

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра інформаційно-документних комунікацій

ЗАТВЕРДЖУЮ
на засіданні кафедри
інформаційно-документних комунікацій
(протокол № ____ від _____ 2026 р.)
Завідувач кафедри _____ Ганна ОХРІМЕНКО

**Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього рівня бакалавра
на тему: «АЙДЕНТИКА ЗСУ: СЕМІОТИКА ВІЙСЬКОВОЇ
СИМВОЛІКИ У СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЯХ ВОЄННОГО
ПЕРІОДУ»**

Виконала здобувачка групи Інс-41
освітньо-професійної програми
«Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»
Комар Вікторія Михайлівна

Керівник - кандидат філологічних наук, доцент
МАСЛОВА Юлія Петрівна
Рецензент - доктор мистецтвознавства, доцент
БОНДАРЧУК Ярослава Віталіївна

Острог 2026

ГРАФІК

виконання кваліфікаційної роботи на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти

студентки групи Інс-41

Комар Вікторії Михайлівни

№ п/п	Види та етапи роботи	Термін виконання	Підпис викладача
1.	Вибір теми, затвердження її на кафедрі, призначення наукового керівника	до 15.10.2025 р.	
2.	Складання графіка роботи над темою і узгодження його з науковим керівником	жовтень-листопад 2025 р.	
3.	Вивчення джерел, літератури, суспільних реалій, матеріалів архівів, періодичних видань; збір та узагальнення фактів і даних	листопад-грудень 2025 р.	
4.	Складання плану роботи та узгодження його з науковим керівником	грудень 2025 р.	
5.	Формування концепції, написання вступу та теоретичного розділу роботи	січень-лютий 2026 р.	
6.	Написання дослідницької частини кваліфікаційної роботи	лютий-травень 2026 р.	
7.	Завершення рукопису роботи та ознайомлення наукового керівника з її повним чорновим варіантом в друкованому вигляді	травень 2026 р.	
8.	Повне завершення чистового варіанту роботи, оформлення її і подання на відгук наукового керівника, подання роботи на зовнішнє рецензування	травень 2026 р.	
9.	Проведення попереднього захисту	14 травня 2026 р.	
10.	Подання чистового варіанту роботи на кафедру	до 15 червня 2026 р.	
11.	Подання рецензії на кафедру	до 18 червня 2026 р.	
12.	Захист кваліфікаційної роботи	23 червня 2026 р.	

Здобувач першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти

_____ Вікторія КОМАР

Науковий керівник

_____ Юлія МАСЛОВА

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АЙДЕНТИКИ ТА СЕМІОТИКИ ВІЙСЬКОВОЇ СИМВОЛІКИ.....	7
1.1. Поняття айдентики та її роль у військовій комунікації	7
1.2. Семіотика символів: теоретичні підходи до аналізу військових знаків. .	13
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2. СЕМІОТИЧНИЙ АНАЛІЗ АЙДЕНТИКИ ЗСУ У СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЯХ	29
2.1. Знаки, символи та коди в айдентиці Збройних Сил України	29
2.2. Кольорова гама, шрифти та графічні елементи як носії смислів	33
2.3. Архетипи, міфи та наративи у військовій візуальній комунікації.....	37
2.4. Айдентика ЗСУ в офіційних і цифрових комунікаціях (соціальні мережі, кампанії, візуальні матеріали).....	40
Висновки до розділу 2	45
РОЗДІЛ 3. АЙДЕНТИКА ЗСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	47
3.1. Символіка ЗСУ у формуванні довіри та моральної стійкості суспільства	47
3.2. Вплив військової айдентики на міжнародний імідж України.....	51
3.3. Айдентика ЗСУ в контексті інформаційної війни та протидії пропаганді	56
3.4. Етичні та комунікативні виклики використання військової символіки....	61
Висновки до розділу 3	66
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ	71
ДОДАТКИ	77

ВСТУП

Повномасштабна війна Російської Федерації проти України суттєво вплинула не лише на безпекову сферу держави, а й на систему символічних орієнтирів українського суспільства. Збройні Сили України сьогодні сприймаються не лише як інституція оборони, а й як чинник суспільної консолідації та формування національної ідентичності. Візуальні знаки, емблеми та відзнаки ЗСУ стали складовою публічного простору та засобом стратегічних комунікацій, формуючи уявлення про армію, державу та суспільство. Саме тому дослідження військової символіки ЗСУ як семіотичної системи є актуальним і науково обґрунтованим.

Актуальність теми визначається кількома чинниками. По-перше, з 2014 року військова символіка Збройних Сил України зазнала помітної трансформації: відновлюються історичні традиції та поступово відкидаються радянські й імперські моделі репрезентації. По-друге, після 24 лютого 2022 року айдентика ЗСУ активно функціонує у медійному та цифровому просторі, набуваючи нових форм і комунікаційних завдань. По-третє, в умовах інформаційного протистояння військова символіка стала інструментом формування смислів і впливає на сприйняття армії як всередині країни, так і на міжнародному рівні. Символи ЗСУ формують відчуття національної солідарності, патріотизму та психологічної стійкості суспільства.

Об'єктом дослідження є військова символіка Збройних Сил України як система знаків і візуальних кодів.

Предметом дослідження є семіотичні механізми функціонування військової символіки ЗСУ у стратегічних комунікаціях воєнного періоду.

Метою роботи є комплексний аналіз військової символіки ЗСУ як семіотичної системи та визначення її ролі у стратегічних комунікаціях в умовах війни.

Для досягнення мети поставлено такі **завдання**:

1. Проаналізувати історичні витоки та еволюцію української військової символіки.
2. Дослідити трансформацію айдентики ЗСУ з 2014 року та під час повномасштабної війни.
3. Визначити семіотичні механізми функціонування військової символіки.
4. Окреслити роль візуальних образів і знакових систем у стратегічних комунікаціях.
5. Проаналізувати взаємозв'язок військової символіки та процесів трансформації історичної пам'яті.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період від 2014 до 2025 року з особливим акцентом на етап повномасштабної війни. Географічні межі – територія України та міжнародний інформаційний простір, у межах якого функціонують візуальні та комунікаційні практики ЗСУ.

Емпіричну базу дослідження становлять понад 100 візуальних матеріалів, що охоплюють офіційні емблеми, шеврони, почесні нагрудні знаки, елементи айдентики та цифрові комунікаційні матеріали Збройних Сил України за період 2014–2025 років. Джерельну основу становлять матеріали, розміщені на офіційному сайті Міністерства оборони України, офіційному сайті Збройних Сил України, сторінках Генерального штабу ЗСУ та окремих родів і видів військ у соціальних мережах Facebook, Instagram, Telegram і YouTube, а також матеріали інформаційних кампаній та офіційних публікацій. Відбір візуальних об'єктів здійснювався за критеріями офіційного статусу, репрезентативності, поширеності у публічному просторі та значущості для формування сучасної військової айдентики.

Методологічна основа дослідження має міждисциплінарний характер і поєднує семіотичний, історичний, ритуально-культурологічний, комунікаційний та документно-інформаційний підходи. У межах дослідження військова айдентика Збройних Сил України розглядається як сукупність візуальних знакових матеріалів, що функціонують в офіційному, цифровому та

публічному інформаційному просторі. До таких матеріалів належать емблеми, шеврони, почесні нагрудні знаки, елементи візуальної ідентифікації, офіційні публікації, інформаційні кампанії та цифрові комунікаційні матеріали. У роботі застосовано аналіз наукових джерел, історичний і культурологічний аналіз, семіотичний аналіз, елементи аналізу комунікативного контексту та інтерпретаційний підхід. Аналіз наукових джерел дав змогу окреслити теоретичні засади дослідження айдентики, військової символіки, семіотики знака та стратегічних комунікацій. Історичний і культурологічний аналіз використано для простеження зв'язку сучасної військової символіки з українською історичною традицією, національною пам'яттю та процесами переосмислення символічного простору в умовах війни. Семіотичний аналіз застосовано для інтерпретації знакової структури військової айдентики за такими параметрами: означник і означуване, денотативний та конотативний рівні значення, колористичний і графічний коди, історичні та культурні асоціації, наративні особливості, комунікативна функція та прагматичний ефект символічних елементів. Елементи аналізу комунікативного контексту дали змогу розглянути функціонування військової символіки в офіційних і цифрових каналах, зокрема у зв'язку з репрезентацією ЗСУ, формуванням суспільної довіри, підтримкою національної стійкості та реалізацією стратегічних комунікацій воєнного періоду.

Наукова значущість дослідження полягає в осмисленні айдентики Збройних Сил України як системи візуально-знакової комунікації, що функціонує в умовах воєнного часу й бере участь у формуванні суспільної довіри, національної солідарності та символічної репрезентації держави. Робота поглиблює розуміння військової символіки як комунікативного ресурсу стратегічних комунікацій, через який транслиуються цінності, наративи стійкості, історичної спадкоємності та обороноздатності України.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів у сфері стратегічних комунікацій, візуальної репрезентації ЗСУ, інформаційних кампаній і публічної комунікації воєнного періоду.

Запропоновані висновки можуть бути корисними для аналізу й удосконалення військової айдентики, розроблення комунікаційних матеріалів, формування цілісного образу українського війська в національному та міжнародному інформаційному просторі.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження. У першому розділі розглянуто теоретичні основи айдентики та семіотики військової символіки. У другому розділі здійснено семіотичний аналіз айдентики Збройних Сил України у стратегічних комунікаціях. У третьому розділі досліджено роль айдентики ЗСУ як інструменту впливу у воєнний період. У висновках узагальнено результати дослідження.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АЙДЕНТИКИ ТА СЕМІОТИКИ ВІЙСЬКОВОЇ СИМВОЛІКИ

1.1. Поняття айдентики та її роль у військовій комунікації

Поняття айдентики у сучасному інформаційному та комунікаційному просторі пов'язується передусім із системою візуальної ідентифікації, яка дозволяє впізнавати певну ідею, організацію, спільноту або явище через комплекс характерних графічних ознак, символів та образів. Айдентика виступає не просто набором дизайнерських елементів, а цілісною системою знаків і символів, що передають зміст, ідеологію, історичний контекст і цінності певної спільноти. У межах візуальних комунікацій вона забезпечує зорове розпізнавання та формує асоціативний зв'язок між зображенням і певним змістом. Саме тому айдентика має є вагомим чинником у військових комунікаціях, де символи, кольори, шрифти та інші графічні засоби виконують функцію передачі ідей, мобілізації суспільства та формування національної свідомості.

Для наукової коректності доцільно чітко розмежувати поняття айдентики, символіки, візуальної ідентичності та брендингу інституції. У науковій літературі айдентика розглядається як цілісна система візуальних і змістових елементів, що забезпечують впізнаваність організації та формують її образ у комунікаційному просторі. Зокрема, О. Бобохонов визначає військовий фірмовий стиль як комплекс графічних і композиційних рішень, які відображають функціональні особливості військової структури, її цінності та історичну традицію, а також забезпечують єдину систему візуальної ідентифікації [7, с.14]. У цьому контексті айдентика виступає ширшим поняттям, що включає не лише окремі символи, а й принципи їх використання, стилістичну єдність та комунікаційні функції.

Водночас поняття символіки є більш вузьким і стосується окремих знаків або образів, які мають усталене значення у культурному чи військовому середовищі. Символи можуть входити до складу айдентики, але не вичерпують

її змісту, оскільки айдентика передбачає системність і цілісність візуального образу. Подібне розмежування підтверджує дослідження семіотики візуальних матеріалів, де наголошується, що окремий знак набуває повноцінного комунікативного значення лише у межах ширшої системи візуальних кодів [10, с.47].

Близьким до айдентики є поняття візуальної ідентичності, яке акцентує увагу на графічних елементах – логотипах, кольоровій гамі, шрифтових рішеннях та композиційних принципах. Проте айдентика охоплює також змістовий і семіотичний рівні, включаючи цінності, історичні асоціації та ідеологічні смисли, що передаються через візуальні образи. У військовому контексті це особливо важливо, оскільки графічні елементи виконують не лише функцію впізнаваності, а й формують символічний простір національної єдності та колективної пам'яті.

Поняття брендингу інституції пов'язане з формуванням цілісного образу організації у суспільстві та включає стратегічні комунікаційні підходи. Айдентика в цьому випадку виступає одним із ключових інструментів брендингу, забезпечуючи його візуальну реалізацію. У військових комунікаціях це проявляється у створенні впізнаваного образу Збройних Сил України, який поєднує історичні традиції, сучасні символи та ціннісні орієнтири. Як підкреслює В. Залужний, важливу роль у сучасній війні відіграє не лише бойова спроможність, а й комунікаційна складова, що формує довіру суспільства та підтримує моральний дух, у чому значну роль відіграють візуальні символи та знаки військової присутності [15, с.90].

У межах нашого дослідження айдентика визначаємо **як комплексну систему візуальних і семіотичних засобів, що забезпечують впізнаваність військової інституції, передають її цінності та формують комунікаційний образ у суспільстві, з опертям на концепцію знака Фердинанда де Соссюра, ідею міфу як вторинної семіотичної системи Ролана Барта та теорію культурних кодів Умберто Еко. На відміну від символіки, яка охоплює окремі знаки, айдентика характеризується системністю, узгодженістю елементів і**

цілеспрямованістю комунікативного впливу, що робить її важливим інструментом військової комунікації.

Візуальні комунікації є дієвим інструментом управління соціокультурними процесами поширення інформації та формування громадської думки. В умовах сучасного інформаційного простору, насиченого великою кількістю візуальних повідомлень, особливого значення набуває здатність графічних образів швидко і зрозуміло передавати певні смисли. Саме тому айдентика стає одним із ключових інструментів комунікації, адже вона забезпечує впізнаваність, формує емоційні асоціації та допомагає донести до аудиторії певні цінності й ідеї. У військовому контексті це має особливу вагу, оскільки візуальні образи здатні впливати на громадську свідомість, підтримувати моральний дух суспільства та сприяти формуванню патріотичних настроїв [3, с.80; 43, с.71].

Айдентика у військових комунікаціях формується передусім через систему символів і знаків, які мають глибокий культурний, історичний та емоційний зміст. Символи виступають своєрідними носіями цінностей, що відображають національну історію, боротьбу за незалежність, героїзм та ідеали свободи. Саме тому візуальна мова військової айдентики часто звертається до історичних образів, національних символів, військової атрибутики та знаків державності. Такі елементи дозволяють формувати чітку асоціацію між зображенням і певною ідеєю, а також забезпечують швидке сприйняття інформації широкою аудиторією [13, с.70].

Важливою характеристикою айдентики є її здатність створювати емоційний зв'язок між повідомленням і аудиторією. Символи та графічні елементи не лише передають інформацію, а й викликають певні почуття – гордість, солідарність, відчуття приналежності до нації, готовність до захисту держави. Саме через емоційний вплив айдентика стає ефективним інструментом комунікації у військовій сфері, оскільки вона здатна мобілізувати суспільство, підтримувати моральний дух військових та зміцнювати відчуття єдності.

У контексті військово-патріотичної комунікації айдендика виконує кілька важливих функцій. Передусім вона має комунікативну функцію, оскільки забезпечує передачу певного повідомлення через візуальні образи. Завдяки символам, кольорам і графічним елементам можна швидко донести до аудиторії ідею боротьби, національної гідності або підтримки військових. Такі елементи створюють оригінальні образні рішення, які здатні впливати на громадську думку та стимулювати патріотичні настрої.

Другим важливим аспектом є психологічно-емоційний вплив айдентики. Символіка та графічні прийоми здатні формувати у людей відчуття гордості за свою країну, підсилювати патріотичні настрої та сприяти формуванню позитивних емоцій, пов'язаних із національною ідентичністю. У періоди воєнних конфліктів така функція стає особливо важливою, оскільки вона допомагає підтримувати моральний стан суспільства та формувати віру у перемогу [12, с.10].

Айдендика також виконує соціальну функцію. У суспільстві символи набувають особливого значення, оскільки стають частиною колективної пам'яті та громадської свідомості. Вони здатні об'єднувати людей навколо спільних цінностей, формувати відчуття приналежності до держави та стимулювати участь у громадських ініціативах. У періоди політичної нестабільності або військових конфліктів символічна система айдентики може виступати інструментом мобілізації населення та підтримки національної єдності [16, с.71].

Ще однією надзвичайно важливою функцією айдентики є її патріотично-виховна роль, яка безпосередньо впливає на світогляд та почуття громадян. Символи державності, елементи військової історії, героїчні постаті та образи, які використовуються у візуальному оформленні, несуть у собі глибокий сенс і допомагають людям відчувати зв'язок із власною країною та її історією. Через ці образи передаються цінності мужності, гідності, відваги, готовності до самопожертви та боротьби за свободу— ті якості, які формують сильну патріотичну позицію [13, с.41; 42].

Айдентика в цьому контексті стає не просто дизайнерським або естетичним інструментом, а виступає інструментом трансляції цінностей, який м'яко, але переконливо формує почуття гордості за свою державу, спонукає поважати її традиції та історичні досягнення. Вона допомагає громадянам усвідомлювати цінність державності, зміцнює національну ідентичність і сприяє розвитку громадянської свідомості, адже кожен символ, кольорова гама чи образ унікально нагадує про подвиги попередніх поколінь та важливість збереження свободи і незалежності сьогодні.

Важливу і надзвичайно чуттєву роль у формуванні військової айдентики відіграють конкретні графічні засоби, які стають своєрідною мовою візуальної комунікації. Серед них особливе значення мають кольори, шрифти, композиційні рішення та текстури – кожен із цих елементів несе власний сенс і впливає на сприйняття глядача.

Колірна гама у військовій айдентиці має символічний характер і допомагає передати не лише емоції, а й цілісну історію, укладену в образах. Наприклад, червоний колір часто асоціюється з боротьбою, героїзмом і силою духу, він сприяє емоційному залученню і нагадує про мужність тих, хто стоїть на захисті Батьківщини. Чорний колір викликає відчуття втрати, скорботи та пам'яті про тих, хто віддав життя заради миру й свободи. Сині та жовті відтінки підкреслюють державність, єдність нації і національну гордість, неначе тихо нагадуючи про цінності, які об'єднують суспільство [15, с.90].

Контрастні поєднання кольорів у айдентиці допомагають привернути увагу глядача, роблячи образи більш помітними та емоційно насиченими. Вони підсилюють вплив візуального повідомлення, роблячи його не лише зрозумілим, а й здатним пробуджувати почуття – гордість, повагу, співпереживання та натхнення до дії.

Не менш важливим елементом айдентики є типографіка. Використання рублених або строгих шрифтів підкреслює серйозність, дисципліну та силу, що асоціюється з військовою тематикою. Такі шрифти добре читаються на

відстані, тому ефективно виконують комунікативну функцію та забезпечують чіткість візуального повідомлення [14, с.76].

До характерних прийомів військової айдентики також належить стилізація військової атрибутики та застосування текстур, які допомагають створити особливу атмосферу військового середовища. Зображення камуфляжу, металу, полум'я або інших елементів реальної військової дійсності роблять дизайн не просто привабливим, а живим і емоційно насиченим. Кожен із цих прийомів передає відчуття динаміки, напруження та готовності до дій, що повністю відповідає характеру військової тематики і дозволяє глядачеві актуалізувати емоційний компонент сприйняття.

Особливу роль у формуванні айдентики відіграє звернення до історичних та національних символів. Використання гербів, прапорів, тризуба, зображень зброї та інших елементів військової символіки створює чіткий зв'язок між сучасними подіями і багатовіковою традицією боротьби за незалежність. Ці символи працюють як міст між минулим і теперішнім, нагадуючи про подвиги попередніх поколінь і формуючи почуття відповідальності та гордості за державу.

Завдяки таким графічним і символічним прийомам айдентика стає не просто інструментом комунікації або декоративним оформленням. Вона перетворюється на ефективний інструмент збереження культурної пам'яті та історичної спадщини, підтримки національної ідентичності та формування патріотичних цінностей у громадян [1].

Яскравим прикладом ефективного використання військово-патріотичної айдентики можуть бути різноманітні об'єкти міського середовища, де через логотипи, кольорову гаму та символічні образи створюється відчутна атмосфера боротьби, відваги та патріотизму. Кожен елемент – від вибору відтінків до композиційних рішень – працює як мова, що говорить із громадянами без слів, викликаючи емоції та нагадуючи про цінності, які об'єднують суспільство [40, с.15].

Такі приклади показують, що цілісна система айдентики здатна сформувати впізнаваний образ, який миттєво пробуджує асоціації з національно-визвольною боротьбою, героїзмом та ідеями свободи. Вона не лише інформує, а й надихає, виховує почуття гордості за власну країну, зміцнює національну самосвідомість та створює відчуття єдності громадян у спільному прагненні захищати й розвивати державу [17].

Таким чином, айдентика у військових комунікаціях виступає складною системою символічних і графічних засобів, що забезпечують ефективну передачу ідей, формування патріотичних настроїв і зміцнення національної ідентичності. Через використання кольорів, символів, шрифтів та інших елементів візуальної мови вона створює потужний емоційний вплив на аудиторію, формує відчуття єдності та підтримує моральний дух суспільства. У сучасних умовах інформаційної війни та військових конфліктів роль айдентики зростає ще більше, адже вона стає важливим інструментом комунікації, здатним об'єднувати людей навколо спільних цінностей, зміцнювати національну свідомість і підтримувати віру у перемогу.

1.2. Семіотика символів: теоретичні підходи до аналізу військових знаків.

Семіотика символів у площині військових знаків осмислюється як складна система смислотворення, де знак ніколи не існує сам по собі, а завжди функціонує в контексті культури, історії та колективної пам'яті. Військовий знак постає не лише як графічне зображення чи елемент уніформи – він є концентратом значень, що формуються в межах певної традиції, ідеології та суспільного досвіду. У цьому підході ключовим є розуміння символу як особливого типу знака, який не просто позначає, а відсилає до глибоких смислів, пов'язаних із владою, жертовністю, честю, спадкоємністю та легітимністю.

Для українського військового контексту важливо підкреслити, що військовий знак функціонує не лише як графічний елемент, а й як носій

історичної пам'яті, культурної традиції та патріотичних цінностей. Як зазначає О. Вакулюк, семіотика військової фотографії та емблем в українському контексті демонструє взаємодію символів із національними, історичними та культурними кодами [10, с.45-46]. Цей аспект дозволяє розглядати військовий знак як інструмент комунікації та виховання патріотизму одночасно.

Теоретичне осмислення військових знаків спирається на класичні моделі семіотики, зокрема на двокомпонентну модель знака Фердинанда де Соссюра. У цій моделі військовий символ розглядається як взаємодію двох складників: **означник → матеріальна форма знака → емблема, шеврон, колір, графічний елемент; означуване → концептуальний зміст → державність, військова честь, належність до підрозділу, історична пам'ять, ідея захисту.** Відповідно, військовий знак функціонує не як нейтральне зображення, а як **семіотична структура**, у якій візуальна форма активує певний ціннісний, історико-культурний і комунікативний зміст. У випадку військових емблем означник може бути гербом, хрестом, тризубом, зіркою чи кольоровою композицією, а означуване - ідея державності, воїнської доблесті, історичної традиції або належності до певного підрозділу. Важливо, що зв'язок між формою і змістом є умовним, але водночас соціально закріпленим - саме спільнота надає символу значення й підтримує його в актуальному стані [47, с.63].

Українська практика військової айдентики підтверджує застосування цієї моделі: тризуб, герби полків та кольорова гама формують умовний, але соціально закріплений зв'язок між графічною формою та концептуальним змістом, що відображає державність, бойові традиції та історичні події [19, с.122].

Трикомпонентна модель знака Чарльза Сандерса Пірса дає змогу розглядати військовий символ як ланцюжок: **знак → візуальна форма символу → об'єкт, на який він указує → інтерпретанта, тобто смисл, що виникає в адресата.** У військовій айдентичі це можна подати так: **шеврон або емблема → військовий підрозділ чи бойова традиція → уявлення про**

належність, героїзм, стійкість і національну ідентичність. У цьому ракурсі військовий знак набуває значення лише в процесі інтерпретації. Наприклад, емблема підрозділу для стороннього спостерігача може бути просто графічним образом, тоді як для військовослужбовця вона стає маркером ідентичності, братерства і спільної історії. Інтерпретанта формується через досвід служби, бойові події, ритуали, присягу – тобто через соціальну практику (див.табл.1.1.).

У випадку українських військових підрозділів інтерпретантом часто стає відчуття належності до нації, бойового братерства та готовності захищати державу, що підкріплюється історичними ритуалами вручення емблем і шевронів.

Таблиця 1.1.

Семіотичні та соціокультурні виміри військових знаків

Підхід / Вимір	Основна ідея	Ключові компоненти
Двокомпонентна модель (Ф. де Соссюр)	Знак = означник + означуване	Означник: герб, хрест, тризуб, зірка, кольори Означуване: державність, доблесть, історія, підрозділ
Трикомпонентна модель (Ч. С. Пірс)	Знак = знак – об’єкт – інтерпретант	Інтерпретант: досвід служби, бойові події, ритуали, присяга
Міфологічний (Р. Барт)	Міф = вторинна семіотична система	Символ як конструкт образу армії
Геральдичний підхід	Структурованість та нормативність	Композиція, кольори, фігури, правила поєднання
Соціально-психологічний вимір	Символ = внутрішня опора	Відчуття «ми», спільна відповідальність, групова приналежність
Ідеологічний вимір	Відображення державних цінностей	Емблеми, кольори, форми, образи
Візуально-комунікативний вимір	Символ у публічному просторі	Медіа, соцмережі, плакати, банери

Джерело: таблиця створення самостійно автором на базі теоретичного аналізу джерел [19;25;47]

У концепції Ролана Барта військовий символ можна розглядати як елемент вторинної семіотичної системи, тобто як знак, що виходить за межі прямого позначення й формує міфологізований образ армії: **військовий знак → символічний образ → ціннісний наратив → героїзм, історична тяглість, жертвність, захист держави.** У такому вимірі символіка не лише інформує,

а й конструює уявлення про ЗСУ як носія сили, честі, стійкості та національної пам'яті. Знак починає працювати як інструмент легітимації – він підкріплює авторитет інституції, вписує сучасні збройні сили у ширший історичний наратив (див.табл.1.1.), [25, с.72].

В українському військовому контексті міфологізація символів дозволяє підкреслити неперервність національної традиції, героїзм захисників та цінність боротьби за незалежність, формуючи уявлення про сучасну армію як носія історичних і моральних принципів

В українській практиці це проявляється у використанні козацьких символів, мотивів визвольних змагань та національної геральдики в сучасних емблемах, що забезпечує зв'язок минулого та сьогодення.

Геральдичний підхід дає змогу аналізувати військовий знак як упорядковану систему візуальних кодів: **композиція → колір → фігура → правила поєднання елементів → семантичне значення**. У такій логіці кожен елемент виконує окрему смислову функцію: **колір → мужність, вірність, стійкість, пам'ять; фігури тварин, зброї чи фортифікацій → історичні асоціації, бойова традиція, сила, захист**. Відповідно, військовий знак постає як кодоване повідомлення, у якому форма, колористика й символічні елементи працюють на створення цілісного комунікативного образу підрозділу або військової інституції. Подібна практика у Збройних Силах України підтверджує, що символіка підрозділу формує відчуття колективної ідентичності та моральної підтримки, особливо в умовах бойових дій або постійного ризику

Соціально-психологічний вимір дає змогу розглядати військову символіку як засіб формування групової ідентичності: **емблема або шеврон → належність до підрозділу → спільний досвід → колективна відповідальність → відчуття єдності**. У цьому аспекті військовий знак виконує не тільки розпізнавальну функцію, а й підтримує внутрішню згуртованість, моральну стійкість та усвідомлення спільної мети. Знак

поступово стає внутрішньою опорою – він підкріплює відчуття «ми», яке особливо важливе в умовах небезпеки та постійного напруження [18, с.32; 41].

Такий знак чітко окреслює межу між «своїми» та «чужими». Він створює відчуття приналежності до певної групи, де кожен знає свою роль і довіряє іншим. У військовому середовищі це має особливу вагу, адже від взаємної довіри часто залежить життя. Емблема стає знаком спільного досвіду – навчань, чергувань, бойових дій. Вона нагадує, що людина не сама, що поруч є ті, хто проходить ті самі випробування.

Ритуальний вимір військової символіки посилює її ціннісне значення: **вручення шеврона, відзнаки чи нагороди → офіційне визнання → прийняття до спільноти → закріплення групової ідентичності → емоційна й моральна легітимація статусу військовослужбовця**. У цьому контексті знак перестає бути тільки елементом форми й набуває значення символу довіри, належності, відповідальності та готовності діяти в межах спільної військової місії. Сам процес вручення часто супроводжується словами підтримки, побажаннями, згадкою про традиції. Усе це формує відчуття, що людина вступає до спільноти зі своєю історією та честю.

Ідеологічний вимір дає змогу розглядати військову символіку як візуальне вираження державних цінностей: **емблема, колір, форма, образ → система цінностей держави → честь, мужність, спадкоємність, справедливість → комунікативна репрезентація армії як носія національної ідеї**. У цьому сенсі військовий знак не є нейтральним елементом айдентики, а виконує функцію символічного утвердження державної позиції. Військовий символ у цьому сенсі не є нейтральним або випадковим елементом оформлення. Він концентрує в собі уявлення про те, якою має бути армія, які принципи вона захищає і в якому історичному контексті себе бачить [21, с.70].

Такі процеси в українських військах ілюструють, як зміна символіки відображає переорієнтацію державних цінностей, національних пріоритетів та нові акценти в патріотичному вихованні, що збігається з аналізом В. Залужного щодо комунікаційної ролі сучасної армії [50, с.492].

Трансформація політичного й історичного контексту безпосередньо впливає на символічний простір війська: **зміна державного курсу → переосмислення історичної пам'яті → оновлення військової символіки → витіснення застарілих або чужих ідеологічних образів → актуалізація національних знаків і традицій**. У цьому процесі окремі символи втрачають комунікативну значущість, інші повертаються з історичної пам'яті, а деякі зберігають форму, але набувають нового ідеологічного й ціннісного тлумачення.

Такі процеси свідчать про глибше переосмислення історії. Через зміну символіки держава демонструє, з яким минулим вона себе пов'язує, які сторінки вважає основою для сучасної ідентичності. Відмова від одних форм і утвердження інших означає не просто оновлення зовнішнього вигляду – це спосіб заявити про зміну стратегічного бачення, про нову систему орієнтирів. Військова символіка в цьому контексті стає видимим проявом внутрішніх ідейних процесів [28, с.101].

Аналітичний підхід дає змогу простежити динаміку змін у військовій символіці як послідовний процес: **зміна історичного контексту → переоцінка попередніх символів → поява нових емблем і образів → трансформація усталених знаків → формування нових смислових акцентів**. У цьому вимірі військова символіка постає як рухома знакова система, у якій одні образи втрачають актуальність, інші витісняють попередні або набувають нового змісту відповідно до сучасних історичних і комунікативних умов. Саме через таке уважне прочитання можна зрозуміти, як військова символіка відображає глибинні зміни в суспільстві та державній політиці, як вона реагує на виклики часу і стає частиною ширшого процесу формування національної свідомості [20, с.301].

Візуально-комунікативний вимір дає змогу розглядати військову символіку як частину публічного інформаційного простору: **емблема, шеврон, відзнака → медійне поширення → офіційні сторінки, соціальні мережі, новинні сюжети, плакати, банери, благодійна продукція → щоденна**

візуальна присутність у суспільстві → формування впізнаваного образу війська. У цьому контексті військовий знак виходить за межі внутрішньої ідентифікації підрозділу й набуває значення комунікативного маркера, що підтримує суспільну увагу, солідарність і довіру до Збройних Сил України.

У медійному просторі емблема функціонує як комунікативний інструмент, що передає образ підрозділу: **емблема → характер підрозділу → бойова спеціалізація → історичні орієнтири → система цінностей.** Наприклад, **хижий птах → швидкість і рішучість, козацький мотив → спадкоємність військової традиції, лаконічна сучасна графіка → оновлення, динаміка й адаптація до цифрового середовища.** Так військовий знак не лише ідентифікує підрозділ, а й формує його публічний комунікаційний образ. Усе це формує сприйняття війська не лише всередині країни, а й за її межами [5, с.31].

У цьому контексті військовий символ виконує подвійну комунікативну функцію: **внутрішня комунікація → військова спільнота → єдність, належність, честь, моральна стійкість; зовнішня комунікація → суспільство, міжнародна аудиторія, партнери й союзники → репрезентація ЗСУ, формування довіри, підтримка іміджу України.** Отже, той самий знак одночасно зміцнює внутрішню ідентичність підрозділу й транслює назовні образ армії як організованої, ціннісно вмотивованої та легітимної інституції. Через нього транслюється образ сучасного українського війська – як організованого, вмотивованого, вкоріненого у власну історію та відкритого до світу [11].

У контексті інформаційної війни військова символіка виконує важливу комунікативну функцію: **візуальна присутність у медіа й соцмережах → упізнаваність ЗСУ → підтримка суспільної стійкості → демонстрація єдності та інституційної спроможності держави.**

Особливо відчутною є роль символіки у формуванні іміджу. Коли емблеми стають впізнаваними, вони перетворюються на візуальні маркери, які швидко викликають асоціації. Людина, побачивши знайомий знак, одразу

пов'язує його з конкретними подіями, подвигами, історіями. Так формується стійкий образ підрозділу або виду військ. У міжнародному просторі це також має значення – чітка, продумана символіка демонструє системність, тяглість традиції, серйозність підходу до власної ідентичності [39].

Отже, семіотика військових знаків постає як багатовимірна аналітична система: **форма знака → історичний контекст → культурна традиція → геральдичний код → ритуальне значення → соціально-психологічний ефект → комунікативна інтерпретація**. Військовий символ є не просто зображенням, а складною системою смислів, через яку армія репрезентує власну ідентичність, підтримує зв'язок із суспільством і транслює цінності держави.

1.3. Українська військова символіка: історичн Помилка! Закладку не визначено.

Українська військова символіка розглядається як явище, що формується не одномоментно, а впродовж тривалої історії – від козацької доби до сучасної російсько-української війни. Її витoki пов'язуються передусім із традицією козацького війська, де знаки мали не лише розпізнавальну, а й глибоку світоглядну функцію. Клейноди, прапори, зображення архангела Михаїла чи хрестів виступали символами небесного покровительства, військової честі й автономності. Уже тоді знак був маркером окремішності – він відрізняв «своїх» від «чужих» і водночас вбудовував військо у сакральний простір.

Сучасні дослідження підкреслюють, що козацька традиція заклала основу для формування української військової ідентичності через символи. Як зазначає О. Бобохонов, навіть первісні клейноди та прапори функціонували як засоби конструювання колективного морального коду, що пізніше трансформувався в державницькі та воїнські емблеми [7, с.15].

Символіка визвольних змагань ХХ століття формує важливий історико-семіотичний пласт української військової айдентики: **тризуб → державний знак → емблема Армії УНР → символ боротьби за незалежність → ядро**

української військової візуальної мови. У цьому контексті тризуб поєднує державницький зміст, войовничу традицію та ідею історичної спадкоємності, тому функціонує як один із ключових знаків національної військової ідентичності. У цьому символі зчитується спадкоємність – від княжої доби до модерного війська [22, с.56].

Важливо відзначити, що тризуб не лише поєднує історичні пласти, а й служить графічним маркером легітимності та національної ідентичності, особливо під час формування Збройних Сил України після 1991 року.

Символіка підпільних і повстанських формувань середини ХХ століття репрезентує окремий пласт української військової пам'яті: **національні барви, хрест, меч, стилізований тризуб** формують смислову послідовність **боротьба, жертовність, спротив, історична тяглість**. У сучасній військовій айдентиці ці образи повертаються як знаки відновленої пам'яті, що поєднують досвід минулих поколінь із символічною репрезентацією нинішнього війська.

Після відновлення незалежності України військова символіка проходить етап поступового оновлення: **радянська спадщина / еkleктичність перших років / пошук власної візуальної мови / націоналізація символічного простору / повернення історичних кольорів і знаків / формування української системи шевронів та відзнак**. Цей процес засвідчує перехід від успадкованих імперсько-радянських моделей до власної військової айдентики, зорієнтованої на національну традицію, державність і сучасну комунікаційну репрезентацію війська. Цей процес трактується як спроба вибудувати цілісну знакову систему, що відповідала б українській традиції [33].

Період після 2014 року варто репрезентувати як етап інтенсивної семіотичної трансформації військової айдентики: **історична спадщина → козацькі, княжі й визвольні мотиви → сучасні шрифти, кольори та графічні рішення → нові емблеми підрозділів → посилення національної ідентичності в умовах війни**. Російська агресія стала чинником переосмислення військових символів, унаслідок чого тризуб, історичні образи й національні коди набули нового комунікативного значення в сучасному візуальному просторі ЗСУ.

У воєнний період військова символіка набуває посиленої ідентифікаційної та мобілізаційної функції: **чіткіші візуальні форми → контрастніші графічні рішення → насичення символів історичними й ціннісними смислами → самоідентифікація військових і суспільства → відчуття єдності, спадкоємності та стійкості**. У цьому вимірі військовий знак функціонує як візуальна мова національного спротиву, через яку репрезентуються боротьба, мужність, колективна пам'ять і готовність до захисту держави. [37].

Дерусифікація військової символіки репрезентує символічний розрив із імперсько-радянською спадщиною та перехід до національної візуальної системи: **відмова від радянських маркерів → оновлення кокард і наруківних знаків → актуалізація національних кольорів, хреста й українського орнаменту → утвердження власної історичної традиції → формування маркерів національної самоідентифікації**. У цьому процесі військова айдентика виконує не тільки розпізнавальну, а й ідеологічно-комунікативну функцію, оскільки візуально засвідчує автономність, спадкоємність і патріотичний зміст сучасного українського війська.

Повномасштабне вторгнення 2022 року стало переломним моментом, коли військова символіка перестала бути суто внутрішньою справою армії і набула загальносуспільного значення. Якщо раніше емблеми, шеврони та інші знаки насамперед виконували функцію розпізнавання підрозділів і підкреслення їхньої традиції, то з початком великої війни вони стали відкритими символами спротиву, які почали жити власним життям поза межами військового середовища [36].

Після початку повномасштабного вторгнення 2022 року можна простежити тенденцію до ширшого суспільного поширення військової символіки Збройних Сил України. Якщо раніше активне використання шевронів, емблем та інших знакових елементів було характерне переважно для військового середовища або окремих патріотичних спільнот, то в умовах війни вони набули помітнішої присутності у публічному просторі.

Візуальні образи Збройних Сил України активно функціонують у волонтерських ініціативах, благодійних кампаніях, міських муралах, соціальних мережах та інших формах публічної комунікації. Це засвідчує розширення їхньої

ролі від внутрішньовійськової ідентифікації до ширшої суспільної репрезентації: **військовий символ → публічний простір → громадянська солідарність → суспільна мобілізація → спільний символічний простір**. У такому вимірі символіка ЗСУ постає не тільки як ознака належності до війська, а як комунікативний ресурс, через який суспільство демонструє підтримку армії, готовність до спротиву, національну єдність і причетність до боротьби за незалежність України.

Кожна емблема чи шеврон сьогодні несе емоційне навантаження, нагадує про подвиги і жертви попередніх поколінь, а також надихає на власну участь у підтримці армії та суспільства (див. табл.1.2.), [31; 46, с.91].

Таблиця 1.2.

Військова символіка в умовах війни: соціальний, емоційний та комунікативний виміри

Вимір / Аспект	Основна ідея	Приклади
Загальносуспільне значення	Символ перестає бути лише армійським, виходить у публічний простір	Емблеми бригад, шеврони, гасла, зображення хижих птахів, вовків, козаків
Емоційний вимір	Символ створює відчуття причетності до спільної історії та відповідальності	Носіння емблем цивільними, ритуали вручення
Волонтерський та мобілізаційний ефект	Символ використовують для збору ресурсів і підтримки армії	Футболки, нашивки, сувеніри, кошти на потреби військових
Персоніфікація та емоційне ототожнення	Знаки набувають характеру «живих» образів	Стилізований козак, Архангел Михаїл, соколи, вовки
Стилістична модернізація	Символіка адаптується до сучасних медіа і цифрового простору	Спрощена графіка, контраст, чіткі контури, поєднання історичних мотивів з сучасними формами
Візуально-комунікативний вимір	Символ працює як внутрішній і зовнішній комунікатор	Емблеми на рюкзаках, куртках, автомобілях, плакатах

Джерело: таблиця створення самостійно автором на базі теоретичного аналізу джерел [30;31;36]

Емблеми бригад, зображення хижих птахів, вовків, козаків, історичних постатей або лаконічні гасла сьогодні активно інтегруються в інформаційний простір. Вони поширюються через соціальні мережі, використовуються у відеороликах, на банерах та у благодійних ініціативах. Люди купують

шеvronи, носять їх на рюкзаках і куртках, розміщують на автомобілях, виготовляють наліпки та плакати. Завдяки цьому військовий знак перестає бути лише частиною форми або дизайну – він стає символом солідарності, підтримки та вдячності тим, хто перебуває на фронті та ризикує життям заради безпеки інших (див. табл.1.2.), [30, с.65].

Показовими прикладами сучасної військової айдентики є емблеми й шеврони окремих підрозділів, у яких поєднуються державні, історичні, архетипні та бойові смисли. Емблема Об'єднаної штурмової бригади Національної поліції України «Лють» репрезентує **державність** → **легітимність** → **рішучість** → **наступальний характер підрозділу** через поєднання тризуба, стилізованої зірки та червоного тла. Шеврон штурмового полку «Цунамі» через образ дракона актуалізує семантику **сили, стійкості й бойової потужності**. Символіка батальйону «Вовки Да Вінчі» через образ вовка формує асоціативний ряд **витривалість** → **згуртованість** → **бойове братерство**. Емблема 37-ї окремої бригади морської піхоти поєднує морські символи із сучасною військовою графікою, підкреслюючи належність до морської піхоти та специфіку її бойової місії. Відповідно, такі знаки виконують не тільки ідентифікаційну функцію, а й формують публічну репутацію підрозділів, їхню впізнаваність та емоційно-ціннісний зв'язок із суспільством. Для цивільної аудиторії емблема певного підрозділу стає знаком підтримки й солідарності: **символ підрозділу** → **емоційне ототожнення** → **підтримка армії** → **зв'язок фронту й тилу** → **спільна відповідальність за захист держави**.

У волонтерському русі військова символіка набуває прикладного комунікативного значення: **емблема або знак підрозділу** → **благодійна продукція** → **публічне вираження підтримки** → **залучення ресурсів** → **допомога військовим**. У такому контексті символ виконує не тільки репрезентативну, а й мобілізаційну функцію, оскільки поєднує громадянську позицію, матеріальну підтримку армії та відчуття причетності до спільної справи. Знак стає невід'ємною частиною культури підтримки, інструментом,

який об'єднує суспільство, надихає до дії і мобілізує людей навколо спільної справи [32, с.200].

Подібні практики показують, що символіка стала засобом соціальної координації та емоційної солідарності, що підсилює відчуття єдності і забезпечує видимий ефект підтримки військових ініціатив у тилу.

У повсякденному житті військовий знак набуває ширшого соціального значення: **шеврон як елемент форми → поява в міському просторі → транспорт, навчальні заклади, вулиці, публічні події → візуальне нагадування про присутність війська → стандартизація символіки ЗСУ в суспільній свідомості**. Так військова символіка виходить за межі закритого середовища служби й стає частиною щоденної комунікації між армією та суспільством. Ця візуальна присутність підкреслює, що боротьба триває, що вона стосується кожного, і формує відчуття причетності до захисту спільної справи [10, с.50].

Під час війни особливо помітною стала персоніфікація військових символів – багато образів почали сприйматися не просто як умовні знаки, а як майже живі постаті, з якими люди емоційно себе ототожнюють.

У сучасній військовій символіці історичні й архетипні образи набувають нового комунікативного змісту: **стилізований козак → воїн сьогодення, сміливість, витривалість, готовність до спротиву; Архангел Михаїл → небесний захист, справедливість, моральна легітимність боротьби; сокіл, яструб, орел → швидкість, точність, сила удару, рішучість; вовк → витривалість, згуртованість, захист своєї спільноти**. Такі символи працюють як візуальні коди воїнської ідентичності, що поєднують історичну пам'ять, бойові якості та емоційне підсилення образу сучасного українського війська. Кожен із цих образів поступово набуває власного характеру – він ніби живе своїм життям, має власну «поведінку», історію та темперамент [4].

Такі символи діють на глибокому емоційному рівні. Людина, яка бачить знайому емблему, відчуває не лише інформаційний сигнал про належність до певного підрозділу – вона переживає внутрішній відгук, відчуває єдність із

тими, хто стоїть поруч, та з попередніми поколіннями. Через ці образи формується відчуття спадкоємності поколінь, причетності до ширшої традиції боротьби та самопожертви.

Символ стає своєрідною точкою опори – він підтримує моральний стан, допомагає триматися у складних умовах і нагадує про сенс спротиву. У цьому вимірі військова емблема перестає бути просто знаком – вона стає психологічним ресурсом, що зміцнює віру в себе, у спільну справу та у перемогу [23, с.41].

Водночас під час війни відбувається помітна стилістична модернізація військової символіки. Сучасні емблеми дедалі частіше поєднують історичні мотиви з лаконічною графікою та чіткими формами. Традиційні образи – козацький хрест, тризуб, старовинна зброя, геральдичні фігури – подаються у спрощеному, виразному вигляді. Зникає надмірна деталізація, натомість з'являється чіткий контур, контраст, продумана композиція. Це робить знак легким для сприйняття й швидкого впізнавання навіть у невеликому форматі [38].

Такий підхід пов'язаний із потребами сучасного інформаційного простору. У цифровому середовищі військова символіка адаптується до нових форматів візуальної комунікації: **емблема → екран телефона, сайт, відео, соціальні мережі → потреба в простоті, контрастності й масштабованості → сучасне графічне втілення історичних символів → збереження традиції в актуальній візуальній формі**. У такому вимірі військовий знак стає комунікативним містком між минулим і сучасністю, оскільки поєднує історичну глибину, національну пам'ять і вимоги цифрової репрезентації.

Загалом українська військова символіка постає як динамічна система, що реагує на історичні виклики та потреби сучасної комунікації: **козацька спадщина → державницька традиція → визвольна боротьба XX століття → російсько-українська війна → оновлення військової айдентики → наратив стійкості, гідності й спротиву**. У цьому вимірі військовий знак виконує не тільки ідентифікаційну функцію, а й репрезентує історичну пам'ять,

національну суб'єктність і моральну готовність суспільства до захисту держави.

Окремого значення набуває цифровізація військової символіки, адже сучасні емблеми й шеврони функціонують не тільки у фізичному просторі, а й у цифрових каналах комунікації: **офіційні сайти → соціальні мережі → відеоконтент → месенджери → цифрові кампанії підтримки ЗСУ**. Це посилює впізнаваність військових знаків, розширює аудиторію їхнього сприйняття та перетворює символіку на інструмент стратегічної комунікації, що одночасно репрезентує армію, мобілізує суспільство й підтримує міжнародну видимість українського спротиву.

Висновки до розділу 1

Військова айдентика Збройних Сил України функціонує як цілісна система візуально-семіотичної комунікації: **емблема / шеврон / колір / графічний знак → ідентифікація підрозділу → репрезентація цінностей → формування довіри → посилення інституційного образу війська**. У цьому вимірі айдентика виконує не тільки розпізнавальну, а й стратегічно-комунікаційну, мобілізаційну та консолідаційну функції.

Семіотика військових знаків розкривається через взаємодію кількох рівнів: **візуальна форма → історичний код → культурна пам'ять → емоційно-ціннісна інтерпретація → соціальна дія**. Емблеми, шеврони, національні кольори, хрести, тризуб, архетипні образи воїна, вовка, сокола чи Архангела Михаїла формують систему смислів, пов'язаних із державністю, мужністю, стійкістю, братерством і готовністю до захисту.

Українська військова символіка спирається на історичну тяглість: **козацька традиція → державницька символіка → визвольні змагання XX століття → дерусифікація військового простору → сучасна айдентика ЗСУ**. Така послідовність засвідчує не механічне відтворення минулого, а його переосмислення в умовах російсько-української війни.

У публічному й цифровому середовищі військова символіка набуває ширшого комунікативного значення: **офіційні емблеми → соціальні мережі → волонтерські ініціативи → міський простір → міжнародна видимість України**. Через це військові знаки виходять за межі внутрішньої армійської ідентифікації та стають інструментом суспільної солідарності, патріотичної мобілізації й репрезентації українського спротиву.

Загалом айдентика ЗСУ постає як динамічна семіотична система: **історична пам'ять → національна ідентичність → військова репрезентація → стратегічна комунікація → суспільна консолідація**. В умовах війни вона стає важливим механізмом формування образу сучасного українського війська, підтримки моральної стійкості та утвердження суб'єктності України в національному й міжнародному інформаційному просторі.

РОЗДІЛ 2. СЕМІОТИЧНИЙ АНАЛІЗ АЙДЕНТИКИ ЗСУ У СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЯХ

2.1. Знаки, символи та коди в айдентиці Збройних Сил України

Айдентика Збройних Сил України формується як цілісна система візуально-семіотичної комунікації: **офіційна емблема → шеврон → колір → графічний знак → символічний код → упізнаваність війська**. У цій системі знак функціонує як особлива мова, зрозуміла і військовим, і цивільній аудиторії, оскільки передає приналежність, довіру, спільність і ціннісну єдність. В умовах війни військова айдентика виходить за межі декоративної функції й набуває стратегічного значення: **візуальний знак → інформаційна оборона → комунікація з суспільством → психологічна підтримка → формування образу стійкого війська**. Відповідно, військовий символ є не просто зображенням, а концентрованою смисловою структурою, у якій поєднуються історія, традиція, належність, державність і готовність до захисту.

У межах дослідження сучасна айдентика Збройних Сил України розглядається як упорядкована система візуально-семіотичних елементів, що забезпечують ідентифікацію, репрезентацію та комунікативне позиціонування війська. Найбільш поширені символічні компоненти можна згрупувати за кількома ознаками: **державні та геральдичні знаки**: тризуб, хрест, щит, меч; **зооморфні й міфологічні образи**: лев, вовк, грифон, дракон, сокіл, шаховий кінь; **флористичні символи**: едельвейс; **колористичні коди**: синя і жовта, червона і чорна, чорна, золота та оливкова палітри. Ці елементи формують цілісну систему військових візуальних кодів, у якій кожен знак виконує ідентифікаційну, символічну, ціннісну та стратегічно-комунікаційну функції.

Особливе місце в цій системі посідає державна символіка, передусім Малий герб України, тризуб. У військовій айдентиці він функціонує як базовий знак державности, історичної спадкоємности та легітимности українського війська. Тризуб часто поєднується з іншими символічними елементами, зокрема мечами, хрестами, крилами, якорями або стрілами, що розширює його

семантичне поле й конкретизує бойову, родову або функціональну належність підрозділу. У такому поєднанні тризуб не тільки позначає зв'язок із державою, а й актуалізує ідеї служіння, відповідальності, захисту незалежності та тягlosti української військової традиції. [41].

Значущим компонентом військової айдентики є колір, який у системі візуальних знаків виконує роль семіотичного коду. Через колористичне рішення можна швидко ідентифікувати рід військ, функціональну належність або характер підрозділу. Бордовий колір традиційно асоціюється з десантно-штурмовими військами, чорний із танковими та механізованими підрозділами, блакитний із Повітряними силами, темно-синій із Військово-Морськими силами. Отже, колір у військовій символіці не є випадковим декоративним елементом, а має історичне, функціональне й комунікативне навантаження.

Особливу семантичну вагу мають синьо-жовта, червоно-чорна, чорна, золота та оливкова кольорові гами. Синьо-жовта палітра репрезентує державну символіку України й підкреслює зв'язок військової айдентики з національною ідентичністю. Червоно-чорна гама актуалізує історичні наративи визвольної боротьби та спротиву. Чорний колір пов'язується зі стійкістю, бойовою рішучістю й витривалістю. Золота палітра посилює почесний, геральдичний і статусний характер символів. Оливковий колір відповідає функціональним особливостям військового середовища, маскувальній традиції та практичній логіці бойового простору.

Важливу роль у військовій айдентиці відіграють геометричні форми, оскільки вони структурують візуальне повідомлення й підсилюють зміст емблеми. Однією з найпоширеніших базових форм є щит, що символізує захист, оборону, стійкість і готовність до спротиву. Його різновиди, зокрема класичний, іспанський, французький або ромбоподібний щит, дають змогу підрозділам формувати індивідуальний візуальний стиль у межах загальної системи військової символіки. Коло асоціюється з цілісністю, рухом і мобільністю, тому часто використовується в айдентиці підрозділів, пов'язаних з авіацією

або оперативною динамікою. Ромб може увиразнювати маневреність, спеціалізацію або особливий функціональний статус підрозділу. У такий спосіб форма стає не нейтральною графічною основою, а самостійним семіотичним кодом.

Окреме місце в системі військової айдентики посідають хрести, передусім стилізовані козацькі та історичні військові хрести. У сучасному символічному контексті вони не зводяться до суто релігійного значення, а репрезентують честь, звитягу, жертовність і спадкоємність українських військових традицій. Їх використання пов'язане з історією українських військових формацій різних епох, а в сучасній айдентиці ці елементи адаптуються до лаконічної графічної мови, зберігаючи при цьому глибокий історико-культурний і ціннісний зміст. Хрест може поєднуватися з мечами, шаблями або списами, створюючи складніші символічні конструкції [43, с.82].

Зброя як символ також активно застосовується. Меч означає силу і готовність до бою, шабля асоціюється з козацькою традицією, спис - із наступальною дією, лук або стріла - із точністю і швидкістю. Використання конкретного виду зброї у знаку підрозділу передає його характер або історичну спадковість. Наприклад, схрещені гармати можуть означати артилерію, крила - авіацію, якорі - флот. Такі елементи формують зрозумілу систему символів, де навіть без підпису можна прочитати функцію підрозділу.

Важливим компонентом є тварини та міфологічні образи. Важливим компонентом айдентики є зооморфні та міфологічні образи. Лев традиційно асоціюється з мужністю та шляхетністю, вовк - із витривалістю, згуртованістю та бойовим братерством, сокіл - зі швидкістю та пильністю. Поряд із ними в символіці окремих підрозділів використовуються грифон, дракон і шаховий кінь, які репрезентують силу, стратегічне мислення, рішучість та історичну спадкоємність. Такі образи функціонують як знакові коди, що підсилюють упізнаваність і символічну репрезентацію військових формувань.

У сучасній айдентиці використовуються як реалістичні, так і стилізовані зображення. Міфологічні істоти, такі як архангели або геральдичні звірі, додають символам історичної глибини. Такі образи працюють емоційно, формують відчуття сили та унікальності підрозділу.

Окрему роль відіграють текстові елементи. Девізи, написані українською або латинською мовами, підсилюють зміст емблем. Вони можуть відображати бойову задачу, моральний принцип або історичний зв'язок. Шрифти також виконують функцію коду. Військові шрифти часто мають чітку геометрію, прості форми і високу читабельність. Це дозволяє використовувати їх на різних носіях - від шевронів до техніки [32, с.202].

Символи підрозділів спеціального призначення часто містять складніші коди. Вони можуть поєднувати кілька знаків одночасно - зброю, тварину, історичний символ і девіз. Такі емблеми читаються на різних рівнях. Для стороннього спостерігача вони виглядають як виразний знак, а для військових містять додаткову інформацію про структуру, призначення або традиції підрозділу.

У сучасній айдентиці активно використовується принцип мінімалізму. Складні історичні герби адаптуються до простих форм, що легко відтворюються. Це пов'язано з потребою швидкого нанесення на форму, техніку, цифрові носії. Мінімалістичні символи краще запам'ятовуються і працюють у різних масштабах. Водночас зберігається геральдична логіка - чітка композиція, обмежена кількість кольорів і зрозуміла структура.

Коди в айдентиці проявляються також у системі знаків розрізнення. Погони, нашивки, берети різних кольорів створюють ієрархічну структуру. Вони передають інформацію про звання, рід військ, досвід. Такі коди є функціональними, але водночас формують візуальну культуру війська. Військовий одразу розпізнає колегу за кольором берета або формою знака.

Цифрові символи також стали частиною айдентики. Графічні знаки використовуються в соціальних мережах, на офіційних ресурсах, у відеоматеріалах. Вони адаптуються до цифрового середовища - спрощуються, стають

контрастнішими. Таким чином айдентика працює не лише у фізичному просторі, а й у медіапросторі.

Сучасна айдентика Збройних Сил України поєднує традицію і новаторство. Історичні символи переосмислюються, але не втрачають значення. Знаки стають універсальною мовою, що об'єднує військових, формує довіру суспільства і передає цінності. У цьому полягає їх головна функція - бути носієм змісту, який читається швидко, емоційно і однозначно [40, с.22].

Система знаків і символів продовжує розвиватися. З'являються нові підрозділи, нові виклики, нові візуальні рішення. Проте основні принципи залишаються незмінними - чіткість, лаконічність, історична спадкоємність і функціональність. Саме завдяки цьому айдентика Збройних Сил України є цілісною системою, де кожен знак працює як частина великої візуальної мови.

2.2. Кольорова гама, шрифти та графічні елементи як носії смислів

Айдентика Збройних Сил України функціонує як система візуальної комунікації, у якій кожен елемент не просто позначає підрозділ, а передає повідомлення про його статус, функцію, цінності та місце в загальній структурі війська: **колір → швидке розпізнавання роду військ → функціональна ідентифікація → формування впізнаваного образу підрозділу; шрифт → чіткість і структурованість повідомлення → дисципліна візуальної подачі → інституційна надійність; графічний знак → символічне кодування змісту → емоційне сприйняття → довіра до військової інституції.**

У комунікативному вимірі військова айдентика працює як механізм швидкого зчитування інформації: **візуальний елемент → миттєве впізнавання → розуміння функції підрозділу → емоційна реакція аудиторії → закріплення образу війська в суспільній свідомості.** Саме тому кольори, шрифти, композиція та графічні форми мають бути не випадковими, а уніфікованими, лаконічними й адаптивними до різних каналів комунікації.

Важливого значення набуває принцип візуальної уніфікації: **єдина палітра → цілісність образу → впізнаваність у публічному просторі → довіра**

до офіційної комунікації; чітка композиція → ієрархія змістів → легкість сприйняття → ефективність повідомлення; адаптація до різних носіїв → шеврон, форма, документ, сайт, соціальні мережі, відео → сталість візуального образу ЗСУ. У такий спосіб айдентика забезпечує комунікаційну послідовність між армією, суспільством і міжнародною аудиторією.

Колір у військовій айдентиці виконує диференційну, символічну та прагматичну функції: відтінок → асоціація з родом військ → розпізнавання підрозділу → емоційне кодування сили, дисципліни, мобільності або стійкості. Шрифтова система, своєю чергою, підтримує логіку офіційного повідомлення: простий геометризований шрифт → читабельність → строгість → відчуття порядку й організованості. Графічні елементи завершують комунікативну структуру знака: форма → символічний акцент → смислова концентрація → візуальна переконливість емблеми.

Відповідно, айдентика ЗСУ є не тільки засобом оформлення військових символів, а й повноцінним інструментом стратегічної комунікації. Вона вибудовує послідовний зв'язок: знак → повідомлення → сприйняття → довіра → суспільна підтримка → репрезентація сили й суб'єктності українського війська. У цьому полягає її комунікативна ефективність у фізичному, публічному та цифровому просторі.

В окремих випадках застосовуються шрифти з історичними мотивами. Вони можуть містити елементи, що нагадують козацькі написи або старі військові документи. Такі шрифти використовуються обережно, щоб не втратити читабельність. Вони додають символам історичної глибини і підкреслюють спадкоємність традицій [43, с.54].

Шрифтове оформлення у військовій айдентиці виконує важливу комунікативну функцію, оскільки забезпечує швидке зчитування текстового повідомлення та посилює офіційний характер знака: великі літери → візуальна помітність → читабельність на відстані → офіційність повідомлення → інституційна впізнаваність підрозділу. Використання капітелей у написах на

шевронах та емблемах створює ефект чіткості, дисципліни й структурованості, а достатні міжлітерні інтервали підтримують функціональність знака в різних масштабах.

Графічні елементи в айдентиці Збройних Сил України працюють як візуальні маркери, що конкретизують зміст емблеми й полегшують її комунікативне сприйняття: **щит → захист і оборона → образ стійкості; стрічка → назва або девіз підрозділу → вербалізація місії; зірка → статус, відзнака, досягнення → символічне підсилення авторитету; крила → мобільність, швидкість, оперативність → динаміка дії; якір → морська служба → функціональна належність.** У такій системі кожен елемент не просто доповнює композицію, а виконує роль окремого смислового коду.

Лінійна організація графіки також впливає на сприйняття військового знака: **товсті лінії → сила, масивність, стійкість; тонкі лінії → деталізація й уточнення смислу; контурне зображення → чіткість при масштабуванні → адаптивність до шеврона, документа, екрана й соціальних мереж.** Завдяки цьому емблема зберігає комунікативну ефективність у фізичному та цифровому середовищі.

Симетрія в композиції військових емблем формує відчуття порядку, стабільності й інституційної надійності: **симетрична побудова → візуальна рівновага → відчуття дисципліни → довіра до підрозділу → цілісний образ війська.** Більшість військових емблем будуються за центральною композицією. Це дозволяє швидко зчитувати головний символ. Асиметрія використовується рідше і зазвичай для підкреслення динаміки [44, с.131].

У сучасній військовій айдентиці Збройних Сил України важливим є принцип графічного мінімалізму, що забезпечує швидке зчитування знака в різних комунікативних умовах. Складні історичні образи трансформуються у лаконічні форми за логікою: **історичний символ / графічне спрощення / збереження ключового смислу / адаптація до різних носіїв / посилення впізнаваності.** Завдяки цьому емблеми й шеврони залишаються змістовними, але

водночас стають придатними для використання на формі, друкованих матеріалах, цифрових платформах і в соціальних мережах.

Цілісність військового знака формується через взаємодію кількох компонентів: **колір / шрифт / форма / центральний символ / композиційна рівновага / комунікативна зрозумілість**. Таке поєднання дає змогу швидко визначити належність підрозділу, зчитати його функціональну специфіку та сприйняти загальний характер візуального повідомлення. Лаконічна композиція працює не як спрощення змісту, а як спосіб його чіткої організації.

Цифрове середовище посилює вимоги до військової айдентики, оскільки знак має бути впізнаваним навіть у малому форматі. У цьому контексті важливою стає послідовність: **соціальні мережі / офіційні сайти / відеоконтент / мобільні екрани / аватарки й банери / потреба в контрастності та масштабованості**. Саме тому кольори стають виразнішими, шрифти простішими, а другорядні графічні деталі скорочуються, щоб не втрачати читабельності.

Кольорова гама, шрифт і графічний елемент у військовій айдентичі працюють як єдина комунікативна система: **візуальна форма / швидке розпізнавання / емоційне сприйняття / ціннісна інтерпретація / довіра до підрозділу / закріплення образу ЗСУ в суспільній свідомості**. Через ці елементи передаються не тільки зовнішні ознаки, а й традиції, дисципліна, сила, організованість і готовність до захисту держави.

Розвиток військової айдентики триває разом із появою нових підрозділів, нових бойових завдань і нових каналів комунікації. Водночас базові принципи залишаються сталими: **стримана палітра / чіткий шрифт / лаконічна форма / символічна насиченість / цифрова адаптивність / інституційна впізнаваність**. Саме ця взаємодія робить айдентику Збройних Сил України функціональною, змістовною та ефективною в сучасному інформаційному просторі.

2.3. Архетипи, міфи та наративи у військовій візуальній комунікації

У межах цього дослідження архетипи розуміємо як стійкі універсальні образи, що закріплені в колективній свідомості та повторюються у культурних репрезентаціях (наприклад, герой, захисник, наставник). Міф трактується як символічно організована система уявлень, що пояснює та легітимізує певні соціальні явища (зокрема, ідеї незламності чи сили традиції). Наратив у даному контексті – це структурований спосіб розповіді або візуального викладу подій, який формує цілісну інтерпретацію реальності (наприклад, наратив перемоги або єдності).

У військовій візуальній комунікації архетипи, міфи та наративи формують емоційно-сміслову основу сприйняття армії: **архетип / образ героя, захисника, побратимства / емоційна довіра / відчуття безпеки й сили; міф / узагальнена ідея незламності, традиції, жертвовності, єдності / символічне підсилення образу війська; наратив / сюжет боротьби, руху вперед, захисту держави, майбутньої перемоги / організація спільного досвіду**. Ці компоненти функціонують не як нейтральні повідомлення, а як образні конструкції, що впливають на емоційне сприйняття, колективну пам'ять і рівень суспільної довіри до війська.

У візуальному аналізі важливо розрізняти їхні функції: **архетип / персоніфікує військового як героя, захисника або носія братерства; міф / узагальнює ціннісну ідею сили, стійкості, спадкоємності чи моральної правоти боротьби; наратив / вибудовує послідовність смислів, у якій армія постає як суб'єкт спротиву, захисту й перемоги**. Наприклад, зображення військового, спрямованого поглядом до горизонту, активує архетип захисника: **постать бійця / межа між небезпекою і мирним життям / готовність до оборони / символічний образ відповідальності за країну**. Такий образ часто використовується у рекрутингових постерах, де військовий зображений на тлі відкритого простору, що створює відчуття відповідальності та готовності до оборони (див. табл. 2.1.).

Таблиця 2.1.

Архетипи та наративи у військовій візуальній комунікації ЗСУ та їхні візуальні прояви

Архетип / наратив	Візуальний прояв	Конкретний приклад	Комунікативний ефект
Архетип героя	Документальні фото виконання складних завдань	медик евакуює пораненого під обстрілами, сапер працює на розмінуванні	формує образ професійного і доступного героя
Архетип захисника	Взаємодія військових із цивільними	боєць допомагає дитині, військовий евакуює домашню тварину	підкреслює функцію оборони і турботи
Наратив історичної спадкоємності	Використання історичних мотивів	сучасний військовий у композиції з козацькими елементами	створює відчуття продовження традиції
Наратив єдності народу і армії	Побутові сцени	бійці готують їжу у польовому таборі, спілкуються	руйнує дистанцію між військовими і суспільством
Архетип братерства	Групові композиції	підрозділ стоїть плечем до плеча, взаємна допомога	підсилює образ командної сили
Наратив технологічного воїна	Використання сучасної техніки	оператор дрона працює за ноутбуком у полі	демонструє сучасність і інтелектуальність армії
Міф незламності	Контрастні композиції	військовий на фоні зруйнованої будівлі	підкреслює стійкість і силу духу
Архетип турботливого воїна	Фото з тваринами	боєць годує kota у бліндажі	гуманізує образ військового
Наратив руху до перемоги	Метафоричні пейзажі	колона техніки на світанку	символізує поступ і перспективу
Міф сили традиції	Крупні плани символіки	рука з шевроном або нагородою	підкреслює честь і приналежність
Архетип наставника	Сцени навчання	досвідчений боєць пояснює молодшому роботу техніки	демонструє передачу знань
Наратив надії	Світлі природні фони	військовий на фоні соняшникового поля	створює образ захисту життя

Джерело: таблиця створення самостійно автором на базі теоретичного аналізу джерел [30;44].

Архетип героя є одним із ключових у військовій візуальній комунікації, однак у сучасному українському контексті він подається не як абстрактний героїзований образ, а через конкретні професійні дії військових: **медик / евакуація пораненого / зосередженість / відповідальність / гуманістичний вимір**

служби; сапер / розмінування / точність / витримка / захист цивільного простору. У таких матеріалах акцент зміщується від драматизації до репрезентації компетентності, самоконтролю й моральної стійкості. Завдяки цьому архетип героя набуває комунікативної переконливості, оскільки поєднує професіоналізм, людяність і готовність діяти в умовах небезпеки.

Архетип захисника особливо активно використовується у зображеннях взаємодії військових із цивільними. Наприклад, кадри, де боєць допомагає дитині або бере участь в евакуації тварин. Такі візуальні рішення підкреслюють функцію армії як сили, що оберігає життя. У цьому випадку актуалізується саме архетип, тоді як ширший смисловий контекст може входити до міфу захисту суспільства [44, с.130].

Міфологічні конструкції формуються через історичні відсилання. Наприклад, використання козацьких мотивів у сучасних військових образах створює міф сили традиції, тобто уявлення про історичну безперервність захисної функції. Важливо, що це не окремий персональний образ (архетип), а саме узагальнена символічна інтерпретація історії [45, с.41].

Ще один важливий смисловий рівень – наративи. Наприклад, побутові сцени з життя військових формують наратив єдності народу і армії, оскільки вибудовують сюжет про спільний простір досвіду. У свою чергу, зображення техніки або дронів формують наратив технологічного воїна, де акцент робиться на сучасності та інтелектуалізації війни.

Міф незламності реалізується через контрастні композиції (зруйноване середовище і спокійний військовий), що формує символічну ідею стійкості. Натомість наратив руху до перемоги передається через динамічні сцени (рух колон, шлях, світлові перспективи), які задають сюжет прогресу та майбутнього результату [30, с.75].

Архетип братерства проявляється у групових композиціях, де підкреслюється взаємодопомога та командна взаємодія. Архетип наставника – у

сценах навчання та передачі досвіду. Архетип турботливого воїна – у побутових кадрах, що демонструють людяність військових.

Таким чином, архетипи, міфи та наративи виконують різні, але взаємодоповнювальні функції у військовій візуальній комунікації. Їхнє поєднання формує багатовимірний образ військового: як героя, захисника, професіонала, носія традиції та звичайної людини водночас. Саме через візуальні практики – від документальних фотографій до символічних композицій – вибудовується цілісна система смислів, що впливає як на раціональне, так і на емоційне сприйняття армії

2.4. Айдентика ЗСУ в офіційних і цифрових комунікаціях (соціальні мережі, кампанії, візуальні матеріали)

Айдентика Збройних Сил України в офіційних і цифрових комунікаціях формується як цілісна система візуальних і смислових рішень, які створюють впізнаваний образ армії - сучасної, людяної, технологічної і водночас глибоко вкоріненої у традиції. Вона проявляється не лише у логотипах чи кольорах, а й у тоні повідомлень, стилі фотографій, способі взаємодії з аудиторією, оформленні відео, постерів, інфографіки та навіть у мові дописів. Особливо важливо, що цифрові платформи стали головним середовищем для трансляції цієї айдентики, адже соціальні мережі дозволяють швидко реагувати, формувати довіру і демонструвати реальних людей за формою та символами.

Цифрова айдентика Збройних Сил України реалізується через систему офіційних комунікаційних каналів, які мають ієрархічну та функціональну структуру. До ключових платформ належать офіційний вебсайт Збройних Сил України, інформаційні ресурси Міністерства оборони України та Генерального штабу ЗСУ, які забезпечують нормативно-офіційний рівень комунікації та публікації стратегічно важливої інформації.

Семіотична модель айдентики ЗСУ у стратегічних комунікаціях воєнного періоду



Джерело: узагальнено авторкою на основі результатів дослідження.

Як видно зі схеми, айдентика ЗСУ у стратегічних комунікаціях воєнного періоду функціонує як цілісна семіотична система, що поєднує візуальні коди, історико культурні джерела та різні канали поширення. Її смислове навантаження розкривається через денотативний, конотативний, міфологічний і ціннісний рівні, а комунікаційний потенціал реалізується через ідентифікаційну, мобілізаційну, консолідаційну, іміджеву та контрпропагандистську функції. У підсумку така айдентика формує цілісний образ ЗСУ, посилює моральну стійкість суспільства, зміцнює національну ідентичність і підтримує міжнародний імідж України.

Окремий рівень становлять офіційні сторінки родів військ і бригад у соціальних мережах, які виконують функцію децентралізованої комунікації та формування локальної ідентичності підрозділів. Найбільш динамічним середовищем трансляції айдентики є соціальні медіаплатформи Instagram,

Facebook, TikTok та YouTube, де реалізуються візуальні кампанії, відеоконтент, інфографіка та рекрутингові матеріали. Саме ці канали забезпечують поєднання офіційного дискурсу з елементами медіаприсутності та публічної взаємодії з аудиторією.

У соціальних мережах Збройних Сил України, зокрема на офіційних сторінках у Facebook, Instagram, TikTok та YouTube, айдентика чітко вибудовується через системність кольорів. Наприклад, офіційні сторінки Генерального штабу часто використовують темні фони з білим текстом і акцентами у жовто-блакитних кольорах. Це створює стриманий, професійний стиль, який відрізняється від яскравої рекламної візуальності комерційних брендів. Конкретний приклад - серії інфографік зі щоденними втратами противника. Вони мають однакову композицію - темний фон, мінімалістичні іконки техніки, чіткий шрифт без декоративних елементів, логотип ЗСУ у верхній частині. Така сталість формує миттєве впізнавання навіть без читання тексту.

Важливою частиною цифрової айдентики є фотографічний стиль. У постах часто використовуються живі документальні кадри без надмірної постановки - військові у бліндажах, медики під час евакуації, оператори дронів за роботою. Наприклад, серії фотографій з підписами про підрозділи аеророзвідки демонструють військових у реальному середовищі - пил, техніка, польові умови. Такі зображення підкреслюють автентичність і довіру, адже аудиторія бачить не абстрактний символ армії, а конкретних людей. Це гуманізує айдентику і робить її емоційно близькою [49].

Ще один важливий аспект - використання типографіки. У цифрових матеріалах ЗСУ застосовуються прості, чіткі шрифти без зайвого декору. Наприклад, у відеороликах рекрутингових кампаній текст з'являється великими літерами поверх відео - короткі фрази "Твоя сила - в дії", "Стань частиною", "Захисти своє". Такий стиль нагадує військові маркування і підсилює відчуття дисципліни. Водночас шрифт достатньо сучасний, щоб не виглядати застаріло.

У рекрутингових кампаніях айдентика ЗСУ активно використовує принцип персоналізації. Наприклад, кампанії, де показують військових різних професій - програміст, бариста, фермер - і підпис "Тепер він ... у ЗСУ". Візуально це оформлюється як колаж або розділений екран - ліворуч цивільне життя, праворуч військова форма. Такий підхід демонструє, що армія складається з різних людей і відкрита для кожного. Він також підсилює гуманізацію бренду ЗСУ, показуючи історії трансформації.

Важливу роль відіграє використання символіки. Тризуб, стилізовані емблеми родів військ, патчі підрозділів активно інтегруються у візуальні матеріали. Наприклад, відео до Дня піхоти часто починаються з крупного плану шеврону, який плавно переходить у кадри бойової роботи. Це створює зв'язок між символом і реальною дією. Таке використання символів робить айдентичку не декоративною, а змістовною [34].

Айдентика також проявляється у тоні комунікації. У постах ЗСУ часто використовується стриманий, але людяний стиль - без надмірного пафосу, але з повагою до військових. Наприклад, повідомлення про нагородження можуть містити коротку історію конкретного бійця - звідки він, чим займався до війни, що зробив на фронті. Це перетворює офіційне повідомлення на особисту історію, яка викликає емпатію [35].

У цифрових відео матеріалах простежується єдина структура - короткий вступ, динамічні кадри, титри, логотип у фіналі. Наприклад, ролики про роботу артилерії містять однаковий монтажний ритм - підготовка, постріл, результат, коментар. Така повторюваність створює відчуття системності і професійності.

Соціальні мережі також використовують інфографіку для пояснення складних тем. Наприклад, пояснення нових видів озброєння оформлюється через прості схеми - силует техніки, підпис характеристик, стримана кольорова палітра. Це робить інформацію доступною навіть для людей без військових знань.

Особливим елементом айдентики є використання гумору у межах стриманості. Наприклад, короткі мемоподібні відео про роботу ППО з лаконічними підписами створюють емоційний зв'язок з аудиторією. Водночас стиль залишається контрольованим і не переходить у надмірну неформальність. Це баланс між офіційністю і людяністю.

У кампаніях підтримки часто використовуються фотографії взаємодії військових і цивільних - діти передають малюнки, волонтери привозять допомогу. Такі кадри формують образ армії як частини суспільства. Айдентика тут базується на емоціях і довірі, а не лише на символах сили.

Важливим є використання відео від першої особи - з камер на шоломах або дронах. Це створює ефект присутності і демонструє технологічність ЗСУ. Наприклад, короткі ролики з роботою FPV-дронів оформлюються мінімалістично - без зайвих ефектів, лише титри і логотип. Така стриманість підсилює відчуття реальності [47, с.70].

У святкових комунікаціях айдентика стає більш емоційною. Наприклад, до державних свят використовуються колажі з прапором, військовими і цитатами. Проте кольорова палітра залишається тією ж - стриманою, без яскравих декоративних елементів. Це підтримує єдність стилю.

Айдентика ЗСУ у цифровому середовищі також проявляється через сторіс формати - короткі вертикальні відео з підписами. Наприклад, показ буднів підрозділу - ранкова підготовка, тренування, відпочинок. Це створює відчуття відкритості і прозорості.

У підсумку айдентика Збройних Сил України в офіційних і цифрових комунікаціях формується як цілісна система репрезентації війська: **стриманість / людяність / документальність / символічність / стратегічна впізнаваність**. Її комунікативна ефективність забезпечується через поєднання сталих кольорів, чіткої типографіки, фотографічного стилю, персоналізованих історій, мінімалістичної інфографіки та контрольованого емоційного тону. Такі формати, як щоденні інфографіки, рекрутингові відео з реальними військо-

вими, фотосерії бойової роботи, історії нагороджених бійців і лаконічні відеоматеріали, формують багаторівневий образ сучасної української армії: **професійність / відкритість / дисципліна / близькість до суспільства / готовність до захисту держави**. Отже, візуальна айдентика ЗСУ виконує не тільки інформаційну, а й іміджеву, мобілізаційну та стратегічно-комунікаційну функції.

Висновки до розділу 2

Семіотичний аналіз айдентики Збройних Сил України дає змогу розглядати її як цілісну систему візуально-стратегічної комунікації: знак → код → значення → інтерпретація → комунікативний ефект. У цій системі тризуб, щит, хрест, зображення зброї, зооморфні образи, кольори, шрифти й графічні форми виконують не ізольовану декоративну роль, а працюють як взаємопов'язані маркери приналежності, функції, історичної спадкоємності та інституційної впізнаваності війська. Колористика й типографіка підсилюють ці значення, формуючи дисциплінований, чіткий і довірливий образ військової інституції.

У комунікативному вимірі айдентика ЗСУ функціонує за логікою: візуальний елемент → швидке розпізнавання → емоційне сприйняття → довіра до війська → суспільна підтримка. Саме тому військові символи працюють не тільки в межах внутрішньої військової культури, а й у ширшому публічному просторі, де вони стають інструментами стратегічної комунікації, мобілізації та консолідації суспільства.

Архетипи, міфи й наративи поглиблюють смислову структуру військової айдентики: архетип героя → образ професійного й людяного військового → емоційна довіра; міф незламності → символічне підсилення стійкості → національна солідарність; наратив захисту й перемоги → спільна мета → готовність до дії. Через документальні фотографії, рекрутингові кампанії, інфографіку, відео та персональні історії формується образ армії як професійної, організованої, технологічної й водночас близької до суспільства структури.

У цифровому середовищі ця система набуває додаткової ефективності: сталість стилю → повторюваність візуальних рішень → мінімалізм → адаптація до різних форматів → швидке впізнавання в інформаційному потоці. Завдяки цьому айдентика ЗСУ зберігає цілісність у соціальних мережах, на офіційних сайтах, у відеоконтенті, інфографіці та публічних комунікаційних кампаніях.

Отже, айдентика Збройних Сил України постає як комплексний інструмент стратегічних комунікацій: символічний зміст → візуальна впізнаваність → емоційна залученість → довіра → моральна стійкість → взаємодія між військом і суспільством. Її значення полягає не лише в передаванні інформації, а й у формуванні цілісного образу сучасного українського війська, підтримці національної ідентичності та репрезентації України в умовах війни.

РОЗДІЛ 3. АЙДЕНТИКА ЗСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Символіка ЗСУ у формуванні довіри та моральної стійкості суспільства

Айдентика та символіка Збройних Сил України функціонують як інструмент комунікативної легітимації, що реалізується через цифрові медіа, візуальні кампанії та документальні форми репрезентації військової діяльності. Вона працює не лише як візуальна система, а як емоційний міст між військовими та цивільними. Коли людина бачить знайомі кольори, шеврон або прапор у контексті реальної історії, формується ефект когнітивної стабільності, який базується на повторюваності візуальних кодів у цифрових каналах комунікації. Наприклад, щоденні офіційні повідомлення з однаковим стилем оформлення - темний фон, чіткий білий текст, стримана графіка - створюють відчуття системності. Це важливо у кризових умовах, адже стабільний візуальний стиль асоціюється з контролем ситуації. Люди сприймають такі повідомлення як більш надійні і перевірені.

З семіотичної точки зору військова айдентика ЗСУ функціонує як система знаків, у якій візуальні елементи виконують не лише ідентифікаційну, а й комунікативно-прагматичну функцію. Символи (прапор, тризуб, шеврони) виступають знаками другого рівня, що формують емоційно-ціннісні інтерпретації у масовій свідомості. Довіра до армії конструюється не лише через інформаційні повідомлення, а через повторювану візуальну структуру.

Символіка у вигляді тризуба, шевронів родів військ і кольорів прапора часто використовується у фотографіях військових. Наприклад, крупний план руки бійця з нашивкою на формі. Такий кадр здається простим, але він викликає сильну емоцію - це знак приналежності до структури, яка захищає. Коли подібні фото поширюються у соціальних мережах, вони створюють відчуття

присутності армії поруч. Люди починають асоціювати ці символи з конкретними людьми, а не абстрактною інституцією, це сприяє інституційній візуальній легітимації ЗСУ в цифровому середовищі [34].

Важливу роль відіграє повторюваність символів у різних форматах комунікації. Наприклад, у відео, плакатах, інфографіці і навіть коротких сторіс використовується однакова кольорова палітра. Темно-зелений фон, білий текст і жовто-блакитні акценти створюють впізнаваність. Коли аудиторія регулярно бачить ці елементи, формується асоціація з офіційністю і достовірністю. Це працює так само, як айдентика великих брендів, але у військовому контексті це ще й створює відчуття безпеки.

Конкретний приклад впливу символіки на моральну стійкість - використання прапора у фото і відео з фронту. Коли військові піднімають прапор над звільненими територіями, цей образ миттєво поширюється у цифровому просторі. Люди сприймають його як символ перемоги і продовження боротьби. Навіть один кадр із прапором на фоні зруйнованої будівлі створює сильний емоційний ефект - він говорить про стійкість і незламність.

Механізм формування довіри через символіку базується на принципі візуальної повторюваності та впізнаваності. Регулярне використання однакових графічних кодів у різних типах комунікації (звіти, відео, соціальні мережі) створює ефект стабільності інституції. Це відповідає принципам брендової айдентики, однак у військовому контексті набуває додаткового значення безпекового маркера.

Окремим виміром функціонування айдентики ЗСУ є формування міжнародного медіаіміджу. Візуальні матеріали, які поширюються англomовними офіційними каналами Міністерства оборони України та Генерального штабу, адаптуються до глобальних стандартів воєнної комунікації. Наприклад, використання мінімалістичної інфографіки з англomовними підписами (“Russian losses”, “Operational update”) забезпечує зрозумілість для міжнародної аудиторії та медіа.

Такі матеріали часто підхоплюються іноземними журналістами та аналітичними платформами, що перетворює айдентіку на інструмент формування глобального наративу про війну. Важливим є також візуальне позиціонування українських військових як технологічної та організованої структури через відео з дронами, системами ППО та координацією підрозділів.

Айдентика також формує довіру через персоналізацію символів. Наприклад, історії військових, де показано їхні шеврони або нагороди. У таких матеріалах символ перестає бути просто знаком і стає частиною особистої історії. Коли люди читають про бійця і бачать його відзнаку, виникає зв'язок між символом і конкретним подвигом. Це підсилює повагу і довіру до армії.

У рекрутингових матеріалах символіка використовується для створення відчуття спільноти. Наприклад, плакати, де зображено кількох військових різних спеціальностей з однаковими елементами форми. Це показує єдність. Такий підхід формує наратив - кожен може стати частиною спільної справи. Люди бачать не окремих бійців, а команду, і це зміцнює моральний дух.

Фотографії з польового життя також використовують символіку для підтримки довіри. Наприклад, військові п'ють чай у бліндажі, а на задньому плані видно прапор або емблему підрозділу. Такий кадр показує, що навіть у складних умовах зберігається ідентичність. Це створює відчуття стабільності і впевненості, що структура працює навіть під час небезпеки [50, с.500].

Символіка ЗСУ виконує також функцію інформаційної протидії ворожій пропаганді, яка спрямована на делегітимацію українських військових структур. У цьому контексті візуальна повторюваність офіційних символів (тризуб, шеврони, прапор) у цифрових каналах комунікації створює ефект стабільного державного наративу, що протистоїть фрагментованим і дезінформаційним повідомленням.

Наприклад, регулярні публікації з однаковим візуальним стилем у Telegram-каналах ЗСУ та Генерального штабу формують альтернативний інформаційний простір, де домінує офіційна інтерпретація подій. Це знижує

ефективність пропагандистських повідомлень, оскільки аудиторія отримує візуально уніфікований і перевірений контент.

Символіка нагород також відіграє важливу роль. Коли у комунікаціях показують момент вручення відзнаки, це формує образ справедливості і визнання. Наприклад, фото, де командир передає медаль бійцю. Люди бачать, що зусилля військових помічають і цінують. Це підтримує моральну стійкість суспільства, адже з'являється відчуття, що герої не залишаються без уваги.

Айдентика впливає і через інфографіку. Наприклад, щоденні звіти з однаковим дизайном створюють ритуал. Люди звикають бачити ці матеріали і сприймають їх як частину інформаційної стабільності. Навіть якщо новини складні, сам формат подачі заспокоює, бо він знайомий. Це важливий психологічний фактор.

Відео з використанням символіки також формують довіру. Наприклад, ролики, де логотип з'являється у фіналі після показу роботи підрозділу. Це створює зв'язок між результатом і структурою. Людина бачить дію, а потім символ, і автоматично асоціює його з ефективністю.

Символіка часто використовується у матеріалах про взаємодію військових і цивільних. Наприклад, дитина передає малюнок бійцю, а на його формі видно шеврон. Такий кадр показує зв'язок між суспільством і армією. Він підсилює довіру і формує відчуття підтримки з обох сторін.

Важливим є також використання символіки у святкових комунікаціях. Наприклад, колажі до державних свят з поєднанням прапора, військових і природних пейзажів. Це створює емоційний наратив - армія як частина держави і культури. Такі матеріали підтримують моральний дух і нагадують про спільні цінності.

Айдентика проявляється і у дрібних деталях - однакові стилі титрів у відео, використання певних шрифтів, мінімалістичні графічні елементи. Коли аудиторія регулярно бачить ці деталі, формується відчуття цілісності. Це підвищує довіру, бо виглядає як робота професійної структури [26].

Фотографії військових з тваринами також використовують символіку. Наприклад, боєць з котом у бліндажі і прапор на задньому плані. Такий кадр поєднує силу і людяність. Він допомагає підтримувати моральну стійкість, адже показує, що навіть у складних умовах зберігається тепло.

Важливим аспектом функціонування айдентики ЗСУ є етичний вимір комунікації, який проявляється у способі візуальної репрезентації військових дій та людського досвіду війни. Зокрема, у цифрових матеріалах простежується тенденція до уникнення надмірної жорстокості або шокowego контенту, натомість акцент робиться на документальності та повазі до людської гідності.

Наприклад, у відеоматеріалах із фронту використовується монтаж, що фокусується на діях підрозділів, а не на графічних деталях насильства. Такий підхід формує етичну межу між інформуванням і сенсаційністю, що відповідає принципам сучасної військової медіакомунікації та підтримує довіру як внутрішньої, так і міжнародної аудиторії.

У підсумку айдентика і символіка Збройних Сил України формують довіру через сталість, повторюваність і персоналізацію. Сталі символи допомагають швидко впізнавати військо, повторювані візуальні елементи закріплюють образ ЗСУ в суспільній свідомості, а персональні історії військових роблять цей образ ближчим і зрозумілішим для людей. Це варто подати так: **стала символіка → впізнаваність → довіра; повторювані кольори, шеврони й логотипи → відчуття єдності → стабільний образ війська; історії військових → людяність → емоційна підтримка**. Фото з прапором на звільненій території, крупні плани шевронів, відео з логотипом підрозділу, історії нагороджених бійців та інфографіка в єдиному стилі разом створюють відчуття надійності, єдності й моральної сили суспільства.

3.2. Вплив військової айдентики на міжнародний імідж України

Військова айдентика України суттєво вплинула на формування міжнародного іміджу держави, особливо після того, як цифрові комунікації стали

головним каналом взаємодії із глобальною аудиторією. Візуальні образи українських військових, символіка підрозділів, кольори, типографіка і стиль фотографій почали формувати у світі сприйняття України як країни, що здатна чинити опір, організовано діяти і водночас залишатися людиною. Наприклад, фотографії українських військових у сучасному спорядженні з мінімалістичним оформленням стали активно поширюватися міжнародними медіа. У таких кадрах важливою є не лише сама сцена, а й стиль - стримана кольорова палітра, відсутність надмірної постановки, документальність. Це створює образ професійної армії, яка працює системно і технологічно.

Важливим елементом міжнародного позиціонування військової айдентики України є функціонування англomовних офіційних цифрових каналів Міністерства оборони України та Генерального штабу ЗСУ, зокрема у соціальних мережах X (Twitter), Facebook та YouTube. На цих платформах публікуються адаптовані до міжнародної аудиторії візуальні матеріали, такі як щоденні оперативні оновлення, інфографіка втрат противника, а також відео з бойових операцій із англomовними титрами.

Наприклад, формати типу “Operational update” або “Russian losses report” виконують функцію стандартизації інформації для глобального медіасередовища. Це забезпечує включення українського військового наративу в міжнародний інформаційний обіг без перекладацьких бар’єрів.

Одним із конкретних прикладів є використання прапора України у візуальних матеріалах із фронту. Коли фотографії військових з прапором на звільнених територіях потрапляють у міжнародний інформаційний простір, вони формують чіткий наратив - Україна бореться за свою незалежність і має підтримку власних громадян. Такий образ легко читається без перекладу. Прапор у поєднанні з військовою формою стає універсальним символом спротиву. Для іноземної аудиторії це працює як швидкий емоційний сигнал, який формує симпатію і підтримку [25, с. 90].

Важливу роль відіграє також мінімалістичний стиль інфографіки. Щоденні графічні звіти з чіткою структурою - темний фон, білі піктограми

техніки, короткі підписи - активно репостяться іноземними журналістами. Такий формат легко зрозумілий навіть без глибокого знання контексту. Він створює образ організованої комунікації і підвищує довіру до інформації. Для міжнародної аудиторії це сигнал, що українська сторона працює прозоро і системно.

Військова айдентика також формує імідж через фотографії взаємодії військових із цивільними. Наприклад, кадри, де український військовий допомагає евакуювати літню людину або тримає дитину. Такі зображення часто потрапляють у міжнародні видання. Вони демонструють гуманістичний аспект армії. Це важливо, адже міжнародна підтримка багато в чому базується на емоційній ідентифікації. Коли іноземна аудиторія бачить людяність військових, формується позитивний імідж країни. [35].

Окремий вплив має образ технологічності. Фото операторів дронів, військових із планшетами, сучасних командних пунктів активно використовуються у міжнародних матеріалах. Візуально це виглядає як поєднання військової форми і цифрових технологій. Такий образ формує у світі уявлення про Україну як державу, що швидко адаптується і використовує інновації. Це змінює стереотипи про пострадянську армію і створює імідж сучасної європейської військової структури.

Айдентика також впливає через рекрутингові кампанії, які бачить міжнародна аудиторія. Наприклад, постери з реальними військовими різних професій - програміст, лікар, музикант - показують, що армія складається з громадян різних сфер. Такий підхід демонструє демократичність і відкритість. Для іноземців це сигнал, що суспільство добровільно підтримує армію, а не діє під примусом. Це суттєво підсилює позитивний імідж [12, с.19].

Важливим елементом є використання шевронів і символіки підрозділів. Крупні плани нашивок, патчів і емблем формують візуальну різноманітність. Коли такі зображення поширюються у міжнародних соціальних мережах, вони створюють відчуття структурованої системи. Це виглядає як професійна армія з власною культурою. Для іноземної аудиторії це підсилює довіру.

Відео матеріали також впливають на імідж. Наприклад, короткі ролики роботи артилерії або ППО з мінімалістичними титрами і логотипами. Вони виглядають стримано і професійно. Такий стиль відрізняється від пропагандистських відео інших країн, де використовується надмірний пафос. Стриманість української айдентики формує образ впевненості без зайвих емоцій.

Міжнародний імідж також формується через фотографії побуту військових. Наприклад, кадри, де бійці готують їжу або відпочивають між завданнями. У поєднанні з символікою це створює образ звичайних людей, які захищають свою країну. Такий наратив легко сприймається у різних культурах. Він підсилює емпатію і підтримку.

Айдентика впливає і через використання природних пейзажів. Фото військових на фоні українських полів, лісів або міст формують візуальний зв'язок між армією і територією. Для іноземців це підкреслює, що йдеться про захист конкретної країни з її культурою і природою. Це робить конфлікт зрозумілішим і ближчим.

Символіка нагород і відзнак також активно використовується у міжнародних матеріалах. Фото вручення медалей або обіймів після повернення з завдання створюють образ поваги до військових. Це формує у світі сприйняття України як країни, що цінує своїх захисників [24, с.72].

У міжнародному інформаційному просторі українська військова айдентика виконує функцію візуального перекладу складного конфлікту. Завдяки універсальності символів (прапор, форма, мінімалістична інфографіка) відбувається спрощення семантики війни до зрозумілих глобальних кодів: “агресія – спротив – захист”. Це дозволяє формувати швидку емоційну ідентифікацію аудиторії без потреби у глибокому контекстуальному поясненні.

Значну роль у формуванні міжнародного іміджу відіграє репрезентація української військової айдентики у глобальних медіа та партнерських інформаційних каналах. Візуальні матеріали ЗСУ регулярно потрапляють у стрічки провідних міжнародних медіа-організацій та інформаційних платформ, де

вони функціонують як ілюстративні матеріали до новинних сюжетів про війну в Україні.

У цьому контексті айдентика набуває вторинної трансформації: з офіційного державного символічного коду вона переходить у глобальний медіаобраз, який інтерпретується міжнародною аудиторією як знак спротиву та організованості. Таким чином, відбувається не лише інформування, а й включення української візуальної системи у світову журналістську екосистему.

Важливим є і використання кольорової палітри. Поєднання темно-зеленого військового кольору з жовто-блакитними акцентами стало впізнаваним у світі. Коли іноземні користувачі бачать такі кольори у цифрових матеріалах, вони одразу асоціюють їх з Україною. Це працює як візуальний бренд країни.

У цьому контексті військова айдентика виконує функцію елементу державного брендингу, формуючи цілісний образ України як сучасної, організованої та технологічної держави. Візуальна послідовність комунікацій створює ефект “впізнаваної держави”, що є критично важливим у глобальній медіасистемі.

Айдентика також впливає через гуманізацію образу військового. Фото з тваринами, малюнками дітей, волонтерською допомогою підхоплюються англомовними медіа-ресурсами та міжнародними інформаційними агентствами (Reuters, BBC, CNN). Вони показують, що армія не відокремлена від суспільства. Це формує образ країни, де військові і цивільні діють разом.

Окремим аспектом міжнародної дії військової айдентики є її адаптація до глобальних цифрових платформ і форматів, таких як YouTube Shorts, Instagram Reels та TikTok, де контент поширюється без географічних обмежень. У цих середовищах українська військова символіка функціонує як універсальний візуальний код, який не потребує перекладу.

Наприклад, відео з використанням дронів або систем ППО супроводжуються мінімальними англомовними титрами та логотипом ЗСУ, що дозволяє

аудиторії з різних країн інтерпретувати контент через спільні візуальні маркери. Це забезпечує трансформацію локальної військової комунікації у глобальний медіапродукт.

У підсумку військова айдентика України впливає і на міжнародний імідж держави. Це відбувається через конкретні візуальні приклади: **фото з українським прапором на звільнених територіях, мінімалістичну інфографіку, відео роботи сучасних технологій, портрети військових різних професій, кадри взаємодії армії з цивільними**. Такі матеріали показують Україну як сучасну, стійку, людяну й відкриту до світу країну. Через військову символіку та візуальні образи формується уявлення про державу, яка не лише захищається, а й демонструє організованість, силу, гідність і здатність говорити зі світом зрозумілою мовою.

3.3. Айдентика ЗСУ в контексті інформаційної війни та протидії пропаганді

В умовах сучасної інформаційної війни візуальна айдентика виконує не лише репрезентативну, а й безпекову функцію. Інформаційний простір містить різні форми впливу на аудиторію, серед яких дезінформація, пропаганда, поширення фейків, імітація офіційної символіки, репутаційні атаки та маніпулятивне використання військових образів. Кожна із зазначених загроз має власні механізми впливу, тому потребує окремих інструментів протидії. У цьому контексті айдентика Збройних Сил України виступає системою візуальної ідентифікації та комунікації, що допомагає громадянам розпізнавати офіційні повідомлення, перевіряти їхню достовірність та формувати довіру до джерела інформації.

Насамперед доцільно розмежувати поняття пропаганди, дезінформації та фейків. Пропаганда являє собою систематичний вплив на громадську думку з метою формування необхідних переконань і моделей поведінки. Дезінформація передбачає свідоме поширення неправдивих або спотворених відомос-

тей, тоді як фейки є конкретними неправдивими повідомленнями, які маскуються під достовірні новини. У всіх цих випадках айдентика ЗСУ допомагає аудиторії відрізняти офіційні повідомлення від маніпулятивного контенту завдяки використанню стандартизованих кольорів, логотипів, шрифтів та композиційних рішень.

Конкретний приклад протидії пропаганді через айдентика - використання однакової типографіки і структури у відеозверненнях. Окремою категорією інформаційних загроз є фейки, які створюються шляхом виготовлення неправдивих повідомлень, фотографій або відеоматеріалів. Їхньою метою є введення аудиторії в оману, створення паніки або дискредитація державних інституцій. У таких умовах особливого значення набуває сталість візуальної комунікації ЗСУ. Наявність офіційної символіки, уніфікованої структури повідомлень та впізнаваного графічного оформлення дозволяє швидко перевіряти достовірність інформації та знижувати рівень довіри до підроблених матеріалів.

У таких роликах титри виконані стриманим шрифтом, текст короткий і чіткий, а в кінці з'являється логотип. Це створює впізнавану форму, яку важко підробити без втрати автентичності. Коли аудиторія бачить подібний стиль, вона швидше довіряє змісту. Це особливо важливо під час інформаційних атак, коли поширюються фальшиві відео з вигаданими заявами [12, с.15].

Ефективність протидії дезінформації забезпечується не лише змістом повідомлень, а й їхньою візуальною стандартизацією. Особливо небезпечною формою дезінформації є імітація офіційної айдентики. У таких випадках противник намагається копіювати логотипи, кольорову палітру, оформлення інфографіки або структуру офіційних повідомлень з метою створення ілюзії автентичності. Протидія цьому явищу базується на високому рівні стандартизації айдентики та постійному інформуванні аудиторії про характерні ознаки офіційних ресурсів. Таким чином візуальна система ЗСУ виконує функцію захисту від інформаційного шахрайства.

Айдентика також використовується для нейтралізації панічних наративів. Наприклад, під час масованих обстрілів публікуються графічні матеріали з однаковим оформленням, де коротко пояснюється ситуація. Стримана кольорова палітра без агресивних елементів допомагає зменшити емоційну напругу. Такий підхід працює психологічно - знайомий дизайн заспокоює і створює відчуття контролю. Люди бачать, що інформація подається системно, а не хаотично.

Важливим напрямом інформаційної боротьби є репутаційні атаки, спрямовані на підрив довіри до військових інституцій. Такі кампанії можуть ґрунтуватися на поширенні негативних повідомлень, маніпулятивних інтерпретацій окремих подій або викривленні діяльності військових підрозділів. У відповідь айдентика забезпечує формування цілісного та послідовного образу Збройних Сил України. Документальні фотографії, офіційні відеоматеріали та стандартизовані комунікаційні продукти створюють стійкий позитивний імідж, який складніше дискредитувати через поодинокі інформаційні вкиди.

Фотографічна айдентика також відіграє роль у протидії пропаганді. Наприклад, документальні фото військових у реальних умовах з мінімальною обробкою демонструють правдивість. Коли поширюються маніпулятивні зображення, які виглядають постановочно або надмірно драматизовано, вони контрастують із автентичним стилем офіційних матеріалів. Це допомагає аудиторії інтуїтивно розрізняти справжнє і вигадане [18, с.30].

Важливим елементом є використання символіки у контексті фактів. Наприклад, відео з роботою підрозділу, де на формі видно шеврони і прапор, підкріплюється короткою інформацією про місце і час події. Такий підхід створює комплексний доказ. Пропагандистські матеріали часто не мають таких деталей, тому виглядають менш переконливо. Символіка у цьому випадку працює як підтвердження автентичності.

Айдентика допомагає і у боротьбі з дезінформацією через інфографіку. Наприклад, пояснення щодо нових видів техніки оформлюється у зрозумілій схемі - силует, короткі характеристики, стримані кольори. Це дозволяє швидко

донести складну інформацію і запобігти викривленням. Коли аудиторія отримує чітке пояснення, пропагандистські інтерпретації стають менш ефективними.

Відео з використанням стабільної айдентики також формують довіру. Наприклад, короткі ролики про роботу протиповітряної оборони мають однакову структуру - кілька кадрів, короткий підпис, логотип. Така повторюваність створює відчуття системності. Якщо з'являється відео без подібних ознак, його сприймають як сумнівне [13, с.70].

Айдентика використовується і для протидії деморалізаційним наративам. Наприклад, після складних подій публікуються фотографії військових, які продовжують виконувати завдання. Стиль таких матеріалів залишається стриманим і документальним. Це формує наратив стійкості і руйнує пропагандистські твердження про слабкість. Люди бачать реальні кадри, а не абстрактні заяви.

Особливу роль відіграє персоналізація. Наприклад, історії конкретних військових із фотографіями та короткими біографіями. Коли пропаганда намагається створити образ безликої структури, такі матеріали показують живих людей. Це руйнує маніпулятивні міфи. Людські історії важко дискредитувати, адже вони викликають емпатію.

Айдентика також проявляється у використанні кольорів. Стримане поєднання військового зеленого з національними акцентами стало впізнаваним сигналом офіційної інформації. Пропагандистські матеріали часто використовують яскраві або хаотичні кольори, що створює візуальний контраст. Аудиторія починає орієнтуватися на знайому палітру як на знак достовірності.

Важливим аспектом інформаційної війни є використання візуальних кодів для мобілізації підтримки населення та міжнародної спільноти. До таких кодів належать кольори, символи, шеврони, прапори, типографічні рішення та інші елементи айдентики, які викликають стійкі асоціації з українськими військовими.

Завдяки повторюваному використанню цих елементів формується емоційний зв'язок між аудиторією та Збройними Силами України. У результаті візуальні коди стають засобом консолідації суспільства та підтримки оборонних зусиль держави.

У соціальних мережах важливою є швидкість. Наприклад, після появи фейкових повідомлень публікується офіційне спростування у стандартному дизайні. Знайомий стиль дозволяє швидко привернути увагу. Люди поширюють такі матеріали, бо впевнені у їхній достовірності. Це допомагає оперативно нейтралізувати дезінформацію [10, с.50].

Айдентика також працює через гумор, який використовується обережно. Наприклад, короткі мемоподібні відео з військовим контекстом, оформлені у стриманому стилі. Вони допомагають знизити напругу і водночас висміяти пропагандистські наративи. Такий підхід робить комунікацію ближчою до аудиторії.

Окремим явищем сучасного цифрового середовища є меметизація військової символіки. Меметизація передбачає трансформацію офіційних або напівофіційних візуальних образів у меми, які активно поширюються користувачами соціальних мереж.

На відміну від дезінформації, меми не завжди мають маніпулятивний характер і часто використовуються для підтримання морального духу суспільства. У випадку ЗСУ окремі елементи символіки, персонажі, гасла та візуальні образи набувають популярності в мережі та стають інструментом формування колективної ідентичності, підвищення мотивації та демонстрації суспільної підтримки військових.

Фотографії взаємодії військових і цивільних також протидіють пропаганді. Наприклад, кадри евакуації або допомоги мирним жителям. Вони показують гуманістичний характер армії. Пропагандистські твердження про протилежне виглядають менш переконливо на фоні реальних зображень.

Отже, в умовах інформаційної війни айдендика Збройних Сил України виконує не лише розпізнавальну, а й захисну функцію. Вона допомагає протидіяти пропаганді, дезінформації, фейкам, підробленим візуальним матеріалам і репутаційним атакам. Це варто інтепретувати так: **впізнаваний знак → довіра до офіційного джерела → захист від маніпуляцій → підтримка інформаційної безпеки**. Водночас айдендика формує позитивний образ військових, посилює суспільну довіру й допомагає об'єднувати людей навколо підтримки армії. Тому візуальні коди ЗСУ стають важливим інструментом стратегічних комунікацій і частиною інформаційної безпеки держави.

3.4. Етичні та комунікативні виклики використання військової символіки

Етичний вимір використання військової символіки полягає у необхідності балансування між комунікативною ефективністю та повагою до травматичного досвіду війни. Символи у цьому випадку виступають не лише інформаційними маркерами, а й носіями пам'яті та емоційної значущості, що підвищує рівень відповідальності їхнього використання.

Використання військової символіки у комунікації супроводжується складними етичними та комунікативними викликами, адже кожен символ несе не лише інформаційне, а й емоційне навантаження. Коли у візуальних матеріалах активно застосовуються прапори, шеврони, емблеми підрозділів або військова форма, виникає питання балансу між підтримкою армії і ризиком надмірної героїзації війни. Наприклад, постери з військовими у динамічних позах можуть викликати сильне відчуття гордості, але одночасно створювати спрощене уявлення про війну як про романтизовану боротьбу. Це особливо чутливо для аудиторії, яка безпосередньо переживає втрати. Тому візуальна комунікація потребує стриманості і уважності до контексту.

Етичні та комунікативні виклики використання військової символіки охоплюють декілька взаємопов'язаних напрямів. До них належать комерціалі-

зація військових символів, питання збереження пам'яті про загиблих захисників, визначення меж героїзації війни, безпека публікації військових зображень, ризику маніпулятивного використання символів, а також дотримання авторських прав і правил офіційного використання емблем. Кожен із цих аспектів потребує окремого розгляду, оскільки безпосередньо впливає на суспільне сприйняття військової символіки та рівень довіри до комунікацій.

Повага до пам'яті загиблих передбачає не лише використання державних символів або військових емблем, а й уважне ставлення до персональної історії людини. У сучасних меморіальних практиках важливим є уникнення шаблонізації, оскільки надмірна стандартизація здатна нівелювати індивідуальний внесок військовослужбовця. Саме тому меморіальні комунікації дедалі частіше поєднують офіційну символіку з біографічними відомостями, фотографіями та особистими історіями.

Одним із ключових етичних викликів є використання символіки у матеріалах про загиблих військових. Наприклад, коли публікується фотографія з прапором або шевроном поряд із портретом загиблого, важливо не перетворити пам'ять на формальний шаблон. Надмірна стандартизація може виглядати безособово. З іншого боку, відсутність символіки зменшує відчуття приналежності до спільноти. Тому комунікації часто намагаються поєднати індивідуальну історію з обережним використанням символів - наприклад, додати коротку біографію або цитату, щоб уникнути формалізації [9].

Однією з найскладніших етичних проблем є визначення меж між підтримкою військових та романтизацією війни. Надмірно героїзовані образи можуть створювати спрощене сприйняття бойових дій, акцентуючи увагу лише на мужності, перемогах і героїчних вчинках. Водночас поза увагою залишаються людські втрати, психологічні наслідки війни та складність військової служби. З цієї причини сучасні комунікації дедалі частіше поєднують мотиви героїзму з реалістичним висвітленням військової діяльності.

Комунікативний виклик також виникає у використанні військової символіки в рекламних або рекрутингових кампаніях. Наприклад, плакати із закликами долучатися до війська можуть використовувати яскраві візуальні образи з сучасним спорядженням і впевненими позами військових. Такий стиль може мотивувати, але водночас створює ризик зменшення усвідомлення реальних складнощів служби. Етично важливо доповнювати подібні матеріали реалістичними елементами - фото навчань, підготовки, взаємної підтримки, щоб показати не лише силу, а й відповідальність.

Ще один виклик пов'язаний із використанням символіки у соціальних мережах. Наприклад, коли користувачі масово додають військові емблеми до аватарів або створюють мему з військовими символами, виникає ризик спрощення їхнього значення. Символ може втратити глибину і перетворитися на декоративний елемент. Це створює дилему - з одного боку, популяризація підтримує моральний дух, з іншого - може знижувати повагу до символу. Тому офіційні комунікації часто дотримуються більш стриманого стилю, щоб зберегти значення [19, с.125].

Військова символіка може використовуватися не лише для підтримки армії, а й як інструмент маніпуляції громадською думкою. Використання прапорів, емблем або шевронів здатне автоматично підвищувати довіру до повідомлення незалежно від його змісту. Саме тому особливо важливим є відповідальне застосування таких елементів у суспільних комунікаціях та уникнення їхнього використання для політичних, комерційних або інформаційно-маніпулятивних цілей.

Етичним питанням є також використання військової символіки у комерційних продуктах. Наприклад, сувеніри з емблемами підрозділів або кольорами форми можуть викликати суперечливі реакції. Для одних це спосіб підтримати армію, для інших - небезпека комерціалізації війни. У комунікації важливо чітко пояснювати мету - наприклад, благодійний характер або спрямування коштів на допомогу військовим. Це допомагає уникнути негативного сприйняття.

Комерціалізація військової символіки залишається одним із найбільш дискусійних питань сучасної візуальної культури. З одного боку, продаж сувенірної продукції може забезпечувати додаткову фінансову підтримку військових підрозділів та благодійних ініціатив. З іншого боку, надмірне використання військових образів у маркетингових цілях створює ризик перетворення війни на комерційний продукт. Саме тому важливою умовою є прозорість використання коштів та чітке пояснення суспільної мети таких проєктів.

Комунікативний виклик виникає і при використанні символіки у матеріалах про бойові дії. Наприклад, кадри з прапором на фоні зруйнованих будівель можуть одночасно символізувати стійкість і нагадувати про втрати. Тут важливо уникати надмірної драматизації. Якщо зображення виглядає як постановочне, воно може викликати недовіру. Документальність і простота допомагають зберегти баланс між символічністю і повагою до реальності. [3, с.105].

Особливого значення в умовах війни набуває питання інформаційної безпеки під час публікації фотографій та відеоматеріалів. Навіть незначні деталі зображення можуть містити відомості про місце перебування військових, особливості техніки або результати виконання бойових завдань. Тому етична відповідальність комунікаторів полягає не лише у достовірності контенту, а й у недопущенні розголошення інформації, яка може бути використана противником. Саме тому значна частина військових матеріалів проходить попередню перевірку перед публікацією.

Викликом є також міжнародне сприйняття військової символіки. Наприклад, деякі емблеми можуть бути зрозумілі лише у національному контексті, але нечитабельні для іноземної аудиторії. Це створює потребу адаптації комунікації. Часто символи доповнюються універсальними образами - допомога цивільним, взаємодія у команді, навчання. Такий підхід робить повідомлення зрозумілим без втрати автентичності.

Особливу увагу потребує використання символіки у гумористичних матеріалах. Наприклад, меми з військовими елементами можуть підтримувати

моральний дух, але водночас існує ризик переходу межі поваги. Якщо гумор пов'язаний із чутливими темами, він може викликати негативну реакцію. Тому офіційні комунікації зазвичай використовують легкий, стриманий гумор без використання символів у саркастичному контексті [20, с.145].

Гумористичний контент здатний виконувати терапевтичну функцію та підтримувати моральний стан суспільства. Проте використання військових символів у гумористичному контексті потребує особливої обережності, оскільки межа між підтримкою та знеціненням символічного значення може бути дуже тонкою.

Етичним викликом є також зображення військових разом із цивільними, коли символіка присутня у кадрі. Наприклад, фото, де військовий із прапором допомагає дитині, створює позитивний образ, але важливо уникати використання таких сцен як постановочних. Автентичність у цьому випадку критично важлива. Якщо аудиторія відчуває штучність, довіра зменшується.

Комунікативний виклик виникає і у використанні символіки у кризових повідомленнях. Наприклад, під час повідомлень про небезпеку надмірна кількість символів може виглядати як пропагандистський прийом. Тому у таких випадках дизайн стає максимально мінімалістичним - лише необхідні елементи. Це підсилює відчуття серйозності.

Використання символіки нагород також має етичний вимір. Наприклад, фото вручення відзнак повинні бути стриманими і не перетворюватися на демонстрацію. Важливо акцентувати увагу на історії людини, а не лише на символі. Це допомагає уникнути формалізації подвигу.

Окремим напрямом етичного регулювання є питання правомірного використання військової символіки та офіційних емблем. Графічні знаки Збройних Сил України, окремих родів військ і підрозділів мають визначений порядок використання та не можуть довільно змінюватися або застосовуватися у контекстах, що суперечать їхньому призначенню. Порушення цих принципів може призводити до спотворення змісту символів, втрати їхньої офіційності та зниження довіри до комунікаційних матеріалів.

Ще один виклик - різниця сприйняття у різних групах аудиторії. Для військових символіка може мати особистий зміст, тоді як для цивільних вона є загальним знаком підтримки. Комунікація повинна враховувати ці відмінності. Наприклад, матеріали для широкої аудиторії використовують більш універсальні образи, а спеціалізовані - деталізовані емблеми підрозділів. Етичні питання також виникають при використанні символіки у матеріалах про техніку і озброєння. Надмірний акцент на силі може створювати образ війни як технологічного видо-вища. Щоб уникнути цього, комунікації часто додають контекст - підготовку, відповідальність, командну роботу.

Комунікативно-етичний алгоритм використання військової символіки розуміємо так: **військовий символ → перевірка доречності → повага до пам'яті й особистої історії → безпекова перевірка фото та відео → уникнення романтизації війни → прозорість мети використання → стримана візуальна подача → збереження довіри → відповідальна стратегічна комунікація**. Такий підхід дає змогу використовувати символіку ЗСУ не як декоративний елемент, а як змістовний знак підтримки, пам'яті, поваги й суспільної відповідальності.

Отже, використання військової символіки супроводжується низкою етичних та комунікативних викликів, які потребують відповідального підходу до створення та поширення візуального контенту. До ключових проблем належать **комерціалізація військових образів, збереження поваги до пам'яті загиблих військовослужбовців, визначення меж героїзації війни, забезпечення безпеки публікації військових матеріалів, запобігання маніпулятивному використанню символів та дотримання правил офіційного використання емблем**. Урахування зазначених аспектів дозволяє зберігати суспільну довіру, підтримувати авторитет військових інституцій та забезпечувати етичну ефективність стратегічних комунікацій.

Висновки до розділу 3

Айдентика Збройних Сил України у воєнний період є важливим засобом комунікації між армією, суспільством і світом. Повторюваність символів, єдиний стиль інфографіки, використання прапора, шевронів, кольорів і

документальних фото створюють відчуття стабільності, організованості та довіри. Через особисті історії військових формується емоційний зв'язок між фронтом і тилом, а також посилюється повага до людей, які захищають державу, що варто узагальнити так: **символ → упізнаваність → довіра → підтримка → єдність суспільства.**

Водночас військова айдентика впливає і на міжнародний імідж України. Стриманий дизайн, мінімалістична інфографіка, зображення сучасних технологій, портрети військових і кадри взаємодії з цивільними показують Україну як стійку, професійну, людяну й відкриту державу. Завдяки впізнаваному стилю офіційні повідомлення легше відрізнити від пропаганди, фейків і маніпуляцій.

Разом із тим використання військової символіки потребує етичної обережності. Важливо підтримувати армію, але не перетворювати війну на красиву картинку, не спрощувати тему втрат і не використовувати символи тільки з комерційною метою. Стриманість, документальність і повага до особистих історій допомагають зберігати колективну довіру. Отже, айдентика ЗСУ виконує не тільки розпізнавальну функцію, а й підтримує моральну стійкість суспільства, формує міжнародний образ України та допомагає протидіяти інформаційним загрозам.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу розглянути айдентику та військову символіку Збройних Сил України як важливий інструмент стратегічних комунікацій воєнного періоду. У роботі встановлено, що сучасна символіка ЗСУ функціонує не лише як система розпізнавальних знаків, а як цілісна візуально-семіотична мова, через яку армія репрезентує себе, транслює цінності державності, підтримує суспільну довіру та формує образ України в національному й міжнародному інформаційному просторі. У цьому контексті військовий знак працює за логікою: символ → смисл → наратив → довіра → підтримка → стійкість суспільства.

Історичний аналіз засвідчив, що сучасна військова символіка ЗСУ спирається на глибоку традицію української державності, козацької спадщини, визвольної боротьби та національної геральдики. Тризуб, хрест, щит, національні кольори, образи воїна, вовка, сокола чи Архангела Михаїла не є випадковими елементами дизайну. Вони виконують функцію історичного коду, через який сучасне військо демонструє тяглість боротьби за незалежність. Через це айдентика ЗСУ стає інструментом легітимації армії як спадкоємиці української військової традиції.

Трансформація військової символіки після 2014 року і особливо після початку повномасштабної війни показує її зв'язок із процесами дерусифікації, переосмислення історичної пам'яті та оновлення державної візуальної мови. Відмова від радянських маркерів, повернення до національних символів, поява нових емблем підрозділів, активне використання шевронів, інфографіки, фото й відео у цифровому середовищі засвідчують, що айдентика ЗСУ стала частиною інформаційної оборони. Вона допомагає відрізнати офіційні повідомлення від маніпулятивних, підтримує впізнаваність військових комунікацій і зміцнює довіру до інституції війська.

Семіотичний аналіз довів, що військові знаки функціонують як багатоврівнева система кодів. Колір, форма, шрифт, графічний знак, композиція й архетипний образ разом створюють повідомлення про належність підрозділу, його функцію, бойову спеціалізацію, цінності та історичні орієнтири. У стратегічних комунікаціях ця система виконує не лише інформаційну, а й емоційно-психологічну функцію. Вона формує відчуття стабільності, дисципліни, сили, єдності та моральної готовності до спротиву.

Окреме значення має функціонування військової символіки у публічному й цифровому просторі. Офіційні емблеми, шеврони, рекрутингові відео, документальні фотографії, інфографіка, персональні історії військових і візуальні матеріали в соціальних мережах створюють цілісний образ ЗСУ як професійної, організованої, сучасної та людської армії. Через ці елементи формується комунікативний зв'язок між військом і суспільством, а також підтримується міжнародний імідж України як держави, що веде справедливую оборонну боротьбу й здатна говорити зі світом зрозумілою візуальною мовою.

У дослідженні також з'ясовано, що айдентика ЗСУ виконує важливу консолідаційну функцію. Військова символіка виходить за межі внутрішнього армійського середовища й активно присутня у волонтерських ініціативах, міському просторі, благодійних кампаніях, медіа та повсякденній культурі. Завдяки цьому вона стає знаком не лише військової належності, а й громадянської солідарності. Символи ЗСУ об'єднують фронт і тил, підтримують моральну стійкість населення та допомагають суспільству усвідомлювати себе частиною спільної боротьби.

Водночас використання військової символіки потребує етичної відповідальності. Надмірна героїзація, комерціалізація, спрощення символів, недоречне використання емблем або публікація небезпечних фото й відео можуть послаблювати довіру до комунікацій. Тому ефективна айдентика ЗСУ має поєднувати впізнаваність, документальність, стриманість, повагу до особистих історій військових і дотримання безпекових вимог. У цьому полягає її комунікативно-етичний вимір.

Отже, айдентика та символіка Збройних Сил України є не другорядним елементом військової культури, а важливим ресурсом стратегічних комунікацій. Вона забезпечує ідентифікацію війська, транслює державницькі смисли, підтримує суспільну довіру, формує національний наратив стійкості, зміцнює міжнародний імідж України та протидіє інформаційним загрозам. У воєнний період військова символіка перетворюється на видимий образ української суб'єктності, історичної пам'яті й сучасного спротиву.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ І ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамова А. Реклама «контракту 18-24» з підпискою на Netflix і робуксами: у ЦПД кажуть, що це фейк. hromadske. URL: <https://hromadske.ua/suspilstvo/242068-reklama-kontraktu-18-24-z-pidpyskoiu-na-netflix-i-robuksamy-u-tspd-kazut-shcho-tse-feyk> (дата звернення 27. 02.2026).
2. Агенція Twid. Дизайн-система для сил безпілотних систем – наші роботи. TWID Marketing & Tech Agency. URL: <https://twid.marketing/works/dyzajn-systemadlya-syl-bezpilotnyh-system/> (дата звернення 15.02.2026).
3. Андрусів В. В. Візуальна комунікація в умовах інформаційної війни: український контекст. Київ : Наукова думка, 2023. 256 с.
4. Апгрейд нагород у війську: експерт Віктор Карпов розповів про фалеристичну революцію. URL: <https://surl.li/jupkpv> (дата звернення 27. 02.2026).
5. Білецький А. М. Третя окрема штурмова бригада: від створення до перемоги. Харків : Фоліо, 2024. 320 с.
6. Блог Chevron-Print. Розташування шевронів на формі ЗСУ. Chevron-Print. URL: <https://shevron-print.com.ua/blog/roztashuvannya-shevroniv-na-formi-zsu/#:~:text=На%20куртках%20та%20іншому%20одязі%20військових%20завжди%20є%20шеvronи.&text=У%20ньому%20зазначено,%20що%20нашивка,військової%20частини%20-%20на%20лівій%20руці> (дата звернення 27.02.2026).
7. Бобохонов О. Військовий фірмовий стиль як український феномен у галузі графічного дизайну. *Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Resource-Saving Technologies of Apparel, Textile & Food Industry»* (20 лист. 2025 р., ХНУ). Хмельницький : ХНУ, 2025. С. 14-16.

8. Брендбук ЗСУ. Керівництво з використання графічного стилю у візуальній комунікації. URL: <https://warbooks.com.ua/contents/brendbukzsu-kerivnitstvo-iz-vikoristannya-grafichnogo-stilyu-u-2>
9. Букет Євген. Статистика держнагород: АрміяInform порахувала, скільки Героїв у ЗСУ. URL: <https://surli.cc/azhawr> (дата звернення 27. 02.2026).
10. Вакулюк О. О. Семіотика військової фотографії: український контекст. Наукові записки НаУКМА. *Теорія та історія культури*. 2024. Т. 5. С. 45-62.
11. Вокс Чек. ФЕЙК: Міноборони порівняло виплати за контрактом з підпискою на Netflix та робуксами. VoxUkraine. URL: <https://voxukraine.org/fejk-minoborony-porivnyalo-vyplaty-za-kontraktom-z-pidpyskoju-na-netflix-ta-robuksamy> (дата звернення 27. 02.2026).
12. Головка В. В. Історична пам'ять та її трансформації в умовах російсько-української війни. *Український історичний журнал*. 2024. № 2. С. 4-21.
13. Долгоновська Л. Залізний генерал. Уроки людяності. Харків: Vivat. 2024. 208 с.
14. Залізник Л. Л. Україна між Сходом і Заходом. Про витоки і суть російсько-української війни 2014-2024. Київ : Видавничий дім "КиєвоМогилянська академія", 2024. 304 с.
15. Залужний В. Моя війна. Івано-Франківськ: Вавилонська бібліотека. 2024. 248 с.
16. Іщик Т. Керівництво з використання графічного стилю у візуальній комунікації Збройних Сил України : Керівництво. Київ : Збройні сили України, 2024. 196 с.
17. Капустинська Т. Показати військо. Важлива розмова про дизайн з автором візуального стилю ЗСУ. Platfor.ma. URL: <https://www.platfor.ma/topic/pokazaty-vijsko-vazhlyva-rozmova-pro-dyzajn-z-avtoromvizualnogo-stilyu-zsu> / (дата звернення 27. 02.2026).
18. Карпов В. В. Військові нагороди України. Київ : Балтія-Друк, 2018. 80 с.

19. Карпов В. В. Еволюція української фалеристики в умовах війни Російської федерації проти України. *Воєнно-історичний вісник*, 2022. № 4. С. 118–133
20. Карпов В. В. Історичні витоки української військової символіки та її розвиток в незалежній Україні: дис. док. іст. наук. Переяслав-Хмельницький: Переяслав-Хмельницький держ. пед. ун-т ім. Г. Сковороди, 2015. 464 с.
21. Карпов В. В. Почесні нагрудні знаки Головнокомандувача Збройних Сил України в системі відомчих заохочувальних відзнак. *Воєнно-історичний вісник*, 2023. № 4. С. 62–72.
22. Карпов В. В. Українська звитьага в символах. К. : Видавець Олег Філюк, 2016. 421 с.; іл.; Карпов В. В. Військові нагороди України. К. Балтія-Друк, 2018. 80 с.
23. Карпов В. В. Українська звитьага в символах. Київ : Видавець Олег Філюк, 2016. 421 с.; іл.
24. Карпов В. В., Умберто Нуно ді Олівейра. Мілітарні нагороди Збройних сил України. Одеса : ОЛДІ+, 2024. 126 с.
25. Карпов, В. Військові нагороди доби Директорії УНР. *Воєнна історія*. № 1 (43), 2009. с. 121–130
26. Киришин Д. Мільйони робуксів чи Netflix: українців обурило реклама контрактів мобілізації 18-24. *znaj.ua*. URL: <https://zk.znaj.ua/508285-milyoni-robuksiv-chi-netflix-ukrajinciv-oburila-reklama-kontraktiv-mobilizaciji-18-24> (дата звернення 27. 02.2026).
27. Команда Delta Design. Фірмовий стиль: що це, з чого він складається та навіщо потрібен компанії - DeltaDesign. DeltaDesign. URL: <https://deltadesign.com.ua/what-is-corporate-identity/> (дата звернення 27. 02.2026).
28. Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні: монографія. Київ : Родовід, 2019. 240 с.

29. Кошмал Р. Як військовослужбовці коментують проєкт «Контракт 18–24». novyny.live. URL: <https://shtab.novyny.live/kontrakt-18-24-iak-vidreaguvali-nainitsiativu-mou-viiskovi-233525.html> (дата звернення 27. 02.2026).
30. Марченко О. С. Візуальні образи війни в українських медіа: семіотичний аналіз. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія "Соціальні комунікації". 2024. Вип. 16. С. 62-79.
31. Медвинський С. Три пілюлі та візуальна система для підрозділу. SKVOT / SKBOT – онлайн-курси про рекламу, кіно та мистецтво. SKVOT. URL: <https://skvot.io/uk/blog/branding-for-military-units> (дата звернення 27. 02.2026).
32. Мельник І. А. Психологічні аспекти сприйняття візуальних образів війни українським суспільством. *Психологічні перспективи*. 2023. Вип. 32. С. 190-207.
33. Міністерство оборони України. Контракт 18-24, 2025. TikTok. URL: https://www.tiktok.com/@ministry_of_defense_ua/video/7483860869743611142 (дата звернення 27. 02.2026).
34. Назарова М. «Завжди відважні»: що означають шеврони 47 ОМБр «Маруся». Телеграф. URL: <https://news.telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2025-01-19/5894689-vsegda-otvazhnye-hto-oznachayut-shevrony-47-ombr-magura> (дата звернення 27. 02.2026).
35. Печерський А. Бригада «Хартія»: перемагай інтелектом і технологіями, як Залізна людина. АрміяInform – Інформаційне агентство АрміяInform. URL: <https://armyinform.com.ua/2025/04/20/brygada-hartiya-peremagaj-intelektom-itehnologiyamy-yak-zalizna-lyudyna/> (дата звернення 27. 02.2026).
36. Привид Києва. Як народилась легенда, яка підняла дух українців. BBC News Україна. 02.05.2022. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-61291455> (дата звернення 27. 02.2026).

37. Про затвердження Правил носіння військової форми одягу та знаків розрізнення військовослужбовцями Збройних Сил України, Державної спеціальної служби транспорту та ліцеїстами військових ліцеїв: Наказ Міністерства оборони України від 20.11.2017 за № 606: станом на 7 березня 2024 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1502-17#Text> (дата звернення 27. 02.2026).
38. Самойленко А. Військові відреагували на проєкт «Контракт 18-24», представлений Міноборони. ГЛАВКОМ. URL: <https://glavcom.ua/country/society/vijskovi-vidreahuvali-na-projekt-kontrakt-18-24-predstavlenij-minoboroni--1044650.html> (дата звернення 27. 02.2026).
39. СБС. 15000 вакансій у СБС. Сайт Сил безпілотних систем України. URL: https://vacancy.usforces.army/?fbclid=IwY2xjawOYddleHRuA2FlbQlXMA BicmlkETE0SHUwb2hVZl1JESmFPZGd0c3J0YwZhchHBfaWQQMjlyMD M5MTc4ODIwMDg5MgABHpgastJ2bxQTYozXAM5feoVEBpii9yXQjWH AOel4SIxnbOYNxx8c20QGZyUs_aem_E84cRFPgx4Nc2Z6B-mbO4A (дата звернення 15.04.2026).
40. Семотюк Ярослав. Українські військові нагороди. Рівне, 2010. 64 с.
41. Уніфікований візуал ЗСУ: Залужний затвердив комунікаційну стратегію URL: <https://surl.li/aqrdgu> (дата звернення 20.04.2026).
42. Що таке візуальна комунікація? CX.UA. URL: <https://obus.machine.cx.ua/maysternist/shho-take-vizualna-komunikaciya.html> (дата звернення 20.04.2026).
43. Яковенко Н. Дзеркала ідентичності. Дослідження з історії уявлень та ідей в Україні XVI - початку XVIII століття. К.: "Laurus", 2012. 472 с.

Список зарубіжних джерел

1. Barthes R. Mythologies / translated by A. Lavers. New York: Hill and Wang, 1972. 158 p.

2. Eco U. A Theory of Semiotics. Bloomington: Indiana University Press, 1976. 354 p.
3. Farkas X., Bene M. Images, Politicians, and Social Media: Patterns and Effects of Politicians' Image-Based Political Communication Strategies on Social Media. *The International Journal of Press/Politics*. 2021. Vol. 26, № 1. P. 119–142.
<https://doi.org/10.1177/1940161220959553>
4. Kress G., van Leeuwen T. Reading Images: The Grammar of Visual Design. 2nd ed. London; New York: Routledge, 2006. 291 p.
5. Morris C. W. Signs, Language and Behavior. New York: Prentice-Hall, 1946. 365 p.
6. Oliveira H. N. de, Lytvyn S., Karpov V. Military Decorations of Ukraine for the War / Condecorações Militares da Ucrânia para a Guerra. Lisboa: Academia Falerística De Portugal, 2024. 171 p.
7. Peirce C. S. Philosophical Writings of Peirce / selected and edited by J. Buchler. New York: Dover Publications, 1955. 386 p.
8. Reporter. Ідея нації: про символіку та принципи бригади «Азов». Репортер. URL: <https://report.if.ua/socium/ideya-naciyi-pro-symvoliku-ta-pryncypybrygady-azov/> (дата звернення: 25.05.2026).
9. Saussure F. de. Course in General Linguistics / edited by Ch. Bally and A. Sechehaye; translated by W. Baskin. New York: Philosophical Library, 1959. 240 p.
10. Wyvern – Mythos Anthology. Mythos Anthology: Unearthing Myths, Monsters, and Legends of Myth with the Power of Cutting-Edge AI. URL: <https://mythosanthology.com/wyvern/> (дата звернення: 27.02.2026).
11. Zerfass A., Verčič D., Nothhaft H., Werder K. P. Strategic Communication: Defining the Field and Its Contribution to Research and Practice. *International Journal of Strategic Communication*. 2018. Vol. 12, № 4. P. 487–505.

ДОДАТКИ

Додаток А

Семіотичний аналіз візуальних матеріалів Збройних Сил України

1. 3-тя окрема штурмова бригада Збройних Сил України



Джерело: офіційні соціальні мережі 3-ї окремої штурмової бригади

Рік: 2022–2025

Семіотичний аналіз:

Візуальна айдентика побудована на лаконічній геометричній символіці, що підкреслює сучасний характер підрозділу. Центральним елементом є три діагональні смуги, інтегровані у форму щита, які асоціюються з рухом, наступом і рішучими діями. Щит традиційно символізує захист, військову честь і стійкість. Поєднання темного фону із золотисто-помаранчевими елементами створює контрастний образ сили, мужності та бойової готовності.

Комунікативна функція емблеми полягає у формуванні образу мобільного, професійного та ефективного штурмового підрозділу.

Прагматичний ефект - посилення внутрішньої згуртованості особового складу та підвищення впізнаваності бригади в публічному просторі.

2. 93-тя окрема механізована бригада «Холодний Яр» ЗСУ



Джерело: офіційні інформаційні ресурси 93 ОМБр

Рік: 2022–2025

Семіотичний аналіз:

Айдентика 93-ї бригади «Холодний Яр» поєднує сучасні військові елементи з історико-символічним кодом українського спротиву. Назва підрозділу апелює до історичного феномену Холодоярської республіки, що виступає маркером безперервності традиції боротьби.

Візуально використовуються шеврони, емблеми та червоно-чорні елементи, що підсилюють асоціацію з історичною пам'яттю. Комунікативна функція полягає у зв'язку сучасної армії з національно-визвольною традицією. Прагматичний ефект — посилення моральної стійкості через історичну ідентичність.

3. 24-та окрема механізована бригада імені короля Данила ЗСУ



Джерело: офіційні сторінки 24 ОМБр

Рік: 2022–2025

Семіотичний аналіз:

Візуальна айдентика поєднує історичну та військову символіку. Центральним елементом є коронований лев - традиційний символ Галицько-Волинської держави та короля Данила, що уособлює мужність, владу, силу й спадкоємність української державницької традиції. Поділ щита на червоне та зелене поля підкреслює бойовий характер і військову спадщину підрозділу. Девіз "*Milites Regum*" ("Воїни короля") акцентує зв'язок бригади з постаттю короля Данила та лицарськими цінностями.

Комунікативна функція формує образ підрозділу як спадкоємця української військової традиції, що поєднує історичну пам'ять із сучасною бойовою діяльністю.

Прагматичний ефект посилює почуття гордості та належності серед військовослужбовців, викликає асоціації з честю, відвагою та незламністю.

4. 47-ма окрема механізована бригада «Магура» ЗСУ



Джерело: офіційні соціальні мережі 47 ОМБр

Рік: 2023–2025

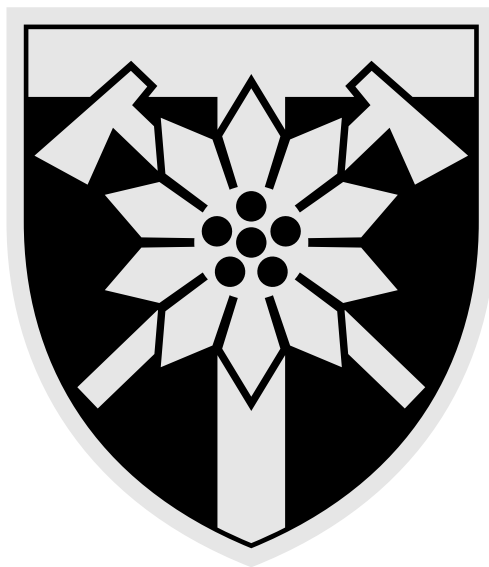
Семіотичний аналіз:

Візуальна айдентика побудована навколо образу шахового коня, що символізує стратегічне мислення, маневреність і непередбачуваність у бою. Зубчаста рамка навколо щита нагадує укріплення або бойовий рубіж, підкреслюючи оборонний та наступальний потенціал підрозділу. Поєднання чорного, золотого та блакитного кольорів створює образ сили, шляхетності та належності до українського війська.

Комунікативна функція формує образ сучасного, мобільного та інтелектуально підготовленого бойового підрозділу.

Прагматичний ефект посилює впізнаваність бригади, підкреслює її бойову ефективність і викликає асоціації з рішучістю, професіоналізмом та військовою майстерністю.

5. 128-ма окрема гірсько-штурмова Закарпатська бригада ЗСУ



Джерело: офіційні комунікаційні платформи 128 ОГШБр

Рік: 2022–2025

Семіотичний аналіз:

Візуальна айдентика 128-ї бригади поєднує елементи гірської тематики та національної символіки. Центральний елемент - квітка едельвейса, що символізує витривалість, мужність і належність до гірських військ. Перехрещені льодоруби підкреслюють гірсько-штурмову спеціалізацію підрозділу та готовність діяти в складних умовах. Контрастна чорно-біла кольорова гама посилює образ дисципліни й рішучості.

Комунікативна функція: формує образ професійного, витривалого та мобільного військового підрозділу.

Прагматичний ефект: зміцнює корпоративну ідентичність бригади та викликає асоціації зі стійкістю, надійністю й бойовою готовністю.

Приклади сучасних шевронів та емблем українських військових
підрозділів

1. Об'єднана штурмова бригада НПУ «Лють»



2. Штурмовий полк «Цунамі»



3. Батальйон «Вовки Да Вінчі»



4. 37 окрема бригада морської піхоти

