

УДК 7.05:398(477)

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2025.6.18>**Михайлюк Ольга Юріївна,**

доктор філософії з дизайну,
доцентка кафедри графічного дизайну
Київської державної академії декоративно-прикладного
мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука
ORCID ID: 0000-0002-4934-5937
mykhailiuk.oy@gmail.com

Писаренко Катерина Анатоліївна,

здобувачка другого (магістерського) рівня освіти
кафедри графічного дизайну
Київської державної академії декоративно-прикладного
мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука
ORCID ID: 0009-0000-2850-4604
cat.pisarenko2017@gmail.com

Гула Євген Петрович,

старший викладач кафедри рисунка
Київської державної академії декоративно-прикладного
мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука
ORCID ID: 0000-0002-3559-2179
evgenush.gula@gmail.com

Сивирин Юрій Вадимович,

викладач кафедри рисунка
Київської державної академії декоративно-прикладного
мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука
ORCID ID: 0009-0004-7287-7757
sivirin.yuriy@gmail.com

МІФОЛОГІЧНІ ОБРАЗИ У ТВОРАХ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

У роботі надано результати комплексного дослідження специфіки інтегрування міфологічних образів у твори графічного дизайну. Відзначено, що міфологія є багатим культурним надбанням, властивим кожній етнічній групі, а звернення до її традиційних символів та персонажів є джерелом натхнення при розробці нових зразків візуальних продуктів. Виявлено, що візуальне уособлення міфологічних сюжетів та символів є інструментом культурної комунікації, викликає глибокий емоційний відгук у глядача, впливає на сприйняття історії та традицій, формує колективну пам'ять та цілісне бачення минулого певної етнічної групи. Для цілісного розуміння ролі міфологічних образів у сучасному графічному дизайні узагальнено та систематизовано їх основні функціональні аспекти, серед яких символічно-репрезентативний, брендинговий, емоційний, естетично-декоративний, ідентифікаційний, комунікативний, освітній, концептуальний та сюжетний. Акцентовано увагу на формуванні змістовного, естетично досконалого та художньо виразного дизайн-продукту шляхом глибокого осмислення міфологічних мотивів та їх адаптації до актуальних культурних і соціальних контекстів.

Окреслено сучасні можливості для креативної трансформації і стилізації образу та, водночас, зазначено про ризики руйнування або викривлення його первинного значення та дезінформації цільової аудиторії при недотриманні головних автентичних особливостей і культурного змісту міфологічного сюжету. Надано приклади адаптації міфологічного образу до сучасних потреб графічного дизайну. Доведено, що ретельне вивчення архетипних характеристик персонажів різних етнічних і культурних традицій забезпечує точну ідентифікацію та створює підґрунтя для цілісного й узгодженого їх використання у різних напрямках графічного дизайну.

Розглянуто питання популяризації та відтворення українських міфологічних образів у контексті збереження національної ідентичності та зазначено про необхідність в обґрунтованому доборі складових візуального відображення, які чітко вирізнятимуть і позначатимуть їх етнокультурну приналежність. Визначено сфери візуального середовища, де використання міфологічних персонажів та символів є найбільш розповсюдженим сьогодні, окреслено передумови їх подальшої інтеграції у твори графічного дизайну.

Ключові слова: міфологічні образи, графічний дизайн, ідентифікація, українська міфологія, культурна комунікація.

Mykhailiuk Olga, Pysarenko Kateryna, Gula Yevhen, Syvyryn Yurii. MYTHOLOGICAL IMAGES IN GRAPHIC DESIGN WORKS

The study presents the results of a comprehensive investigation into the specifics of integrating mythological imagery into graphic design works. It is emphasized that mythology constitutes a rich cultural heritage inherent to every ethnic group, and the use of its traditional symbols and characters serves as a source of inspiration for the development of new visual design products. The research reveals that the visual representation of mythological narratives and symbols functions as an instrument of cultural communication, evokes a profound emotional response in the viewer, influences the perception of history and traditions, and contributes to shaping collective memory and a coherent vision of the past of a given ethnic community.

To achieve a holistic understanding of the role of mythological imagery in contemporary graphic design, the key functional aspects of its application are summarized and systematized. These include symbolic-representational, branding, emotional, aesthetic-decorative, identificational, communicative, educational, conceptual, and narrative functions. The study highlights the importance of creating meaningful, aesthetically refined, and artistically expressive design products through deep reflection on mythological motifs and their adaptation to current cultural and social contexts.

Contemporary opportunities for the creative transformation and stylization of mythological images are outlined, while attention is also drawn to the risks of distorting or undermining their original meaning, as well as the potential for misleading audiences if essential authentic features and cultural content are not properly preserved. Examples of adapting mythological imagery to current graphic design needs are provided. It is demonstrated that careful examination of the archetypal characteristics of characters from various ethnic and cultural traditions ensures accurate identification and establishes a foundation for their coherent and consistent use across multiple areas of graphic design.

The study addresses the issue of popularizing and reinterpreting Ukrainian mythological imagery in the context of preserving national identity and emphasizes the necessity of a well-grounded selection of visual components that distinctly signify their ethnocultural affiliation. The spheres of the contemporary visual environment where mythological characters and symbols are most commonly employed are identified, and the prerequisites for their further integration into graphic design are outlined.

Key words: mythological images, graphic design, identification, Ukrainian mythology, cultural communication.

Вступ. Сьогодні процеси глобалізації зумовлюють потребу у поверненні до національних тем у візуальному середовищі, через що можна спостерігати активне використання елементів та символів культурної спадщини, зокрема і міфологічних образів. Міфологія є багатим культурним надбанням, властивим кожній етнічній групі, що передається з покоління в покоління, пояснює певні релігійні уявлення і світогляд в цілому, об'єднує та ідентифікує людей за національними ознаками. Символи, персонажі та їх атрибути стають невичерпним джерелом натхнення, інтегруючись у твори сучасного графічного дизайну, однак, їх використання не може відбуватися лише шляхом змальовування чи копіювання. Глибоке осмислення міфологічних образів, їх адаптація до актуальних

культурних і соціальних контекстів, за умови збереження всіх автентичних ознак, сприяє формуванню змістовного, естетично досконалого та художньо виразного дизайн-продукту.

Попри розпорошені у різних джерелах дослідження використання фольклорних та міфологічних елементів у мистецтві, а також їх інтеграції та інтерпретації саме у творах графічного дизайну залишається не достатньо вивченим. Отже, очевидною є необхідність системного дослідження образів міфології, репрезентованих у візуальному просторі, а саме визначення їх функцій та культурної значущості, трансформацію та оновлення змісту, актуальність у контексті сучасних дизайн-практик.

Матеріали та методи. Дослідження міфологічних образів у творах графічного

дизайну ґрунтується на попередньому вивченні певних аспектів національних мотивів, таких як культурна цінність, функції та можливості, сучасний стан їх використання у візуальному середовищі тощо. Зокрема, авторами [1; 2] визначено та охарактеризовано вплив міфології та її образів на процеси культурного, соціального та історичного життя країни, розглянуто особливості української міфології, виявлені через термінологічні, історичні та культурні відомості. Здійснено аналіз впливу міфів на уявлення про світ і природу людини, формування національної та культурної ідентичності, а також визначено ряд важливих функцій міфологічних образів у продуктах дизайну.

Функціональне значення міфологічних образів у творах графічного дизайну частково розглядають у своїх працях Ян В. та Сун В., а також Борисова С. і Семенова Є. [3; 4]. Автори [3] акцентують увагу на необхідності звернення до національних традицій, їх інтеграції у візуальне середовище. Надано результати аналізу культурної та художньої цінності міфологічних образів, їх художні концепції та приклади застосування у творах графічного дизайну. У свою чергу, науковці [4] у своїй роботі розглядають можливості застосування елементів та образів міфології у сучасному графічному дизайні з метою збереження культурної спадщини, підвищення естетичної досконалості продуктів дизайну тощо.

У працях авторів [7; 8] здійснено порівняльний аналіз характеристик міфологічних образів божеств різних етнічних традицій, що сприяло їх ідентифікації, подальшому дослідженню та виокремленню унікальних рис, притаманних кожній культурі та її персонажам. Особливості інтеграції міфологічних образів у твори сучасного графічного дизайну висвітлює ряд публікацій науковців Колісник О., Потрашкової Л., Літвінової О., Грицай А., Мельник О, Кравченко О., Манич Н., Федотової Н., Сиваш І. [5; 10; 11; 12; 23]. У дослідженнях розкрито вплив традиційних українських елементів на сучасний дизайн, визначено ключові аспекти формування національного стилю у графічному дизайні,

виявлено загальні тенденції використання міфологічної тематики в сучасній творчості. Розглянуто особливості візуально-образної та графічної мови та сформовано принципи їх ідентифікації, визначено, що дизайн в етнічному стилі відіграє важливу роль у збереженні ідентичності народу, оскільки він втілює культурні та традиційні цінності в різних сферах життя, зокрема і через застосування, цитування та переосмислення традиційних українських мотивів, колірної палітри, елементів національної символіки, шрифтів з українською історичною візуальною основою, зображень національних традицій та обрядів тощо. Отже, попередні дослідження зосереджувалися переважно на окремих аспектах міфологічних образів, тоді як цілісного та системного вивчення цієї теми не проводилося.

Результати. Міфи і легенди є важливою частиною історії, культурних традицій, а також джерелом творчого натхнення для сюжетів мистецьких праць. Відомо [1], що міф є відображенням уявлень певної етнічної спільноти про образи надприродних істот, сили природи тощо та пояснює походження людини, богів, духів, систему цінностей, страхів і засад життєдіяльності. Міфологічні твори передаються з покоління в покоління, створюючи глибокий зв'язок з історією народу, що вирізняє його з-поміж інших та ідентифікує в епоху глобалізації. Від появи міфів і до сьогодення сформувалися сталі образи, що беруть початок з фольклору, літературних джерел та інтегруються у твори мистецтва, зокрема й у дизайн.

Міфологічні образи є візуальним відображенням персонажів, сюжетів, мотивів або символів, мають глибоку змістову наповненість, містять культурну цінність, оскільки передають сенс, сформований протягом століть етнічною групою, транслюють її бачення та уявлення [2]. У графічному дизайні міфологічний персонаж є не лише сюжетним елементом, а й інструментом комунікації, що викликає глибокий емоційний відгук у глядача. Через образність міфологія впливає на сприйняття історії та традицій, формує колективну пам'ять певної

етнічної групи. Шляхом графічного візуального уособлення сюжетів, персонажів та символів відтворюється цілісне бачення минулого, що сприяє формуванню сучасної культури. Для цілісного розуміння ролі міфологічних образів у сучасному графічному дизайні доцільно розглянути їх основні функціональні аспекти, зокрема, символічно-репрезентативний, брендинговий, емоційний, естетично-декоративний, ідентифікаційний, комунікативний, освітній, концептуальний та сюжетний (рис. 1).

Міфологічні образи знаходять відображення у графічних творах різного призначення, зокрема в оформленні книжок, пакування продукції, настільних ігор, логотипів і фірмових знаків, ілюстрацій для соціальних мереж, календарів, постерів, поштових марок тощо. Найбільш поширеним у графічному дизайні є використання міфологічних

образів у книжкових виданнях та артбуках, що зумовлено фольклорними мотивами літературних творів і потребою в їх ілюстративному супроводі. Через інтеграцію міфологічних мотивів твори графічного дизайну набувають не лише естетичного, а й комунікативного та культурно-символічного значення, таким чином сприяючи збереженню національної спадщини.

Відтворюючи у своїх роботах міфологічні мотиви, дизайнер звертається до літературних джерел, що містять пояснення певних явищ, описують зібрані уявлення про візуальну складову досліджуваного об'єкта, його архетипні особливості тощо та забезпечують глибше розуміння й усвідомлене формування візуальної концепції [4]. В той же час, слід зауважити, що розвиток графічного дизайну залежить від сучасних тенденцій й вимог цільової аудиторії, отже всі його художні



Рис. 1. Використання міфологічних образів у сучасному графічному дизайні та їх функціональні аспекти

форми та образи потребують ретельного переосмислення і обґрунтування [5]. Досить часто у стилізованих міфологічних образах можна спостерігати спрощення форм, динамічні композиційні рішення, кольоро-фактурні акценти, що передають особливості характеру персонажа, різноманітне художньо-графічне втілення, використання контрастних форм тощо. Сьогодні розвиток цифрових технологій відкриває широкі можливості для креативної трансформації і стилізації образів, зрозумілих та доступних для широкої аудиторії споживачів.

Однак, повна модернізація може зруйнувати первинне значення міфологічного образу й викривити його, дезінформуючи цільову аудиторію. Дотримання головних автентичних особливостей міфологічного сюжету сприяє збереженню глибокого культурного змісту та дає можливість етнічним мотивам отримати нове життя у сучасному візуальному просторі.

Серед прикладів адаптації міфологічного образу до сучасних потреб графічного дизайну є еволюція логотипу компанії Starbucks, у центрі якого зображено персонажа грецької міфології. Зміни, яких зазнав логотип упродовж свого розвитку, відображають дизайнерські тенденції відповідних періодів (рис. 2) [6]. Простежується використання фірмової кольорової гами, модернізація міфологічного персонажа зі збереженням його впізнаваності, спрощення форм та перехід від чіткої симетрії до легкої асиметрії.

Наприклад, у міфологіях різних етнічних традицій, зокрема, Зевс у грецькій, Перун у слов'янській, Тор у скандинавській, репрезентують архетипну модель божественної сили, пов'язаної зі стихійною енергією

небесного вогню. Вищезазначені персонажі мають аналогічні характеристики не лише у контексті міфологічних властивостей, а й у способах їх візуального відтворення [7; 8]. Серед спільних рис можна виокремити гіперболізацію образу та динамічну композицію у його візуалізації. Однак, особливості уваги заслуговують індивідуальні риси зовнішнього вигляду, специфічні функції та атрибути, що допомагають ідентифікувати персонажа у певній етнічній візуальній традиції. Таким чином, звернення до літературних джерел та узгодженість архетипних характеристик забезпечує можливість ідентифікації міфологічних образів та створює підґрунтя для їх цілісного застосування в різних напрямках графічного дизайну (рис. 3).

Актуальним сьогодні є питання популяризації та відтворення українських міфологічних образів з огляду на їх приналежність до слов'янської культурної традиції, представленій не лише в Україні, а й інших країнах Центральної Європи. Тож, очевидно є необхідність в обґрунтованому доборі елементів відтворення персонажів, які чітко вирізнятимуть і позначатимуть їх належність до конкретної країни та культурної спільноти. Наприклад [9], в ілюстраціях А. Базилевича до твору І. Котляревського «Енеїда» персонажі римської міфології набувають ознак українського козацького стилю через використання характерних асоціативних елементів, а саме традиційних кольорів, орнаментів, деталей одягу, озброєння тощо. Таким чином, у процесі культурної адаптації міфологічного матеріалу універсальні образи поєднуються з національною візуальною традицією, формуючи впізнаваний контекст для класичних персонажів (рис. 4).



Рис. 2. Еволюція логотипу компанії «Starbucks»

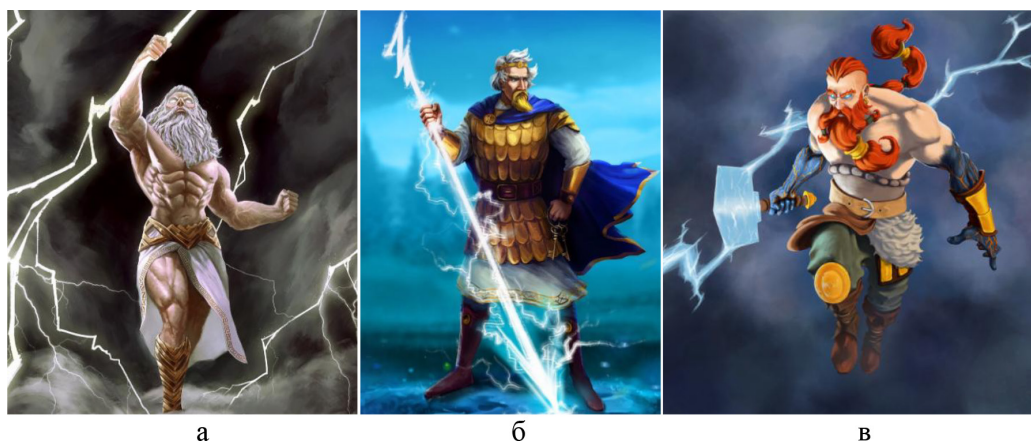


Рис. 3. Сучасні зображення міфологічних персонажів у графічному дизайні: а – Зевс, 2022 р., Чехія; б – Перун, 2020 р., Україна; в – Тор, 2025 р., Молдова



Рис. 4. Ілюстрації до твору «Енеїда», Базилевич А., 1968 р.

Слід зауважити, що присутність міфологічних мотивів у сучасному візуальному просторі України є досить обмеженою через недостатню кількість інформації про персонажів та домінування соціально важливих тем у графічному дизайні [2; 4; 10; 11]. Водночас спостерігається зростання інтересу до національних символів, які формують візуальну культуру у контексті етнічної ідентичності [13]. Відбувається відродження міфологічних образів, що дедалі частіше стають основою для нових графічних рішень. Наприклад, після демонстрації українського фентезійного кінематографічного твору «Мавка. Лісова пісня» у 2023 році, образи, створені на основі міфології та народних мотивів, почали використовувати не лише у кіномистецтві, а й у графічному дизайні, сувенірному виробництві, айдентиці

брендової продукції тощо [2]. Крім того, міфологічні мотиви сьогодні інтегруються і в комерційний дизайн, а саме в художньо-графічні рішення пакування продукції. Значний внесок у поширення та актуалізацію теми здійснюють і різноманітні культурні проєкти, які через інтерактивні медіа формують інтерес аудиторії молодшої вікової категорії до української міфології. Елементи міфологічної символіки можна спостерігати і у різноманітних проєктах графічного дизайну, зокрема в оформленні марок, календарів, плакатів, авторських ілюстрацій, що свідчить про поступову їх інтеграцію у сучасне візуальне середовище.

Висновки. У результаті дослідження встановлено, що міфологічні образи становлять вагомий культурний ресурс, здатний забезпечити графічний дизайн змістовними,

емоційно насиченими та символічно виразними рішеннями. Виявлено, що інтеграція міфологічних мотивів у сучасну візуальну комунікацію сприяє підсиленню художньої виразності дизайн-продукту, виконує культурно-ідентифікаційну функцію, формує зв'язок сучасного глядача з історичною пам'яттю та традиціями певної етнічної спільноти.

Узагальнення функціональних аспектів використання міфологічних образів доводить можливість їх доцільного застосовування в брендингу, освітніх і комунікаційних практиках, естетично-декоративних проєктах та концептуальних візуальних системах. Акцентовано, що графічне втілення міфологічних сюжетів потребує ретельного аналізу їх архетипних характеристик, чіткого дотримання автентичних культурних ознак та обґрунтованого добору візуальних елементів.

Окреслено сучасні тенденції до переосмислення міфологічних персонажів у візуальному просторі України, що проявляється у зростанні кількості дизайнерських продуктів, орієнтованих на національну культурну спадщину. Встановлено, що популяризація українських міфологічних образів потребує особливої уваги до етнокультурного контексту з метою уникнення втрати первинного змісту, спрощення або штучних стилізацій.

Отже, інтегрування міфологічних образів сприяє розвитку сучасного графічного дизайну, зокрема у формуванні ідентифікаційних, когнітивних та емоційних візуальних практик. Подальше залучення міфологічних мотивів у дизайнерські твори потребує системного вивчення традиційних джерел, удосконалення форм художнього переосмислення та сприяння їх поширенню у цифровому та інформаційному середовищі.

Література:

1. Мордовець О. С. Образи української міфології в естетичному вихованні та мистецькій практиці : кваліфікаційна робота : 29.11.2024. Кривий Ріг, 2024. 89 с.
2. Борисова С., Семенова Є. Етнічні симулярки в українському графічному дизайні. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість. Сучасні тенденції та технології* : зб. матеріалів доп. учасн. II Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя, 2023. С. 29–33.
3. Yang W., Sun W. Research on Visual Design based on Chinese Mythological Elements. *Journal of Innovation and Development*. 2023. Vol. 3, № 3. P. 22–28. DOI: <https://doi.org/10.54097/jid.v3i3.9787>
4. Борисова С., Семенова Є. Проєктування настінного календаря з використанням образів домашніх духів (слов'янська міфологія). *Design, visual art & creativity : International scientific & practical conference*. Запоріжжя: ЗНУ, 2024. С. 37–42.
5. Колісник О. В., Трикозенко А. І. Використання та трансформація етно-мотивів в сучасному графічному дизайні. «Синергія науки і бізнесу в повоєнному відновленні регіонів України» : Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф.. Одеса, 24–26 квітня 2024 р. С. 82–86.
6. The story of the Siren. *Starbucks Archive* : веб-сайт. URL: <https://archive.starbucks.com/record/the-story-of-the-siren> (дата звернення: 20.11.2025)
7. Javalgekar A. Indra, Zeus and Thor: A Comparative Study of Indo-European. *Foundation for Liberal and Management Education : Understanding Myths*. 2015. P. 2–17.
8. Святна М. С., Копилова Н. О. Слов'янська міфологія в мистецтві графіки: історико-культурний та художній аспекти. Одеса : ОДАБА, 2024. № 24. С. 297–300.
9. Базилевич А. Ілюстрації до поеми Івана Котляревського «Енеїда» 1982 р. *Музей книги і друкарства України* : веб-сайт. URL: <https://www.mkdu.com.ua/kolektsiia/kolektsiia-onlajn/anatolij-bazylevych-eneida-1982-g-onlajn/> (дата звернення: 20.11.2025)
10. Потрашкова Л. В., Літвінова О. А. Обґрунтування проєктних рішень з візуалізації персонажів української міфології засобами доповненої реальності. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Технічні науки*. 2023. № 5. Т. 34(73). С. 204–209. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-5941/2023.5/32>
11. Грицай А., Мельник О. Ідентифікація українських міфологічних образів у сучасному графічному дизайні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф. Київ: КНУТД, 22 квітня 2021 р. Т. 2. С. 34–36.
12. Кравченко О., Манич Н., Федотова Н. Демонічні образи в сучасній українській рекламі. *Образ*. 2022. Вип. 3(40). С. 84–93.
13. Сиваш І. О. Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. Київ, 2024. № 2. С. 131–138. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308373>

References:

1. Mordovets, O. S. (2024). *Obrazy ukraïnskoi mifolohii v estetychnomu vykhovanni ta mystetskii praktysi* [Images of Ukrainian mythology in aesthetic education and artistic practice] (Master's thesis). Kryvyi Rih, Ukraine. [in Ukrainian].
2. Borysova, S., & Semenova, Ye. (2023). Etnichni symuliarky v ukrainskomu hrafichnomu dyzaini [Ethnic simulacra in Ukrainian graphic design]. In *Dyzain, vizualne mystetstvo ta tvorchist. Suchasni tendentsii ta tekhnolohii: Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference* (pp. 29–33). Zaporizhzhia, Ukraine. [in Ukrainian].
3. Yang, W., & Sun, W. (2023). Research on visual design based on Chinese mythological elements. *Journal of Innovation and Development*, 3(3), 22–28.
4. Borysova, S., & Semenova, Ye. (2024). Proiektuvannia nastinnoho kalendaria z vykorystanniam obraziv domashnikh dukhiv (slovianska mifolohiia) [Designing a wall calendar using images of household spirits (Slavic mythology)]. In *Design, visual art & creativity: International scientific & practical conference* (pp. 37–42). Zaporizhzhia : ZNU. [in Ukrainian].
5. Kolisnyk, O. V., & Trykozenko, A. I. (2024). Vykorystannia ta transformatsiia etno-motyviv v suchasnomu hrafichnomu dyzaini [Use and transformation of ethnic motifs in modern graphic design]. In *Synerhiia nauky i biznesu v povoiennomu vidnovlenni rehioniv Ukrainy: Proceedings of the 1st International Scientific and Practical Conference* (pp. 82–86). Odesa, Ukraine. [in Ukrainian].
6. Starbucks Archive. (n.d.). *The story of the Siren*. Retrieved from: <https://archive.starbucks.com/record/the-story-of-the-siren>
7. Javalekar, A. (2015). *Indra, Zeus and Thor: A comparative study of Indo-European mythology*. Foundation for Liberal and Management Education: Understanding Myths (pp. 2–17). India.
8. Sviatna, M. S., & Kopylova, N. O. (2024). Slovianska mifolohiia v mystetstvi hrafiky: istoryko-kulturnyi ta khudozhnii aspekty [Slavic mythology in graphic art: Historical, cultural, and artistic aspects]. *Odesa State Academy of Civil Engineering and Architecture*, (24), 297–300. [in Ukrainian].
9. Bazylevych, A. (1982). *Iliustratsii do poemy Ivana Kotliarevskoho "Eneida"* [Illustrations to Ivan Kotliarevskyi's poem "Aeneid"]. Museum of Book and Printing of Ukraine. [in Ukrainian].
10. Potrashkova, L. V., & Litvinova, O. A. (2023). Obgruntuvannia proiektnykh rishen z vizualizatsii personazhiv ukraïnskoi mifolohii zasobamy dopovnenoï realnosti [Justification of design solutions for visualizing Ukrainian mythology characters using augmented reality]. *Scientific Notes of V. I. Vernadsky TNU. Technical Sciences*, 34(73)(5), 204–209. [in Ukrainian].
11. Hrytsai, A., & Melnyk, O. (2021). Identyfikatsiia ukrainskykh mifolohichnykh obraziv u suchasnomu hrafichnomu dyzaini [Identification of Ukrainian mythological images in contemporary graphic design]. In *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu: Proceedings of the 3rd International Scientific and Practical Conference* (Vol. 2, pp. 34–36). Kyiv: KNUTD. [in Ukrainian].
12. Kravchenko, O., Manyh, N., & Fiedotova, N. (2022). Demonichni obrazy v suchasniï ukrainskii reklamï [Demonic images in modern Ukrainian advertising]. *Obraz*, 3(40), 84–93. [in Ukrainian].
13. Syvash, I. O. (2024). Motyvy etnodyzainu v suchasniï vizualniï kulturi [Ethnodesign motives in contemporary visual culture]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv: Scientific Journal*, (2), 131–138. [in Ukrainian].

Стаття надійшла: 11.11.2025

Прийнято: 28.11.2025

Опубліковано: 30.12.2025