

ISSN 2308-4855 (Print)
ISSN 2308-4863 (Online)



АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ГУМАНІТАРНИХ НАУК

МІЖВУЗІВСЬКІЙ ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
ДРОГОВИЦЬКОГО ДЕРЖАВНОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

HUMANITIES SCIENCE CURRENT ISSUES

INTERUNIVERSITY COLLECTION OF DROHOBYCH IVAN FRANKO STATE
PEDAGOGICAL UNIVERSITY YOUNG SCIENTISTS RESEARCH PAPERS

ВИПУСК 30
ISSUE 30



ДРОГОВИЧ 2020
DROHOBYCH 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДРОГОБИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
РАДА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
DROHOBYCH IVAN FRANKO STATE PEDAGOGICAL UNIVERSITY
YOUNG SCIENTISTS COUNCIL

ISSN 2308-4855 (Print)
ISSN 2308-4863 (Online)

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ГУМАНІТАРНИХ НАУК:

**Міжвузівський збірник наукових праць молодих
вчених Дрогобицького державного педагогічного
університету імені Івана Франка**

HUMANITIES SCIENCE CURRENT ISSUES:

**Interuniversity collection of Drohobych
Ivan Franko State Pedagogical University
Young Scientists Research Papers**

ВИПУСК 30. ТОМ 1
ISSUE 30. VOLUME 1



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, І. Зимоля]. – Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2020. – Вип. 30. Том 1. – 282 с.

Видання розраховане на тих, хто цікавиться питаннями розвитку педагогіки вищої школи, а також філології, мистецтвознавства, психології.

Редакційна колегія:

Пантюк М.П. – головний редактор, доктор педагогічних наук, професор, проректор з наукової роботи (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Душний А.І.** – співредактор, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка), член-кореспондент (Міжнародна академія наук педагогічної освіти); **Дмитрів І.І.** – відповідальний секретар, кандидат філологічних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Андрєєв В.М.** – доктор історичних наук, професор, (Київський університет імені Бориса Грінченка); **Бермес І.І.** – доктор мистецтвознавства, професор, завідувач кафедри (Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка); **Галів М.Д.** – кандидат педагогічних наук, доцент, (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Галик В.М.** – кандидат історичних наук, доцент, доцент кафедри (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Гжесяк Ян** – доктор габлітований, надзвичайний професор кафедри (Державна вища професійна школа); **Грищенко Г.З.** – кандидат історичних наук, старший викладач кафедри (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Дутчак В.Г.** – доктор мистецтвознавства, професор, завідувач кафедри (Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника); **Засць В.М.** – кандидат мистецтвознавства, заступник декана факультету народних інструментів (Національна музична академія України імені Петра Чайковського); **Зимоля І.М.** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри (Ужгородський національний університет); **Іванишин П.В.** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Квас О.В.** – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри (Львівський національний університет імені Івана Франка); **Корсак Р.В.** – доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри (Ужгородський національний університет); **Масненко В.В.** – доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького); **Мафтин Н.В.** – доктор філологічних наук, професор (Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника); **Мацьків П.В.** – доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Медведик Ю.Є.** – доктор мистецтвознавства, професор, завідувач кафедри (Львівський національний університет імені Івана Франка); **Невмержицька О.В.** – доктор педагогічних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Оршанський Л.В.** – доктор педагогічних наук, професор, завідувач (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Павлак Мірослав** – д. габ. з філології, професор, ректор Державної вищої професійної школи в Коніні (Польща); **Пагутя М.В.** – кандидат педагогічних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Пантюк Т.І.** – доктор педагогічних наук, професор (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Петречко О.М.** – доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Печарський А.Я.** – доктор філологічних наук, професор (Львівський національний університет імені Івана Франка); **Синкевич Н.Т.** – кандидат мистецтвознавства (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Ситник О.М.** – доктор історичних наук, доцент, завідувач кафедри (Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького); **Сташевська І.О.** – доктор педагогічних наук, професор, проректор з навчальної роботи (Харківська державна академія культури), заслужений діяч мистецтв України, академік (Міжнародна академія наук педагогічної освіти); **Сташевський А.Я.** – доктор мистецтвознавства, професор, завідувач кафедри (Харківська державна академія культури), заслужений діяч мистецтв України, академік (Міжнародна академія інформатизації); **Стєник Ю.О.** – доктор історичних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Стреначікова Марія** – доктор наук (doc. CSc., PhD.), (Академія мистецтв у Банській Бистриці); **Тельвак В.П.** – кандидат історичних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Чик Д.Ч.** – доктор філологічних наук, доцент (Кременецька обласна гуманітарно-педагогічна академія імені Тараса Шевченка); **Янишин Б.М.** – кандидат історичних наук, старший науковий співробітник (Інститут історії України НАН України); **Яремчук В.П.** – доктор історичних наук, професор (Національний університет «Острозька академія»)

Рецензенти:

Астаф'єв О.Г. – д.філол.н., проф. каф. теорії літ., компаратив. і літ. тв. (Ф КНУ ім. Т. Шевченка); **Паладка Г.М.** – д.пед.н., проф. каф. ф-но вик. та худ. культ. (М НТУ ім. М. Драгоманова); **Скотня Н.В.** – д.філос.н., проф., зав. каф. практ. психол., ректор ДДПУ ім. І. Франка.

Збірник індексується в міжнародній базі даних **Index Copernicus International**.

На підставі наказу Міністерства освіти і науки України № 6143 від 28.12.2019 р. (додаток 4) журнал внесений до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») у галузі педагогічних наук (011 – Освітні, педагогічні науки, 012 – Дошкільна освіта, 013 – Початкова освіта, 014 – Середня освіта (за предметними спеціалізаціями), 015 – Професійна освіта (за спеціалізаціями), 016 – Спеціальна освіта).

На підставі наказу Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 р. (додаток 1) журнал внесений до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») у галузі філологічних наук (035 – Філологія) та у галузі культури і мистецтва (022 – Дизайн, 023 – Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація, 024 – Хореографія, 025 – Музичне мистецтво, 026 – Сценічне мистецтво, 027 – Музеєзнавство, пам'яткознавство, 028 – Менеджмент соціокультурної діяльності).

Свідчення про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації «Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка» Серія КВ № 19906-9706Р від 14.05.2013 р.

Усі електронні версії статей збірника оприлюднюються на офіційному сайті видання www.aphn-journal.in.ua

Редакційна колегія не обов'язково поділяє позицію, висловлену авторами у статтях, та не несе відповідальності за достовірність наведених даних та посилань.

Засновник і видавець – Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, співзасновники **Льницький В.І., Душний А.І., Зимоля І.М.**
Адреса редакції: Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, вул. Івана Франка, 24, м. Дрогобич, обл. Львівська, 82100. тел.: (03244) 1-04-74, факс: (03244) 3-81-11, e-mail: info@aphn-journal.in.ua

Recommended for publication
by Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University Academic Council
(protocol No 8 from 18.06.2020)

Humanities science current issues: Interuniversity collection of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University Young Scientists Research Papers / [editors-compilers M. Pantyuk, A. Dushnyi, I. Zymomrya]. – Drohobych: Publishing House „Helvetica”, 2020. – Issue 30. Volume 1. – 282 p.

The publication is intended for those who is interested in the High School Pedagogics and psychology, philology, art development.

Editorial board:

M. Pantyuk – Editor-in-Chief, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Vice-Rector for Scientific Work (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical); **A. Dushnyi** – Co-Editor, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University), Corresponding Member (International Academy of Pedagogical Education); **I. Dmytriv** – Corresponding Secretary, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **V. Andriev** – Doctor of History, Professor (Kyiv Grinchenko University); **I. Bermes** – Doctor of Arts, Professor, Head of the Department (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **M. Haliv** – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **V. Halyk** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Senior Lecturer at the Department (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **J. Gzhesiak** – Dr. Gab., Associate Professor (Konin Higher Secondary School of Education); **H. Hrytsenko** – Candidate of Historical Sciences (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **V. Dutchak** – Doctor of Arts, Professor, Head of the (Vasyl Stefanyk Precarpathian National University); **V. Žaiets** – Candidate of Art Studies, Deputy Dean of the Faculty of Folk Instruments (National Music Academy of Ukraine named after Peter Tchaikovsky); **I. Zymomria** – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department (Uzhgorod National University); **P. Ivanyshyn** – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **O. Kvas** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department (Higher School of Ivan Franko National University of Lviv); **R. Korsak** – Doctor of Historical Sciences, Professor, Head of the Department (Uzhhorod National University); **V. Masnenko** – Doctor of History, Professor, Head of the Department (Bogdan Khmelnytsky Cherkasy National University); **N. Maftyn** – Doctor of Philology, Professor (Vasyl Stefanyk Precarpathian National University); **P. Matskiy** – Doctor of Philology, Professor, Head of the Department (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **Y. Medvedik** – Doctor of Arts, Professor, Head of the Department (Ivan Franko National University of Lviv), Professor of the Department (Drohobych State Pedagogical University); **O. Nemerzhitska** – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor (General Pedagogy and Preschool Education of Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **L. Orshanskyi** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Head of the Department (Ivan Franko State Pedagogical University); **M. Pawlak** – Dr. habil. in Philology, Professor (Poland); **M. Pahuta** – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (Ivan Franko State Pedagogical University); **T. Pantiuk** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **O. Petrechko** – Doctor of History, Professor, Head of the Department (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **A. Pecharskyi** – Doctor of Philological Sciences, Professor (Lviv National University); **N. Synkevych** – Candidate of Arts (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **O. Sytnyk** – Doctor of History, Associate Professor, Head of the Chair (Bogdan Khmelnytskyi State Pedagogical University); **I. Stashevska** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Vice-Rector (Academic Affairs of Kharkiv State Academy of Culture), Honored Worker of Arts of Ukraine, Academician (International Academy of Pedagogical Education); **A. Stashevskyi** – Doctor of Arts, Professor, Head of the Department (Kharkiv State Academy of Culture), Honored Worker of Arts of Ukraine, Academician (International Academy of Informatization); **Y. Stetsyk** – Doctor of Historical Sciences, Associate Professor (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **M. Strenachikova** – Doctor of Science (Doc. CSe., PhD.), (Academy of Arts in Banska Bystrica); **V. Telvak** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical University); **D. Chyk** – Doctor of Philology, Associate Professor, (Taras Shevchenko Kremenets Regional Humanities and Pedagogical Academy); **B. Yanyshyn** – Candidate of Historical Sciences, Senior Research Associate (Institute of History of Ukraine of the NAS of Ukraine); **V. Yaremchuk** – Doctor of History, Professor (Ostroh Academy National University)

Reviewers:

O. Astafjev – Doctor of Philology, Professor of Literature Theory, Comparative Literature and Literary Work Department of Philology Institute Kyiv of ational Taras Shevchenko University; **H. Padalka** – Doctor of Education, Professor of piano performance and artistic culture Department of Art Institute National Pedagogical Dragomanov University; **N. Skotna** – Doctor of Philosophy, Professor, Head of Applied Psychology Department, Rector of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University.

The collection is included in such international databases as Index Copernicus International.

According to the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine as of 28.12.2019 No 6143 (annex 4), the journal is included in the List of scientific professional editions of Ukraine (category “B”) on pedagogical sciences (011 – Educational, pedagogical sciences, 012 – Pre-school education, 013 – Primary education, 014 – Secondary education (subject specialization), 015 – Professional education (in the field of specializations), 016 – Special education).

According to the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine as of 17.03.2020 № 409 (annex 1), the journal is included in the List of scientific professional editions of Ukraine (category “B”) on philological sciences (035 – Philology) and culture and arts (022 – Design, 023 – Fine arts, decorative arts, restoration, 024 – Choreography, 025 – Musical arts, 026 – Performing art, 027 – Museum and monument studies, 028 – Management of socio-cultural activities).

Print media registration certificate «Humanities science current issues: Interuniversity collection of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University Young Scientists Research Papers» series KV № 19906-9706P dd. 14.05.2013.

All electronic versions of articles in the collection are available on the official website edition
www.aphn-journal.in.ua

Editorial board do not necessarily reflect the position expressed by the authors of articles,
and is not responsible for the accuracy of these data and references.

Founder and Publisher – Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University,
co-founders V. Ilnytskyi, A. Dushnyi, I. Zymomrya.

Editorial address: Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, Ivana Franka str., 24, Drohobych, Lviv region,
82100, tel.: (03244) 1-04-74, fax: (03244) 3-81-11, e-mail: info@aphn-journal.in.ua

© Drohobych State Ivan Franko
Pedagogical University, 2020
© M. Pantyuk, A. Dushnyi, I. Zymomrya, 2020

ЗМІСТ

ІСТОРІЯ

Роман КОРСАК, Галина КІШ, Іван ГОДЯ. Організація роботи персоналу ресторанного підприємства.....	4
--	---

МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО

Азиза АБУШОВА. Issues of historical-theoretical research of "Chahargah" mugham in Azerbaijani music art.....	9
Ганна АКРІДІНА. Монументально-декоративне оздоблення кафедральних соборів Одеської єпархії.....	16
Sugra АЛАКВАРЛІ. Psychological heroes created by time (a study of Azerbaijani prose in 2000s).....	24
Михайло АЛЕКСАНДРОВ. Удосконалення працемісткості виготовлення польових блуз німецької армії в роки Другої світової війни.....	28
Анна АЛІШЕР. Концепція сценічного простору у творчому доробку Д. Лідера.....	36
Марина БАРДІК. Монументальний живопис Київського Софійського собору другої половини ХІХ ст.: нові факти та вплив на стінопис Києво-Печерської лаври.....	41
Олена БЕСАРАБ. Фестивалі сучасного музичного мистецтва як один із показників напрямку розвитку масового мистецтва в Україні періоду незалежності.....	47
Тетяна БІЛАН. Символічність образотворчого мистецтва в часі та просторі культури.....	54
Ліана БІЛЯКОВИЧ, Олександра ПЕНЧУК. Інтерпретація костюма другої половини ХІХ ст. в дизайні жіночого одягу 1950–2010-х рр.: образні та формально-конструктивні особливості.....	60
Павло БОЙКО. Роль кларнета у тембровому втіленні образу головної героїні опери Дмитра Шостаковича «Катерина Ізмайлова».....	71
Aynur R. GASIMOVA. Features of musical language in the symphonic creativity of composer Nariman Mammadov.....	79
Aynur GULIYEVA. The embodiment of Huseyn Javid's creativity in music.....	86
Sevinj GULIYEVA. Issues of research of the main features of traditional music in the piano work of Azerbaijani composers.....	93
Гун ВЕЙДІ. Психофізіологічні особливості діяльності диригента хорового колективу.....	100
Юлія ДАНИЛЬЧЕНКО. Творчий шлях Яна Кларка в контексті формування західноєвропейського флейтового мистецтва на зламі ХХ–ХХІ ст.	104
Анатолій ЖУК. Традиція та інновація в українському плернерному русі.....	110
Оксана ЗАХАРОВА. Гастральный стиль советских официальных и «интимных» приемов.....	116
Вікторія КАПІТОНОВА. Характерні риси викладацької діяльності у творчих навчальних закладах.....	122
Ксенія КАТРИЧЕНКО. Концепція функціонального комфорту у формуванні інклюзивного дизайну навчального простору загальноосвітньої школи.....	127
Вадим КОЛОСОК. Музика в українському радіотеатрі: специфіка, виразні засоби, періодизація, постаті митців.....	133
Костянтин КРЕПАК. Симфонізм сучасних українських композиторів як засіб створення моделі художньо-образного сприймання історичної події.....	141
Руслан КУНДИС, Андрій ДУШНИЙ. Провідні авторські баянні школи України як визначальний складник регіональної інструментальної традиції.....	148

Tetiana MASKOVYCH, Khrystyna KAZYMYRIV. Genre of the choral acapella psalm in the creativity of Hanna Havrylets.....	155
Віктор Михалевич. Графічні та змістові особливості карикатур одеських художників початку ХХ століття.....	161
Леся МІХЄЄВА. Вплив символів тематичної візуальної мови на бренд.....	167
Дар'я МОСТОВЩИКОВА. Традиції розписної гарячої емалі Європи та Сходу ХVІІІ століття у сучасному емальєрному мистецтві України.....	173
Вюсаля Фархад НАБИЄВА. Образ короля Артура в творчестві Мэри Стюарт.....	181
Нгуєн ТАЙ ХЫНГ. К репертуарной проблематике в профессиональной подготовке аккордеонистов Вьетнамской национальной академии музыки.....	189
Марина ПОГРЕБНЯК. Танець «модерн» та неокласичний танець в українському балеті ХХІ ст.: шляхи асиміляції та форми презентації.....	195
Ірина П'ЯТНИЦЬКА-ПОЗДНЯКОВА. Музично-мовленнєва проблематика: пропедевтичний аспект.....	205
Віолетта РАДОМСЬКА. Фрактальна геометрія в структурі стінописів інтер'єрного простору (на прикладі поліхромій Модеста Сосенка).....	212
Степан САЛІЙ, Володимир САЛІЙ. Сучасний етап розвитку диригентсько-хорової освіти і педагогіки.....	218
Іванна СВИРИД. Технологія конкурсно-розважальних шоу в діяльності сучасних клубних установ України.....	223
Ірина СЕРЕДЮК. Аспекти експлікації власного семіотичного поля автора в музичному творі.....	229
Олена СТЕЦКОВИЧ. Творча діяльність Г. М. Т. Самнера (Стінга): аспекти вияву мистецької індивідуальності.....	236
Василь СУВОРОВ, Ярослав НАЗАР, Борис КОЦЮРБА. Значення творчого потенціалу у вихованні музиканта у класі баяна-акордеона.....	241
Вероніка ТОРМАХОВА. Афро-американська танцювальна поховальна музика як культурне явище.....	246
Олег ЧУЙКО. Культурні взаємозв'язки Галицько-Волинського князівства з Балканськими країнами.....	250
Юрій ЧУМАК, Ольга СЕНИК, Андрій ДУШНИЙ. Українська приватна учительська семінарія Сестер Василянок та Дрогобицький музичний коледж імені В. Барвінського як осередки духовної формації української молоді.....	257
Ольга ЩЕРБАКОВА, Юрій ЩЕРБАКОВ. Largo Lamentoso Богдани Фільц крізь призму програмної трагіко-драматичної концепції.....	263
Svitlana SHCHITOVA, Kateryna KAPITONOVA. Interpretation of A. Bertran's poetry by M. Ravel in piano suite "Gaspard de la nuit".....	270

РЕЦЕНЗІЇ

Віталій ЯРЕМЧУК. Рецензія на монографію Лазурко Лідії Миколаївни «Польська історична періодика у Східній Галичині ХІХ – початку ХХ ст.: типологія, ідеологія, проблематика».....	275
---	-----

Леся МІХЄЄВА,
orcid.org/0000-0001-9698-5577
аспірантка кафедри графічного дизайну
Харківської державної академії дизайну та мистецтв,
викладач кафедри дизайну
Хортицької національної навчально-реабілітаційної академії
(Запоріжжя, Україна) lesyamikhey@gmail.com

ВПЛИВ СИМВОЛІВ ТЕМАТИЧНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ МОВИ НА БРЕНД

У статті розглядаються такі поняття, як «бренд» та «візуальна мова» за тематичним спрямуванням у музичній сфері мистецтва. Бренд розглядається як комплекс засобів, що створюють упізнання, імідж та довіру до об'єкта позиціонування. Розглядаються базові елементи графічної ідентифікації, на яких насамперед фокусується увага реципієнта. Розкриваються візуальні підходи до відображення символів та знаків, які застосовуються в рекламі, мають свою семантику в тематичній сфері діяльності. Розглядаються символи і знаки музичної сфери діяльності, що претендують на створення окремої тематичної візуальної мови. Аналіз символів та знаків здійснюється від загального – музична сфера діяльності загалом, – до конкретного – стиль у музиці, що відображається в певних знаках та символах, що семантично зрозумілі та становлять певну тематичну візуальну мову. Також розглядається семантика знаків та їх застосування у візуальній комунікації web-ресурсів. Візуальна комунікація розглядається на загальновідомих прикладах кнопок посилань на web-ресурси. Наведені приклади знаків музичних колективів, які претендують на «брендування», описана їх семантика та візуальні особливості. Як приклад, наведені логотипи музичних колективів, на формування логотипу (знаку) яких вплинули символи інших візуальних мов (комп'ютерна сфера діяльності, символи державотворення та патріотизму). Розглянуто перелік видів символів та знаків, які використовуються у створенні логотипів музичних колективів. Зроблено спробу описати психологічно-візуальний вплив знаків та символів на процес їх розуміння як окремого символу візуальної тематичної мови та на процес брендування. Зроблено висновки, що сучасний комп'ютеризований світ вплинув на появу нової візуальної мови, що має певні символи, а це своєю чергою впливає на застосування цих символів в інших тематичних сферах діяльності, в тому числі й музичній.

Ключові слова: бренд, графічна ідентифікація, візуальна мова, символ, знак, візуальна комунікація.

Lesia MIKHIEIEVA,
orcid.org/0000-0001-9698-5577
Graduate Student at the Department of Graphic Design
Kharkiv State Academy of Design and Arts,
Lecturer at the Department of Design
Khortytsia National Educational and Rehabilitation Academy
(Zaporizhzhia, Ukraine) lesyamikhey@gmail.com

THE INFLUENCE OF THEMATIC VISUAL LANGUAGE SYMBOLS ON THE BRAND

The article considers such concepts as “brand” and “visual language” in the field of music. The brand is considered as a set of tools that bring recognition, image and trust to the positioned object. The basic elements of graphic identification which first draw the attention of the recipient are considered. Visual approaches to the display of symbols and signs used in advertising have their own semantics in the thematic activity area. Symbols and signs of the musical sphere, claiming to create a separate thematic visual language, have been considered. The analysis of symbols and signs has been carried out from the general – musical activity sphere – to specific – music style reflected in certain signs and symbols, being semantically clear and making a certain thematic visual language. The semantics of signs and their application in visual communication of web-resources have also been considered. Visual communication is discussed based on well-known examples of links to web-resources. Examples of musical bands’ signs applying for “branding” are provided; their semantics and visual features are described. For example, the logos of musical groups whose logo (sign) formation was influenced by the symbols from other visual languages (computer sphere, state-forming processes and patriotism) are provided. The list of symbols and signs types, used in the creation of musical groups’ logos, has been analyzed. An attempt has been made to describe the psychological and visual influence of signs and symbols on the process of their understandings a separate symbol of visual thematic language and on the process of branding. It is concluded that the modern computerized world has influenced the emergence of a new visual language that has certain symbols, and this, in turn, affects the use of these symbols in other thematic areas, including music.

Key words: brand, graphic identification, visual language, symbol, sign, visual communication.

Постановка проблеми. Нові технології чи напрями розвитку будь-якої сфери діяльності створюють нові знаки і символи, які їх візуально позначають. Розвиток та збільшення кількості таких позначень призводить до створення певної тематичної візуальної мови. Об'єкт позиціонування для створення іміджу приналежності до цієї технології чи напряму використовує ці символи у своїй графічній ідентифікації. Це створює передумову для дослідження впливу певних тематичних візуальних мов на створення елементів графічної ідентифікації та бренду.

Аналіз досліджень. Дослідження у сфері семантики та морфології знаків і символів візуальної мови вивчали Л. Безсонова, О. Бойчук, К. Веркман, О. Гладун, В. Косів, Ю. Лотман, В. Победін, С. Серов. Про знаки, логотипи та їх вплив на бренд писали Ф. Барден, М. Берман, М. Ньюеєр, але їхні дослідження не стосувалися тематичних візуальних мов.

Мета статті – визначити характеристику впливу символів тематичної візуальної мови на бренд об'єкта позиціонування з іншої тематичної сфери діяльності.

Виклад основного матеріалу. У своїй монографії М. Ньюеєр визначає бренд як «шосте чуття клієнта щодо продукту, послуги або компанії» (Ньюеєр, 2017: 31). З його точки зору, бренд – це не логотип і не рекламна стратегія, це реакція і відклик клієнтів на рекламну стратегію; вагомим є не те, що говорить про себе компанія, а те, що говорять про неї люди.

Позиціонування бренду відбувається як із загального сприйняття об'єкта позиціонування, так і з підсвідомої властивості людини звертати увагу на деталі. Якщо перед очима людини постійно з'являються характерні візуальні образи, символи, знаки, інші елементи графічної ідентифікації, характерні кольори чи шрифти, то такий об'єкт позиціонування краще запам'ятають, його будуть впізнавати за низкою ідентифікаторів. Зорове сприйняття елементів ідентифікації дає змогу сприйняти чи не сприйняти візуальну інформацію, створюючи позитивне чи негативне ставлення до нього, момент довіри чи недовіри.

Нейробіолог із Массачусетського технологічного інституту М. Бар описує цей процес так: «Реакція, що сигналізує про значущість, актуальність або цінність об'єкта, не є окремим етапом після ідентифікації об'єкта. Натомість емоційна реакція супроводжує зорове сприйняття від початку візуальної стимуляції» (Бар, 2004: 617–629). Звернути увагу на товар чи послугу допомагають елементи графічної ідентифікації.

Базовими елементами графічної ідентифікації, на які насамперед реагує людський мозок, є графічні зображення (логотип, знак, символ тощо), набір кольорів та використовувані шрифти.

Про роботу кольорів і шрифтів для реклами і бренду було написано багато праць, тому варто зосередитися на символах і знаках, які використовуються для створення елементів графічної ідентифікації на прикладах логотипів музичних колективів.

Крім розглянутих базових елементів графічної ідентифікації, є і інші, але ми зосередились на таких, на які людський мозок реагує відразу, добре запам'ятовує і легко інтерпретує. Так, символи, що використовуються під час створення логотипів, часто можуть стати окремим знаком, а схожі між собою за змістом та значенням символи можуть скластися у певний візуальний ряд за тематичним спрямуванням. Тут немає значення, чи це візуальна графічна мова чи то просто текст, – будь-яка мова є способом репрезентації, організації і трансляції інформації. Іншими словами, окрема організована візуальна мова дає змогу шифрувати, а реципієнтам – дешифрувати створені візуальні образи.

Певний тематичний набір символів, що ототожнюються з певним об'єктом чи сферою діяльності, можна скласти у візуальну мову. Наприклад, у мистецтві музики є кілька візуальних мов, що позначають зрозумілу для музикантів інформацію, хоч насправді не є буквами. Так, нотний стан є середовищем, на якому розміщуються схожі за виглядом символи – ноти, але залежно від місця розташування вони змінюють своє значення, а залежно від додаткових елементів позначають інформацію про довжину звучання ноти. Таким чином, можна назвати ці символи візуальною мовою, бо кожен символ має своє значення і несе певну інформацію, яку можна безпомилково інтерпретувати. Цим принципом скористувалися розробники цифрових шрифтів, створивши шрифти, де букви замінюють візуальні відображення запису нот на нотному стані.

Такою ж візуальною мовою є запис тих самих звуків на гітарних ладах за допомогою так званих «табулятор», де середовищем є відображення кількості струн на гітарі, а інформацією – цифрове позначення ладів. Тут цифри відіграють роль букв, а місце знаходження символів дає змогу інтерпретувати інформацію, зрозумілу музикантові, що грає на струнному інструменті.

Таким самим чином, із розвитком комп'ютерної техніки та систем програмування з'явилася претензія на появу зрозумілої візуальної мови

в комп'ютерній сфері діяльності. У вжиток увійшли символи, які раніше було б дивно спостерігати окремо від певного тексту, але нині, наприклад, крапка може стояти в будь-якому місці слова чи словосполучення, позначаючи доменне ім'я. Таким чином, об'єкт позиціонування надає асоціативно інформацію про власну причетність до комп'ютерних технологій. Можна перерахувати низку таких знаків пунктуації та шрифтових символів, що більш-менш належать до позначень цифрових технологій, а це створює дає змогу говорити про візуальну мову комп'ютерної сфери діяльності, яка впливає на всі інші сфери, що так чи інакше пов'язані із комп'ютерною тематикою.

Здебільшого це пов'язано з переходом багатьох сфер діяльності на роботу в мережі Інтернет. Символи і знаки, що застосовуються в комп'ютерній сфері діяльності, стають загальноживаними і зрозумілими пересічному користувачеві мережі, вони починають відігравати роль не лише ідентифікаційну, а й комунікативну. Якщо раніше під поняттям «візуальна комунікація» розумівся зв'язок шляхом засобів візуалізації, що визначається як передача ідей та інформації у формах, які можна прочитати або розглянути (Бобало, 2015), то нині великі тематичні ресурси створюють свою візуальну мову для комунікації з клієнтом. Така комунікація здебільшого покладається на зір і в основному включає в себе знаки, типографіку, графіку, ілюстрацію, цифрову анімацію тощо. Розробка символів та знаків візуальної комунікації на інтернет-ресурсах нині є одним із напрямів розвитку графічного та медіадизайну, бо вони мають властивість бути зрозумілими без підказок та текстового супроводу будь-якою мовою світу.

Візуальна комунікація в мережі Інтернет стала важливою формою комунікації, коли користувачі знаходяться онлайн. Оглядаючи інтернет-ресурси, очі виконують важливу візуальну функцію сприйняття інформації. І тут велике значення має інтерфейс ресурсу, його здатність до зручної комунікації, швидкого знаходження необхідної інформації коротким поглядом, а не вчитуванням у довгі написи. Інтерфейс, тобто все те, що відображається на екрані монітора при перегляді web-ресурсу, і знаки мають бути зрозумілими без додаткових вказівок та пояснень. Наприклад, для зручності користувача інтерфейс сайту певного музичного колективу, в ідеалі, має відображати елементи графічної ідентифікації (логотип, кольори, шрифти та інші додаткові візуальні ідентифікатори), посилання на інші ресурси та соціальні мережі, контактну інформацію,

посилання на контент-канали, де можна прослухати чи переглянути їхню творчість.

Для більшого розуміння інформації, поданої засобами візуальної комунікації, варто розглянути найпростіші приклади їх застосування. Наприклад, web-ресурс «Офіційний сайт Братів Гадюкіних» (дата доступу 09.04.2020), крім текстової інформації, містить кнопки-посилання на інші інтернет-ресурси, що відображаються загальновідомими знаками, які вже стали брендом.

Для ефективної реклами своєї творчості музичний гурт «Брати Гадюкіни» має свої сторінки в певних соціальних мережах, таких як Facebook та Twitter, які мають усталені стандартні знаки, та використовує контент-канали Youtube та Soundcloud (рис. 1).



Рис. 1. Знаки візуальної комунікації у вигляді кнопок-посилань на соціальні мережі та контент-канали в оригінальному вигляді та з офіційного сайту Братів Гадюкіних

Червоно-чорні знаки з сайту «Братів Гадюкіних» візуально адаптовані під загальний дизайн сайту, але все одно залишаються зрозумілими, бо інтерпретація зображень таких знаків реципієнтом є суб'єктивною. Якщо основний образ знаку зчитується, то вже неважливо, яким кольором він відображений. Людський мозок зорову інформацію сприйме як належне, якщо знак є зрозумілим, навіть якщо він відрізняється від загальновідомих.

Цим принципом і керуються розробники графічної ідентифікації, створюючи логотипи, знаки і символи, які згодом запам'ятовуються, упізнаються, отримують зворотній зв'язок від реципієнтів та статус бренду, але відбувається це у більш глобальному масштабі.

На прикладі логотипів музичних колективів можна розглянути характерні особливості та візуальні підходи до відображення символів і знаків. Розглянемо саме такі логотипи музичних колективів, які мають символи та знаки в назві як ідею та оригінальну значущість.

Так, логотипи можуть виглядати як одна літера чи шрифтовий символ. Такий підхід використовує багато транспортних брендів (Toyota, Honda, Tesla тощо). Для музичних колективів це буде знак групи, що використовується окремо від напису назви або є основним графічним ідентифікатором. Наприклад, знак українського музичного колективу «Ероlets» є окремим елементом, що нагадує шеврон, але насправді це написання букви «О»,

що інтерпретується саме як буква лише в написі назви гурту (рис. 2).



Рис. 2. Вигляд знаку та логотипу музичного колективу «Epolets»

Логотип може складатися із символів мов, що існують, та абрєвіатур, тобто складноскорочених слів, що виникають внаслідок утворення з перших літер слів, що входять до складу повної назви чи поняття. Це логотип, який складається з кількох букв, але не є словом. Сєнс таких назв стає зрозумілим під час розшифрування повної назви музичного колективу. Такий підхід використовується музичними колективами, які вже мають певну аудиторію і можуть змінювати, тобто скорочувати, напис своєї назви до певного графічного відображення. Найвідомішим українським прикладом такого скорочення назви є гурт «Танок на майдані Конго», назву якого було скорочення до абрєвіатури «ТНМК». Цей підхід використовує й музичний колектив «Гуляй Город», що скоротив свою назву до двох букв, записаних латиницею, стилізованих під кнопки включення електрообладнання, – «GG» (рис. 3).



Рис. 3. Логотипи у вигляді абрєвіатури музичних колективів «Танок на майдані Конго» та «Гуляй Город»

Також одним із поширених підходів до створення знаків музичних колективів є використання ініціалів, тобто перших літер імені та прізвища персони. Сєнс розшифрування такої назви також стає зрозумілим під час використанні повної назви музичного колективу. Серед українських гуртів, що використовують ініціали для створення логотипу чи його частини як ідентифікаційний візуальний елемент, можна назвати гурт «Океан Ельзи», що часто використовує персоналізовані ініціали «О.Е.», чи гурт «Воплі Відоплясова», що також використовує персоналізовані ініціали для позначення своєї ідентифікації – «В.В.» (рис. 4).



Рис. 4. Логотипи у вигляді ініціалів музичних колективів «Океан Ельзи» та «Воплі Відоплясова»

Логотипи можуть набути і вигляду буквиць, тобто першої букви розділу тексту чи назви об'єкта. Буквиці (перші літери назв музичних колективів) – доволі поширений підхід до створення скорочень назв. Такий підхід, наприклад, використовує гурт «Шана», скорочений напис якого виглядає як перша буква назви у вигляді давньоруського напису букви «Шта», яка записується з подовженою середньою лінією, – Ш (рис. 5).



Рис. 5. Вигляд знаку музичного колективу «Шана» у вигляді давньоруської букви «Шта» та загальний вигляд логотипу

Логотип музичного колективу інколи виглядає як монограма, тобто стисла позначка перших літер імені чи назви. Вона може набути вигляду лігатури (об'єднання знаків в один друкований символ). Це майже те саме, що й ініціали чи буквиці, але мають більш графічний вигляд. Сєнс і зміст такого скорочення слів також швидко розшифровується. Серед музичних колективів такий засіб використовують, наприклад, «Oy sound system», де знак набуває вигляд двох букв від першого слова назви – «Oy». Серед інших можна назвати такі музичні колективи, як «Мрія життя», «Точка опори» (рис. 6).



Рис. 6. Вигляд знаків музичних колективів «Oy sound system», «Мрія життя», «Точка опори» у вигляді монограми

Це поширені приклади формування графічної ідентифікації за допомогою символів наявних фонетичних мов, на прикладі знаків музичних колективів. Ці приклади дають змогу зрозуміти, яким чином людських мозок інтерпретує графічну інформацію до зрозумілої семантики кожного із символів.

Символи та знаки можуть складатися в тематичну візуальну мову, пов'язану з будь-якою сферою діяльності чи соціального напрямку. Наприклад є багато українських музичних гуртів, які у своїй графічній ідентифікації використовують елементи державотворення України. Такі знаки зчитуються та інтерпретуються людиною саме як

українські чи патріотичні. Наприклад, знак музичного колективу «Нумер 482» містить зображення штрих-коду з номером гурту, який насправді є номером позначення українських товарів в Єдиному реєстрі позначення світових виробників. А житомирський музичний колектив «От винта» в логотипі-емблемі має зображення тризуба – державного символу України (рис. 7).



Рис. 7. Логотипи музичних колективів «Нумер 482» та «От винта»

Такі знаки, які складаються в тематичний візуальний ряд, у сталому вигляді з часом можуть стати символами певної тематичної візуальної мови. Але символи можуть бути не лише зображальними чи фонетичними, а й пунктуаційними. Особливо це помітно в сучасному баченні оточуючого світу через чинники комп'ютерних технологій та систем програмування, де кожен пунктуаційний знак та символ мають командне значення.

Взагалі комп'ютерна сфера діяльності має власні мови програмування, візуальні, пунктуаційні, фонетичні, символи з яких використовуються в процесі створення елементів графічної ідентифікації. Також різні системи кодування можуть стати джерелом запозичення символів для візуалізації образу чи надання зображенню інформативного змісту. Використовуються і загальноживані символи Юнікоду, такі як «равлик», дужки, апостроф, двокрапка, амперсанд, макрон та інші. Використання символів Юнікоду зустрічається і в логотипах музичних колективів (рис. 8).



Рис. 8. Логотипи музичних колективів, які в написі логотипу мають символи Юнікоду (В-амперсанд-В, G-О з нижнім макроном-крапка-А, Hell-двокрапка-On, Kost-апостроф)

Символи Юнікоду та інших систем кодування і програмування, що використовуються в процесі створення візуальних образів та елементів графіч-

ної ідентифікації, загалом можна зарахувати до тематичної візуальної мови. Кожен символ, запозичений із певної мови програмування чи системи кодування, є зрозумілим за значенням або, принаймні, асоціативно налаштовує реципієнта на розуміння приналежності об'єкта спостереження до комп'ютерного чи цифрового світу. Як, споглядаючи на музичні символи, будь-яка людина, навіть недосвідчена у сфері музики, розуміє приналежність об'єкта спостереження до музичної сфери діяльності, так і споглядаючи на символи Юнікоду у візуальному образі, людина автоматично розуміє її приналежність до комп'ютерної сфери діяльності. Це відбувається шляхом асоціативного зчитування символів певних тематичних візуальних мов, які несуть свою семантику, відкриваючи нову морфологію напису.

Символи Юнікоду використовуються із запозиченням семантики його символів із web-програмування. Часто для створення сучасного іміджу, пов'язаного з комп'ютерними технологіями, об'єкт позиціонування використовує в логотипі та інших елементах графічної ідентифікації пунктуаційну крапку, яка позначає розділовий знак між атрибутами та доменом знаходження web-адреси певного ресурсу. Такий підхід використання символів можна розглянути на прикладах поданих нижче музичних колективів. Крім того, музичний колектив «Відчуття тиші» як додатковий елемент графічної ідентифікації використовує знак візуальної комунікації «mute», що перекладається як «німий» і є додатковою візуальною інформацією до морфології назви гурту (рис. 9).



Рис. 9. Логотипи музичних колективів «Чумацький шлях», «Легенда.zp», «Відчуття тиші» з використанням розділового знаку крапки, семантика якої позначає друге слово логотипів як доменне ім'я; знак візуальної комунікації «mute»

Символи будь-якої тематичної візуальної мови, що використовуються у графічній ідентифікації об'єкта позиціонування, створюють ланцюг послідовних процесів від впливу реклами і продакшену на людину до створення бренду.

Цей ланцюг на конкретному прикладі можна описати в такій послідовності: символ тематичної комп'ютерної візуальної мови стає елементом (часткою елемента) графічної ідентифікації,

який є окремим об'єктом цілого комплексу візуального стилю музичного колективу. Візуальний стиль у процесі реклами та продакшену створює імідж та момент упізнання музичного колективу серед конкурентів. Таким чином, відбувається віддача та зворотній зв'язок із клієнтом (фанатом) у вигляді вподобання та довіри, а це і є процес створення бренду.

Висновки. Символи тематичної візуальної мови будь-якої сфери діяльності можуть вносити

корективи в семантику символів іншої тематичної візуальної мови. Сучасна комп'ютерна сфера діяльності стала чинником появи нової візуальної мови, що має певні символи, а це своєю чергою впливає на застосування цих символів в інших тематичних сферах діяльності, в тому числі й музичній. Таким чином, у комплекс заходів, що створюють бренд, можуть входити символи різних тематичних візуальних мов, що дає додаткову інформацію про об'єкт позиціонування, зрозумілі реципієнтам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бар М. Visual objects in context («Візуальні об'єкти в контексті»). *Nature Reviews: Neuroscience*. London: Nature Publishing Group. 2004. № 5. С. 617–629.
2. Бобало О. Комунікативні стратегії : навч. посібник. Львів : Львівська політехніка, 2015. 343 с.
3. Ньюмеєр М. ZAG: найкращий посібник із брендингу / пер. з англ. Ю. Кузьменко. New York : New Riders; Харків : КСД, 2017. 192 с.
4. Офіційний сайт Братів Гадюкіних. URL: <http://www.gady.com.ua/> (дата звернення 09.05.2020).

REFERENCES

1. Bar M. Visual objects in context. *Nature Reviews: Neuroscience*. London: Nature Publishing Group. 2004. Nr 5. Pp. 617–629.
2. Bobalo O. Komunikatyvni stratehii: navchalnyi posibnyk. [Communication strategies: a textbook]. Lviv: Lviv Polytechnic, 2015. 343 p. [in Ukrainian].
3. Neumeier M. ZAG: naikrashchyi posibnyk iz brendynhu [ZAG: The #1 Strategy of High-Performance Brands]. (Yu. Kuzmenko, Trans). New York: New Riders; Kharkiv: KSD, 2017. 192 p. [in Ukrainian].
4. Ofitsiinyi sait Brativ Hadiukinykh. [Official site of the Gadyukin Brothers] URL: <http://www.gady.com.ua/> [in Ukrainian].