. Я. Стратегії візуального впливу в дизайні політичного плакату періоду I світової війни. *Український мистецтвознавчий дискурс*, (6), 2023. С. 98–104. <https://doi.org/10.32782/uad.2023.6.12>
10. Грицак Я. Нарис історії України: Формування модерної нації XIX–XX століття. К.: Yakaboo Publishing, 2019. 656 с.
11. Проєкт «sunseed-art». URL: <https://sunseed-art.com/en/> (дата звернення 6.10.2025)
12. Заспа, І. Жіночі образи сучасної візуальної культури України крізь призму архетипів: воєнний час. *Питання культурології*, (42), 2023. 102–115. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293714>
13. Струс А. Комунікативні та візуальні стратегії у дизайні плакату воєнного часу. *Актуальні питання гуманітарних наук.* Вип. 76, том 2, 2024. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/76-2-13>
14. Гладун О. Плакат як візуально-комунікативна практика: місце і роль. *Інноваційні культурно-мистецькі аспекти в сучасній картині світу.* Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції. Херсон: ХНТУ, 2019. С. 143–145.
15. Будник, А., Гамалія, К. Образи «героя» та «ворога» в плакатах періоду війни. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 5(2), 2022. 188–200. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266901>
16. Хунтуймося виставка 100 українських патріотичних плакатів. 2015. URL: https://espresso.tv/article/2015/11/26/khuntuymosya_vystavka_100_ukrayinskykh_patriotichnykh_plakativ (дата звернення 5.10.2025).
17. Павлюк ЛІ. Знак, символ, міф у масовій комунікації. Львів: ПАІС, 2006. С. 120.
18. Galchynska O., Petrova I., Martynenko A., Kvasnytsya R., Kryvoruchko M. Comparative analysis of aesthetic and functional aspects of design approaches in the context of contemporary art. *Amazonia Investiga*, vol.12(72), 2023. С. 216–225 DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2023.72.12.19>

REFERENCES

1. Plokhii Serhii. (2013) Kozatskyi mif. Istoriia ta natsiietvorennia v epokhu imperii. [The Cossack Myth: History and Nation-Building in the Age of Empires]. Avtoryz. per. z anhl. Mykoly Klymchuka. K.: Laurus, 2013. 440 p. [in Ukrainian].
2. Shevchenko, T. (1961–1964). Povne zibrannia tvoriv. [Complete Works] (Vols. 1–10). Kyiv. [in Ukrainian].
3. Voronik, D. (2016). U poshukakh universalnoho symbolu natsionalnoi identychnosti: obraz kozaka Mamaia v ukrainskii kulturnii pamiaty pochatku XXI st. [In search of a universal symbol of national identity: the image of Cossack Mamai in Ukrainian cultural memory at the beginning of the 21st century]. *Kultura i suchasnist. Studii molodykh uchenykh.* № 2, 2016. 96–100. [in Ukrainian].
4. D'omin, M. V. (2016). Domin M.V. Boiove mystetstvo hrafiky i plakaty u tvorchosti Nila Khasevycha. [The martial art of graphics and posters in the work of Nil Khasevych]. *Mystetstvo. Svitohliad*, 6(62), 56–67. [in Ukrainian].
5. Prodaniuk F.M. (2024). Zhyttia i tvorchist Hryhoriia Narbuta: istoriografii problemy. [Life and Works of Hryhori Narbut: Historiography of the Problem]. *Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Istorychni nauky.* Tom, 35(74)(3), 65–72. [in Ukrainian].
6. Halchynska O., Chuprina A., Basanets Yu., Musiienko V., Osypchuk M. (2022). Vykorystannia suchasnykh metodiv shryftovoho dyzainu v sotsialnomu plakati. [The use of modern typographic design methods in a social poster]. *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu: tezy dopovidei IV mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, 27 kvitnia 2022 r. Kyiv: KNUITD. [in Ukrainian].
7. Sosnytskyi Yu. (2024). Do pytannia istorii rozvytku khudozhnoho obrazu sotsialnoho plakata v Ukraini: periodyzatsiia, kliuchovi etapy ta metodolohichni osnovy. [On the issue of the history of the development of the artistic image of the social poster in Ukraine: periodisation, key stages and methodological foundations]. *Pytannia kulturolohi, 44*, 29–42. [in Ukrainian].
8. Chepelieva N., Yevdokymova N., Zlyvkov V., Lukomska S., Kotukh O. (2024). Naratyvy stanovlennia militaryi identychnosti ukraintsiv (XVI–XX stolittia) [Narratives of the Formation of Ukrainian Military Identity (16th–20th Centuries)]: Monohrafiia. Kyiv–Nizhyn: Vydavets Lysenko M.M. 149. [in Ukrainian].
9. Strus, A. S., Melnyk, O. Ya. (2023). Stratehii vizualnoho vplyvu v dyzaini politychnoho plakatu periodu I svitovoi viiny. [Strategies of visual influence in the design of a political poster of the World War I period]. *Ukrainskyi mystetstvoznavchyi dyskurs*, (6), 98–104. [in Ukrainian].

10. Hrytsak, Ya. (2019). *Narys istorii Ukrainy: Formuvannia modernoi natsii XIX–XX stolittia*. [Outline of the History of Ukraine: Formation of a Modern Nation in the 19th–20th Centuries]. Kyiv: Yakaboo Publishing. [in Ukrainian].
11. Sunseed-art Project. (2025). Retrieved from [<https://sunseed-art.com/en/>].
12. Zaspá, I. (2023). Zhinochi obrazy suchasnoi vizualnoi kultury Ukrainy kriz pryzmu arkhetyviv: voiennyi chas. [Female images of contemporary visual culture of Ukraine through the prism of archetypes: wartime]. *Pytannia kulturolohi*, (42), 102–115. [in Ukrainian].
13. Strus, A. (2024). Komunikatyvni ta vizualni stratehii u dyzaini plakatu voiennoho chasu. [Communicative and visual strategies in wartime poster design]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 76(2). [in Ukrainian].
14. Hladun, O. (2019). Plakat yak vizualno-komunikatyvna praktyka: mistse i rol. [The Poster as a Visual-Communicative Practice: Place and Role]. *Innovatsiini kulturno-mystetski aspekty v suchasnii kartyni svitu. Materialy V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. Kherson: KhNTU. 143–145. [in Ukrainian].
15. Budnyk, A., Hamaliia, K. (2022). Obrazy «heroia» ta «voroha» v plakatakh periodu viiny. [Images of the 'hero' and the 'enemy' in wartime posters]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 5(2), 188–200. [in Ukrainian].
16. Khuntuimosia: vystavka 100 ukrainskykh patriotychnykh plakativ. (2015). Retrieved October 5, 2025, from [https://espreso.tv/article/2015/11/26/khuntuymosya_vystavka_100_ukrayinskykh_patriotychnykh_plakativ](https://espreso.tv/article/2015/11/26/khuntuymosya_vystavka_100_ukrayinskykh_patriotychnykh_plakativ). [in Ukrainian].
17. Pavliuk, L. (2006). *Znak, symbol, mif u masovii komunikatsii*. [Sign, symbol, myth in mass communication]. Lviv: PAIS. 120. [in Ukrainian].
18. Galchynska, O., Petrova, I., Martynenko, A., Kvasnytsya, R., & Kryvoruchko, M. (2023). Comparative analysis of aesthetic and functional aspects of design approaches in the context of contemporary art. *Amazonia Investiga*, 12(72), 216–225.

Дата першого надходження рукопису до видання: 10.10.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 24.11.2025

Дата публікації: 19.12.2025