

Цитування:

Ланчак Я. М. Особливості візуальної ідентифікації сучасних українських театрів засобами графічного дизайну. *Мистецтвознавчі записки* : зб. наук. пр. 2023. Вип. 44. С. 28–33.

Ланчак Ярослав Миколайович,
аспірант Київського національного
університету культури і мистецтва,
<https://orcid.org/0000-0001-9282-8988>
lanchak0804@gmail.com

Lanchak Ya. (2023). Features of Visual Identification of Modern Ukrainian Theatres by Means of Graphic Design. *Mystetstvoznavchi zapysky: zb. nauk. pr.*, 44, 28–33 [in Ukrainian].

ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТЕАТРІВ ЗАСОБАМИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Мета статті – виявити особливості візуальної ідентифікації українських театрів засобами графічного дизайну. **Методологія дослідження.** Застосовано метод типологізації і прийоми образно-стилістичного аналізу; метод семіотичного та візуально-культурологічного аналізу фірмової символіки українських театрів; поєднання описового методу й прийомів формального аналізу для виявлення застосованих дизайнером засобів художньої виразності; метод семантичного та структурно-семантичного аналізу для з'ясування культурних сенсів образів, що створюються для репрезентації українського театру; графічно-аналітичний метод застосовано для візуалізації результатів дослідження та ін. **Наукова новизна.** Досліджено особливості візуальної ідентифікації сучасних українських театрів засобами графічного дизайну; розглянуто головні атрибути візуальної ідентифікації українських театрів – емблеми та логотипи, здійснено їх компаративний аналіз; уточнено поняття «емблема» та «логотип» в контексті графічного дизайну; на основі структурного та семіотичного аналізу емблем українських театрів охарактеризовано спектр їх візуальних образів. **Висновки.** Візуальна ідентифікація сучасних українських театрів – це система знакових та графічних зображень, логіка побудови якої дозволяє розрізнити театри за призначенням відповідно до їх типів (музичні, музично-драматичні, драматичні, лялькові та ін.), а також диференціювати кожен конкретний театр у межах означеної типології. Емблема як символічне зображення певної ідеї, що закодована у графічній формі є головним візуальним образом театру, що наділений символічним значенням, який транслює основні цінності цього закладу культури за допомогою зображених на ньому графічних елементів. Вона використовується для візуальної ідентифікації театру в реальному та віртуальному просторі. Дослідження емблем сучасних українських театрів виявило, що: характерними елементами для символіки українських театрів, що виражена в емблемах, є елементи архітектурного походження (будівлі театрів), графічні зображення відомих українських представників театру, літератури і мистецтва (Леся Українка, І. Франко, Т. Шевченко, М. Водяний, М. Садовський та ін.) та маски Арлекіна як символу акторської професії; основоположними елементами формування концепції є соціально-історичні та культурологічні фактори. Емблеми символічно відображають театральну, передусім акторську діяльність. концептуальне рішення фірмового стилю також відображає ідею існування театру та цінності, які він пропонує в просторі сучасної культури: гуманність, спадковість, традиційність, міжкультурність та ін. Декодування символічних образів вимагає наявності високого рівня освіти та інтелекту. Фірмова символіка може вибудовуватися на нюансному рішенні, при якому всі елементи стилю посилюють ефект простоти, складності або проміжного варіанту.

Ключові слова: графічний дизайн, українські театри, візуальна ідентифікація, емблема, логотип.

Lanchak Yaroslav, Postgraduate Student, Kyiv National University of Culture and Arts

Features of Visual Identification of Modern Ukrainian Theatres by Means of Graphic Design

The purpose of the article is to reveal the features of visual identification of Ukrainian theatres by means of graphic design. **Research methodology.** The method of typology and techniques of figurative and stylistic analysis are applied, as well as the method of semiotic and visual-cultural analysis of brand symbols of Ukrainian theatres. A combination of the descriptive method and techniques of formal analysis are used to identify the means of artistic expressiveness used by the designer. The method of semantic and structural-semantic analysis help to clarify the cultural meanings of images created for the representation of Ukrainian theatre. The graphic-analytical method is used to visualise research results. **Scientific novelty.** Peculiarities of visual identification of modern Ukrainian theatres by means of graphic design were studied. The main attributes of visual identification of Ukrainian theatres – emblems and

logos – were considered, their comparative analysis was carried out. The concepts of "emblem" and "logo" in the context of graphic design have been clarified; based on the structural and semiotic analysis of emblems of Ukrainian theatres, the spectrum of their visual images was characterised. **Conclusions.** The visual identification of modern Ukrainian theatres is a system of symbolic and graphic images, the logic of which is built to distinguish theatres by their purpose according to their types (musical, music-dramatic, dramatic, puppet, and others), as well as to differentiate each specific theatre within the defined typology. The emblem as a symbolic image of a certain idea encoded in a graphic form is the main visual image of the theatre, endowed with symbolic meaning, which conveys the main values of this cultural institution with the help of the graphic elements depicted on it. It is used for visual identification of the theatre in real and virtual space. The study of the emblems of modern Ukrainian theatres has revealed the following. Characteristic elements for the symbolism of Ukrainian theatres expressed in the emblems are elements of architectural origin (theatre buildings), graphic images of famous Ukrainian representatives of theatre, literature and art (Lesia Ukrainka, I. Franko, T. Shevchenko, M. Vodyanyi, M. Sadovskyi, and others) and Harlequin masks as a symbol of the acting profession. Socio-historical and cultural factors are fundamental elements of concept formation. Emblems symbolically reflect theatrical, primarily acting activity. The conceptual solution of the corporate style also reflects the idea of the existence of the theatre and the values it offers in the space of modern culture: humanity, heredity, traditionality, and interculturality. Decoding symbolic images requires a high level of education and intelligence. Brand symbols can be built on a nuanced solution, in which all style elements enhance the effect of simplicity, complexity or an intermediate option.

Keywords: graphic design, Ukrainian theatres, visual identification, emblem, logo.

Актуальність дослідження. Безпрецедентні трансформації в світовому соціокультурному просторі початку XXI ст. – глобалізація, інформатизація, цифровізація та ін. – зумовили докорінні зміни стереотипу людського сприйняття, що у свою чергу призвело до формування нових особливостей графічного дизайну.

На сучасному етапі графічний дизайн став одним із популярних жанрів проектної творчості, значно розширивши сфери творчої діяльності в цій галузі. Специфічне виявлення графічний дизайн отримав у сучасному українському театрі, сконцентрувавши багато провідних художніх ідей XX ст. Мета, завдання та якості графічного дизайну в українському театрі на сучасному етапі безпосередньо залежать від домінантного впливу візуального.

Сучасні вітчизняні театри виконують важливу роль в соціокультурному просторі XXI ст., позиціюючись одними з невід'ємних репрезентантів національної культури і мистецтва, великою мірою віддзеркалюючи реальне життя та розвиток українського суспільства, шанобливе ставлення до традицій та активне звернення до провідних світових тенденцій. Особливе значення в умовах безпрецедентної еволюції візуальної культури набуває проблематика візуальної ідентифікації українського театру засобами графічного дизайну.

Мета статті – виявити особливості візуальної ідентифікації українських театрів засобами графічного дизайну.

Аналіз публікацій. Історіографічний аналіз засвідчив, що незважаючи на наявність наукових досліджень і публікацій, в яких так чи інакше розглядається питання візуальної

ідентифікації закладів культури і мистецтва засобами графічного дизайну (наприклад, Л. Литвинюк «Роль веб-сайту у формуванні образу сучасного закладу мистецтва» [5], Н. Чупроніної, Т. Кротової та Т. Струмінської «Графічні особливості та комунікаційна специфіка презентаційних плакатів мистецьких та культурних заходів» [10] та ін.), означена проблематика відносно сучасного українського театру лишається практично невисвітленою. Серед небагатьох праць, автори яких аналізують різноманітні аспекти використання графічного дизайну в репрезентації театру на сучасному етапі назвемо публікацію А. Будник «Значення дизайну афіш у популяризації мистецтва театру: новітні тенденції» [1], в якій розглянуто особливості реалізації на практиці набутих студентами в процесі навчання знань та навичок графічного дизайну на прикладі колаборації Київського національного академічного театру оперети та Київського національного університету культури і мистецтв.

Виклад основного матеріалу. Графічний дизайн – це створення візуальних графічних зображень з метою втілення певних ідей. Тобто це творче мистецтво проектування різноманітних об'єктів засобами графічних елементів, для покращення візуальних, функціональних та естетичних якостей об'єкта.

Вітчизняна дослідниця Л. Литвинюк, аналізуючи особливості візуальної ідентифікації музейно-виставкових закладів, пропонує визначати це поняття як: «логічно побудовану систему знакових та графічних зображень, яка дозволяє ототожнювати музейно-виставкові установи у відповідності

до їх призначення та диференціювати між собою за певними ознаками» [6, с. 4]. Екстраполюючи це визначення на театральні заклади України, розуміємо візуальну ідентифікацію сучасних українських театрів як *систему знакових та графічних зображень, логіка побудови якої дозволяє розрізнити театри за призначенням відповідно до їх типів (музичні, музично-драматичні, драматичні, лялькові та ін.), а також диференціювати кожен конкретний театр у межах означеної типології.*

Дослідники поділяють засоби і прийоми графічного дизайну, що використовуються у процесі створення логотипів на шрифтові та знакові. Останні, в свою чергу, поділяються на абстрактно-знакові (розрізняють узагальнено-геометризовані форми та довільні форми) і предметно-знакові (поділяється за характером рисунка на архітектурно-графічні та геральдико-міфологічну).

Підгрупа абстрактно-знакова сепарується ще на дві менші групи, а саме: *узагальнено-геометризовані форми та довільні форми»* [6, с. 5].

М. Мурашко стверджує, що «як напрямок мультимедійного дизайну моушн-дизайн вбирає в себе не тільки анімаційні засоби, а й аудіальні, можливості відео і фото, візуальні ефекти, розроблені завдяки абстрактним графічним перетворенням за допомогою комп'ютерних технологій. Він поєднує комунікативні характеристики об'єктів і засоби їхньої візуальної виразності» [7, с. 8].

Система візуальної репрезентації українського театру (відома як фірмовий стиль) є одним із ключових механізмів процесу його брендування. Це структурно оформлена концепція зовнішнього і внутрішнього позиціонування через візуальну і сенсову єдність всіх атрибутів театру – графічних, кольорових, вербальних, пластичних та ін. Навіть якщо театр не має цілеспрямованої стратегії в контексті керування брендом, він наділений певним атрибутивним набором, який можна розглядати як елементи його візуальної репрезентації.

Одним із найважливіших атрибутів театру є візуальний образ, що представлений в компактній графічній формі, що концентрує в собі його ціннісні послання та має ключове значення для успіху бренду. Варто зауважити, що в різних джерелах цей візуальний образ називається по-різному (емблема, фірмовий

знак, логотип), що пояснюється термінологічною плутаниною.

Логотип – найважливіший елемент фірмового (корпоративного) стилю, графічний знак, емблема чи символ, використовуваний територіальними утвореннями, комерційними підприємствами, організаціями та приватними особами підвищення впізнаваності і розпізнаваності в соціумі.

Вітчизняні дослідники акцентують увагу на тому, що правильним логотипом є «символ, за яким можна одразу побачити ідею бренду, головну місію/філософію компанії, її ставлення до споживача та оточуючого середовища» [8, с. 116], відповідно головним завданням дизайнера є «розробка логотипу, який би відрізнявся від інших та швидко запам'ятовувався, що надасть змогу конкурувати з лідерами ринку обраного сегменту. Саме від його графічно-кольорового та шрифтового рішень залежить впізнаваність логотипу, його ідентифікація, запам'ятовуваність серед аналогічних компаній лідерів ринку» [8, с. 118].

О. Гальчинська стверджує, що логотип «може бути абстрактної форми у вигляді символічної або буквальної ілюстрації» [2, с. 151], а його основне завдання «полягає в ідентифікації бренду, трансляції додаткової інформації та створенні емоційного акценту. Логотип покликаний демонструвати, діяльність компанії і цінності бренду» [2, с. 151].

Водночас дослідниця наголошує на відмінності логотипу від емблеми: «емблема з грецького (вставка, інкрустація) – це символ, який зображує певну спеціальність, ідею чи цінність. Значна частина емблем має рельєфну конструкцію, представлену у вигляді вставки, або підкладки (...) Логотип відрізняється від емблеми тим, що для першого не потрібен глибокий сенс. Завдання логотипу – бути пізнаваним і впізнаваним» [2, с. 151].

На нашу думку, відносно українських театрів доречніше говорити про емблему – символічному зображенні певної ідеї, що закодована у певній графічній формі. Емблема – це головний візуальний образ театру, наділений символічним значенням, що транслює цінності і основні цінності цього закладу культури за допомогою зображених на ньому графічних елементів. Вона використовується для візуальної ідентифікації театру в реальному та віртуальному просторі.

Принциповою рисою емблеми українських театрів є насиченість зображення символічними конструкціями, тому для

аналізу візуальних образів, що зображені на емблемах, найкраще підходить саме семіотичний аналіз. В межах цієї статті класифікуємо емблеми за зображеними на них візуальними образами.

Емблеми сучасних українських театрів можна класифікувати за візуальними образами наступним чином:

– образ маски: надзвичайно популярний символ, що безумовно асоціюється з акторською професією – маска другого дзання комедії дель арте Арлекіна, що відома з кінця XIV ст.; тільки незвичайне колірне рішення та нестандартна композиція можуть виділити таку емблему (наприклад, логотип Одеського академічного театру музичної комедії імені Михайла Водяного – поділена навпіл золота і темно-малинова маска комедіанта видовженої форми, яку прикрашає темно-малинова корона і завиток золотого волосся, а низ композиції доповнює зображення нот під кутом);

– образ особистість: для багатьох логотипів характерна прив'язка до тієї чи іншої особистості, діяльність якої вплинула життя чи роботу театру. Загалом таке рішення є цікавим за креативного рішення (наприклад, у Національному академічному драматичному театрі імені Лесі Українки логотипом є білий контур обличчя великої української поетеси в профіль з державним прапором у нижньому лівому куті);

– архітектурний образ: деякі театри використовують у своїй емблемі контури власних будівель, що робить їх впізнаваними та незабутніми;

– нестандартні образи.

Окрему категорію складають нестандартні образи. Як приклад назвемо емблему Коломийського драмтеатру – зображення обличчя (жовте на блакитному тлі), в якому поєднано радість і смуток зі свічника невідомого гуцульського різьбяр середина XIX ст. – експонату Коломийського музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття [3] з датою заснування театру внизу композиції. Таким чином, представлена емблема стає відмінною індивідуальною візуальною ідентифікацією театру, а її емблема має власне обличчя, історію, місцевий колорит та складний символічний комплекс.

Елементами аналізу емблем українських театрів стали форма, елементи знаку, колір та компонування. Для більшості емблем характерна закрыта композиція. Так, наприклад, емблемою Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка є будинок театру, архітектора Е.-

Ф. Брадтмана з написом «1920» – роком заснування театру, який розміщено в центрі складної рамки – маленьке коло, середній квадрат, велике коло. Форма емблеми закрыта, а символічний архітектурний елемент вписаний в окружність. Варто зауважити, що геометрична форма коло як одне з найпопулярніших у дизайні загалом і графічному дизайні зокрема, найчастіше зустрічається саме на емблемах українських театрів з архітектурними образами. Зокрема, на емблемі Академічного українського музично-драматичного театру ім. М. К. Садовського зображення будівлі театру (побудоване в 1910 р. за проектом архітектора Г. Артинова) обрамлено назвою, загнутою по колу, яку символічно з'єднує колос. Емблема Кіровоградського академічного обласного українського музично-драматичного театру ім. М. Л. Кропивницького вирішена у червоно-чорній колористиці – червоного кольору зображення будівлі театру (Єлисаветградського театру, в якому у 1882 р. відбулася перша вистава) і широка стрічка зверху композиції, в якій білими літерами написано «Театр», а низ емблеми урівноважено написом чорного кольору «Корифей».

Колесо є одним із найбільш вагомих світових символів [9, с. 120] є основним елементом емблеми Київського театру Колесо – чорне колесо з червоною віссю, яка утворена чорним кільцем та спицями у формі людських ніг, що виходять з центру променями. У контексті символіки логотип театру характеризується неабиякою багатозначністю: дослідники припускають, що колесо винайшли в Трипільській культурі на території сучасної України, а його значення в різноманітних культурах варіюється від символу руху сонця до досконалості та симетрії, синтезу, активності космічних сил і течії часу до символу широкого охоплення чогось [9, с. 120]; окрім того, колесо в логотипі є відсиланням до перших років діяльності театру, коли трупа з дитячою і дорослою концертною програмою проводила гастрольні виступи в різних містах України [4], символізуючи кочове життя трупи.

Оригінальне графічне вирішення отримала емблема Львівського національного академічного театру опери та балету імені Соломії Крушельницької – велика літера «О» в флоральному орнаменті з золотою пальмовою гілкою в нижній лівій частині (посилання на статую «Слави», розміщену на вершині головного фасаду будівлі театру).

У стилістиці кубофутуризму вирішено емблему Одеського українського театру ім. В. Василька – у великому колі синього кольору розміщено велике червоне коло, в якому великий темно-червоний трикутник з білими гранями і написом у центрі «театр імені В. Василька».

Характерними елементами для символіки українських театрів, що виражена в емблемах, є елементи архітектурного походження (будівлі театрів), графічні зображення відомих українських представників театру, літератури і мистецтва (Леся Українка, І. Франко, Т. Шевченко, В. Василько, М. Водяний, М. Садовський, І. Озаркевич, М. Заньковецька та ін.) та маски Арлекіна як символу акторської професії. Їх стилістичне рішення відрізняється формоутворенням та кольором. Формоутворення визначається етнічними традиціями української культури. Форма знаків як закрита (символічні елементи вписані в окружність) так і відкрита. Композиційні рішення емблем українських театрів вирішено переважно горизонтально за виключенням театрів Колесо та Львівського національного академічного театру опери та балету імені Соломії Крушельницької.

Відповідно до специфіки театральних закладів, можемо виділити кілька характерних особливостей, що варто враховувати в процесі розробки емблеми:

– при погляді на емблему, аудиторія не повинна мати асоціацій з емблемами інших театрів України;

– емблема має привертати увагу потенційних глядачів;

– емблема повинна донести до споживача образ театру, специфіку його діяльності, бути символічною та сенсово насиченою і водночас зрозумілою та не складною для сприйняття;

– емблема має викликати позитивні емоції.

Наукова новизна. Досліджено особливості візуальної ідентифікації сучасних українських театрів засобами графічного дизайну; розглянуто головні атрибути візуальної ідентифікації українських театрів – емблеми та логотипи, здійснено їх компаративний аналіз; уточнено поняття «емблема» та «логотип» в контексті графічного дизайну; на основі структурного та семіотичного аналізу емблем українських театрів охарактеризовано спектр їх візуальних образів.

Висновки. Візуальна ідентифікація сучасних українських театрів – це система знакових та графічних зображень, логіка побудови якої дозволяє розрізняти театри за призначенням відповідно до їх типів (музичні, музично-драматичні, драматичні, лялькові та ін.), а також диференціювати кожен конкретний театр у межах означеної типології. Емблема як символічне зображення певної ідеї, що закодована у графічній формі є головним візуальним образом театру, що наділений символічним значенням, який транслює основні цінності цього закладу культури за допомогою зображених на ньому графічних елементів. Вона використовується для візуальної ідентифікації театру в реальному та віртуальному просторі.

Дослідження емблем сучасних українських театрів виявило, що: характерними елементами для символіки українських театрів, що виражена в емблемах, є елементи архітектурного походження (будівлі театрів), графічні зображення відомих українських представників театру, літератури і мистецтва (Леся Українка, І. Франко, Т. Шевченко, М. Водяний, М. Садовський та ін.) та маски Арлекіна як символу акторської професії; основоположними елементами формування концепції є соціально-історичні та культурологічні фактори. Емблеми символічно відображають театральну, передусім акторську діяльність. концептуальне рішення фірмового стилю також відображає ідею існування театру та цінності, які він пропонує в просторі сучасної культури: гуманність, спадковість, традиційність, міжкультурність та ін. Декодування символічних образів вимагає наявності високого рівня освіти та інтелекту. Фірмова символіка може вибудовуватися на нюансному рішенні, при якому всі елементи стилю посилюють ефект простоти, складності або проміжного варіанту.

Література

1. Будник А. Значення дизайну афіш у популяризації мистецтва театру: новітні тенденції. Мистецтво і дизайн у XXI столітті: конвергенція форм і сенсів: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., 8 грудня 2022 року. / МОН України, Київ. нац. ун-т к-ри і мист; редкол.: УдрісБородавко Н., Болтенков А., Київ : КНУКіМ, 2022. С. 36–42.

2. Гальчинська О. С. Дизайн-проектування основних компонентів айдентики бренду. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ : КНУТД, 2022. С. 149–169.

3. Золоті сторінки історії Коломийського театру. Коломийський академічний обласний український драматичний театр ім. І. Озаркевича. URL : <https://teatr.kolomyya.org/history/1989/> (дата звернення : 12.10.2023).

4. «Колесо» котиться завдяки випускникові КПІ. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». URL : <https://kpi.ua/koleso> (дата звернення : 11.10.2023).

5. Литвинюк Л. К. Роль веб-сайту у формуванні образу сучасного закладу мистецтва. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв Харків 2012. №1. С. 27–29.

6. Литвинюк Л. К. Візуальна ідентифікація музейно-виставкових закладів засобами графічного дизайну : дис. канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, 2018. 252 с.

7. Мурашко М.В. Проектно-художній інструментарій моушн-дизайну (на прикладі рекламного ролику) : автореф. дис. канд. мистецтвознавства : 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2017. 23 с.

8. Олійник Г. М., Луцкер Т.В., Остапенко Н. В. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ : КНУТД, 2022. С. 110–128.

9. Потапенко О. Колесо. Словник символів культури України / за загальною редакцією В.п. Коцура, О. І. Потапенка, М. К. Дмитренко. Київ: Міленіум, 2002. 260 с.

10. Чуприна Н.В., Кротова Т.Ф., Струмінська Т.В. Графічні особливості та комунікаційна специфіка презентаційних плакатів мистецьких та культурних заходів. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / за заг. ред. М. В. Колосніченко. Київ : КНУТД, 2022. С. 91–109.

References

1. Budnyk, A. (2022). Significance of poster design in popularising theatre art: latest trends. Art and design in the 21st century: convergence of forms and meanings: Mater. All-Ukrainian science and practice

conference, December 8, 2022. Kyiv: KNUKiM, 36–42 [in Ukrainian].

2. Halchynska, O. S. (2022). Design-projection of the main components of brand identity. Graphic design in the information and visual space: monograph. Kyiv: KNUTD, 149–169 [in Ukrainian].

3. Golden pages of the history of the Kolomyia Theatre. Kolomyia Academic I. Ozarkevych Regional Ukrainian Drama Theatre. URL: <https://teatr.kolomyya.org/history/1989/> [in Ukrainian].

4. The "Wheel" keeps rolling thanks to KPI graduates. National Technical University of Ukraine "Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute". URL: <https://kpi.ua/koleso> [in Ukrainian].

5. Lytvyniuk, L. K. (2012). The role of the website in shaping the image of a modern art institution. *Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts Kharkiv*, 1, 27–29 [in Ukrainian].

6. Lytvyniuk, L. K. (2018). Visual identification of museum and exhibition institutions by means of graphic design. Ph.D thesis. Kharkiv: Kharkiv State Academy of Design and Arts [in Ukrainian].

7. Murashko, M. V. (2017). Design and artistic toolkit of motion design (on the example of a commercial). Ph.D thesis. Kharkiv: Kharkiv State Academy of Design and Arts [in Ukrainian].

8. Oliinyk, H. M., Lutsker, T. V. & Ostapenko, N. V. (2022). Graphic design in the information and visual space: monograph. Kyiv: KNUTD, 110–128 [in Ukrainian].

9. Potapenko, O. Koleso. Dictionary of cultural symbols of Ukraine. Kyiv: Millennium [in Ukrainian].

10. Chuprina, N. V., Krotova, T. F. & Struminska, T. V. (2022). Graphic features and communication specifics of presentation posters of artistic and cultural events. Graphic design in the information and visual space: monograph. Kyiv: KNUTD, 91–109 [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 29.09.2023
Отримано після доопрацювання 01.11.2023
Прийнято до друку 08.11.2023*