

УДК 004.02:03.03+003.07+003.08+002+003::74
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/52-2-12>

Христина МАТВИСІВ,

orcid.org/0000-0002-1357-3348

*студентка III курсу кафедри дизайну та основ архітектури
Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка»
(Львів, Україна) kristi.matvisiv@gmail.com*

Руслан ГАЛИШИЧ,

orcid.org/0000-0002-2459-7580

*кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри дизайну та основ архітектури
Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка»
(Львів, Україна) Ruslan. Y. Halysch@lpnu.ua*

Ольга МЕР'Є,

orcid.org/0000-0002-4178-2286

*кандидат архітектури,
доцент кафедри дизайну та основ архітектури
Інституту архітектури та дизайну Національного університету «Львівська політехніка»
(Львів, Україна) Olha.V.Merie@lpnu.ua*

ПРОБЛЕМА ВИКОРИСТАННЯ КИРИЛИЧНИХ ШРИФТІВ У ДИЗАЙНІ ОДЯГУ УКРАЇНСЬКИХ БРЕНДІВ

Досліджено використання кириличних шрифтових композицій у дизайні одягу українських брендів. У сучасному суспільстві існує проблема розвитку українських брендів одягу у напрямку поширення використання кириличних шрифтових гарнітур у дизайні текстилю. Були проаналізовані дослідження та публікації, що висвітлюють проблему створення оригінальних українських шрифтових гарнітур, історичний розвиток типографічного мистецтва на теренах України, використання шрифтів у дизайні одягу, зокрема кириличних гарнітур у продукції українських брендів. Встановлено, що шрифт на одязі дозволяє підкреслити значення повідомлення, є основним способом комунікації зі споживачем та представляє модельєра і людину, котра носить цей одяг. При розробці українських шрифтів, часто не враховуються особливості кириличної абетки. Дизайнери опираються на поради щодо створення шрифтових гарнітур для латинського алфавіту, специфіка якого відрізняється від кириличного. Шрифт української мови повинен мати індивідуальний дизайн, а не використовувати чужі гарнітури, які невдало адаптовані на слов'янський шрифт. На основі експериментального дослідження доведено, що використання українських шрифтів на одязі варто розвивати для привернення уваги споживача, а для цього потрібно збагачувати українське мистецтво типографіки та розробляти нові шрифти. Виявлено, що існує попит на продукцію українських брендів одягу із використанням шрифтових композицій українською мовою, із року у рік збільшується кількість замовлень на авторські шрифти. Проаналізовано різні за стилістикою та композицією зразки використання шрифтових повідомлень на одязі сучасних українських брендів та встановлено, що найбільш вдалими шрифтовими композиціями є ті, що передають національну ідентичність, уособлюють тисячоліття еволюції шрифтових символів України та відповідають сучасним тенденціям. Натомість композиції, шрифтове наповнення яких побудоване на основі латинського алфавіту, некоректно передають задум дизайнера.

Ключові слова: український шрифт, типографіка, дизайн одягу, шрифт, кириличне письмо, шрифтові композиції.

Khrystyna MATVISIV,

orcid.org/0000-0002-1357-3348

3rd year student at the Department of Design and Fundamentals
Institute of Architecture and Design of the Lviv Polytechnic National University
(Lviv, Ukraine) kristi.matvisiv@gmail.com

Ruslan HALYSHYCH,

orcid.org/0000-0002-2459-7580

Candidate of Art History,
Associate Professor at the Department of Design and Architecture Fundamentals
Institute of Architecture and Design of the Lviv Polytechnic National University
(Lviv, Ukraine) Ruslan.Y.Halyshych@lpnu.ua

Olha MERIE,

orcid.org/0000-0002-4178-2286

Candidate of Art History,
Associate Professor at the Department of Design and Architecture Fundamentals
Institute of Architecture and Design of the Lviv Polytechnic National University (Lviv, Ukraine)
Olha.V.Merie@lpnu.ua

THE PROBLEM OF USING CYRILLIC FONTS IN CLOTHING DESIGN OF UKRAINIAN BRANDS

The use of Cyrillic font compositions in clothing design of Ukrainian brands has been studied. In modern society, there is a problem of development of Ukrainian clothing brands in the direction of spreading the use of Cyrillic fonts in textile design. Research and publications covering the problem of creating original Ukrainian typefaces, historical development of typographic art in Ukraine, the use of fonts in clothing design, including Cyrillic typefaces in products of Ukrainian brands were analyzed. It has been established that the font on clothes allows to emphasize the meaning of the message, is the main way of communication with the consumer and represents the fashion designer and the person who wears these clothes. When developing Ukrainian fonts, the peculiarities of the Cyrillic alphabet are often not taken into account. Designers rely on tips for creating fonts for the Latin alphabet, the specifics of which differ from the Cyrillic alphabet. The font of the Ukrainian language should have an individual design, and not use other language typefaces, which are poorly adapted to the Slavic font. Based on experimental research, it is proved that the use of Ukrainian fonts on clothing should be developed to attract the attention of consumers, and for this we need to enrich the Ukrainian art of typography and develop new fonts. It was found that there is a demand for products of Ukrainian clothing brands using font compositions in the Ukrainian language, the number of orders for author's fonts is increasing from year to year. The stylistic and compositional patterns of using font messages on the clothes of modern Ukrainian brands are analyzed and it is established that the most successful font compositions are those that convey national identity, represent the millennium of evolution of Ukrainian font symbols and meet modern trends. Instead, compositions whose font content is based on the Latin alphabet incorrectly convey the designer's idea.

Key words: Ukrainian font, typography, clothing design, font, Cyrillic writing, font compositions.

Актуальність теми дослідження. У сучасному суспільстві існує проблема розвитку українських брендів одягу у напрямку поширення використання кирилических шрифтових гарнітур у дизайні текстилю. З початком усвідомлення та ствердження суспільством своєї національної ідентичності, поступово зростає попит на одяг та текстиль, що зображає українську ідентичність. Серед найважливіших аспектів розвитку культури можна відзначити мистецтво письма. Саме шрифт, створений за особливою стилістикою, яка бере за основу культурну спадщину, водночас відповідає сучасним вимогам, може задовольнити бажання споживачів.

Вивченню шрифтових композицій як засобу художньої виразності у дизайні текстилю приділив

увагу І. Яковець у своїй статті, де розглянув особливості використання шрифтів на прикладі світових зразків то визначив види композицій текстового характеру. А. Дубрівна та С. Дороніна у своїй роботі висвітлили особливості становлення українських шрифтових гарнітур, також дослідили особливу роль українського шрифту як засобу візуальної комунікації. Ще однією важливою роботою є матеріали Н. Тацей, Р. Квасниці, М. Дубової-Страшевської про використання типографіки та дизайні костюма, де розглянули основні засади шрифту на одязі та проаналізували світові й українські варіанти вирішення типографіки в індустрії моди.

Об'єкт дослідження – українські шрифтові композиції в дизайні одягу українських брендів.

Предмет дослідження – стилістичні, композиційні, колористичні образи в дизайні шрифтових композицій на одязі.

Метою дослідження є висвітлити проблему використання кирилического шрифту в одязі українських брендів та проаналізувати стилістичні, композиційні, колористичні образи в його дизайні.

Гіпотези дослідження: 1) ймовірно, для розвитку використання українських шрифтових композицій у дизайні одягу та зацікавленню споживача у такій продукції потрібно створювати шрифтові гарнітури та композиції, які відрізняються цікавим дизайном, композиційними прийомами; 2) припускаємо, що шрифт, який відтворює національну ідентичність, є найкращим стилістичним вирішенням та зацікавить споживачів в продукції українських брендів одягу; 3) ймовірно, переклад українських слів, висловів, цитат, що відбивають українську культуру, є недоречним і сприймаються негативно.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати стан мистецтва типографіки в Україні.

2. Проаналізувати стилістичні, композиційні, колористичні образи у дизайні одягу із використання типографічних композицій українських брендів.

Комплекс методів та методик для проведення дослідження. Із загальнонаукових традиційних методів у дослідженні використані: 1) камеральні дослідження (включали вивчення бібліографії за тематикою дослідження) проводилися на теоретичному рівні; 2) емпіричні дослідження (застосовано авторську анкету).

Виклад основного матеріалу. Людина взаємодіє із типографікою постійно. Зараз шрифт проникає у кожен сферу нашого життя, його прояви ми спостерігаємо у всіх рекламних джерелах, в дизайні сайтів, інтер'єрів, афіш, плакатів, обкладинках книг, журналів, альбомів музичних гуртів. Саме шрифт та текст дозволяє точно підкреслити значення повідомлення та є основним видом комунікації зі споживачем. Особливу увагу типографіка привертає, коли виходить із лише графічного дизайну та починає формувати фізичний простір. Типографіка, як елемент одягу, стає інструментом передачі інформації, що представляє модельєра та людину, котра носить такий одяг (Тацей та ін., 2022: 133). Досліджуючи історію мистецтва типографіки, встановлено, що шрифтові повідомлення на текстилі існували ще в XIV сторіччі у вигляді дрібних написів на текстилі для церковних обрядів. Використовувалися шрифти, для яких характерним був високий рівень орна-

ментальної організації букв. Такий принцип був покладений в заголовні букви, які прикрашали книги та передавали їх зміст.

Одяг – це не лише естетичний вигляд, він передає позицію та думку його власника і часто містить важливе повідомлення. На сьогодні існує мізерна кількість типографіки на одязі, яка правильно передає повідомлення українських брендів, адже часто використовується шрифт, який написаний латинською абеткою. Причиною цього є загальна тенденція дизайнерів України щодо вивчення корисної літератури іноземного походження. Поради щодо дизайну шрифту у таких виданнях є орієнтованими на латинський алфавіт, а отже – на латинські гарнітури, що унеможливує їх використання на кирилическому алфавіті, оскільки його специфіка є зовсім іншою і потребує окремої уваги. Практично у всьому тексті, який друкується в інформаційному просторі України, у тому числі й інформація на одязі, використовуються шрифти, які були розроблені закордонними виробниками. Без власних шрифтів усі ці тексти здаються чужими, адже вони не несуть у собі української національної культури, мистецтва, світосприйняття та почуття (Срібна, 2014: 118). Шрифт кожної мови повинен мати індивідуальний дизайн, а не використовувати чужі гарнітури, які невдало адаптовані на слов'янський шрифт.

В Україні за весь час її розвитку було багато відомих діячів, які займалися створенням українських шрифтів, які зберігали національну автентичність. Серед них: Григорій Олександрович Золотов, котрий розробляв шрифти для українських грошей та книг; графік та мистецтвознавець Павло Максимович Ковжун; аніматор та художник-ілюстратор Сергій Пилипович Конончук. У повоєнні часи шрифтовою діяльністю займався Василь Йосипович Хоменко, котрий розробив перший український складальний шрифт «Гарнітура Хоменківська». У кінці XX сторіччя з'явилися нові майстри української каліграфії, серед яких Василь Якович Чебанік, відомий каліграф та художник, який описав усю проблему українського шрифту як елементу національного знаку та створив шрифт «Рутенія». Видатними фігурами у просторі української графіки постали графік і оформлювач книг Володимир Іванович Юрчишин та Володимир Володимирович Лазурський – відомий художник книг, графік, каліграф та творець шрифту «Гарнітура Лазурського». Не менш важливим діячем у сфері української типографії є дослідник, книжковий графік, каліграф та педагог Віталій Степанович Мітченко (Іванова, 2021: 41).

Сучасні молоді автори надихаються саме роботами старих творців українського шрифту при

створенні власних зразків. Таким чином, шрифт починає уособлювати тисячоліття еволюції шрифтових символів України. Це, разом із сучасним та актуальним вирішенням згідно з тенденціями, є одними із найважливіших аспектів створення нових українських шрифтів. З року у рік зростає попит на авторські шрифти, збільшується кількість замовлень. Значно розвиваються українські варіативні шрифти. А. Шевченко та К. Ткачов є сучасними творцями шрифтів, завдяки чим працям Україна має шрифтову базу. Андрій Шевченко вважає, що натхнення для розробки шрифтів потрібно черпати із минулого. З найкращих його робіт варто виділити суперсім'ю шрифтів «Оксана». Шрифти Кирила Ткачова уже стали частиною проєктів «Ukraine Now», «NAMU», «Rozetka», «Дія», «Мінкультури», логотип для «Укрзалізниці», рок-фестивалю «Захід-фест», шрифти для розробки фірмового стилю адміністрації Білої Церкви, Луцька та Дніпра та багатьох українських міст. На сучасний український шрифт є держзамовлення, що підкреслює запит суспільства на розвиток української типографіки (Дубрівна, Дороніна, 2021: 12). Серед молодих шрифтовиків визначаються Катерина Королевцева, авторка шрифту «Misto Font», Марія Вайнштейн, котра розробила «Monofontis», Катерина Дрозд, авторка гарнітури «Kharkiv Tone», Максим Кобузан, його авторський шрифт «Cy Grotesk».

На фоні розвитку українського мистецтва типографіки, крім графічного дизайну, створені українськими фахівцями шрифти мають використовуватися у дизайні одягу українських брендів. Зростає потреба національної ідентифікації українців, а отже зростає попит на український товар. Найбільше спостерігається потреба на одяг від українських виробників. Часто, для більшої переконливої підтримки України, споживачі звертають увагу на типографічні написи в патріотичному дусі із використанням української символіки та української мови. Саме для дизайну такої продукції найбільше потрібний шрифт, що передає ідентичність української нації. Натомість дедалі частіше можна зустріти на одязі простий шрифт світових дизайнерів, який був створений для латинської абетки та адаптований під кирилицю. Такий підхід нівелює особливості кирилиці та сприяє збідності української культури (Іванова, 2021: 42).

Було підібрано та розглянуто зразки використання шрифтових композицій в одязі сучасних українських брендів. Важливу роль в розвитку використання українського шрифту відіграли події 2014 року та війна з Росією. Українські дизайнери почали звертатися до українських шрифтів, усвідомивши форми літер з урахуванням історичної спадщини. У роботі Наталії Захарової – футболці

із підписом «Чорнобаївка» – використано шрифт схожий до тих, які вживалися у документах та літературі другої половини XIX сторіччя, зокрема у науково-літературному журналі «Основа», де друкувалися роботи Т. Шевченка та П. Куліша. Крім того, текст виступає своєрідним декоративним обрамленням ілюстрації, підкреслюючи її зміст. На другій роботі – футболці із написом «Харків» – простежується каліграфія часів козацького бароко із великою кількістю виносних елементів (рис. 1).



а)

б)

Рис. 1. Типографіка на футболках автора Наталії Захарової, представлена на сайті благодійного проєкту «The Art for Ukraine»:
а) підпис «Чорнобаївка». Джерело доступу:
<https://artforukraine.world/item/chornobaivka-white-t-shirt/>; **б) підпис «Харків». Джерело доступу:**
<https://artforukraine.world/item/kharkiv-white-t-shirt/>

Цікавий варіант оформлення шрифтової композиції був представлений українським брендом одягу «GEN». В основу композиції покладено національний символ – малий герб України, у якому відомим є шифрування слова «воля». У цьому гербі зашифрована абревіатура «ЗСУ» (Збройні Сили України), для чого потрібно було видозмінити форму літер та вписати їх у впізнавану форму. Зміст підкреслює заливка композиції, яка повторює кольори прапора України (рис. 2а). Вдалим прикладом використання української типографіки на одязі можна зазначити футболки, створені брендом «Bagicade». Найпопулярнішими сюжетами принтів є патріотичні жарти. Творці бренду основною метою дизайну свого одягу вважають використання його, як інструменту самовираження. Одним із виробів є футболка з ілюстрацією Ігоря Неруса із зображенням істоти із кінофраншизи «Чужий». Стилістично ілюстрація оформлена під вишиту сорочку, використані українські національні мотиви. Ілюстрація доповнена рядком із поезії Тараса Григоровича Шевченка «Чужого научайтесь, свого не цурайтесь», написаним шрифтом, що імітує вишивку. Дизайн цієї футболки несе глибокий зміст, передаючи його через жарт (рис. 2б).



а) б)

Рис. 2. Типографічні композиції: а) футболка із написом «ЗСУ» створена брендом «GEN». Джерело доступу: <https://garne.com.ua/ru/cer-naa-hlopko-va-a-futbolka-oversajz-s-patrioticeskim-printom-9000172-p127692>; б) футболка, розроблена дизайнером Ігорем Нерусом для українського бренду «Barricade». Напис «Чужого навчається, свого не цурайтесь». Джерело доступу: <https://vsvivoi.ua/store/zhinocha-chorna-futbolka-z-pryntom-244-020-0002>

Часто дизайнери створюють шрифти, переклавши почерки українських діячів культури, серед яких Тарас Шевченко, Григорій Сковорода, Леся Українка (Скоробогатова, 2021: 93). У 2017 році дизайнерка Надія Юрків представила колекцію «Я в серці маю». Основою принту на тканині є цитата із твору Лесі Українки «Я в серці маю те, що не вмирає», написана рукописним шрифтом авторки. Такий шрифт органічно дивиться із запропонованою ілюстрацією, виконаною в ескізного стилі, та кроєм виробів, що нагадують складені аркуші паперу (рис. 3).

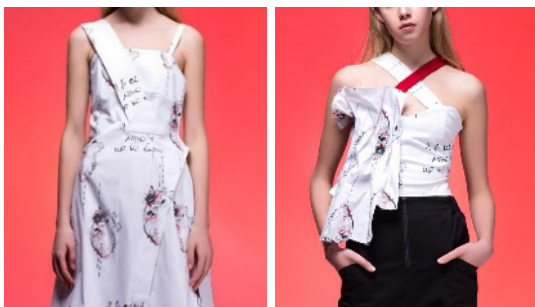


Рис. 3. Типографіка на одязі колекції «Я маю в серці» дизайнера Надії Юрків, 2017. Джерело доступу: <https://nadiayurkiv.com/collections/ss-17/>

Особливістю українських дизайнерів одягу є прагнення поширити українську культуру на весь світ. Для цього часто написи на одязі перекладаються на інші мови, зокрема англійську. У своїй колекції, присвяченій російсько-українській війні 2022 року, дизайнер Жан Гріцфельдт використовує написи українською мовою, із підібраним під кирилицю шрифтом. Проте, той самий шрифт використано і в англійському перекладі, куди він

пасує набагато менше. Помітна також велика різниця ритмів гарнітур та нерівномірність набору, що псує загальний вигляд композиції (рис. 4а). Інший приклад – колекція бренду «JUL» у співпраці із «Ukrainian Folks» – використовує латинський алфавіт зі шрифтовою гарнітурою створеною для нього. Цей варіант подачі є чужим для написаного тексту, адже зображена фраза у перекладі означає «несе Галя воду», що є рядками української народної пісні. Такий підхід не враховує національної ідентичності (рис. 4б).



а) б)

Рис. 4. Вживання типографіки англійською мовою у дизайні одягу українських брендів: а) колекція Жана Гріцфельдта 2022 року. Українською та англійською мовою на одязі написано слова «незалежність», «краса», «мир», «любов», «поезія» тощо. Джерело доступу: <https://tsn.ua/lady/moda/shkola-stilya/ukrayinski-mesedzhi-na-odyazi-ta-zvuki-siren-u-berlini-minuv-pokaz-dizaynera-zhana-gricfeldta-2011696.html>; б) колекція JUL x Ukrainian Folks під назвою «#моякультурнаброня». Джерело доступу: <https://vogue.ua/ua/article/fashion/brend/noviy-drop-jul-x-ukrainian-folks.html>

Результати експериментального дослідження. Мета проведеного дослідження – виявити ставлення українців до проблеми українського шрифту в продукції українських брендів та визначити зацікавленість у розвитку українських шрифтів. У дослідженні взяли участь 43 особи, мешканці України, у віці від 15 до 72 років, здебільшого студенти університетів Львова. Для експериментального дослідження було укладено авторську анкету, яка містить 25 запитань. На запитання «Чи цікавитеся Ви модними показами?» 55,8% респондентів відповіли «так», 44,2% респондентів відповіли «ні». Це дає підстави стверджувати, що багато людей цікавляться модою. Більша частина опитуваних (41,9%) надають перевагу темному одягу, 23,3% – світлим відтінкам і така сама кількість нейтральним кольорам, тоді як 11,6% опитуваних полюбляють одяг яскравих кольорів. 86% респондентів мають шрифтові композиції у своєму гардеробі, у 20,9% це переважна частина одягу. Серед видів написів більшість 32,6% опитуваних віддають перевагу шрифтовим композиціям, які поєднані із домінують картинкою або фото, 20,9% – цитатам та висловам, 16,3% – мотиваційним написам, по 14% назвам брендів та гарним

слова, а композиції на основі окремих літер обрали 2,3%. Серед респондентів 55,8% цікавляться написом спираючись лише на його візуальну складову, але для 90,7% опитуваних важливе значення напису на одязі, та 97,7% стверджують, що футболку із написом можна деякою мірою сприймати інформаційним повідомленням, проте лише 51,2% вважають, що повідомлення повинне бути важливим. 25,6% респондентів завжди звертають увагу на написи на одязі перехожих, 69,8% – інколи. У більшості опитуваних (83,7%) у гардеробі переважають написи англійською мовою, і лише у 11,6% – українською, проте 90,7% хотіли б мати більше одягу з українськими написами та 88,4%

придбали б футболку із патріотичним написом українською мовою. Здебільшого респондентів у шрифті приваблює гарнітура (44,3%), естетичне накреслення слів (34,9%) та зрозумілість напису навколишніми (11,6%). 97,7% опитуваних вважають, що український шрифт потребує збільшення його вживання у дизайні одягу та його варто розвивати. 76,7% респондентів ніколи не друкували власний одяг із текстами, а отже цікавляться готовою продукцією різних брендів, зокрема українських, про яких 46,5% респондентів чули та 30,2% купують їхню продукцію, і продукцією українських підприємців малого бізнесу (74,4%). Кореспондентам серед накреслення літер більше подо-

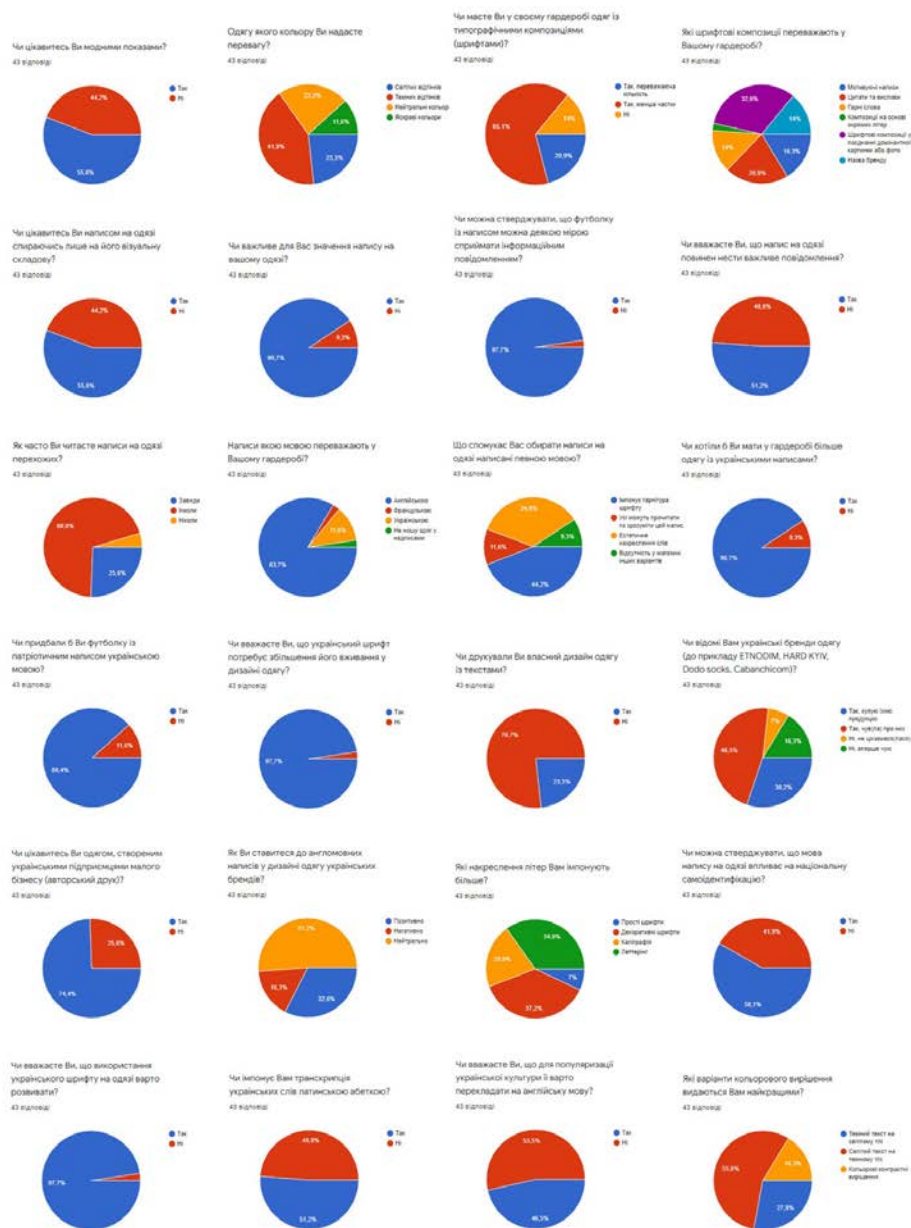


Рис. 5. Діаграми результатів анкетування

баються декоративні шрифти (37,2%), лєттерінг (34,9%) та каліграфія (20,9%). 58,1% опитуваних вважають, що мова напису на одязі не впливає на національну самоідентифікацію. 48,8% кореспондентам не імпонують транскрипція українських слів латинською абеткою і 53,5% проти перекладання української культури задля її популяризації. 46,5% кореспондентів серед запропонованих дизайнів шрифтових композицій обрали той, що використовує шрифт, створений на основі зразків української культури. Щодо кольорових вирішень, опитуваних надали перевагу світлим текстам на темному тлі (55,8%).

Висновки. В результаті дослідження встановлено, що: 1) для розвитку використання українських шрифтових композицій у дизайні одягу та зацікавленню споживача у такій продукції потрібно створювати шрифтові гарнітури та композиції, які відрізняються цікавим дизайном, композиційними прийомами (підтверджено першу гіпотезу); 2) шрифт, який відтворює національну ідентичність, є найкращим стилістичним вирішенням та зацікавить споживачів в продукції

українських брендів одягу (підтверджено другу гіпотезу); 3) переклад українських слів, висловів, цитат, що зображають українську культуру, є недоречним і сприймається негативно (підтверджено третю гіпотезу). Найкращими серед проаналізованих текстильних виробів українських брендів є ті, що використовують у композиціях шрифт, який відтворює національну ідентичність та зображають українську культуру, добре читається на контрастному відносно літер білому або чорному тлі, поєднується зі смисловим образом або ілюстрацією, яка підкреслює зміст повідомлення. Згідно з результатами емпіричного дослідження встановлено, що українські шрифти потребують розвитку та збільшення вживання у дизайні одягу українських брендів. Результати дослідження є цінними для графічних дизайнерів та дизайнерів одягу для подальших наукових досліджень, перспектива яких полягає в опрацюванні основних стилістичних, композиційних, колористичних характеристик для створення та використання шрифтових кирилических гарнітур у дизайні одягу українських брендів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дубрівна А. П., Дороніна С. О. Український шрифт: витоки, етапи формування, стилістичні особливості. *Мистецтвознавчі записки: зб. наук. праць*. Київ. 2021. № 40. С. 10–14.
2. Іванова Д., Мітченко та українське графічне мистецтво. Матеріали XXVII наукової конференції здобувачів вищої освіти. Одеса. 2021. №41. С. 39–45.
3. Куць Я., Дядюх-Богатько Н., Стець С. Особливості кирилических гарнітур у вітчизняному дизайні книги. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну». Київ. 2021. С. 53–56.
4. Мітченко В. Абетка української мови: формотворчий аналіз. *Вісник УАМ*. Київ. 2016. №25 С. 77–85
5. Скоробогатова О. Сучасна українська література. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну». Київ. 2021. С. 91–94.
6. Срібна К. Значення типографіки у створенні бренду. *Вісник КНУТД*. Київ. 2014. №4. С. 117–121.
7. Тацей Н., Квасниця Р., Дубова-Страшевська М. Типографіка в дизайні костюму. Матеріали XVII Міжнародної науково-практичної конференції. Токіо. Японія. 2022. С. 133–137
8. Яковець І. Шрифтові композиції в дизайні текстилю. *Вісник ХДАДМ*. Харків. 2008. №1. С. 134–141.

REFERENCES

1. Dubrivna A. P., Doronina S. O. Ukrainskyi shryft: vytoky, etapy formuvannya, stylistychni osoblyvosti. [Ukrainian font: origins, stages of formation, stylistic features]. *Art history notes: coll. of science works*. Kyiv. 2021. Nr 40. pp. 10–14 [in Ukrainian].
2. Ivanova D. Mitchenko ta ukrainske hrafichne mystetstvo. [Mitchenko and Ukrainian graphic art]. Materials of the 27th Scientific Conference of Higher Education Graduates. Odesa. 2021. Nr 41. pp. 39–45 [in Ukrainian].
3. Kuts Ya., Diadiukh-Bohatko N., Stets S. Osoblyvosti kyrylychnykh harnitur u vitchyznianomu dyzaini knyhy. [Features of Cyrillic typefaces in domestic book design]. Materials of the International scientific and practical conference «Actual problems of modern design». Kyiv. 2021. pp. 53–56 [in Ukrainian].
4. Mitchenko V. Abetka ukrainskoi movy: formotvorchy analiz. [The alphabet of the Ukrainian language: formative analysis]. *Herald of UAM*. Kyiv. 2016. Nr 25. pp. 77–85 [in Ukrainian].
5. Skorobohatova O. Suchasna ukrainska literatsiia. [Modern Ukrainian literature]. Materials of the International scientific and practical conference «Actual problems of modern design». Kyiv. 2021. pp. 91–94 [in Ukrainian].
6. Sribna K. Znachennia typohrafiky u stvorenni brendu. [The importance of typography in creating a brand]. *Herald of KNUVD*. Kyiv. 2014. Nr 4. pp. 117–121 [in Ukrainian].
7. Tatsei N., Kvasnytsia R., Dubova-Strashevskya M. Typohrafika v dyzaini kostiumu. [Typography in costume design]. Materials of the 17th International Scientific and Practical Conference. Tokyo. Japan. 2022. pp. 133–137 [in Ukrainian].
8. Iakovets I. Shryftovi kompozytsii v dyzaini tekstyliu. [Font compositions in textile design]. *Herald of KHDADM*. Kharkiv. 2008. Nr 1. pp. 134–141 [in Ukrainian].