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

HUMANITIES SCIENCE CURRENT ISSUES

ВИПУСК 93. ТОМ 1
ISSUE 93. VOLUME 1

Видавничий дім
«Гельветика»
2025

Рекомендовано до друку Вченою радою
Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка
(протокол № 14 від 22.12.2025 р.)

Актуальні питання гуманітарних наук: / [редактори-упорядники М. Пантюк, А. Душний, В. Ільницький, І. Зимомря]. – Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2025. – Вип. 93. Том 1. – 388 с.

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

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 (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Ільницький В.І.** – співредактор, доктор історичних наук, професор (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **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); **Батюк Т.В.** – кандидат історичних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Баукова А.Ю.** – кандидат історичних наук, доцент (Львівський національний університет імені Івана Франка); **Бермес І.Л.** – доктор мистецтвознавства, професор (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Боровик Л.А.** – кандидат педагогічних наук, доцент (Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука); **Волошин С.М.** – кандидат педагогічних наук (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Гриценко Г.З.** – кандидат історичних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Галів М.Д.** – доктор педагогічних наук, професор (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Галик В.М.** – кандидат історичних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Гук О.В.** – кандидат педагогічних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Гжесяк Ян** – доктор габілітований, надзвичайний професор кафедри (Державна вища професійна школа в Коніні, Польща); **Дутчак В.Г.** – доктор мистецтвознавства, професор (Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника); **Заєць В.М.** – кандидат мистецтвознавства, доцент (Національна музична академія України імені Петра Чайковського); **Зимомря І.М.** – доктор філологічних наук, професор (Ужгородський національний університет); **Іванишин П.В.** – доктор філологічних наук, професор (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Кекош О.М.** – кандидат педагогічних наук (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Корсак Р.В.** – доктор історичних наук, професор (Ужгородський національний університет); **Кравчик М.О.** – кандидат філософських наук, доцент (Міжнародний гуманітарний університет) **Лазурко Л.М.** – доктор історичних наук, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Мартинів Л.І.** – кандидат мистецтвознавства, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Маршалек-Кава Джоанна** – доктор наук, доцент (Університет Миколая Коперника в Торуні, Торунь, Польща); **Масненко В.В.** – доктор історичних наук, професор (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 (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Медвідь О.В. –** кандидат історичних наук (Дрогобицький державний педагогічний 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 (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Пагута 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 (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Печарський А.Я.** – доктор філологічних наук, професор (Львівський національний університет імені Івана Франка); **Попп Р.П.** – кандидат історичних наук (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Синкевич Н.Т.** – кандидат мистецтвознавства, доцент (Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка); **Ситник О.М.** – доктор історичних наук, професор (Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького); **Сташевська І.О.** – доктор педагогічних наук, професор (Харківська державна академія культури), заслужений діяч мистецтв України; **Сташевський А.Я.** – доктор мистецтвознавства, професор (Харківська державна академія культури), заслужений діяч мистецтв України; **Стецик Ю.О.** – доктор історичних наук, професор (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); **Устименко-Косоріч О.А.** – кандидат мистецтвознавства, доктор педагогічних наук, професор (Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка); **Футала В.П.** – доктор 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.** – кадидат історичних наук, старший науковий співробітник (Інститут історії України НАН України); **Яремчук В.П.** – доктор історичних наук, професор (Національний університет «Острозька академія»).

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 (А1 – Освітні науки, А2 – Дошкільна освіта, А3 – Початкова освіта, А4 – Середня освіта (за предметними спеціалізаціями), А5 – Професійна освіта (за спеціалізаціями), А6 – Спеціальна освіта (за спеціалізаціями)).

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 (В11 – Філологія (за спеціалізаціями)) та у галузі культури і мистецтва (В2 – Дизайн, В3 – Декоративне мистецтво та ремесла, В4 – Образотворче мистецтво та реставрація, В5 – Музичне мистецтво, В6 – Перформативні мистецтва, В12 – Культурологія та музеєзнавство, В14 – Організація соціокультурної діяльності).

На підставі наказу Міністерства освіти і науки України № 1290 від 30.11.2021 р. (додаток 3) журнал внесений до Переліку наукових фахових видань України (категорія «Б») у галузі історичних наук (В9 – Історія та археологія).

Реєстрація суб'єкта у сфері друкованих медіа: Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1190 від 11.04.2024 року. Ідентифікатор медіа R30-04753.

Суб'єкт у сфері друкованих медіа: Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка (вул. І. Франка, 24, м. Дрогобич, Львівська обл., 82100, e-mail: dspu@dspu.edu.ua, тел. (03-24) 41-04-74)

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.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

Мови розповсюдження: українська, англійська, польська, німецька, французька, болгарська, румунська.

Засновник – Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка,
співзасновники Ільницький В.І., Душний А.І., Зимомря І.М.

© Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2025
© Пантюк М.П., Душний А.І., Зимомря І.М., 2025

Recommended for publication
by Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University Academic Council
(protocol No 14 from 22.12.2025)

Humanities science current issues / [editors-compilers M. Pantyuk, A. Dushnyi, V. Ilnytskyi, I. Zymomrya]. – Drohobych : Publishing House „Helvetica", 2025. – Issue 93. Volume 1. – 388 p.

The journal is intended for all interested in high school pedagogy, philology, art, and history.

Editorial board:

M. Pantyuk – Editor-in-Chief, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Vice-Rector for Scientific Work (Ivan Franko Drohobych State Pedagogical); **A. Dushniy** – Co-Editor, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **V. Ilnytskyi** – Doctor of History, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **I. Dmytriv** – Corresponding Secretary, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **V. Andrieiev** – Doctor of History, Professor (Kyiv Grinchenko University); **T. Batiuk** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **A. Baukova** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor (Ivan Franko Lviv National University); **I. Bermes** – Doctor of Arts, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **L. Borovyk** – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (Academician Stepan Demianchuk International University of Economics and Humanities); **S. Voloshyn** – Candidate of Pedagogical Sciences (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **H. Hrytsenko** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **M. Haliv** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **V. Halyk** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **O. Huk** – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **J. Gzhesiak** – Dr. Gab., Associate Professor (Konin Higher Secondary School of Education); **V. Dutchak** – Doctor of Arts, Professor (Vasyl Stefanyk Precarpathian National University); **V. Zaiets** – Candidate of Art Studies, Associate Professor (National Music Academy of Ukraine named after Peter Tchaikovsky); **I. Zymomria** – Doctor of Philology, Professor (Uzhgorod National University); **P. Ivanyshyn** – Doctor of Philology, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **O. Kekosh** – Candidate of Pedagogical Sciences (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **R. Korsak** – Doctor of Historical Sciences, Professor (Uzhhorod National University); **M. Kravchyk** – Ph.D. in Philosophy, Associate Professor (International Humanitarian University); **L. Lazurko** – Doctor of History, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **L. Martyniv** – Candidate of Art Studies, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **Marszałek-Kawa Joanna** – Doctor of Science, Associate Professor (Nicolaus Copernicus University in Torun, Torun, Poland); **V. Masnenko** – Doctor of History, Professor (Bogdan Khmelnytsky Cherkasy National University); **N. Maftyn** – Doctor of Philology, Professor (Vasyl Stefanyk Precarpathian National University); **P. Matskiv** – Doctor of Philology, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **O. Medvid** – Ph.D. in History, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **O. Nevmerzhytska** – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor (General Pedagogy and Preschool Education of Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **L. Orshanskyi** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **M. Pahuta** – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **T. Pantiuk** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **O. Petrechko** – Doctor of History, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **A. Pecharskyi** – Doctor of Philological Sciences, Professor (Lviv National University); **R. Popp** – Ph.D. in History, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **N. Synkevych** – Candidate of Arts, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **O. Sytnyk** – Doctor of Historical Sciences, Professor (Bohdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University); **I. Stashevska** – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Academic Affairs of Kharkiv State Academy of Culture), Honored Worker of Arts of Ukraine; **A. Stashevskyi** – Doctor of Arts, Professor (Kharkiv State Academy of Culture), Honored Worker of Arts of Ukraine; **Y. Stetsyk** – Doctor of History, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **M. Strenachikova** – Doctor of Science (Doc. CSc., PhD.), (Academy of Arts in Banska Bystrica); **V. Telvak** – Candidate of Historical Sciences, Associate Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **V. Futala** – Doctor of History, Professor (Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University); **O. Ustymenko-Kosorich** – Candidate of Art History, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor (Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko); **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).

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 № 6143 (annex 4), the journal is included in the List of scientific professional editions of Ukraine (category "B") on pedagogical sciences (A1 – Education Sciences, A2 – Pre-School Education, A3 – Primary Education, A4 – Secondary Education (with subject specializations), A5 – Vocational Education (with specializations), A6 – Special Education (with specializations)).

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 (B11 – Philology (with specializations)) and culture and arts (B2 – Design, B3 – Decorative Arts and Crafts, B4 – Fine Arts and Restoration, B5 – Musical Arts, B6 – Performing Arts, B12 – Cultural Studies and Museum Studies, B14 – Organization of Sociocultural Activities).

According to the Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine as of 30.11.2021 № 1290 (annex 3), the journal is included in the List of scientific professional editions of Ukraine (category "B") on historical sciences (B9 – History and Archeology).

Registration of Print media entity: Decision of the National Council of Television and Radio Broadcasting of Ukraine № 1190 as of 11.04.2024. Media ID: R30-04753.

Media entity: Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University (24, Ivan Franko Str., Drohobych, Lviv region, 82100, e-mail: dspu@dspu.edu.ua, tel. (03-24) 41-04-74)

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.

The articles were checked for plagiarism using the software StrikePlagiarism.com developed by the Polish company Plagiat.pl.

Distribution languages: Ukrainian, English, Polish, German, French, Bulgarian, Romanian.

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

© Drohobych State Ivan Franko Pedagogical University, 2025
© M. Pantyuk, A. Dushnyi, I. Zymomrya, 2025

ЗМІСТ

ІСТОРІЯ

Вадим БЕСПЕКА
ІНСТРУМЕНТИ ТА КАНАЛИ КОГНІТИВНОЇ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ **4**

Антон ГАУК
САКРАЛІЗАЦІЯ МОНАРХА НА СТОРІНКАХ ЄПАРХІАЛЬНОЇ ПРЕСИ: ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ ЛЕГІТИМАЦІЇ ВЛАДИ У РОСІЙСЬКІЙ ІМПЕРІЇ ПОЧАТКУ XX СТ. **11**

Володимир КЛАПЧУК, Ярослава КОРОБЕЙНИКОВА, Тарас БАТЮК
РЕСУРСНА ОСНОВА ВІДНОВЛЕННЯ ОЗОКЕРИТОВИДОБУВАННЯ В ПЕРЕДКАРПАТТІ (ІСТОРИЧНИЙ ЕКСКУРС) **18**

Олеся КУЦЬКА, Наталія КРАВЕЦЬ
РОЗВИТОК ОПК В 2003–2014 РОКАХ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ **25**

Володимир МОРОЗЕНКО
ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ВІЙСЬКОВОГО БУДІВНИЦТВА ГЕТЬМАНАТУ ПАВЛА СКОРОПАДСЬКОГО **35**

В'ячеслав ОНИЩАК
АНЕКСІЯ КРИМУ ТА ВІЙНА НА ДОНБАСІ У СВІТЛІ НІМЕЦЬКОЇ ПРЕСИ: МЕДІА-АНАЛІЗ МАТЕРІАЛІВ DIE ZEIT (2014–2015 РР.) **43**

МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО

Валерія БЗЕНКО, Костянтин ВІНОВИЙ, Ірина КРАСИЛЬНИКОВА
ІНТЕРАКТИВНЕ МИСТЕЦТВО ЯК ПРОСТІР ДЛЯ МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІАЛОГУ ТА СОЦІАЛЬНОГО ЗАЛУЧЕННЯ У ХОРЕОГРАФІЧНІЙ ОСВІТІ ТА КУЛЬТУРНІЙ КОМУНІКАЦІЇ **52**

Тетяна БІЛАН
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ХОРЕОГРАФІЧНО-МИСТЕЦЬКИХ ПРОЄКТІВ **61**

Artur BILYI
COLOR SYMBOLISM IN FOOTBALL: PSYCHOLOGICAL IMPACT AND TRADITIONS **66**

Світлана БІЛОУСОВА
ТВОРЧІ ПОРТРЕТИ ДОНЕЧЧИНИ: КОМПОЗИТОР ЄВГЕН МІЛКА (ДО 75-РІЧЧЯ З ДНЯ НАРОДЖЕННЯ) **75**

Яна БОБРОВА,
ВИКОНАВСЬКІ АСПЕКТИ СОЛОСПІВІВ ВОЛОДИМИРА ЗОЛОТУХІНА НА СЛОВА ЛЕСІ УКРАЇНКИ У СВІТЛІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ВОКАЛЬНОЇ ШКОЛИ **83**

Роман БОНЧУК
ФЕНОМЕНОЛОГІЯ КРАСИ, ГАРМОНІЇ ТА СЕКСУАЛЬНОСТІ В МИСТЕЦТВІ ТА ФІЛОСОФІЇ **89**

Галина БОРЕЙКО, Тетяна СОКІЛ
ВІЙСЬКОВА ТЕМАТИКА В СЦЕНІЧНІЙ МОВІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕАТРУ **97**

Валерій БУЛАТОВ
КОНЦЕПТУАЛЬНІ РІШЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ЕСТЕТИКИ В ІНКЛЮЗИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ **103**

Олександр ВАСИЛЬЄВ, Тетяна НЕДЗЕЛЬСЬКА
ДИЗАЙН ЛОГОТИПУ ВЕБСАЙТІВ КОМІКСІВ **110**

Олександр ВІЛА-БОЦМАН
МЕДІАРЕЖИСУРА ХОРОВОГО КОЛЕКТИВУ: ЗАПИСИ, ТРАНСЛЯЦІЇ ТА ЕТИКА АВТОРСЬКОГО ПРАВА ЯК ВИМІР ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ ХОРМЕЙСТЕРА **118**

Дмитро ВОЙТОВИЧ
СУЧАСНА МЕМОРІАЛІЗАЦІЯ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: ГРОМАДСЬКІ ІНІЦІАТИВИ ТА СКУЛЬПТУРНА ЕСТЕТИКА **125**

УДК 7.012:004.738.5:741.5
DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/93-1-15

Олександр ВАСИЛЬЄВ,
orcid.org/0000-0003-1255-3756
доктор філософії з дизайну,
старший викладач кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну
(Київ, Україна) aleksandr.vasylievs@gmail.com

Тетяна НЕДЗЕЛЬСЬКА,
orcid.org/0009-0000-1073-9026
студентка ІІ курсу магістратури факультету дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну
(Київ, Україна) nedzelskatania5@gmail.com

ДИЗАЙН ЛОГОТИПУ ВЕБСАЙТІВ КОМІКСІВ

Стаття присвячена дослідженню, систематизації та узагальненню інформації про особливості дизайну логотипів вебсайтів коміксів як їх обов'язкового елементу. Дослідження містить огляд, узагальнення та систематизація наукових і дизайн-практичних досліджень, які можуть бути релевантними для дизайну логотипів вебсайтів коміксів – зокрема, через такі підходи: загальні характеристики логотипів успішних вебсайтів коміксів; особливості дизайну логотипів у цифрових/вебконтекстах, специфіка логотипів у жанрі коміксів. Результати аналізу підтверджують актуальність теми роботи. ***Методологічною основою*** *дослідження стали комплексний підхід, методи візуально-аналітичного, морфологічного, структурного і порівняльного аналізу об'єктів дослідження, систематизація інформації про різновиди логотипів всесвітньовідомих вебсайтів коміксів.* ***Мета дослідження*** *полягала у розробці їх рекомендацій щодо дизайну логотипу для вебплатформи українських коміксів, що поєднує функцію онлайн-бібліотеки та творчого хабу для художників на основі систематизованої інформації з наукових джерел та результатів аналізу дизайну логотипів відомих вебсайтів коміксів.* ***Результати досліджень*** *дозволили виокремити основні принципи створення дизайну логотипів для вебсайтів коміксів: баланс між емоційною привабливістю, читабельністю, відповідністю стилю коміксів і адаптивністю до різних цифрових платформ. В роботі проаналізовано дизайн логотипів всесвітньовідомих вебсайтів коміксів, визначено та систематизовано інформацію про їх характерні ознаки та сучасні тенденції розвитку з акцентом на індустрію коміксів і графічних романів. Проведено аналіз психологічного впливу кольор, шрифтів та форми логотипу на сприйняття бренду. Розроблено критерії вдалого логотипу для вебплатформи коміксів із урахуванням культурних особливостей і цільової аудиторії. Розроблено рекомендації щодо створення універсального дизайну логотипу, який адаптується для різних форматів: десктопний інтерфейс, мобільні додатки, друковані матеріали, мерч тощо. Визначено та описано принципи створення логотипів для українських вебсайтів коміксів, що підкреслюють національну ідентичність.*

Ключові слова: *комікси, вебсайт, логоти, айдентика; візуальна комунікація, характеристики логотипів.*

Oleksandr VASYLIEV,
orcid.org/0000-0003-1255-3756
доктор філософії з дизайну,
старший викладач кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну
(Київ, Україна) aleksandr.vasylievs@gmail.com

Tetyana NEDZELSKA,
orcid.org/0009-0000-1073-9026
2nd year master's student at the Faculty of Design
Kyiv National University of Technology and Design
(Kyiv, Ukraine) nedzelskatania5@gmail.com

LOGO DESIGN FOR COMIC WEBSITES

This article's summary is dedicated to the research, systematization, and generalization of information about the features of logo design for comic websites, as an essential element. The study includes an overview, generalization, and systematization of scientific and design-practical research that may be relevant for designing logos for comic websites –

specifically through approaches such as: general characteristics of logos of successful comic websites; features of logo design in digital/web contexts; and the specifics of logos in the comic genre. The analysis results confirm the relevance of the topic. ***The methodological basis*** *of the research includes a comprehensive approach, methods of visual-analytical, morphological, structural, and comparative analysis of the objects of study, and the systematization of information about the types of logos of world-famous comic websites. The goal of the research was to develop recommendations for logo design for a Ukrainian comic web platform that combines the functions of an online library and a creative hub for artists, based on systematized information from scientific sources and the results of analyzing logos of well-known comic websites.* ***The research findings*** *allow identifying key principles for creating logos for comic websites: balancing emotional appeal, readability, style consistency with comics, and adaptability across various digital platforms.* ***The work analyzes*** *the logo designs of globally recognized comic websites, defines and systematizes information about their characteristic features and current development trends, with an emphasis on the comic and graphic novel industry. An analysis of the psychological impact of colors, fonts, and logo shapes on brand perception was conducted. Criteria for a successful logo for a comic web platform were developed, considering cultural features and the target audience. Recommendations were created for designing a universal logo that can be adapted for different formats: desktop interfaces, mobile apps, printed materials, merchandise, etc. Principles for creating logos for Ukrainian comic websites that emphasize national identity were identified and described.*

Key words: *comics, website, logos, identity; visual communication, logo characteristics.*

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному просторі логотип виконує не лише естетичну, але й стратегічну функцію, забезпечуючи диференціацію серед конкурентів, формуючи перше враження та підсилюючи емоційний зв'язок між брендом і споживачем. Особливої ваги ця проблема набуває у сфері коміксів, де візуальний стиль і графічна мова є основними каналами комунікації з цільовою аудиторією. Створення логотипу для вебсайту коміксів має на меті не лише виокремлення бренду, а й передачу його цінностей, жанрової специфіки та культурного контексту. У цьому аспекті логотип виступає не просто графічним символом, а інтегрованим елементом ідентичності, що впливає на довіру споживачів і формує сталі асоціації у їх свідомості. Зважаючи на все вищесказане актуальним є проведення дослідження особливостей дизайну логотипів всесвітньовідомих вебсайтів коміксів для виявлення їх особливостей та актуальних тенденцій розвитку .

Аналіз досліджень. Метою огляду літературних джерел за визначеною тематикою є узагальнення та систематизація наукових і дизайн-практичних досліджень, які можуть бути релевантними для дизайну логотипів вебсайтів коміксів – зокрема, через такі підходи: загальні характеристики логотипів успішних вебсайтів коміксів; особливості дизайну логотипів у цифрових/вебконтекстах, специфіка логотипів у жанрі коміксів / візуального сторітелінгу. Необхідно зазначити, що наукові дослідження, які здійснюють аналіз дизайну логотипи вебсайтів коміксів, фактично відсутні. Тому в роботі розглянуто загальні дослідження логотипів паралельно з тематикою коміксів і вебдизайну. Проведений аналіз охоплює академічні й практичні публікації щодо дизайну логотипів та дослідження вебкоміксів і цифрових медіа.

Логотипи дедалі частіше позиціонуються не лише як графічні маркери, а як комплексні візуальні конструкції, здатні формувати асоціації, емоційний відгук і рівень довіри аудиторії до бренду. Згідно з дослідженнями Henderson і Cote, ефективність логотипу значною мірою визначається узгодженістю стилістичних рішень із загальною ідентичністю бренду. Вони доводять, що простота, унікальність та відповідність змісту мають ключове значення для забезпечення впізнаваності та функціональності логотипу (Henderson & Cote, 2019).

Аналізу загальних характеристик дизайн-практик дозволяє виділити ряд ознак, які повторюються в роботах про «гарні» логотипи успішних брендів. Передусім це простота. На думку науковців логотип вебсайту повинен бути простим, легко пізнаваним і без зайвих деталей. Як зазначено в статті (Logo Design: The 5 Characteristics of Great Logos): «Логотип має бути простим. … Більшість чудових логотипів, як правило, є простими логотипами». Його дизайн має відповідати контексту бренду, платформи та цільової аудиторії (5 Characteristics of Great Logo Design). Логотип має вирізнятись серед конкурентів/аналоги, а після 1-2 переглядів повинен бути легко пізнаваним користувачем. Логотип сучасного сайту має витримувати випробування часом і добре і якісно виглядати у різних розмірах, на різних носіях (десктоп, мобайл, друк тощо) (8 Characteristics of Successful Logo Design). Науковцями виявлено, що колірне та шрифтове рішення логотипу, його форма впливає на враження, читабельність і пов'язані з товарною категорією (Васильєв, 2024). Ряд досліджень присвячені логотипам, для яких читабельність не є головною метою, але вони передають стиль/жанр (у випадку музики, метал-груп) (Rijken et al., 2021). Отже, при створенні дизайні логотипу вебсайту коміксів ці характеристики варто враховувати як базові підвали.

Сучасні дослідження (Васильєв, 2024) доводять, що логотипи сучасних вебресурсів мають додаткові виклики та можливості. Дослідження Jun,Y. і Lee, H. (Jun & Lee, 2020) показує, що анімація логотипу впливає на когнітивні й емоційні реакції користувачів. В контексті вебсайтів коміксів це може бути важливим, а логотип може бути анімованим при завантаженні та інтерактивним. Будучи інтерактивним елементом, логотип є клікабельним та реагує на скролінг та наводження, що необхідно передбачати при розробці дизайну. Хоча конкретних академічних досліджень саме про логотипи вебсайтів коміксів мало, загальні дизайн-принципи можна екстраполювати. Вебсайти коміксів повинні коректно відображати логотип на десктопах, мобайлах, планшетах, у фавіконі, в соцмережах тощо. Це підкреслює значення масштабованості та простоти логотипів вебсайти коміксів, що повинно бути враховано при розробці їх дизайну. На вебсайтах коміксів, де може бути значна кількість візуальних стимулів (кадрів коміксу, анімація, інтерактив), логотип має бути достатньо сильним, щоб виділятись, але не відволікати від контенту. Дослідження W. Guan, D. M. Cho і L. Zheng (Guan et al., 2025) доводять, що анімовані логотипи з непередбачуваними рисами та зображеннями, які викликають почуття, з гедоністичними емоційними зверненнями посилюють стійку увагу користувачів. Валідність векторного формату (SVG), оптимізація для швидкого завантаження, адаптація під темний/світлий режим – ці аспекти впливають на дизайн логотипу у вебсередовищі. Отже, в цифровому контексті дизайн логотипу має враховувати не тільки стиль і брендинг, але й технічні й UX-аспекти.

Окремий напрям сучасних досліджень стосується геометричних характеристик логотипів. R. Van der Lans і R. Pieters довели, що форма й орієнтація графічних елементів прямо впливають на сприйняття бренду. Зокрема, горизонтальні лінії формують відчуття стабільності й гармонії, тоді як вертикальні асоціюються з силою, амбіційністю та розвитком (Van der Lans & Pieters, 2017). Таким чином, структура логотипу виступає інструментом візуальної комунікації, здатним впливати на формування уявлення про «особистість» бренду. J. Park, A. B. Eisingerich і G. Pol у своїй праці наголошують на ролі естетики у брендингу. Вони вказують, що поєднання кольору, форми та графічних ліній визначає рівень емоційної залученості аудиторії. Авторами виявлено, що лаконічні композиції, побудовані на чітких лініях, легше запам'ятовуються і викликають асоціації з професійністю та надійністю (Park., Eisingerich & Pol, 2019).

Узагальнений аналіз проблеми представили S. Bresciani і M. J. Eppler, які здійснили систематичний огляд наукових праць за останнє десятиліття. Вони підкреслюють, що актуальні тенденції у дизайні логотипів орієнтовані на мінімалізм, гнучкість використання в цифровому середовищі та акцент на геометричних формах. Особливе місце займають вертикальні та горизонтальні лінії, які забезпечують універсальність і простоту логотипів у різних медіаформатах (Bresciani & Eppler, 2020).

Хоча сьогодні наукові дослідження про логотипи вебсайтів коміксів майже відсутні, можна виокремити кілька специфічних моментів, спираючись на суміжні дослідження (комікси, веб, ілюстрація, візуальна комунікація тощо) і застосувати їх до логотипів: По-першу, зважаючи на те, що вебсайти коміксів часто належать певному жанру (супергерой, манга, вебтун, графічний роман), їх логотип має відображати цей жанр стилістично. Наприклад, типографіка, форми символіки, колір, які асоціюються з коміксами (напівтон, «вибухові» форми, стрілки, балончики слова тощо). По-друге, комікси – це візуальний контент, тому логотип може поєднувати шрифтові та графічні елементи. При цьому важливо балансувати між декоративністю (яка може «перевантажити») і читабельністю. По-третє, вебсайт коміксів часто має панелі, анімації, скрол-історії. Логотип може бути частиною цього досвіду (наприклад, трансформуватись при загрузці, змінюватись в темній/світлій темах, бути інтерактивним елементом). Аудиторія коміксів часто є більш вимогливою до стилю й культури. Тому логотип має мати елементи, які одразу сигналізують «це саме про комікси», але водночас бути унікальним, не переплутаним з іншими платформами чи видавництвами. Комікси часто передають не лише історію, але й настрій. Логотип може створювати очікування (жанр, гумор, драма). Вважається, що доцільно використовувати принципи назви бренду та цифрової ілюстрації у створенні бренд-ідентичності (Evans, 2024). Часто комікси переглядають на мобайлах, і логотип має добре виглядати навіть у маленькому форматі (favicon, мобайл-шапка), а також на великих екранах (webtoon, планшет). Це підсилює потребу в простоті, масштабованості та адаптивності для логотипів вебсайтів коміксів.

Підсумовуючи зазначене вище, можемо констатувати, що в сучасній науковій літературі вивчалися теми, що висвітлюють питання дизайну логотипів вцілому. Проте, питаннями дизайну логотипів вебсайтів коміксів не приділено достатньої уваги з боку науковців. Тому тема є актуальною і своєчасною, зважаючи на розширення сфери діяльності.

Мета дослідження полягає в розробці обґрунтованих рекомендацій щодо дизайну логотипу для вебплатформи українських коміксів, що поєднує функцію онлайн-бібліотеки та творчого хабу для художників на основі систематизованої інформації з наукових джерел та результатів аналізу дизайну логотипів відомих вебсайтів коміксів.

Виклад основного матеріалу. Логотип – це перше, що бачить користувач, коли заходить на вебсайт коміксів. Завдяки логотипу користувач може швидко розпізнати потрібний вебсайт або бренд. Він задає тон усьому бренду: показує стиль історій, емоції персонажів і жанровий напрям (від героїчного до гумористичного чи драматичного). Сьогодні коли комікси виходять не лише на папері, а й онлайн середовищі, дизайн логотипу для вебсайту стає ключовим елементом айдентики. Він повинен бути поєднанням креативу, технології та розуміння жанру. Логотип має не просто прикрашати сайт, а бути візуальним продовженням історій, яку розповідають його комікси. Тому логотип – це не лише знак, а емоція, що запам'ятовується. Він не лише забезпечує впізнаваність, але й створює емоційний зв'язок із аудиторією.

Комікси мають власну візуальну мову, що поєднує яскраві кольори, динамічні шрифти і характерну стилістику ілюстрацій. Для коміксів характерним є використання нестандартних, енергійних гарнітур, які нагадують ручне написання. Використання в логотипах іконічних «speech bubbles» або чіткого чорного обведення підсилюють асоціацію з коміксом. Насичені червоний, синій, жовтий, що часто використовують в коміксах, є класикою історій про супергероїв. Для індікоміксів можуть використовувати пастельні або неонові відтінки. Всі ці елементи часто інтегруються у логотипи вебсайтів коміксів.

Для вебсайтів коміксів характерні логотипи текстового та комбінованого типу. Форма та колір у дизайні логотипу є ключовими складовими його дизайну, адже саме вони формують перше враження споживача та закладають основи візуальної ідентичності бренду. У сучасному дизайні логотипів їх розглядають як потужні комунікаційні засоби, що поєднують психологічний вплив, культурні асоціації та функціональні особливості. Для вебсайтів коміксів ці два чинники мають особливе значення, оскільки сам жанр коміксів відрізняється високою насиченістю кольору, експресивністю форм та чіткою стилізацією персонажів і сюжетів. Форма логотипу виконує базову роль у створенні «мови бренду», адже кожен елемент має власний візуальний код. У дослідженні «Розробка елементів фірмового стилю магазину коміксів» (Омельченко та інші, 2024) підкреслюється, що форма логотипу має враховувати особливості коміксної культури, наприклад, використання стилізованих шрифтів, промальованих контурів або ілюстративних деталей. Логотип платформи для коміксів може поєднувати знаковий образ (маскот або символ) і типографічний елемент (назву платформи), що відповідає сучасним трендам у брендингу. У наукових працях із теорії графічного дизайну зазначено, що геометричні форми часто асоціюються зі стабільністю та впорядкованістю, тоді як органічні лінії й абстрактні композиції передають креативність і динаміку (Wheeler, 2021).

Геометричні елементи допомагають структурувати логотип та зробити його легко відтворюваним у цифровому форматі. Вони також мають важливу семантичну функцію: Круг, що символізує гармонію, єдність і безперервність, часто використовується в логотипах компаній, орієнтованих на співпрацю або інновації (наприклад, Pepsi). Квадрат і прямокутник асоціюються зі стабільністю, порядком і професійністю. Цей графічний елемент використовують у сферах, де важливі надійність і строгість (наприклад, банки або технологічні компанії). Трикутник уособлює динаміку, розвиток і силу. Він часто зустрічається в логотипах спортивних брендів або організацій, що орієнтовані на прогрес (наприклад, Adidas).

Психологічний аспект кольору в брендингу ґрунтується на культурних, історичних та емоційних асоціаціях, що формуються у сприйнятті користувачів. Кольори логотипів не лише створюють естетичну привабливість, а й підсилюють меседж бренду. Так, червоний символізує енергію, динаміку та емоційність; синій асоціюється зі стабільністю і довірою; зелений викликає асоціації з природністю та розвитком; жовтий і помаранчевий часто використовують для підкреслення оптимізму, гумору та креативності (Labrecque & Milne, 2013), чорний – таємницю, серйозність та глибину. Комбінація кольорів допомагає передавати тон коміксів ще до того, як користувач прочитає їх перші сторінки. Вибір кольорової палітри для логотипів вебсайтів коміксів потребує врахування двох факторів: візуального характеру жанру коміксів, що базується на яскравих, контрастних кольорах; специфіки онлайн-інтерфейсу, де надмірна насиченість може ускладнювати сприйняття та навігацію.

Лінія є одним із базових елементів, який визначає структуру та візуальний ритм логотипу. Вертикальні й горизонтальні лінії часто застосовують для створення чіткої геометрії, організації

простору та акцентування на ключових елементах. Для вебсайтів коміксів це особливо актуально, оскільки структура «кадрів» і «панелей» у мальописах сама по собі заснована на лінійній композиції. Вертикальні лінії символізують силу, стабільність та рух угору. У логотипах вони використовуються для створення асоціацій з розвитком, поступом, динамікою. Логотип також відображає ставлення компанії до своєї діяльності. Наприклад, грубі лінії в дизайні символізують міцність і стабільність, тоді як тонкі лінії вказують на витонченість, легкість і сучасність (LitoPrint, 2021).

Шрифт є невіддільною частиною логотипу, особливо для вебплатформ, де він має бути читабельним у різних розмірах. У коміксній індустрії існує традиція використання рукописних або стилізованих шрифтів, що підкреслюють індивідуальність бренду (Wheeler, 2021). Водночас сучасний вебдизайн віддає перевагу мінімалістичним шрифтам із чіткою геометрією, що забезпечує універсальність і простоту інтеграції в інтерфейс сайту (Caldas, 2021).

На вебсайтах логотип має бути не лише ефектним, а й технічно адаптивним. Він має чітко виглядати і на банері, і в favicon, мати мінімалістичні рішення, зважаючи на те, що надто деталізовані рисунки втрачають читабельність на мобільних екранах. SVG-формат є найкращим для швидкого завантаження, чіткості на Retina-дисплеях та масштабування.

В ході дослідження виявлено, що тематика логотипу для вебсайту коміксів є найрізноманітнішою, від супергероїв до вебкоміксів. Так для логотипів та вебсайтів про супергероїв характерною є потужна типографіка, металічні ефекти, блиск та динаміка руху. Для логотипів та вебсайтів манг та аніме-коміксів характері акуратні лінії, ієрогліфи, мінімалістичний підхід із японською естетикою. Для логотипів та вебсайтів гумористичних коміксів навпаки характерні веселі шрифти, криві контури та яскраві кольори. Авторські інді-комікси характеризують атмосферність, рукописні елементи та емоційний настрій. Тому в дизайні їх логотипів доцільно використовувати відповідні елементи.

Розглянемо детальніше дизайн логотипів (рис. 1, рис. 2.) відомих вебсайтів коміксів. Для всіх їх характерними є простота та характер. Логотип Marvel Comics – яскравий, простий і впізнаваний знак, що уособлює світ супергероїв, дії та епічних історій. Marvel Comics (класичний логотип 2000-х) – масивний прямокутний блок із назвою, де горизонтальні лінії літер створюють відчуття монолітності й сили. Червоний фон підкреслює динаміку, але саме горизонтальна основа робить логотип стійким і впізнаваним (рис. 1, а). Це логотип текстового типу, де використано жирний, чіткий і потужний шрифт без зарубок (sans-serif). Стиснутий напис «MARVEL» заповнює всю форму прямокутника, що підкреслює масштаб і значущість бренду. Червоний вказує на енергія, героїзм і дія, а білий – на справедливість, чистоту і добро. Усе разом створює відчуття енергії, героїзму та могутності, що асоціюються з основними темами всесвіту Marvel Comics В цілому логотип виражає силу, динаміку та впевненість бренду. Саме цей логотип став символом супергеройської культури. Отже, для логотипу Marvel Comics. характерна мінімалістична форма (текст і два кольори), що забезпечило його високу запам'ятовуваність та дозволили стати іконою попкультури. Логотип має відмінну адаптивність і легко масштабується для будь-яких носіїв. Він повністю відповідає динаміці супергеройського жанру.

а б в

Рис. 1. Логотипи вебсайтів коміксів: а – Marvel Comics; б – Webtoon; в – Tapas

Характерним для логотипів вебсайтів коміксів є поєднання вертикалей і горизонталей. Найефективнішими є рішення, де вертикальні та горизонтальні лінії взаємодіють у композиції. Це дозволяє створити асоціацію з панелями коміксу – ключовим графічним елементом жанру. Як приклад можна навести логотип Webtoon (рис. 1, б) популярної платформи для публікації цифрових коміксів. Логотип комбінованого типу, що має форму стилізованої "бульбашки для коміксів" із написом WEBTOON всередині великими літерами. В дизайні логотипу використано жирний, без зарубок, геометричний шрифт та два кольори зелений, що асоціюється з креативністю, молодістю та енергію, та білий, що підкреслює креативність, молодість і енергія. Форма бульбашки натякає на спілкування, історії та комікси. Логотип Webtoon передає: креативність і відкритість платформи для всіх авторів; простоту та доступність контенту; дух сучасності й цифрової культури; молодіжну, динамічну естетику.

Ще один з найбільш відомих логотипів в сфері коміксів має компанія Tapas Media Inc. (США, заснована у 2012 р.). Це логотип комбінованого

типу, що складається з двох частин – графічного символу (піктограми) та напису tapas. Графічний елемент – це зазвичай чорна шапочка та крапля з посмішкою, яка нагадує обличчя персонажа з очима та усмішкою – дружній, позитивний образ. Іноді символ зображений на жовтому тлі у формі кола. Основні кольори: жовтий, чорний і білий. В логотипі використано м'який, округлий, без зарубок (sans-serif) шрифт, із плавними лініями, який викликає відчуття доброзичливості, легкості та творчості. Використовується чорний колір тексту, що контрастує з яскравим жовтим фоном. Композиція логотипу проста, гармонійна, добре читається навіть у маленькому розмірі, що важливо для застосунків і вебсайтів. В цілома логотип відображає легкість, доброзичливість і творчість платформи для коміксів і новел.

Рис. 2. Логотипи вебсайтів коміксів: а – DC Comics; б – Image Comics; в – Dark Horse Comics; г – ComiXology

DC Comics (оновлений логотип 2012 року) – у варіанті для цифрових платформ вертикальна складова літери «D» поєднана з лінійним згином, що створює ефект «розгортання сторінки». Вертикаль тут підкреслює ідею росту та переходу у нову цифрову добу (рис. 2, а).

Логотип видавництва Image Comics – вертикальний прямокутник із заокругленим верхом, який виглядає як колонка чи «стовп». Така форма символізує сталість і водночас нагадує друкарську сторінку (рис. 2, б). Dark Horse Comics має логотип, основний символ якого побудований на зображенні коня. При цьому блокова структура логотипу має чітку горизонтальну основу, що створює відчуття стабільності і балансу між ілюстративною частиною та текстом (рис. 2, в).

Логотип ComiXology (рис. 2, г) символізує поєднання коміксів і технологій, сучасність і простоту цифрового читання та інноваційний підхід Amazon до комікс-індустрії. «X» – ключовий елемент, що вказує на перетин («cross») між коміксами та технологією. Зелений колір – асоціюється з інноваціями, цифровим середовищем і зростанням. Мінімалізм логотипу відображає технологічну сутність сервісу й зручність у користуванні.

На основі результатів проведеного аналізу визначено, що дизайн логотипу для українських платформ коміксів має спиратися не лише на загальносвітові тренди, а й на локальний культурний код. Використання мотивів української орнаментики, стилізованих образів природи або народних символів дозволяє створити унікальний бренд, що підкреслює культурну ідентичність та підтримує розвиток локальної креативної індустрії. Важливим є врахування аудиторії, яка включає як українських читачів і авторів, так і міжнародних користувачів. Тому логотип має залишатися універсальним і легко зрозумілим для глобальної аудиторії. Для українських вебсайтів коміксів можна виділити наступні рекомендації щодо дизайну логотипів. Використання елементів культурної унікальності та ідентичності для платформи коміксів може стати важливим інструментом популяризації локальної культури та візуальної мови. Важливими елементами є стилізація українських народних орнаментів у сучасному графічному ключі; використання образів флори і фауни, що символізують силу та свободу; баланс між національною ідентичністю та універсальністю, щоб бренд залишався привабливим для міжнародної аудиторії. Важаємо доцільним використання акцентного кольору для головного елемента логотипу, що привертає увагу. Можливе використання 2–3 допоміжних кольорів, які доповнюють основний і формують гармонійну палітру. Культурний контекст також має значення, а тому для українського бренду доцільно використовувати кольорові асоціації, пов'язані з природними мотивами чи народними орнаментами (синьо-жовті кольори, а також поєднання зелених і червоних акцентів), але в сучасній стилізації. Доцільним є використання шрифтів без зарубок (sans-serif) для забезпечення сучасності та зручності читання. Можливий контраст між товщиною ліній штрихів в шрифтах для підвищення впізнаваності. Водночас шрифт має залишатися легким для сприйняття у мобільних інтерфейсах. Можливе використання стилізованих елементів, що нагадують коміксні «бабли» чи каліграфію. Доцільно розробляти варіанти для темної та світлої теми сайту, що підвищує доступність дизайну для користувачів з різними пристроями. В якості найбільш вдалих прикладів з міжнародної практики варто врахувати досвід компаній Marvel, DC та Image Comics, що демонструють простоту та лаконічність дизайну і сталості логотипів. Ці бренди рідко змінюють основну форму логотипу, лише оновлюючи його графічне оформлення відповідно до тенденцій, що забезпечує сталу впізнаваність та спадкоємність візуального стилю.

Сучасні наукові дослідження щодо штучного інтелекту (ШІ) доводять його сильний вплив на процес створення логотипів, зробивши сам процес швидшим, доступнішим і водночас технологічно більш просунутим. Сьогоденні інструменти на основі ШІ здатні автоматично розробити етапи, від аналізу до генерації ринку готових дизайнів. Однак якісний результат вимагає не лише використання технологій, але й великого розуміння бренду та творчого підходу. Основні переваги розробки логотипів за допомогою ШІ це швидкість, автоматизація процесів дозволяє створювати логотипи значно швидше, ніж за традиційного дизайну. Такий варіант є більш вигідний для клієнтів, оскільки ШІ генеруючи необхідні варіанти зменшує час, а відповідно витрати на послуги дизайнера. Тестування в реальному часі дозволяє моделювати використання логотипу в різних умовах до його остаточного затвердження. Доступність також є головним плюсом, оскільки користувачі без спеціалізованих навичок можуть створити базовий логотип за допомогою онлайн-інструментів. Враховуючи позитивні сторони ШІ, не потрібно забувати про його недоліки, а саме відсутності унікальності яка базується на шаблонах, тому створені логотипи можуть бути схожими між собою. Алгоритм генерує ідеї без контекстуальної інтеграції тим самим не даючи користувачу бажаного результату.

Висновки. Дослідження логотипу для вебсайтів коміксів доводить, що він є ключовим елементом комунікаційної стратегії бренду, який виконує як естетичну, так і маркетингову функцію. Визначено, що створення логотипу для платформ та вебсайтів коміксів є комплексним завданням, яке вимагає інтеграції мистецьких і маркетингових підходів та врахування культурного контексту. Розробка такого візуального символу не лише забезпечить впізнаваність бренду, але й сприятиме розвитку української коміксної індустрії, підтримуючи молодих авторів та залучаючи міжнародну аудиторію.

В ході дослідження на основі аналізу літературних джерел та логотипів відомих вебсайтів коміксів систематизовано інформацію про їх типові характеристики та визначено актуальні сучасні тенденції їх дизайну. В роботі розроблено рекомендації щодо дизайну логотипів українських платформ і вебсайтів коміксів. Розглянуто роль ШІ у створення дизайну сучасних логотипів, доцільність його використання, позитивнв та негативні чинники.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєв О. С. Дизайн веб-сайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти : дис. … доктора філософії мистецтвознавства : 022 «Дизайн». Київ : КНУТД, 2024. 390 с.
2. Омельченко Г. В., Бахаревич А., Борисов Ю. Розробка елементів фірмового стилю магазину коміксів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*. Київ: КНУТД, 2024. Т. 2. С. 324–327.
3. Bresciani S., Eppler M. J. Brand logo design: a literature review and research agenda. *Journal of Brand Management*. 2020. № 27(6). P. 679–694.
4. Caldas L. Graphic design in the digital age. London: Routledge, 2021.
5. Characteristics of Great Logo Design. URL: https://liamfoster.design/graphic-design-blog-inside/5-characteristics-of-great-logo-design (дата звернення 20.09.2025).
6. Evans S. The Role of Digital Illustrations In Communicating Brand Identity. DOI:10.13140/RG.2.2.17135.85925. Metropolitan University. 2024. 30 p.
7. GuanW., Cho D. M., Zheng L. Embracing chaos: the unpredictability of animated logos shapes users' sustained attention. 2025. Original Research PUBLISHED 06 August 2025 DOI 10.3389/fpsyg.2025.164272.
8. Henderson P. W., Cote J. A. Developing effective logos: the role of brand and design consistency. *Journal of Consumer Research*.2019. № 46(3). P. 491–509.
9. Huang L. The Role of Animated Logos in Digital Branding. *Journal of Visual Communication.* 2020. №14(3). C.45–56.
10. Jun Y., Lee H. Static and Animated Brand Logos: Interplay of Brand Logos and Brand Personality on Emotional and Cognitive Effects.*The International Journal of Visual Design*. 2020, №14(3). P. 15-28. DOI:10.18848/2325-1581/CGP/v14i03/15-28.
11. Labrecque L. I., Milne G. R. Exciting red and competent blue: the importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2013. № 41(5). P. 711–727.
12. LitoPrint. Навіщо потрібен логотип. 2021. URL: https://litoprint.com.ua/navischo-potriben-logotip (дата звернення: 04.09.2025).
13. ResearchGate. Static and Animated Brand Logos: Emotional and Cognitive Effects. 2021. URL: https://www.researchgate.net (дата звернення 22.09.2025).
14. Rijken G. J., Cutura R., Heyen F., Sedlmair M., Correll M., Dykes J., SmitN. Illegible Semantics: Exploring the Design Space of Metal Logos. 2021. DOI: https://doi.org/10.48550/arXiv.2109.01688 .
15. Park J., Eisingerich A. B., Pol G. The power of aesthetics in marketing: logos, colors, and shapes. *Journal of Business Research*. 2019. № 98. P. 45–61.
16. Takeflyte. Logo Design: The 5 Characteristics of Great Logos. 2024 URL: https://www.takeflyte.com (дата звернення 15.09.2025).

17. Van der Lans R., Pieters R. The shape of logos influences brand personality. *International Journal of Research in Marketing*. 2017. № 34(4). P. 849-867.

18. Wheeler A. Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team. Hoboken, NJ : Wiley, 2021. 400 p.

19. 8 Characteristics of Successful Logo Design. URL: https://www.prorealtech.com/characteristics-of-logo-design (дата звернення 18.09.2025).

REFERENCES

1. Vasyliev O. S. (2024) Dyzain veb-saitiv elektronnoi komertsii: evoliutsiia, estetychni aspekty [E-commerce website design: evolution, aesthetic aspects] : dys. … doktora filosofii mystetstvoznavstva : 022 «Dyzain». Kyiv : KNUTD. [in Ukrainian].

2. Omelchenko H. V., Bakharevych A., Borysov Yu. (2024) Rozrobka elementiv firmovoho styliu mahazynu komiksiv. [Development of corporate identity elements for a comic book store] Aktualni problemy suchasnoho dyzainu. Kyiv: KNUTD, 2024. V. 2. 324–327. [in Ukrainian].

3. Bresciani, S., Eppler, M. J. (2020) Brand logo design: a literature review and research agenda. *Journal of Brand Management*. 27(6):679–694.

4. Caldas, L. (2021) Graphic design in the digital age. London: Routledge,

5. Characteristics of Great Logo Design. URL: https://liamfoster.design/graphic-design-blog-inside/5-characteristics-of-great-logo-design .

6. Evans, S. (2024) The Role of Digital Illustrations In Communicating Brand Identity. DOI:10.13140/RG.2.2.17135.85925. Metropolitan University.

7. Guan,W., Cho, D. M., Zheng, L. (2025) Embracing chaos: the unpredictability of animated logos shapes users' sustained attention. Original

Research PUBLISHED 06 August 2025 DOI 10.3389/fpsyg.2025.164272.

8. Henderson, P. W., Cote, J. A. (2019) Developing effective logos: the role of brand and design consistency. *Journal of Consumer Research*. 46(3):491–509.

9. Huang, L. (2020) The Role of Animated Logos in Digital Branding. *Journal of Visual Communication.* 14(3):45–56.

10. Jun, Y., Lee, H. (2020) Static and Animated Brand Logos: Interplay of Brand Logos and Brand Personality on Emotional and Cognitive Effects.*The International Journal of Visual Design*. 14(3):15-28. DOI:10.18848/2325-1581/CGP/v14i03/15-28.

11. Labrecque, L. I., Milne, G. R. (2013) Exciting red and competent blue: the importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 41(5):711–727.

12. LitoPrint. (2021) Навіщо потрібен логотип. 2021. URL: https://litoprint.com.ua/navischo-potriben-logotip .

13. ResearchGate. (2021) Static and Animated Brand Logos: Emotional and Cognitive Effects. URL: https://www.researchgate.net .

14. Rijken, G. J., Cutura, R., Heyen, F., Sedlmair, M., Correll, M., Dykes, J., Smit, N. (2021) Illegible Semantics: Exploring the Design Space of Metal Logos. DOI: https://doi.org/10.48550/arXiv.2109.01688 .

15. Park, J., Eisingerich, A. B., Pol, G. (2019) The power of aesthetics in marketing: logos, colors, and shapes. *Journal of Business Research*. 98:45–61.

16. Takeflyte. (2024) Logo Design: The 5 Characteristics of Great Logos. URL: https://www.takeflyte.com.

17. Van der Lans, R., Pieters, R. (2017) The shape of logos influences brand personality. *International Journal of Research in Marketing*. 34(4):849-867.

18. Wheeler, A. (2021) Designing brand identity: an essential guide for the whole branding team. Hoboken, NJ : Wiley.

19. 8 Characteristics of Successful Logo Design. URL: https://www.prorealtech.com/characteristics-of-logo-design .

Дата першого надходження рукопису до видання: 24.11.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 10.12.2025
Дата публікації: 30.12.2025