

УДК 7.01:659.126

DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2024.34.36>

СИМВОЛІКА ТА ГРАФІЧНІ ПРИЙОМИ У ВІЙСЬКОВО-ПАТРІОТИЧНІЙ АЙДЕНТИЦІ

Кравченко Олег Вадимович¹, Безмеліцина Катерина Володимирівна²

¹кандидат архітектури, доцент кафедри графічного дизайну,
Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука, Київ, Україна,
e-mail: o_krav@ukr.net, orcid: 0000-0001-9267-3138

²магістрант, Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука, Київ, Україна
e-mail: k.bezmelitsyna@gmail.com, orcid: 0009-0007-7078-791X

Анотація. У роботі досліджено основні елементи візуального впливу, такі як кольорова гамма, типографіка, композиційні рішення та символіка, що мають на меті створення емоційного зв'язку зі споживачем та підкреслення національної ідентичності. Також аналізується використання військових символів, образів та технік у графічному дизайні для комунікації патріотичних ідей та підтримки культурної спадщини.

Мета. Метою статті є окреслення особливостей застосування української символіки у дизайні сучасної айдентики військово-патріотичного спрямування. У публікації автори досліджують ключові візуальні елементи, що використовуються для формування впізнаваної та емоційно зарядженої айдентики у військово-патріотичному контексті.

Методологія. Аналіз наукового дослідження теми та літературних джерел; характеристику символів і знаків; розкриття особливостей їх використання в інфографіці та структурі логотипу; проведення аналізу логотипів у військово-патріотичному контексті на сучасному етапі в практиці українських дизайнерів; визначення особливостей взаємодії засобів ідентифікації брендів у міському середовищі; окреслення прийомів відображення української історичної і національної символіки у композиційній структурі логотипів патріотичного спрямування.

Результати. Автори статті аналізують роль символіки в гербах, прапорах, військовій атрибутиці та інших знакових образах у створенні патріотичного настрою та підсиленні емоційного впливу на аудиторію. Окрему увагу приділено графічним прийомам, включаючи використання кольору, типографіки, композиційних рішень та текстур, які сприяють посиленню військово-патріотичних асоціацій та за допомогою яких досягається трансформація символічного образу.

Наукова новизна. Комплексний аналізі символіки та графічних прийомів, які використовуються у військово-патріотичній айдентиці. Вперше систематизовано основні елементи та візуальні рішення, що сприяють формуванню патріотичної ідентичності в сучасному українському контексті. Дослідження розкриває вплив графічних символів на емоційне сприйняття аудиторією та зміцнення національної свідомості.

Практична значущість. Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає у виявленні графічних способів інтеграції знаково-символічних елементів у композиційну структуру об'єктів візуальної комунікації брендів.

Отримані результати сприяють більш глибокому розумінню специфіки й ролі застосування знаків і символів, особливостей образно-асоціативного їх розкриття у військово-патріотичній айденциці України.

Ключові слова: військово-патріотична айдендика, символіка, графічні прийоми, військові символи, візуальна комунікація, національні образи, кольорова гамма, типографіка, емоційний вплив.

ВСТУП

Проблематика національної ідентичності в дизайні розглядається мистецтвознавцями та дизайнерами-практиками впродовж останніх 150-ти років, з різним ступенем інтенсивності та коливаннями між захопленням локальністю і тяжінням до глобального. Основна мета цих науково-практичних розвідок – осмислення та переосмислення традиційних культурних коренів задля формування унікальних інновацій в локальних осередках та презентації конкурентних пропозицій у міжнародному просторі.

Візуальні комунікації є дієвим інструментом управління соціокультурним процесом поширення інформації і формування думки цільової аудиторії споживача. Зростання конкуренції серед компаній на ринку сприяє пошуку дизайнерами виразних засобів і способів подання інформації. Візуальна ідентифікація бренду – це зорове розпізнавання бренду через його характерні ознаки, зміст і значення для цільової аудиторії в конкурентному середовищі ринку. У всьому розмаїтті засобів проектної культури при створенні складових фірмового стилю та інфографіки символам завжди відводилось особливе місце. Як смислові феномени, вони фіксують й відображають цінності у просторі, часі, а відтак, є стійким показником спільних соціальних уподобань [8, с. 5].

АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Важливим є також аналіз давніх національних символів, оберегової функції, які використовуються не лише у декоративно-прикладному мистецтві, а й у графічному дизайні. Так, останнім часом українські дизайнери все частіше використовують символи-обереги при розробленні логотипів, фірмових стилів для ідентифікації національних брендів. Проблематика використання символів і семіотичних моделей при розробці засобів ідентифікації бренду на сьогоднішній день є мало дослідженою, але актуальною. Вагомими працями щодо аналізу понять «символ» і «знак» в культурі стали роботи філософів та теоретиків культури Ч. Пірса, Ч. Морріса, У. Еко. Особливості прояву знаково-символічної природи в графічному дизайні досліджували П. Ренд, В. Косів та ін.

Сучасні тенденції мистецтва графіки розкрито у працях В. Даниленка, В. Лесняка, О. Колісник, Т. Божко, Н. Удріс-Бородавко та ін. Специфіку проектування об'єктів графічного дизайну вивчено у працях В. Лідвела, Б. Меггса, Н. Сбітневої, К. Пашкевич, Т. Кротової, Н. Скляренко та ін. Питання застосування українських національних мотивів у розробках сучасних форм дизайну проаналізовано у працях Т. Кари-Васильєвої, Л. Закалюжної, В. Сергійчука, І. Довженка та ін [3, с. 4].

Дослідженням військової символіки, військових аспектів айденцики України, характерних ознак використання її у військово-патріотичному контексті, присвятили свої наукові праці К. Гломозда, А. Гречило, В. Бузало, Л. Лепкий, В. Карпов, В. Чепак, М. Чмир та ін [4, с. 165].

Встановлено, що незважаючи на бурхливий розвиток інформаційних технологій, які дозволяють розробляти об'єкти візуальних комунікацій швидко і якісно, на даний момент існує протиріччя між потребою компаній у змістовному насиченні айденцики естетикою, філософією, історією та буквальною відповідністю графічних елементів назві компанії. Тобто проблема полягає у відсутності знаково-символічного змісту у логотипах і відповідних носіях фірмового стилю брендів. Отже, актуальність дослідження зумовлена посиленням вимог до візуального контенту в інформаційно-комунікаційному просторі та необхідністю вдосконалення графічних засобів виразності щодо включення знаку і символу у структуру візуального дизайнерського рішення.

МЕТА

Дослідження полягає у комплексному дослідженні способів та прийомів застосування символічного контексту у розробках об'єктів візуальної ідентифікації брендів військово-патріотичного спрямування із врахуванням сучасних соціокультурних вимог та тенденцій. Досягнення мети передбачає вирішення таких завдань: аналіз наукового дослідження теми та літературних джерел; характеристику символів і знаків; розкриття

особливостей їх використання в інфографіці та структурі логотипу; проведення аналізу логотипів в військово-патріотичному контексті на сучасному етапі в практиці українських дизайнерів; визначення особливостей взаємодії засобів ідентифікації брендів у міському середовищі; окреслення прийомів відображення української історичної і національної символіки у композиційній структурі логотипів патріотичного спрямування.

Таким чином, об'єктом нашого дослідження є знаково-символічна складова у дизайні сучасної айдентики військово-патріотичного спрямування; предметом дослідження стали прийоми та засоби застосування символічного контексту у розробках об'єктів візуальної ідентифікації брендів військово-патріотичного спрямування.

Крім того, дослідження цієї теми сприяє збереженню та розвитку національних символів, які є важливою частиною культурної спадщини. У світлі сучасних викликів, пов'язаних з глобалізацією та інформаційною війною, вивчення символіки та графічних прийомів допомагає не тільки зберегти національну ідентичність, але й протистояти дезінформації та зовнішнім впливам.

Отже, ця тема є не лише актуальною, але й стратегічно важливою для збереження та зміцнення національної ідентичності, а також для створення потужних візуальних меседжів, що здатні впливати на широкі маси людей.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ОБГОВОРЕННЯ

Розуміння того, як символіка та графічні прийоми можуть впливати на емоції, переконання та поведінку людей, дозволяє створювати більш ефективні візуальні комунікації, які здатні не лише привернути увагу, але й залишити глибокий емоційний відгук. Це знання є особливо цінним для дизайнерів, маркетологів та комунікаторів, які працюють над створенням військово-патріотичних проєктів, що вимагають точного та продуманого підходу до візуальних рішень.

У сучасному світі, де інформаційний простір переповнений візуальними образами, символіка та графічні прийоми стали основними інструментами для формування національної ідентичності та патріотичної свідомості. Військово-патріотична айдентика є особливим напрямком дизайну, що акцентує увагу на військовій тематиці та використанні відповідних символів для передачі певних ідеалів та цінностей.

В ході даного дослідження було проаналізовано айдентичну декількох українських закладів харчування, які мають військову

тематику, а саме: «Криївка», «Правий Сектор», кафе-галерея «Горіла Шина» [7].



Рис. 1. Логотип закладу «Криївка» м. Львів

Логотип кафе-пабу «Криївка» має дизайн, який вдало передає атмосферу місця у підвалі одного із будинків сучасного Львова. Концепція кнайпи полягає у висвітленні подій часів ОУН–УПА і має характерну символіку – від логотипу до театралізованого дійства входу до закладу з гаслом «Боротьба триває»!

Основні елементи логотипу – це шрифтовий напис червоним кольором, що символізує життєву силу, енергію, прагнення до успіху і перемоги, і графічне зображення автомата часів Другої світової війни (пістолет-кулемет), яке асоціюється з військово-визвольною тематикою. Зображення автомата є ключовим елементом цього логотипу. Воно підкреслює військову спрямованість закладу, а також додає логотипу динамічності та емоційності, що може сприйматися як відображення сили та мужності. Літери, розташовані щільно, символізують єдність, плече побратима, стійкість, а графічний елемент доповнює їх, не перекриваючи текст. Логотип побудований так, що текст і зображення взаємодіють, створюючи цілісний і впізнаваний образ.

На зображенні представлені елементи дизайну військового кафе-галереї «АРТ-11» з виразним логотипом «Правий сектор», що став ознакою патріотизму та націоналістичного руху України.

Логотип кафе «Правий сектор» побудований на символіці, що має глибокі історичні корені та традиції українського народу. Виконаний у червоно-чорних кольорах, які мають сильну асоціацію з військово-патріотичною тематикою та використовуються у символіці Українського націоналістичного руху, логотип має зміст ідеологічного забарвлення. Літери в логотипі зображені шрифтом «Калина» (автори Л. Турецький, А. Александрова, 2014 р.), виконаний за



Рис. 2. Логотип закладу «Правий сектор» м. Львів

мотивами шрифтів Г. Нарбута, має характерне символічне прочитання. Його назва походить від слова «калити», тобто «загартовувати». А в цьому процесі воєдино зливаються дві могутні стихії – вогонь та вода і сходяться вони в найміцнішій речовині – металі. Умовне зображення Тризуба з мечем в середині, є продовженням цього символічного ряду. Меч символізує силу, гідність, вищу справедливість, мужність, пильність. Одночасно меч, який складається з леза й рукояті, є символом єднання, союзу, особливо якщо приймає форму хреста. В логотипі «Правого сектору» зображено двусічний меч – важливий образ божественної мудрості й правди. Символіка айдентики «Правий сектор» є потужним інструментом, що здатен об'єднати людей навколо спільних цінностей, підтримати бойовий дух і зміцнити національну єдність.

Революційний паб «Горіла шина» – культове місце в міському середовищі Львова, яке асоціюється з Революцією гідності, яка запалила патріотичні настрої у мільйонів українців.

Логотип виконаний у яскравих і контрастних кольорах – червоному, чорному та жовтому, що має певні асоціації неспокою, напруги, застереження та миттєво привертає увагу. Слова «Горіла шина» зображено рубленим шрифтом, щільно зімкнутими літерами, що асоціюються з укріпленням – барикадою, з певною динамікою, що додає відчуття міцності, сили, напруження та енергії. Назва, стилістика шрифту, композиційне поєднання чіткої геометрії стилізованої шини і не приборканої пластики вільного полум'я, асоціюється з бойовим настроєм, і викликає відчуття напруження та прагнення перемоги.

Отже, логотипи всіх трьох закладів ефективно відображають їхню військово-патріотичну тематику та створюють відповідну атмосферу для відвідувачів.

«Криївка» має виразний і сильний візуальний образ, який одразу асоціюється з військовою тематикою. Використане зображення зброї в поєднанні з акцидентним гротесковим написом червоним кольором, надає логотипу особливого рівня візуального



Рис. 3. Логотип закладу «Горіла Шина» м. Львів

контакту – кричущої наполегливості дій та життєвих цінностей – сили, впевненості і прагматизму, що підкреслює патріотичний дух закладу.

«Правий сектор» – Кафе-галерея «АРТ-11» має чітку політичну орієнтацію, що відображає патріотичні настрої ідеології. Поєднання червоного, чорного та білого кольорів, а також використання символіки тризуба, надає логотипу потужного емоційного впливу та впізнаваності.

«Горіла шина» звертає увагу за рахунок використання вогняного ефекту, що підсилює відчуття активності та енергії. Тематика пов'язана з протестними настроями та революційними подіями, що добре підходить для концепції закладу.

Усі три логотипи успішно виконують свою основну функцію – відображають концепцію закладів, що пов'язана з національно-визвольним рухом, створюють патріотичний настрій та привертають увагу цільової аудиторії. Вони чітко ідентифікують військово-патріотичну тематику, що є ключовим елементом у створенні іміджу кожного з цих закладів.

Аналізуючи символіку, композиційні та кольорові особливості логотипів цих закладів, їх місії, цінностей та позиціонування, було виявлено такі творчі прийоми, застосовані при розробці:

- звернення до образно-асоціативної уяви цільової аудиторії (прояв зв'язків між графічним зображенням логотипу та місією закладу, історичними подіями та життєвими цінностями, що відображують настрої та психоемоційний стан;

- апелювання до найвищих цінностей людини (воля, перемога, мир, любов, добробут, щастя), що пов'язані з національно-визвольним рухом, звичаєм, проявом патріотизму;

- звернення до військово-патріотичних символів (прапор, герб, тризуб, військова атрибутика і техніка, колір як символ), які стають засобом візуальної комунікації, що дозволяє відразу впізнавати певні національні ідеали, історичні події та героїв;

- посилення на почуття співпричетності до ціннісних пріоритетів держави (кольорова гама айдентики, дизайн елементів зовнішньої реклами, унікальний дизайн інтер'єрів та його раритетне предметне оздоблення, зображення національних героїв та важливих історичних битв), які асоціюються з мужністю, героїзмом і військовою доблестю.

Перелічені прийоми та їх сприйняття цільовою аудиторією, активізують її емоційну

сферу та являються стимулюючим ефективним інструментом у боротьбі за національну самосвідомість та відчуття національної гідності особливо у контексті військових конфліктів.

Символи військово-патріотичної айдентици відіграють важливу роль у візуальній комунікації, передаючи інформацію через певні візуальні образи та графічні прийоми.

Символіка військово-патріотичної айдентици має цілий спектр функцій, значень, смислів:

- *комунікативна функція*: вирішує цілу низку завдань при створенні елементів айдентици, орієнтуючись на певну цільову аудиторію, що забезпечує оптимальний вибір художньо-композиційних виразних засобів; створення оригінального, образного графічного рішення, яке може впливати на громадську думку, стимулювати патріотичні настрої та підтримувати моральний дух;

- *психологічно-емоційний вплив*: символи, їх асоціації та графічні прийоми сприяють формуванню патріотичного духу, викликають відчуття гордості за свою країну, стимулюють позитивні емоції, пов'язані з національною ідентичністю, та підсилюють громадські настрої;

- *соціальний контекст* – має важливе значення у сприйнятті символів, які набувають особливого значення, стають частиною громадської свідомості та важливим інструментом мобілізації населення у періоди політичної нестабільності або військових конфліктів;

- *збагачення поведінкової культури та створення нових цінностей* – символи та графічні прийоми допомагають залучити увагу громадськості, волонтерського руху, стимулювати участь у благодійних акціях, в соціальних кампаніях, спрямованих на підтримку військовослужбовців або допомогу ветеранам;

- *патріотично-виховна функція* – використання відповідних символів та графічних прийомів дозволяє ефективно комунікувати з аудиторією, створювати позитивний імідж бренду, підвищувати його лояльність, особливо для брендів, що пов'язані з національною безпекою, обороною або патріотичним вихованням, можуть використовувати військову айдентику для підвищення своєї впізнаваності та залучення цільової аудиторії.

Графічні прийоми у військово-патріотичній айдентиці спрямовані на створення емоційного впливу на аудиторію та посилення символічного значення використовуваних елементів. Вони включають в себе різні стилістичні рішення, що допомагають досягти бажаного ефекту:

– використання контрастних кольорів – загострення уваги, підсилення впливу, вираження різних емоцій (червоний символізує пролиту кров, героїзм і боротьбу; чорний – душевну втрату, біль, скорботу, білий – чистоту та мир, синій та жовтий – національну гордість та державність);

– рублені шрифти – підкреслюють серйозність, силу, непохитність та асоціюються з військовою дисципліною, рішучістю, згуртованістю та готовністю до дій; вони виконують вербальну функцію айдентики, добре читаються на відстані, що робить їх ефективними у сприйнятті;

– стилізація військової атрибутики і символіки – додає лаконічності, впізнаваності, варіативності використання, автентичності та підкреслює військову тематику та національні бойові традиції;

– ефекти динаміки та руху – зображення, що імітують рух, вибухи, спалахи або інші дії, додають дизайну військової айдентики енергії та виразності, викликають відчуття напруженості, що відповідає духу військових дій та підвищують емоційний вплив на глядача;

– використання текстур: зображення, що імітують камуфляж, метал, іржаве залізо, полум'я або інші матеріали, додають дизайну глибини та реалістичності, допомагають створити атмосферу військового середовища, підкреслюючи зв'язок з реальністю.

ВИСНОВКИ

Символіка та графічні прийоми є невід'ємною частиною військово-патріотичної айдентики, що відіграє важливу роль у формуванні національної ідентичності та патріотичної свідомості. Вони дозволяють ефективно комунікувати з аудиторією, створювати емоційний вплив та підсилювати символічне значення використовуваних елементів. Військово-патріотична айдентика також має важливе значення у маркетингових комунікаціях, особливо для брендів, що пов'язані з національною безпекою або патріотичним вихованням.

Отже, результати дослідження засвідчують актуальні зміни в дизайні військово-патріотичної символіки, прийомів її використання у проектах айдентики, плакатів, рекламних заходах, волонтерському русі під час військової агресії з боку росії.

Таким чином, розуміння та використання символіки у військово-патріотичній айдентичі, певних візуальних образів та графічних прийомів, широкого спектру її функцій, значень і смислів, є необхідним для створення

ефективних візуальних комунікацій, що сприяють зміцненню національного духу та підтримці громадських настроїв.

Дослідження виявило, що використання української символіки в дизайні військово-патріотичної айдентики може бути ефективним інструментом у боротьбі за національну самосвідомість та відчуття національної гідності в умовах війни. Українська символіка знову набуває популярності й попиту не лише на теренах Батьківщини, а й далеко за її межами. Така тенденція свідчить про зміну свідомості українців та цінність національних традицій та унікальної історичної спадщини України.

ЛІТЕРАТУРА

[1] Айдентика: все, що створює індивідуальність. URL: <https://rocketmen.com.ua/ua/article/identity>. (дата звернення 26.08.2024).

[2] Айдентика: навіщо бренду візуальне «обличчя» і як його створити. URL: <https://sendpulse.ua/blog/creating-a-brand-identity>. (дата звернення 25.08.2024).

[3] Баб'як К.П., Белова М.О., Лобзова С.Л., Зінченко О., О Метонімізовані назви сучасного англomовного неймінг-простору. Актуальні питання лінгвістики, професійної лінгводидактики, психології і педагогіки вищої школи : зб. статей VI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Полтава, 25–26 листопада 2021 р. Полтава, 2021. С. 18–22.

[4] Божко Т. В. Вплив Баугаузу та конструктивізму на формування мови сучасної інфографіки. Київ, 2020.

[5] Борисова С., Пошук джерел натхнення при проектуванні об'єктів арт-дизайну. Дизайн після епохи постмодерну: ідеї, теорія, практика: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., 2021 р. ст. 190–199.

[6] Геллер С., Кваст С. Графічні стилі. Від вікторіанців до хіпстерів. Нью-Йорк : Вид-во ArtHuss, 2019.

[7] Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/25973/1/ZSZVIB_mono_2024.pdf (дата звернення 25.08.2024).

[8] Історія виникнення фірмового стилю. [Електронний ресурс]. URL : <https://ua.waykun.com/articles/istorija-viniknennja-firmovogo-stilju.php> (дата звернення 12.09.2024)

[9] Карпов В.В. Українська звитяга у символах. : Видавець Олег Філюк. Київ, 2016. С. 133–144.

[10] Манич Н. Є., Галенко К. О. Роль фірмового стилю у просуванні освітніх послуг (на прикладі приватних шкіл вивчення іноземної мови). *Сучасні світові тенденції розвитку науки та інформаційних технологій* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, 22–23 травня 2020 р. Одеса : ГО Інститут інноваційної освіти, 2020. С. 52–57.

[11] Мілліган Е., Бейлі С., Міфи про брендинг. Київ : Вид-во Фабула, 2019.

[12] Мухіна М.В. Оцінка як спосіб формування іміджу організації М.В. Мухіна *Вісник. Волгоградського держ. ун-та. Сер. 2. Мовлення*. 2016. №1 (13). С. 33–37.

[13] Навіщо проводити дослідження. URL : <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/190708> (дата звернення: 15.09.2024)

[14] Перерва П., Г., Проблеми управління інноваційним розвитком. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2019. № 4. С. 230–235.

[15] Саленбахер Ю., Як знаходити можливості, розвиватися і виділятися. 2018.

[16] Слободянюк М.,В., Військова символіка. Українське геральдичне товариство. URL: http://uht.org.ua/ua/part/vijsjkova_symvolika/ (дата звернення 28.09.2024).

[17] Стулень К. Нова айдентика українського війська: як реалізується ідея «не виглядати так, як ворог». URL: <https://novynarnia.com/2020/10/14/nova-ajdentyka1/>. (дата звернення 02.10.2024).

[18] Топ-10 трендів логотипів на 2023 рік, на які варто звернути увагу. URL : <https://www.zilliondesigns.com/blog/logo-trends-2023/> (дата звернення: 15.09.2024)

[19] Топ-3 заклади у Львові із революційними мотивами. URL: https://tvoemisto.tv/news/top3_zaklady_u_lvovi_iz_revolyutsiynymu_motyvamy_69432.html (дата звернення 25.08.2024).

[20] Удріс-Бородавко Н.С. Графічний дизайн з українським обличчям. «ArtHuss». 2023. С. 5

REFERENCES

[1] Aidentyka: vse, shcho stvoriue individualnist [Identity: everything that creates individuality]. (2024, August 26). Retrieved from <https://rocketmen.com.ua/ua/article/identity> [in Ukrainian].

[2] Aidentyka: navishcho brendu vizualne «oblychchia» i yak yoho stvoryty [Identity: why a brand needs a visual «face» and how to create it]. (2024, August 25). Retrieved from <https://sendpulse.ua/blog/creating-a-brand-identity> [in Ukrainian].

[3] Babyak, K. P., Belova, M. O., Lobzova, S. L., & Zinchenko, O. O. (2021). Metonimizovani nazvy suchasnoho anhlo-movnoho neimynh-prostoru [Metonymized names of modern English-language naming space]. In *Aktualni pytannia lnhvistyky, profesiinoi lnhvodydaktyky, psykholohii i pedahohiky vyshchoi shkoly* (pp. 18–22). Proceedings of the VI International Scientific-Practical Conference, Poltava, 25–26 November, 2021. [in Ukrainian].

[4] Bozhko, T. V. (2020). *Vplyv Bauhauzu ta konstruktyvizmu na formuvannia movy suchasnoi infografiky [The influence of Bauhaus and constructivism on the formation of modern infographic language]*. Kyiv. [in Ukrainian].

[5] Borysova, S. (2021). Poszuk dzherel natkhnenniya pry proektuvanni obektiv art-dyzainu [The search for sources of inspiration in the design of art objects]. In *Dyzain pislia epokhy postmodernu: Idei, teoriya, praktyka* (pp. 190–195). Proceedings of the All-Ukrainian Scientific-Practical Conference. [in Ukrainian].

[6] Heller, S., & Quast, S. (2019). Hrafichni styli. Vid viktoriansiv do khipsteriv [Graphic styles: From Victorians to hipsters]. New York: ArtHuss [in Ukrainian].

[7] Znakovo-symvolichni zasoby vizualnoi identyfikatsii brendu [Symbolic and visual means of brand identity]. (2024, August 25). Retrieved from https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/25973/1/ZSZVIB_mono_2024.pdf [in Ukrainian].

[8] Istoriia vynykennia firmovoho styliu [The history of corporate identity]. (2024, September 12). Retrieved from <https://ua.waykun.com/articles/istorija-viniknennja-firmovogo-stilju.php> [in Ukrainian].

[9] Karpov, V. V. (2016). Ukrainska zvytiaha u symvolakh [Ukrainian valor in symbols]. Kyiv: Fil'uk, pp. 133–144. [in Ukrainian].

[10] Manych, N. E., & Halenko, K. O. (2020). Rol firmovoho styliu u prosuvanni osvitynih posluh (na prykladi pryvatnykh shkil vyvchennia inozemnoi movy) [The role of corporate identity in promoting educational services (based on the example of private language schools)]. In *Sucasni svitovi tendentsii rozvytku nauky ta informatsiinykh tekhnolohii: Proceedings of the III International Scientific-Practical Conference* (pp. 52–57). Odesa: Institute of Innovative Education. [in Ukrainian].

[11] Milligan, E., & Bailey, S. (2019). Myfy pro brendyng [Myths about branding]. Kyiv: Fabula. [in Ukrainian].

[12] Mukhina, M. V. (2016). Otsinka yak sposib formuvannia imidzhu orhanizatsii [Evaluation as a way of forming the image of an organization]. *Visnyk Volhohradskoho derzhavnogo universytetu. Seriya 2. Movlennia*, 1(13), 33–37 [in Ukrainian].

[13] Navishcho provodyty doslidzhennia [Why conduct research]. (2024, September 15). Retrieved from <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/190708> [in Ukrainian].

[14] Pererva, P. H. (2019). Problemy upravlinnia innovatsiynym rozvytkom [Problems of managing innovative development]. *Marketing i menedzhment innovatsii*, 4, 230–235 [in Ukrainian].

[15] Sallenbacher, J. (2018). Yak znakhodyty mozhyvosti, rozvyvatysia i vyliatytsia [How to find opportunities, grow and stand out] [in Ukrainian].

[16] Slobodianyuk, M. V. (2024, September 28). Viiskova symvolika [Military symbolism]. *Ukrainian Heraldic Society*. Retrieved from http://uht.org.ua/ua/part/vijsjkova_symvolika/ [in Ukrainian].

[17] Stulen, K. (2024, October 2). Nova aidentyka ukrainskoho viiska: Yak realizuietsia ideia «ne vyhliadaty tak, yak voroh» [New identity of the Ukrainian army: How the idea of «not looking like the enemy» is implemented]. Retrieved from <https://novynarnia.com/2020/10/14/nova-ajdentyka1/> [in Ukrainian].

[18] Top 10 Logo Trends for 2023 To Watch Out For. (2024, September 15). Retrieved from <https://www.zilliondesigns.com/blog/logo-trends-2023/> [in Ukrainian].

[19] Top-3 zaklady u Lvovi iz revoliutsiynymy motyvamy [Top 3 places in Lviv with revolutionary themes]. (2024, August 25). Retrieved from https://tvoemisto.tv/news/top3_zaklady_u_lvovi_iz_revolyutsiynymu_motyvamy_69432.html [in Ukrainian].

[20] Udris-Borodavko, N. S. (2023). Hrafichni dyzain z ukrainskym oblychchiam [Graphic design with a Ukrainian face]. ArtHuss, 5 [in Ukrainian].

ABSTRACT**Kravchenko O., Bezmelitsyna K. Symbols and graphic techniques of military-patriotic identity**

The paper investigates the main elements of visual influence, such as color palette, typography, compositional solutions, and symbolism, aimed at creating an emotional connection with the consumer and emphasizing national identity. It also analyzes the use of military symbols, images, and techniques in graphic design for communicating patriotic ideas and supporting cultural heritage.

Purpose. The purpose of the article is to outline the peculiarities of applying Ukrainian symbolism in the design of contemporary military-patriotic identity. The authors explore key visual elements used to form a recognizable and emotionally charged identity in a military-patriotic context.

Methodology. The analysis includes a review of scientific research on the topic and literary sources; characterization of symbols and signs; revealing the specifics of their use in infographics and logo structures; analyzing logos in a military-patriotic context at the current stage of practice among Ukrainian designers; determining the peculiarities of the interaction of brand identification means in urban environments; and outlining techniques for reflecting Ukrainian historical and national symbolism in the compositional structure of patriotic logos.

Results. The authors analyze the role of symbolism in coats of arms, flags, military attributes, and other iconic images in creating a patriotic mood and enhancing emotional impact on the audience. Particular attention is paid to graphic techniques, including the use of color, typography, compositional solutions, and textures that enhance military-patriotic associations and achieve the transformation of symbolic images.

Practical significance. The practical significance of the research results lies in identifying graphic ways to integrate iconic and symbolic elements into the compositional structure of visual communication objects for brands. The results contribute to a deeper understanding of the specifics and role of applying signs and symbols, as well as the peculiarities of their figurative and associative disclosure in Ukraine's military-patriotic identity.

Scientific novelty. This study presents a comprehensive analysis of symbolism and graphic techniques used in military-patriotic identity. It systematically organizes the main elements and visual solutions that contribute to the formation of patriotic identity in the contemporary Ukrainian context for the first time. The research reveals the influence of graphic symbols on the emotional perception of the audience and the strengthening of national consciousness.

Practical significance. The results obtained may be useful for designers, marketers, and organizations engaged in promoting national values, in creating effective advertising campaigns and visual content that foster patriotic awareness.

Keywords: military-patriotic identity, symbolism, graphic techniques, military symbols, visual communication, national images, color palette, typography, emotional influence.

AUTHOR'S NOTE:

Kravchenko Oleg, Candidate of Architecture, Associate Professor at the Department of Graphic Design, Mykhailo Boichuk Kyiv State Academy of Decorative Applied Arts and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: o_krav@ukr.net, orcid: 0000-0001-9267-3138

Bezmelitsyna Kateryna, Master's Student, Mykhailo Boichuk Kyiv State Academy of Decorative Applied Arts and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: k.bezmelitsyna@gmail.com, orcid: 0009-0007-7078-791X