

## ОБРАЗ БЕРЕГИНИ В АВТОРСЬКОМУ ПЛАКАТІ ЯК СКЛАДОВА ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ ПЕРІОДУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

**А. О. Авершина**

Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна  
 avershinaalina@gmail.com

**A. Avershyna**

Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine  
<https://orcid.org/0009-0004-9345-485X>

### **А. О. Авершина. Образ Березини в авторському плакаті як складова візуальної культури періоду повномасштабного вторгнення**

Досліджується варіативність образу Березини в авторському плакаті періоду повномасштабного вторгнення. Визначено трансформацію статусу жінки в українських реаліях, відзначено специфіку візуального в контексті масової культури та її залежності від соціально-політичних змін. Виявлено, що міфологічний концепт Березини, сформований у період проголошення незалежності України, протягом років набув нових форм символічного втілення. Встановлено, що під впливом воєнного сьогодення актуалізуються образи материнства та міфологічні образи. Зображення українських митців, створені під час повномасштабного вторгнення, символізують сильні жіночі образи, де міфологічний концепт Березини, який ґрунтується на архетипі матері, замінюється активною учасницею воєнних подій та громадського життя. Прослідковано трансформацію Березини на прикладі варіативних образів жінки-матері, жінки-воїтельки, жінки-держави. Зауважено, що ці жіночі образи є гендерними соціокультурними конструктами, які сформувалися під впливом соціально-політичних подій.

**Ключові слова:** Березиня, війна, візуальна культура, плакат, масова культура, гендер, образ, культура України.

### **A. O. Avershyna. The image of Berehynia in the authorial poster as a component of the visual culture of the full-scale invasion period**

**The relevance of the article** lies in the analysis of the variability of the image of Berehynia in the Ukrainian poster of the full-scale invasion period. Changes in the socio-political sphere of Ukrainian society, the Revolution of Dignity, ATO, OUF and the full-scale invasion affected the position of women in Ukraine. Changes in gender roles and the perception of new

challenges today require cultural receptions of female imagery in artistic practices.

**The purpose of the article** is the cultural reception of female images in the authorial poster as determined by the socio-cultural context of the war of Berehynia's modes. To achieve the goal, it is necessary to show the transformation of the status of women in Ukrainian reality, to determine the specifics of visual culture and the poster in the context of mass culture, as well as to single out and analyze the images of a woman-mother, a woman-warrior and a woman-state as a transformation of the image of Berehynia in the authorial poster of Ukrainian artists Anton Lohov, Katia Lisova, Mykhailo Skopa.

**The methodology** of scientific research is conditioned by the use of methods of cultural studies, history, sociology, visual culture and gender studies. The method of culturology made it possible to reveal the specificity of the representation of female images in visual culture. The sociocultural method involves the analysis of the visual component of mass culture in Ukraine, as well as establishing the interdependence of visual culture and social changes. The historical method made it possible to trace the context of visual transformations. With the help of gender studies, an analysis of feminine representations took place depending on the social position of a woman.

**The results.** It has been proven that the visualization of feminine images is one of the methods of broadcasting new gender models recorded in popular culture. As Ukraine became independent, female images represented in visual culture acquired new meanings under the influence of socio-political events. The image of Berehynia transformed from a symbol of a young state and the personification of a patriarchal perception of women to a strong woman-mother and woman-warrior, which is due to the increase in the proactive position of women in Ukrainian society.

**The scientific novelty.** For the first time, the image of Berehynia in the authorial poster of the full-scale invasion period was considered.

**The practical significance.** The results of the research can be used to study the visual culture of Ukraine. Also, the materials of the article will be relevant for further research on changing gender roles in the culture of modern Ukraine.

**Keywords:** *Berehynia, war, visual culture, poster, mass culture, gender, image, culture of Ukraine.*

**Актуальність теми дослідження.** Зміни в соціально-політичній сфері українського суспільства, події Революції Гідності, АТО, ООС і повномасштабного вторгнення вплинули на становище жінки в Україні. Перетворення гендерних ролей, переорієнтація з традиційної системи та сприйняття нових викликів сьогодення потребують культурологічних рецепцій жіночої образності в мистецьких практиках. Актуалізація фемінних образів у масовій культурі відбувається за допомогою візуальних зображень, що пов'язано зі змінами в соціально-політичній сфері українського суспільства. Водночас наявна актуалізація жіночої міфологічної образності, до якої додаються нові сенси, зумовлена сучасним соціокультурним контекстом, що вартує того, аби бути в полі наукової уваги культурології.

**Постановка проблеми.** У другій половині ХХ ст., з розвитком гендерних досліджень та візуальним поворотом у гуманітаристиці, відбулось формування нових підходів у вивченні візуальної культури. Із числа жіночих образів візуальної культури незалежної України Березиня є однією з фундуючих, що спонукає до аналітики її сутнісних ознак, ретроспекції образності й варіативності в сучасності. Однак звернення до питань походження й подальшої трансформації образу Березині під впливом соціокультурних змін засвідчили дослідницьку прогалину в культурологічному осмисленні виявлення варіативності, а також зумовили простеження механізму репрезентації в медійному просторі образу Березині. Тим більше, що поза науковою увагою все ще перебуває варіативність образу Березині в авторському плакаті українських митців періоду повномасштабного вторгнення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження візуальної культури представлено працями Г. Фостера (1988), Дж. Т. Мітчелла (2017), Н. Мірзоева (2023), Г. Чміль (2020),

Р. Барта (2004). Вивчення здійснено в дослідженні А. Андрейканіч (2012) та колективній розвідці «Дослідження візуальних образів плакатів на основі теорії культурного коду дизайну» (2022).

Вивчення гендерної теорії окреслено М. Кім-мелом (2000), К. Мендеш і С. Картер (2008), Дж. Скотт (2001). Українські розвідки представлені дослідженнями О. Кісь (2016), Т. Злобіної (2015), Т. Журженко (2001), збіркою «Гендерний підхід: історія, культура, суспільство» під науковою редакцією Л. Гентош та О. Кісь (2003), а також збіркою «Гендерні дослідження» (2015).

**Мета статті** — культурологічна рецепція жіночих образів в авторському плакаті як зумовлених соціокультурним контекстом війни модусів Березині. Для досягнення мети варто продемонструвати трансформацію статусу жінки в українських реаліях, визначити специфіку візуальної культури та плаката в контексті масової культури, а також виокремити та проаналізувати образи жінки-матері, жінки-воїтельки та жінки-держави як трансформації образу Березині в авторському плакаті українських митців Антона Логова, Каті Лісової, Михайла Скопа.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Події повномасштабного вторгнення вплинули на соціально-політичне життя країни та змінили український культурний простір. Завдяки масовій і візуальній культурі відбувається переосмислення сучасних подій. Однією з візуальних форм є авторський плакат, завдяки якому художники репрезентують події сьогодення. Водночас зміни в гендерній політиці та зростання соціальної ролі жінки зумовили звернення до фемінних образів у візуальній культурі. Порівняно з попередніми роками незалежності, після подій Революції Гідності та початку російсько-української війни, жінки стають активними учасницями соціально-політичного життя. Зокрема, за даними Міністерства оборони, більше 47 тис. жінок є військовослужбовицями (Кількість жінок в армії на початок січня 2024 року становила майже 70 тисяч — Наталія Калмикова, 2024).

У дослідженні «Гендер Майдан і війна» (Фонд ІЗОЛЯЦІЯ. Платформа культурних ініціатив, 2015, с. 146) Т. Злобіна зазначила, що «риторика про слабких і тендітних жінок завжди спростовувалась у часи, коли наступали кризи, важкі

воєнні ситуації, часи випробувань. У ці моменти зникала риторика слабкої жінки, тому що ставало очевидним — цього немає. Є людина, і, незалежно від статі, у кризові моменти він чи вона проявляє себе передусім як людина — «достойно чи не дуже» (там само, с. 146). Отже, соціально-політична нестабільність спонукає до переосмислення ролі жінок у суспільстві.

Перш за все звернемо увагу на соціокультурні контексти, за допомогою яких конструюється образ. Візуальне — головна форма сприйняття навколишнього світу, що притаманна сучасному суспільству, а саме символічний вимір є складовою візуального образу.

Однією з візуальних форм є плакат, як зазначено в праці «Дослідження візуальних образів плакатів на основі теорії культурного коду дизайну» (Luo Wen et cet., 2022), що «плакат — це функціональна візуальна конструкція, яка відіграє важливу роль в інформації, комунікації та володіє зв'язком з візуальними образами» (там само, с. 1). У період соціально-політичної нестабільності значення масової культури та її вплив на суспільство актуалізуються, завдяки їй можна транслювати повідомлення для масової аудиторії. Таким чином, плакат є частиною масової культури, що слугує каналом передання інформації, яка є актуальною в той чи інший період.

Натомість А. Андрейканіч (2012) зазначив, що «плакат (афіша) є одним із найдавніших рекламно-інформаційних засобів привертання уваги. Це повідомлення для публіки і розглядається воно як інформативний, психологічний і комерційний інструмент, залежно від того, які цілі переслідуються» (Андрейканіч, 2012, с. 4).

В епоху візуального сприйняття інформації повідомлення, що транслюються за допомогою візуальних мистецьких практик, відіграють роль у формуванні соціально-політичної системи суспільства. За визначенням Дж. Т. Мітчела (Mitchell, 2017), візуальна культура є не лише соціальним аспектом візуального, а й візуальною конструкцією соціального. Тому варто розглядати візуальні образи, які здатні до впливу та інтерпретаційних змін.

Значимо, що тривалий час в андрогінному дискурсі війна розглядалась як чоловічий винахід, де жінка не була активним учасником

соціально-політичних змін, але виступала як пасивний символ національної ідентичності. Цю тенденцію прослідковуємо на прикладі міфологічного концепту Берегині, який був проаналізований О. Кісь (2003), котра визначила, що цей образ ґрунтується на ідеї створення нової держави та має політично-ідеалізований вимір. Тоді як Т. Журженко (2001) концептуалізувала Берегиню як образ, на якому базується українська ідентичність, а також як жіночий символ української нації.

Варто зазначити, що міфологічний концепт Берегині, сформований у період проголошення незалежності України, протягом років набуває нових форм символічного втілення. Крім того, під впливом воєнного сьогодення домінують образи материнства та міфологічні образи, за допомогою яких демонструються лють, сила й супротив українських жінок проти ворога.

У дослідженні Т. Злобіної (Фонд ІЗОЛЯЦІЯ. Платформа культурних ініціатив, 2015) проаналізовано «типовий медійний образ — матері, яка пішла на війну, щоб війна не прийшла до її дітей. Це така модифікована до сучасних умов модель “берегині”, в якій жінка завжди є спочатку матір'ю, а потім уже усім решта — патріоткою, громадянкою, воїном» (там само, с. 151).

Удаючись до аналізу символічного виміру образів, що репрезентовано на плакатах Антона Логова (рис. 1), прослідковуємо переосмислення зображення, створеного в часи Другої світової війни, яке сповіщало про закінчення чотирирічної окупації Парижу. Автор зобразив жіночу постать у сукні кольорів українського прапора замість французького, продемонструвавши на фоні жінки масову евакуацію з м. Ірпінь. Зауважимо, що в обох випадках на плакаті зроблено напис “liberation”, що в перекладі з французької означає «визволення». Визначимо, що кольорова гама українського прапора властива всім жіночим образам та є характерною ознакою для плакатів, створених автором. Крім того, автор зобразив жіночу постать, що пронизує ножом чоло російського президента, таким чином демонструючи мотив ненависті до ворога.

У зображеннях Михайла Скопа (рис. 2, 3) знаходимо міфологізовані жіночі образи, що символізують справедливість та перемогу над злом.



Рис. 1. "liberation",  
Автор: Антон Логов.  
[https://cdn.village.com.ua/the-village.com.ua/post\\_image-image/2SQB4HQDUU1O7inecgvofw.jpg](https://cdn.village.com.ua/the-village.com.ua/post_image-image/2SQB4HQDUU1O7inecgvofw.jpg)



Рис. 2, 3. «Справедливість», «Колесо Фортуни».  
Автор: Михайло Скоп. <https://muse.org.ua/wp-content/uploads/2022/04/8.png>

У плакатах «Справедливість» та «Колесо Фортуни» прослідковуємо християнські міфологеми в поєднанні з античними міфічними образами. На постері «Колесо фортуни» зображено жінку із заплученими очима, що відсилає до образу Феміди — богині правосуддя. На плакаті з написом «Справедливість» репрезентовано жінку в образі Архангела Михаїла, яка вбиває російського військового, чим втілює перемогу над злом. У цілому, антична міфологічна семантика є притаманною для зображень Михайла Скопа.

У зображеннях Антона Логова міфологічна тематика відсутня, але так само простежується риторика сильної жінки. Зауважимо, що в обох випадках художники вдаються до зображень мотиву боротьби жінок з ворогом. Отже, як уже було згадано, у соціально нестабільні часи зникає риторика слабкої жінки та в медіа транслюється сильна постать.

Протилежними до проаналізованих зображень є постери Каті Лісової (рис. 4), що сповнені українськими традиційністю та історичністю. За допомогою поєднання фрагментів світлин знищених міст і старовинних зображень українок авторка вдається до зв'язування різних історичних періодів за допомогою орнаменту. Завдяки аналізу фрагментів фотокарток, що стали частиною повноцінного зображення, прослідковуємо



Рис. 4. «Сила пам'яті». Автор: Катя Лісова. <https://www.artvsesvit.com/Images/gallery/all/ukraine-modern/ukraine-modern-16/artist-katya-lisova.webp>

архетипний образ матері, який є вкоріненим в українській традиції. У сучасних реаліях образ набув семантики турботи й захисту, але водночас жінка-матір постає як захисниця власної сім'ї та дитини.

Трансформації жіночої образності у візуальних практиках зумовлені змінами в гендерній політиці в Україні після подій Революції Гідності, під впливом АТО, ООС, а також від початку повномасштабного вторгнення. Жінки стають

активними діячками соціально-політичного життя й транслюють активну життєву позицію, що проявляється у волонтерській та військовій діяльності й знаходить відображення в радикалізації жіночих образів, які демонструють тягіння до войовничості.

**Висновки.** Отже, візуалізація фемінних образів є одним із методів трансляції нових гендерних моделей, зафіксованих у масовій культурі. Упродовж становлення незалежності України жіночі образи, які репрезентувались у візуальній культурі, набували нових сенсів під впливом

соціально-політичних подій. Образ Берегині трансформувалася від символу молодої держави та уособлення патріархального сприйняття жінки до сильної жінки-матері й жінки-воїтельки, що зумовлено збільшенням проактивної позиції жінки в українському суспільстві.

**Перспективи дослідження цієї теми** полягають у подальшому вивченні варіативності образу Берегині у візуальних практиках, що створюються під впливом соціально-політичних змін в Україні.

### Список посилань

- Андрейканіч, А. І. (2012). *Антологія українського плаката першої третини ХХ століття*. Видавничий дім «Довбуш».
- Гентош, Л., Кісь, О. [та ін.]. (2003). *Гендерний підхід: історія, культура, суспільство*. Класика.
- Кількість жінок в армії на початок січня 2024 року становила майже 70 тисяч — Наталія Калмикова. (2024, Травень 1). *Міністерство оборони України*. <https://www.mil.gov.ua/news/2024/05/01/kilkist-zhinok-v-armii/>
- Кімел, М. (2003). *Гендероване суспільство*. Сфера.
- Кісь, О. (2016). Кого оберігає Берегиня, або матриархат як чоловічий винахід. *Я: інформаційно-освітнє видання*, 4 (5), 11–16.
- Фонд ІЗОЛЯЦІЯ. Платформа культурних ініціатив (2015). *Гендерні дослідження*. [https://ua.boell.org/sites/default/files/gender\\_publication\\_all.pdf](https://ua.boell.org/sites/default/files/gender_publication_all.pdf)
- Чміль, Г. П. (2020). *Людина — екран: візуальна антропологія (пост)сучасності: [монографія]*. Інститут культурології НАМ України.
- Barthes, R. (2004). *Mythologie*. The Noonday Press. <https://soundenvironments.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/11/roland-barthes-mythologies.pdf>
- Foster, H. (1988). *Vision and Visuality*. Bay Press. [https://monoskop.org/images/3/39/Foster\\_Hal\\_ed\\_Vision\\_and\\_Visuality.pdf](https://monoskop.org/images/3/39/Foster_Hal_ed_Vision_and_Visuality.pdf)
- Luo Wen, Wang Jingjing, Wang Chen, & Sun Luyu (2022). Research on the Visual Imagery of Posters Based on the Culture Code Theory of Design. *Front. Psychol., Sec. Emotion Science*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861366>
- Mendes K. Carter. C. (2008). *Feminist and Gender Media Studies: A Critical Overview*. Sociology Compass.
- Mirzoeff, N. (2023). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge.
- Mitchell, W. J. T. (2017). *Image Theory*. Taylor & Francis.
- Zhurzhenko, T. (2001). Free market ideology and new women's identities in post-socialist Ukraine. *European Journal of Women's Studies*, 8 (1), 29–49. [https://www.academia.edu/download/31134428/10\\_EJWS.pdf](https://www.academia.edu/download/31134428/10_EJWS.pdf)

### References

- Andrei Kanich, A. I. (2012). *Anthology of the Ukrainian poster of the first third of the XX century*. Vydavnychiy dim "Dovbush". [In Ukrainian].
- Hentosh, L., Kis, O. [et al]. (2003). *Gender approach: history, culture, society*. Klasyka. [In Ukrainian].
- The number of women in the army at the beginning of January 2024 amounted to almost 70 thousand — Nataliia Kalmykova. (2024, May 1). *Ministry of Defense of Ukraine*. <https://www.mil.gov.ua/news/2024/05/01/kilkist-zhinok-v-armii/>. [In Ukrainian].
- Kimmel, M. (2003). *Gendered society*. Sfera. [In Ukrainian].
- Kis, O. (2016). Who is protected by the Guardian, or matriarchy as a male invention. *Ya: informatsiino-osvitnie vydannia*, 4 (5), 11–16. [In Ukrainian].
- IZOLYATSIYA Foundation, Platform for Cultural Initiatives (2015). *Gender studies*. [https://ua.boell.org/sites/default/files/gender\\_publication\\_all.pdf](https://ua.boell.org/sites/default/files/gender_publication_all.pdf). [In Ukrainian].
- Chmil, H. P. (2020). *Man — Screen: Visual Anthropology of (Post)Modernity: [monograph]*. Institute of Cultural Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine. [In Ukrainian].

- Barthes, R. (2004). *Mytologie*. The Noonday Press. [https://amper.ped.muni.cz/~jonas/knihy/01\\_vizualni\\_kultura/Roland.Barthes-Mytologie.MKPR.2011.pdf](https://amper.ped.muni.cz/~jonas/knihy/01_vizualni_kultura/Roland.Barthes-Mytologie.MKPR.2011.pdf). [In English].
- Foster, H. (1988). *Vision and Visuality*. Bay Press. [https://monoskop.org/images/3/39/Foster\\_Hal\\_ed\\_Vision\\_and\\_Visuality.pdf](https://monoskop.org/images/3/39/Foster_Hal_ed_Vision_and_Visuality.pdf). [In English].
- Luo Wen, Wang Jingjing, Wang Chen, & Sun Luyu (2022). Research on the Visual Imagery of Posters Based on the Culture Code Theory of Design. *Front. Psychol., Sec. Emotion Science*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861366>. [In English].
- Mendes K. Carter. C. (2008). *Feminist and Gender Media Studies: A Critical Overview*. Sociology Compass. [In English].
- Mirzoeff, N. (2023). *An Introduction to Visual Culture*. Routledge. [In English].
- Mitchell W. J. T. (2017). *Image Theory*. Taylor & Francis. [In English].
- Zhurzhenko, T. (2001). Free market ideology and new women's identities in post-socialist Ukraine. *European Journal of Women's Studies*, 8 (1), 29–49. [https://www.academia.edu/download/31134428/10\\_EJWS.pdf](https://www.academia.edu/download/31134428/10_EJWS.pdf). [In English].

Надійшла до редколегії 20.08.2024

---

**А. О. Авершина**

аспірант, кафедра культурології, Харківська державна академія культури, м. Харків, Україна

**A. Avershyna**

postgraduate student, Department of Cultural Studies, Kharkiv State Academy of Culture, Kharkiv, Ukraine

---