

ДИЗАЙН

УДК 7:7.01

<https://doi.org/10.32461/2226-2180.37.2020.221424>**Цитування:**

Прищенко С. В. Візуальна мова кольору: авторська концепція комплексного дослідження. *Мистецтвознавчі записки*: зб. наук. граць. 2020. Вип. 37. С. 16-21.

Pryshchenko S. (2020). Visual language of Colour: the author's concept of comprehensive research. *Mystetstvoznavchi zapysky*: zb. nauk. prats', 37, 16-21 [in Ukrainian].

Прищенко Світлана Валеріївна,
доктор мистецтвознавства,
доктор наук габліт. у галузі дизайну,
професор кафедри графічного дизайну
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв,
член Співки дизайнерів України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3482-6858>
akademiki@ukr.net

**ВІЗУАЛЬНА МОВА КОЛЬОРУ: АВТОРСЬКА КОНЦЕПЦІЯ
КОМПЛЕКСНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

Мета статті – розкрити авторську концепцію розуміння візуальної мови та функцій кольору. **Методологія** базується на міждисциплінарному підході, який дозволяє всебічно вивчити колір і визначити його вагомому експресивну роль у сучасній візуальній культурі. **Наукова новизна.** Обґрунтовано сутність комплексного дослідження кольору: його теорії та практики, персоналій, інституцій, матеріалів, впливу комп'ютерних технологій тощо. Доведено взаємодію кольору у мистецтві, дизайні, рекламі, науці. Розглядаючи проблеми фахової термінології, запропоновано ілюстрований глосарій, який містить визначення багатьох складових колірної гармонії, синергетичних можливостей кольору і його семіотичних трансформацій, основних рис мистецьких стилів та низки понять суміжних галузей. **Висновки.** На основі історико-мистецтвознавчого, функціонального, системно-структурного аналізу запропоновано авторську концепцію презентації світових досягнень науки про колір. Компаративний аналіз сайтів з предметного дизайну, моди, інтер'єру, реклами, web-графіки виявив певну претенціозність та трендовість у використанні відомостей про колір.

Ключові слова: семіотика кольору, естетика, візуальна культура, авторська концепція, комплексне дослідження кольору.

Прищенко Светлана Валерьевна, доктор искусствоведения, доктор наук хабилит. в сфере дизайна, заведующая кафедрой графического дизайна Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Візуальний язык цвета: авторская концепция комплексного исследования

Цель статьи – раскрыть авторскую концепцию понимания визуального языка и функций цвета. **Методология** базируется на междисциплинарном подходе, что позволяет всесторонне изучить цвет и определить его важную экспрессивную роль в современной визуальной культуре. **Научная новизна.** Обоснована суть комплексного исследования цвета: его теории и практики, персоналий, институций, материалов, а также влияния компьютерных технологий. Доказано взаимодействие цвета в искусстве, дизайне, рекламе, науке. Рассматривая проблемы специальной терминологии, предложен иллюстрированный глоссарий, который имеет в своем составе определения многих составляющих цветовой гармонии, синергетический возможностей цвета и его семіотических трансформаций, основных черт художественных стилей и ряда понятий смежных отраслей. **Выводы.** На основе историко-искусствоведческого, функционального, системно-структурного анализа предложено авторскую концепцию презентации мировых достижений науки о цвете. Компаративный анализ сайтов предметного дизайна, моды, интерьера, рекламы, web-графіки выявил определенную претенциозность и трендовость в использовании сведений о цвете.

Ключевые слова: семиотика цвета, эстетика, визуальная культура, авторская концепция, комплексное исследование цвета.

Pryshchenko Svitlana, Doctor in Art Studies, Doctor hab. in Design, Head of Graphic Design Department in the National Academy of Managerial Staff in Culture and Arts

Visual language of Colour: the author's concept of comprehensive research

The purpose of the article is to reveal the author's concept of understanding the visual language and functions of Colour. **The methodology** is based on an interdisciplinary approach, which allows us to comprehensively study the color and determine its important expressive role in contemporary Visual Culture. **Scientific novelty.** The essence of a comprehensive

study of color has been substantiated: its theory and practice, personalities, institutions, materials, and the impact of computer technologies. The interaction of color in Art, Design, Advertising, Science is proved. Considering the problems of special terminology, the illustrated glossary is proposed, which includes definitions of many components the color harmony, synergistic possibilities of color and its semiotic transformations, the main features of artistic styles, and a number of concepts of related industries. **Conclusions.** On the basis of art-historical, functional, system-structural analysis, the author proposes the presentation of concept the world achievements of a Colour Science. Comparative analysis of sites the design products, fashion, interior, advertising, web-graphics revealed a certain pretentiousness and current trends in the use of color information.

Key words: color semiotics, aesthetics, visual culture, author's concept, comprehensive research of the color.

Актуальність теми. З давніх часів колір був засобом візуальної інформації, символом і декором. Кожний колір має семантичність, естетичність, асоціативність, емоційність, амбівалентність. Нині візуальність стає складним явищем, має пріоритетність у системі комунікацій, потребує комплексного дослідження та інтеграції теорії кольору, теорії композиції, історії мистецтв і дизайну, психології творчості, естетики, семіотики, філософії, соціології, міжкультурної взаємодії. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє всебічно вивчити колір і визначити його вагому експресивну роль у сучасній візуальній культурі.

Проблеми, що стосуються кольору, його сприйняття, систематизації і застосування, стають предметом дискусій на симпозіумах та конгресах, які від 1967 р. проводить Міжнародна асоціація кольору АІС [18]. Сучасні інституції кольору Швеції, Британії, Швейцарії, Німеччини, Франції, Італії, Канади, США, Бразилії, Австралії, Японії, Південної Кореї, Угорщини пропонують велику кількість конференцій, семінарів, тематичних виставок, але студентам і викладачам з України такі заходи практично недоступні через високі ціни на участь, проживання та переліт. Тим не менш, частина інформації про ці події надається в мережі Інтернет у текстовому та ілюстративному вигляді. В багатьох країнах існують колірні комітети, групи кольору, суспільства кольору – організації, що носять різні найменування, але переслідують одну мету – об'єднання національних зусиль у дослідженні кольору, розширення знань про нього, централізацію і поширення відповідної інформації. Вони покликані сприяти більш глибокому вивченню кольору, допомагати фахівцям краще розуміти роль кольору та ефективніше його використовувати. Наукова платформа АІС розширює естетосферу, психосемантику й енергетику кольору, сприяє свідомому використанню кольору у мистецтві, дизайні, рекламі, комунікаціях, ремеслах, промисловості.

Розв'язання питань колориту базується на глибоких знаннях та осмислюванні досвіду людства у цій галузі, а також на вивченні сукупності наук, які займаються дослідженнями кольору. Фізиків цікавить енергетична природа

кольору, фізіологів – процес сприйняття кольору оком людини, психологів – проблема сприйняття кольору та дія його на психіку і здатність викликати різні емоції, біологів – значення кольору у життєдіяльності живих та рослинних організмів, а математики розробляють методики вимірювання кольору. Відомий російський художник К.Коровін вважав, що живопис можна порівняти з математикою тому, що відчуття колірних та тонових відношень потребує точності, пропорційності до природи [7]. Змішування фарб у визначених співвідношеннях теж належить до галузі математичних обчислень, а вимірюванням кольору займається колориметрія. Колір є об'єктом вивчення багатьма вузькими дисциплінами, наприклад, фізіологічною оптикою, анатомією ока, теорією фотографії, хімією фарбників, світлотехнікою, конструюванням комп'ютерів і друкувального обладнання. Всі ці дисципліни вивчають закономірності виникнення колірних відчуттів, кольоророзрізнення та кольоровідтворення. Якщо розглядати колір як явище культури, то додаються й культурологія, філософія, естетика, історія мистецтв і дизайну, філологія, археологія, релігія. Важко назвати галузь діяльності людини, до якої колір не мав би жодного відношення. Цим і пояснюється такий складний і синкретичний характер науки про колір та його властивості.

Аналіз публікацій. Колір ми розглядаємо як найскладніший аспект сприйняття і формоутворення у мистецтві, графічному дизайні, web-дизайні та рекламі. Критичний аналіз наукових праць, підручників і навчальних посібників з питань кольору виявив, що колір дотепер розглядався відокремлено, був предметом дослідження різноманітних наук, де бракувало комплексності до вивчення кольору як найважливішого емоційно-естетичного чинника візуально-інформаційного середовища. В результаті з'ясовано, що необхідне більш професійне використання законів композиційної організації площини або простору, колірної гармонії, заснованих на виразності та взаємозв'язку всіх колірних елементів з урахуванням цільової аудиторії.

Семіотика кольору формувалася з давніх часів у сакральному мистецтві. Український

мистецтвознавець В.Овсійчук дуже точно дає характеристику кольору, як своєрідній національній традиції: «Барва є тонким камертоном часу. Кожне століття чи великі історичні епохи так чи інакше витворюють притаманний їм колірний феномен, бо народ в силу географічних умов, історико-суспільного розвитку, традицій, духовного потенціалу виробляє своє відношення до кольору [9]». Відомий дослідник Д.Степовик вважає колір найхарактернішою ознакою стилю у мистецтві [16]. Тому колір завжди розкривається крізь призму історичних, культурних і регіональних особливостей з урахуванням того, що певні періоди мали власне колірне мислення, яке є не лише малярським засобом, а також індикатором духовного й культурного рівня суспільства, пізнання природи та засобом естетичного спілкування. Таким чином, кольоросприйняття має міцні психоемоційні, асоціативні та семантичні засади.

Візуальну мову кольору детально досліджували Д.Алберс [19], Й.Іттен [21], Л.Сивік [22]. Колір не може сприйматися ізольовано, у «чистому вигляді». М.Серов у власній хроматичній теорії стверджує, що характерні риси містяться у канонах кольору, які тисячоліттями зберігалися різними культурами, незалежно одна від одної. Він підкреслює, що колір завжди і всюди є проявом, виразом певної ідеї, однак, не мірою кількості або форми, а якістю тієї властивості, без якої неможливо уявити собі прояв інтелекту людини. *Кольори культури* створюються людиною, а культура, у свою чергу, створює людину. Щоб зрозуміти колір, як різнобічне явище, необхідно звернутися до багатовікової культурної спадщини [13].

Погодимось з Ф.Юр'євим, який вважає, що з точки зору семіотики колір виконує три функції: комунікативну, пізнавальну та виражальну (естетичну – прим. авторки). В реальній інформаційній ситуації обов'язково проступають нюанси колірних переваг, які дуже тонко впливають на художню образність [17, 33]. М.Алмалех підкреслює, що семіотика кольору поєднує візуальні та вербальні аспекти, які дуже важливі у рекламі – природні прототипи, універсальні значення, асоціативні характеристики, етнокультурні риси, маніпулятивні стратегії впливу на споживача [2]. Проте переважна більшість наявних джерел розглядає колір дуже вузько, зокрема словники з дизайну [3; 4]. Енциклопедія про колір А.Стармер [15] та болгарське видання «Мова кольору» [5] по суті є ілюстрованими каталогами колірних сполучень для інтер'єру з невеликими текстовими поясненнями.

На сьогоднішній день у мережі інтернет представлено велику кількість енциклопедій і

словників різної тематики та різного рівня. Серед позитивних прикладів можна назвати онлайн-версії «Енциклопедії сучасної України» [6], енциклопедії «Культурологія. ХХ ст.» [8]. Архітектурна онлайн-енциклопедія у складі сайту про архітектуру, промисловий дизайн і новітні технології [1] налічує всього 10 позицій, це невеличкі тематичні статті, які важко назвати енциклопедичними. Інститут кольору Pantone у США [20] визначає «колір року», приміром, синій класичний був оголошений трендом на 2020 р. Окрім зазначення, що синій асоціюється з небом та водою, немає жодної згадки про мистецькі явища (приміром, синій полюбляв В.Ван Гог; В.Кандинський разом із німецьким експресіоністом Ф.Марком 1911 р. в Мюнхені заснував групу «Синій Вершник», наділяв геометричні фігури значеннями: синій – круг, жовтий – трикутник, червоний – квадрат). На популярних зарубіжних та українських сайтах, присвячених моді, візуальна естетика кольору найчастіше обмежується порадами «як його носити» чи обирати «колір, що має сенс», на сайтах дизайн-студій і рекламних агенцій гучно закликають до синього в усьому. Проведений компаративний аналіз дозволяє зробити висновок про претенціозність означених ресурсів. Не применшуючи їх певне змістове навантаження, можна зазначити лише данину моді та сприяння товарообігу.

Мета статті – розкрити авторську концепцію розуміння візуальної мови та функцій кольору.

Виклад основного матеріалу. Семіотика розглядає знаки і знакові структури, що репрезентують або зберігають інформацію та визначають системні процеси в природі, суспільстві та комунікаціях, вивчають смисли і смислові взаємозв'язки [11, 142]. Ця наука стала основою теорії графічного дизайну як візуальної комунікації. Семіотичний аналіз дозволяє з'ясувати, як організований об'єкт дизайну, що він виражає і за допомогою яких елементів, як розкриває закладені в ньому певні ідеологічні настанови.

Важливим чинником навчання майбутніх дизайнерів є формування художньо-образного мислення засобами колористики, оскільки колір у багатьох різновидах мистецтва та дизайну, у рекламі виконує важливі естетичні, формотворчі, інформативні завдання. Проте у дизайні найголовніше – функціональність (утилітарність) речі, корисність від неї людині на протигагу непомірному захопленню кольором. У художньо-проектній практиці колір як один із найважливіших формотворчих компонентів використовується згідно з конкретними умовами й урахуванням психофізіології та естетики. Емоційний вплив кольору на споживача значно змінюється залежно від форми, розміру і фактури

поверхні, призначення предметів. Наше емоційне ставлення до об'єктів дизайну пов'язано саме з тим, як їх вирішено в кольорі, наскільки це відповідає особливостям функції і форми. Колір у дизайні та рекламі є не лише активним засобом композиції, але й значним чинником якості. Однак, колір не повинен «додумуватися» потім, його потрібно обирати свідомо, щоб використовувати як розвиток ідеї [14]. Також колір тісно пов'язаний із пропорціями, масштабністю, він допомагає виявити статичність чи динамічність.

Кольорознавство у мистецькій освіті – одна з фундаментальних дисциплін. Однак, аналіз стану теоретичних основ свідчить, що сучасні наукові уявлення про природу світла та кольору, про механізми зорового сприйняття та кольороутворення ще повністю не увійшли до методики навчання художників і дизайнерів. Актуальність запропонованого навчального посібника з грифом МОН України [10] зумовлена браком видань мистецького спрямування для широкої аудиторії: студентів, викладачів, аспірантів, художників, дизайнерів, архітекторів, культурологів та мистецтвознавців, рекламистів, відвідувачів структур перепідготовки та підвищення кваліфікації тощо. В інших наукових публікаціях авторки розкрито міждисциплінарний підхід до формування кольорового середовища з урахуванням його функціональних, соціокультурних та емоційно-естетичних особливостей. Виявлено, що існує суттєва прогалина у мистецтвознавчих дослідженнях щодо з'ясування впливу декоративно-прикладного мистецтва й колористики України на формоутворення у галузі дизайну та реклами. Про це зазначено нами в низці статей та зроблено наголос на тому, що використання етномотивів у контексті українських колористичних традицій можливе й необхідне у дизайні та рекламі не лише для ідентифікації Української держави у світовій спільноті, а, головним чином, для підвищення національної самосвідомості та збереження власної культури.

У подальшому було розроблено концепцію словника фахових термінів, який є результатом науково-дослідної роботи та узагальненням авторського досвіду викладання у мистецьких вищах протягом 20 років. Вона базується на структурно-системному та історико-культурологічному методах у вивченні світових досягнень науки про колір [11]. Цінність глосарію також полягатиме у систематизації професійної термінології з питань теорії та практики кольору. Проведений моніторинг не виявив подібних видань в Україні. Існуючі навчальні посібники мають переважно компілятивний характер на основі попередніх видань. Важливим моментом є ілюстрування видання маловідомими творами, такими, які відображають оригінальні

колористичні пошуки майстрів. Не можна оминати гармонію як естетичну категорію та головну тему даного видання. Кінець ХХ ст. визначив естетику як науку про сутність і форму творчості за законами краси. Однак, і сьогодні не досягнуто єдності у розумінні гармонії як явища культури. Існують дві основні думки. Одні дослідники доводять, що краса і гармонія – це якості, котрі привносять до дійсності сама людина, а природні явища самі по собі не можуть бути ні красивими, ні поганими, через що краса не може бути досягнута як властивість матеріальних об'єктів, красивими вони стають лише завдяки нашому відповідному ставленню до них. Інші вважають, що краса – це суто природне явище, а форми, кольори, ритми, пропорції, звуки впливають на наші органи чуттів та викликають почуття краси, виховують нас. Так і колір суперечливо розглядається і як чисто природне явище (електромагнітний хвильовий рух), і як естетичний феномен (штучно створене середовище).

Варто підкреслити, що вміння розуміти красу, відчувати гармонію є продуктом історичного розвитку людини. Над розкриттям таємниць гармонії художники і вчені працювали впродовж багатьох століть: її шукали у природі, в духовному житті людини, намагалися пов'язати з законами точних наук, і передусім – математики. Знаходячись у постійному контакті з природою, будучи її частиною, людина пізнавала її характер, особливості, черпала в ній потрібні для свого життя знання і закони. Це відбувається і досі, більшою мірою після періоду активної урбанізації та технократизації суспільства.

На думку американського живописця Дж.Вістлера, висловлену ще наприкінці ХІХ ст., завдання художника полягає у перетворенні хаосу на неперевершену гармонію [7]. Це твердження можна прийняти лише умовно, маючи на увазі хаос окремих штучних елементів, не пов'язаних у цілісну композицію, бо у природі гармонія і, зокрема, гармонія кольору – безперечні. Вивчаючи її на прикладах природних аналогів, досліджуючи умови, що призвели до цієї гармонії, людина шукає ключ до наукового розв'язання проблем сучасного середовища. Принцип гармонізації, насамперед, відноситься до естетики кольору, втілює в собі художній початок і є обов'язковою метою композиції. Краса кольорних відношень – це синонім гармонії. Проте поняття гармонії містить у собі й дисгармонію як свою антитезу. У здобутках живопису сполучення кольорів не завжди обов'язково виступає як приємне. Це можна пояснити тим, що гармонія виконує не лише декоративну, але й емоційно-змістовну, світоглядну функції. З практики світового мистецтва можна навести безліч прикладів, які свідчать про більш повне розкриття творчого

задуму через такі сполучення, що в сутності своїй не є гармонійними.

Різні епохи по-різному підходили до оцінки естетичної ролі колірної гармонії. Якщо для Античності, Середньовіччя, Відродження саме гармонія служила ідеалом, то вже в епоху бароко часто віддають перевагу дисонансу. У ХХ ст. навпаки, авангард рішуче відкинув класичні принципи колірної гармонії й у пошуках більшої виразності часто звертався до нарочито дисгармонійних колірних сполучень. Це, однак, анітрохи не применшує важливості вивчення класичних принципів, тому що в них криється ключ до розуміння колірної композиції взагалі. Відомо, ще Аристотель помітив, що кольори за приємністю, гармонійністю можуть співвідноситися між собою подібно до музичних співзвучностей і бути взаємно пропорційними. Тому гармонія є діалектичним поняттям. За давньогрецькою міфологією, Гармонія – дочка бога війни Арею й богині любові та краси Афродіти, тобто, в ній злито протилежні, ворожнечі начала. Відтак, поняття гармонії містить у собі контраст як необхідну умову. Контраст сприяє різноманіттю, без якого немислима гармонія. На нашу думку, гармонію можна визначити як *динамічну рівновагу*, розумне сполучення упорядкованості і хаотичності в елементах, що варіюються залежно від мети художника, дизайнера або рекламіста [10]. До загальних недоліків у використанні кольору можна віднести дисгармонію, строкатість, перевантаженість, іноді навіть «отруйність» відтінків.

Основні матеріали досліджень також представлено на авторському сайті «Академія кольору» [12], який було започатковано ще 2006 р. з двома розділами – теоретичним (для широкого висвітлення результатів українських та зарубіжних фундаментальних досліджень кольору) і практичним (практики застосування кольору у мистецтві, дизайні та рекламі). Актуальність освітнього сайту з колористики полягає у сучасному погляді на застосування тематичних web-ресурсів та гострої необхідності у науковому і навчально-методичному забезпеченні занять з кольорознавства денної, заочної, а тепер і дистанційної форм навчання. Теоретичний розділ на початковому етапі експерименту (констатувальному) містив стислий курс лекцій, а практичний – деякі приклади виконання вправ студентами з кольорознавства. На аналітико-моделювальному етапі дослідження змістове наповнення сайту було поглиблено і суттєво розширено, додано ілюстративний розділ, словник фахових термінів, робочий зошит з комп'ютерної графіки. На даному етапі нами накопичено та опрацьовано велику кількість нових текстових й ілюстративних матеріалів, які

необхідно повніше представити в словнику для розміщення на сайті:

- ретроспективу розвитку науки про колір, етимологію термінів;
- функції кольору у природі та суспільстві;
- історико-культурологічні аспекти семантики та символіки кольору;
- колір в етнокультурах світу;
- колірні системи, принципи побудови колірних гармонійних сполучень;
- особливості сприйняття кольору;
- естетичні погляди на проблеми кольору;
- психофізіологічний вплив кольорів, явище колірної синестезії;
- колір як засіб візуальних комунікацій і складову стилю у мистецтві, дизайні та рекламі;
- комп'ютерне кольороутворення і стандартизацію кольору;
- матеріали та технології, сучасні можливості у використанні кольору;
- персоналії (видатних учених, художників, дизайнерів, рекламістів, які зробили внесок у становлення та розвиток теорії і практики кольору);
- структури, що займаються дослідженнями кольору;
- висловлювання про колір.

Наукова новизна роботи полягає в тому, що обґрунтовано сутність комплексного дослідження кольору: його теорії та практики, персоналії, інституцій, матеріалів, впливу комп'ютерних технологій тощо. Доведено взаємодію кольору у мистецтві, дизайні, рекламі, науці. Розглядаючи проблеми фахової термінології, запропоновано ілюстрований глосарій, який містить визначення багатьох складових колірної гармонії, синергетичних можливостей кольору і його семіотичних трансформацій, основних рис мистецьких стилів та низки понять суміжних галузей. Аналіз кольорографіки дає підстави стверджувати її вагомість для сучасної візуальної культури.

Висновки. Досліджуючи семіотику кольору в широкому контексті, авторка дійшла висновку, що візуалізація не завжди відбувається з урахуванням конкретних завдань та естетичних ідеалів. Функціями кольору є комунікативна, пізнавальна та виражальна. Колірні сполучення як продукти творчості мають соціальне значення лише при системному розумінні міжкультурних процесів. Змістове навантаження кольору повинно бути представленим в єдності емоційних і раціональних компонент, у певних культурних, комунікативних й асоціативних взаємозв'язках. Положення авторської концепції презентації світових досягнень науки про колір знайшли відображення в навчальному посібнику, ілюстрованому глосарії та електронному освітньому ресурсі.

Література

1. Архитектурная онлайн-энциклопедия. URL: <http://artpart.org/enciklopediya> (дата зверн.: січень 2020).
2. Алмалех М. Семиотика на цвета: матер. от Международна научна конф. «Език и цвят». Група Цвят-България, Център за межкултурна комуникация и медиация, Софийски ун-т «Св. Климент Охридски». София: Group Colour, 2011. С. 223–240. (на болг. языке).
3. Дизайн: иллюстрированный словарь-справочник. Москва: Архитектура-С, 2004. 288 с.
4. Дизайн: словник-довідник / Инст. проблем сучасного мистецтва НАМ України / за ред. М.Яковлева. Київ: Фенікс, 2010. 384 с.
5. Езикът на цветовете в XXI век. В кн.: Цветопсихология. Barselona: Loft Publications, 2010. 190 с. (на болг. языке).
6. Енциклопедія сучасної України. URL: <http://esu.com.ua> (дата зверн.: січень 2020).
7. Искусство XX века: энциклопедия. Москва: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. 350 с.
8. Культурология. XX век: энциклопедия / гл. редактор и сост. С.Левит. Санкт-Петербург: Университетская книга, 1998. URL: <http://psylib.org.ua/books/levit01> (дата зверн.: берез. 2020).
9. Овсійчук В. Українське малярство Х–XVIII століть. Проблеми кольору. Львів: Инст. народознавства НАН України, 1996. 479 с.
10. Прищенко С. Кольорознавство: навч. посібн. Київ: Кондор, 2018. 436 с.
11. Прищенко С. Дизайн і реклама: ілюстрований глосарій. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Кондор, 2020. 208 с.
12. Прищенко С. Академія кольору. URL: <https://koloristika.in.ua/glossary.html> (дата зверн.: берез. 2020).
13. Серов Н. Цвет культуры: психология, культурология, физиология: научн. издание. Санкт-Петербург: Речь, 2004. 672 с.
14. Сомов Ю. Композиция в технике. Москва: Машиностроение, 1987. 288 с.
15. Стармер А. Цвет: энциклопедия. Москва: Колибри, 2007. 256 с.
16. Степовик Д. Українсько-болгарські мистецькі зв'язки / Инст. мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М.Рильського. Київ: Наукова думка, 1975. 215 с.
17. Юрьев Ф. Цветовая образность информации. Киев: Новый друк, 2007. 327 с.
18. AIC, International Colour Organization. URL: <https://aic-color.org> (дата зверн.: берез. 2020).
19. Albers J. Interaction of Colour. Monograph. Yale University Press, 2006. 145 p.
20. Announcing the Pantone color of the year 2020. URL: <https://www.pantone.com/color-intelligence/color-of-the-year> (дата зверн.: лютий 2020).
21. Itten I. Kunst der Farbe. Monograph. Rawensburg. 1981. 236 s.
22. Sivik L. The Language of Colour. London: Studio Vista, 1976.

References

1. Arkhitekturnaya onlain-entsyklopediya. URL: <http://artpart.org/enciklopediya> [in Rissian].
2. Almalekh, M. (2011). Semiotika na czveta: mater. ot Mezhdunarodna nauchna konf. «Ezik i czvyat». Grupa Czvyat-Bulgariya, Czentr za mezhdukulturna komunikaciya i mediaczija, Sofijski un-t «Sv. Kliment Okhridski». Sofiya: Group Colour, 2011. S. 223–240 [in Bulgarian].
3. Dyzain: illyustryrovanniy slovar-spravochnyk (2004). Moskva: Arkhytektura-C [in Rissian].
4. Dyzain: slovnyk-dovidnyk (2010). Inst. problem suchasnoho mystetstva NAM Ukrainy / za red. M.Yakovlieva. Kyiv: Feniks [in Ukrainian].
5. Ezykt na tsvetovete v XXI vek (2010). V kn.: Tsvetopsykholohyia. Barselona: Loft Publications [in Bulgarian].
6. Entsyklopediya suchasnoi Ukrainy. URL: <http://esu.com.ua> [in Ukrainian].
7. Iskusstvo XX veka: entsyklopediya (2002). Moskva: OLMA-PRESS [in Rissian].
8. Kulturolohyia. XX vek: entsyklopediya (1998). Gl. redaktor i sost. S.Levyt. Sankt-Peterburg: Unyversytetskaya knyha. URL: <http://psylib.org.ua/books/levit01> [in Rissian].
9. Ovsyichuk, V. (1996). Ukrainiske maliarstvo X–XVIII stolit'. Problemy kol'oru. Lviv: Inst. narodoznavstva NAN Ukrainy [in Ukrainian].
10. Pryshchenko, S. (2018). Kol'oroznavstvo: navch. posibn. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
11. Pryshchenko, S. (2020). Dyzain i reklama: ilyustrovanyi glosariy. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].
12. Pryshchenko, S. Akademiya kol'oru. URL: <https://koloristika.in.ua/glossary.html> [in Ukrainian].
13. Serov, N. (2004). Tsvet kulturi: psykholohyia, kulturolohyia, fyzyolohyia: nauchn. izdanye. Sankt-Peterburg: Rech' [in Rissian].
14. Somov, Yu. (1987). Kompozytsiya v tekhnike. Moskva: Mashynostroenye [in Rissian].
15. Starmer, A. (2007). Tsvet: entsyklopediya. Moskva: Kolybry [in Rissian].
16. Stepovyk, D. (1975). Ukrainsko-bolharski mystetski zviazky / Inst. mystetstvovnavstva, folklorystyky ta etnolohii im. M.Rylskoho. Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
17. Yur'ev, F. (2007). Czvetovaya obraznost' informaczii. Kyiv: Novij druk [in Rissian].
18. AIC, International Colour Organization. URL: <https://aic-color.org>.
19. Albers, J. (2006). Interaction of Colour. Monograph. Yale University Press.
20. Announcing the Pantone color of the year 2020. URL: <https://www.pantone.com/color-intelligence/color-of-the-year>.
21. Itten, I. (1981). Kunst der Farbe. Monograph. Rawensburg.
22. Sivik, L. (1976). The Language of Colour. London: Studio Vista.

Стаття надійшла до редакції 23.12.2019

Прийнято до друку 18.01.2020