

УДК 811.133.1'373.2:[655.41]»Larousse»:003.626]
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/87-3-42>

Ольга ЧАПЛЯ,
orcid.org/0000-0001-6213-3392
доцент кафедри французької та іспанської філології
Львівського національного університету імені Івана Франка
(Львів, Україна) olha.chaplya@lnu.edu.ua

СЕМАСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ВИДАВНИЧОГО ЗНАКА ФРАНЦУЗЬКОГО ВИДАВНИЦТВА «ЛЯРУС» («LAROUSSE») ТА ЙОГО СУЧАСНІ МОДИФІКАЦІЇ

Предметом дослідження з семіотичного боку є аналіз видавничого знака «Лярус» («Larousse»), що ґрунтується на сучасні модифікації логотипу в діахронічному аспекті. Попри численні модифікації упродовж XIX–XX століття, видавничий знак «Лярус» і в XXI столітті піддався зміні форми, позаяк зберіг смислове значення, завдяки характерним знакам-символам, що розкривають інтенцію та відображають концепцію видання (Чапля, 2024:189-194). З'ясовано, що модифікації знака у діахронічному аспекті дозволяють наочно продемонструвати когнітивні функції знака та шлях, яким пройшов структурний елемент знакової системи, та які додаткові елементи чи споріднені символи набуто.

Установлено, що знакова форма трансформувалася в залежності від тематики видання, що робило його впізнаваним та бажаним у колекціях книголюбів. З'ясовано, що видавничий знак «Лярус», окрім захисної та естетичної функцій, виконує ще й функцію освітнього характеру; логотип має цільовий характер, і є сучасним та інформативним.

Тож, актуальність дослідження є вагомою, бо є продовженням дослідження про референтність видавничого знака, що частково базується на французьких виданнях, які зберігаються у фонді відділу Європейської книги XIX–XX ст. Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника (Чапля, 2024:189). Наведено зображення сучасних логотипів «Лярус» та описано модифікації знака, які здійснили відомі дизайнери Крістіан Делакруа у 2005, Жан-Жіро у 2007 році, відомим під псевдонімом Мебіус (Moebius), та Карл Лагерфельд у 2009 році. З'ясовано, що сучасні митці намагалися змінити форму видавничого знака, позаяк вони зберегли зміст, ідею, закладену у 1876 році архітектором і декоратором Емілем Рейбером (Émile Reiber) та швейцарським художником, гравером та ілюстратором Еженом Грассе (Eugène Grasset). Звернено увагу на те, що естетичний компонент є не менш вагомим, адже завдяки йому знак набуває комунікативної функції, що своєю чергою забезпечує інформаційні процеси у суспільстві. Тож, практичне значення в поєднанні з мистецькою цінністю різних епох наділяють логотип видавництва неабиякою історико-культурною вагою.

Ключові слова: семіотичний аспект, діахронічний аспект, когнітивний аспект, видавничий знак, ідентифікація, модифікація, знаки-символи, символ, естетична функція.

Olga CHAPLYA,
orcid.org/0000-0001-6213-3392
Associate Professor at the French Philology Department
Lviv National University named after Ivan Franko
(Lviv, Ukraine) olgachaplya@ukr.net

SEMASIOLOGICAL ASPECT OF THE PUBLISHING MARK OF THE FRENCH PUBLISHING HOUSE “LAROUSSE” AND ITS MODERN MODIFICATIONS

The subject of the study from the semiotic side is the analysis of the publishing house mark of the publishing house «Larousse», which is based on modern modifications of the logo in the diachronic aspect. Despite numerous modifications during the 19th–20th centuries, the publishing house mark of «Larousse» underwent a change in form in the 21st century, as it retained its semantic meaning, thanks to the characteristic signs-symbols that reveal the intention and reflect the concept of the publication (Chaplya, 2024:189-194). It was found that modifications of the sign in the diachronic aspect allow us clearly demonstrate the cognitive functions of the sign and the path taken by the structural element of the sign system, and what additional elements or related symbols have been acquired.

It has been established that the mark form was transformed depending on the subject of the publication, which made it recognizable and desirable in the collections of book lovers. It was found out that the publishing house mark of «Larousse», in addition to its protective and aesthetic functions, also performs an educational function; the logo has a targeted nature, and is modern and informative.

Therefore, the relevance of the study is significant, because it is a continuation of the study on the referentiality of the publishing mark, which is partly based on French editions stored in the collection of the European Book Department of the 19th–20th centuries of the V. Stefanyk Lviv National Scientific Library of Ukraine (hereinafter – the V. Stefanyk Lviv National Scientific Library of Ukraine) (Chaplya 2024:189). Images of modern logos of «Larousse» are provided

and modifications of the mark which were done by famous designers Christian Delacroix in 2005, Jean-Giroud in 2007, known under the pseudonym Moebius, and Karl Lagerfeld in 2009 are presented. It has been found out that modern artists tried to change the form of the publishing house mark, since they preserved the content, the idea laid down in 1876 by the architect and decorator Emile Reiber and the Swiss artist, engraver and illustrator Eugène Grasset. Attention has been drawn to the aesthetic component is no less important, because thanks to it the mark acquires a communicative function, which in turn ensures information processes in society. Thus, practical significance combined with the artistic value of different eras endow the publishing house logo with considerable historical and cultural weight.

Key words: *semiotic aspect, diachronic aspect, cognitive aspect, publishing mark, identification, modification, mark-symbols, symbol, aesthetic function.*

Постановка проблеми. Стаття написана на базі сучасних французьких зображень видавничих знаків «Лярусу» та його сучасних логотипів. Наведено модифікації знака відомими дизайнерами Крістіаном Делакура у 2005, Жаном-Жіро у 2007 році, відомим під псевдонімом Мебіус (Moebius), та Карлом Лагерфельдом у 2009 році, що є продовженням попереднього дослідження про референтність видавничого знака «Лярусу» у історичному розвитку на базі французьких видань з фонду відділу Європейської книги XIX–XX ст. ЛННБ України ім. В. Стефаника (Чапля, 2024: 189-194). Особливу увагу у дослідженні звернено на когнітивні функції знака у діяхронічному аспекті, що дозволяють наочно продемонструвати сучасні модифікації видавничого знака «Лярусу», яких зазнали структурні елементи знакової системи, споріднені атрибути, прослідкувати як змінилася кольорова гама, а також, які сучасні способи інтерпретації застосовано відомими митцями щодо видавничого знака з тим, щоб надати більшої сучасної виразності, повернути негайну увагу адресата.

Аналіз досліджень. Проведене дослідження опирається на праці у цій царині науковців ЛННБ України ім. В. Стефаника Маргарити Кривенко, Оксани Берези та Галини Мельник-Хоха, Ірини Качур. В основу дослідження покладено теорію швейцарського лінгвіста Фердинанда де Соссюра (Ferdinande de Saussure), а саме його постулати про принципи побудови будь-яких знакових систем та їхнє функціонування. Праці знаних вітчизняних та зарубіжних мовознавців Рея А., Г.Е. Бреккел, Ф.С. Бацевича, О.Д. Оліховської, Н.І. Пашкової допомагають збагнути значущість видавничого знака «Лярусу» як однієї з форм семіотичних позначень, який через символічне зображення розкриває через неприховану конотацію, задум авторів, втілений у сучасних образах. А також є продовженням дослідження, в якому проаналізовано референтний характер логотипу на базі французьких видань, які зберігаються у фонді відділу Європейської книги XIX–XX ст. Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника (Чапля, 2024: 189-194).

Мета статті. Цією роботою прагнемо показати, що видавництво «Лярусу» є сучасним виданням, яке попри більш ніж столітню історію свого існування йде в ногу з часом, застосовуючи нові цифрові технології, дизайнерські мінімалістичні, чи навпаки вдаючись до несподіваних, революційних прийомів у зображенні видавничого знака «Лярусу» з тим, щоб привернути в черговий раз увагу читачів. Аналіз видавничого знака «Лярусу» опирається на діяхронічний метод, що дозволяє показати його модифікацію через зміну форми, доводить значущість когнітивного аспекту у становленні логотипу. Теорія швейцарського дослідника Фердинанда де Соссюра, що покладена в основу дослідження є черговим свідченням того, що знакова форма і є такою, що ідентифікується адресатом, завдяки характерним ознакам, що мають природний характер, є естетичним способом комунікації з адресатами.

Виклад основного матеріалу. Більшість досліджень щодо знакових позначень базуються на окресленні смислового значення знаку, тобто з семантичного, понятійного боку; освоюється в процесі його становлення через часткову модифікацію форм в процесі еволюції.

Семіотика – це наука, яка вивчає знаки і знакові процеси. Вона сформувалася лише у XX ст., хоча знакові підходи до вивчення певних явищ і процесів можна зустріти вже в творах античних та середньовічних вчених. Засновниками цієї науки є швейцарський лінгвіст Фердинанд де Соссюр (1857–1913), та американські філософи Чарльз Пірс (1839–1914) і Чарльз Морріс (1901–1978). Фердинанд де Соссюр спробував розглянути природні мови як знакові системи у рамках нової наукової дисципліни, яку назвав «семіологією» (Оліховська, 2016: 58-60). Чарльз Пірс вніс до наукового співтовариства термін «семіотика». Ця наука не має чітко окресленого предмета дослідження, тому будь-яке явище, чи процес розглядаються з погляду їхнього втілення, і є предметом аналізу семіотики (Пашкова, 2020: 32-38).

Отож, у символі вершиною його виразності є знакова форма об'єктивації. Знак через змістовий розвиток прагне стати символом. Символ, розвиваючи

свою виразність, прагне перетворитися на форму об'єктивного позначення, стати знаком (Пашкова, 2020: 32-38). Когнітивний аспект у дослідженні є не менш вагомим, бо і знак, і символ є певною формою, моделлю розуміння світу, експозиції реальності, за якою стоїть людина. Інакше кажучи, смисл знаку – це сукупність суттєвих рис, властивостей, характеристик предмета, який позначається цим знаком (Gabrielle Le Tallec Llorent, 2012: 17-18).

Знаки-символи – це щось конкретне (предмет, образ), те, що має свій особистий зміст і, разом з тим, відображає дещо загальне, абстрактне (поняття, ідею, гіпотезу, концепцію). «Чистий» знак відрізняється від знаку-символу тим, що перший просто позначає об'єкт, проте сам не має особистого змісту, не несе якоїсь додаткової смислової інформації, що її можна інтерпретувати, тоді як знак-символ узагальнено, абстрактно відображає предмети та їхні властивості, а також осмислює явище через свій особистий зміст, і встановлює певні відношення схожості, подібності між різними предметами та явищами (Енциклопедія сучасної України, 2022).

Знаками-символами можуть стати реальні індивіди, які в силу своїх соціально-психологічних особливостей в певних соціальних умовах є носіями загальних і абстрактних ідей. Наприклад, в історії людства давньогрецький філософ Сократ сприймається як символ мудрості. У мистецтві той чи інший образ реальних живих істот або вигаданих об'єктів часто постає як знак-символ абстрактних властивостей – розуму, таланту, сміливості, мужності, хитрощів, скупості тощо (Енциклопедія сучасної України, 2022).

Знаки-символи полісемічні, тобто, мають багато значень у різних культурах і їх можна по-різному інтерпретувати у тому чи іншому контексті. Їх використовують в усіх видах практичної і теоретичної, матеріальної і духовної діяльності людей – мистецтві, науці, філософії, релігії тощо. Знаки-символи – це знаки з семіотичного боку, що фізично не зв'язані з об'єктами, які вони позначають, їхні значення встановлюються переважно за умовною згодою (Ray, 1983: 19-36). У зв'язку з цим вони набувають статусу умовного позначення і всезагального правила. Так, видавничий знак – це друкарська марка видавця, що вказує на походження та належність видання; один з елементів художнього оформлення книги, книжкової графіки; має охоронне значення (Енциклопедія сучасної України, 2022).

Безперечно семантичний аспект є вагомим у дослідженні, як і прагматичний. Адже, крім практичного значення і мистецької цінності, видавничі знаки становлять неабияку історико-культурну та наукову вартість. Вони слугують важливим дже-

релом вивчення; свідчать про існування мало-відомих або й невідомих зібрань; конкретизують історичні деталі, різні варіанти назв; інформують про величину і зміст колекції (Кривенко, 2011: 422-426). На прикладі сучасних модифікацій видавничого знаку «Лярус» спробуємо розглянути задекларовану тему. Саме мистецька цінність та знаковий характер у нашому дослідженні є однією з передумов популярності назви відомого видавництва, яке не пройшло непоміченим у 19–20 столітті поза межами Франції, і отримало належну популярність і стало бажаним у книголюбів та предметом колекціонування (Качур, 2009: 3-5, Чапля, 2024: 190-194). Не менш важливою складовою сприйняття позначуваного відіграє естетична функція. Саме цей аспект є основою першочергового задуму автором чи групою осіб, чи то видавничого знаку, чи то гасла, яке його супроводжує; визначає інтенційність видання, є своєрідним рекламним прийомом, яке ґрунтується на традиціях видавництва, тематиці пізнавального чи освітнього характеру (Чапля, 2024: 190).

Отже, як відомо гасло «*Je sème à tout vent*» («Сію при будь-якому вітрові») завдячує своїй появі архітектору і декоратору Емілю Рейберу (Émile Reiber), що ще в 1876 році став натхненником ідеї «насінення як зародку знань» (рис. 1).



Рис. 1.

Ежен Грассе (Eugène Grasset), швейцарський художник звертається до образу відомої сіячки (родички відомого видавця Клода Оже), однак за задумом автора молода жінка мала тримати в руках троянду, а не кульбабу («*Le Petit Larousse illustré*») (рис 2, 3) (Чапля, 2024: 189-196).



Рис. 2.



Рис. 3.

Тож, ідея полягала в тому, що видавництво мало за мету розповсюджувати «звичайну і невибагливу науку» («une science familière et sans prétention»). Характерно, що видавничий знак у своєму первісному вигляді проіснував з 1890 р. до 1952 р. (рис 4, 5). Характерно, що упродовж більш ніж століття митці переосмислюють логотип, актуалізуючи його за допомогою нових образів і смислів, елементів та образів, що додають чи змінюють, збагачують або спрощують (Береза, Мельник-Хоха 2018: 255-256). Зокрема модифікують образ жінки, залежно від новаторських ідей, стилю епохи. Більшість прижиттєвих видань зберігаються у фонді відділу Європейської книги XIX–XX ст. Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника (далі – ЛННБ України ім. В. Стефаника). Знані дизайнери розвивали логотип видавництва, кожен відповідно до замовлень, уподобань, власного стилю.



Рис. 4. 1922 рік

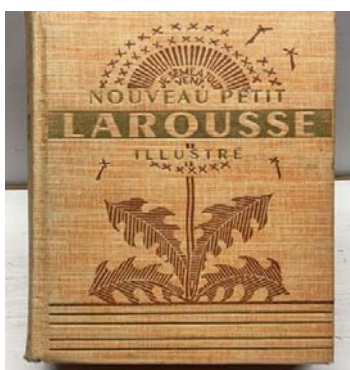


Рис. 5. 1952 рік

Семіотична специфіка символу полягає саме в багатозначності як синхронічної, так і діяхронічної, що зумовлює його невичерпність, здатність трактуватися в кожній ситуації і кожним інтерпретатором по-іншому (Пашкова, 2020: 32-38).

Пропонований нижче дизайн був створений у рамках ребрендингу видавництва, щоб надати йому більш сучасного і мінімалістичного вигляду, зберігаючи при цьому традиційні елементи. Однак, конкретна інформація про автора цього дизайну не розголошується в публічних джерелах (рис. 6).



Рис. 6.

А з нагоди 100-літнього видання славногозвісного словника, знаний дизайнер Крістіан Делакруа змінив образ сіячки, використовуючи яскраву палітру кольорів, у властивій для себе манері зображення. Натхнений модельєр стилізує образ жінки, підсилюючи його символом у формі серця, що своєю чергою є символом кохання, а насіння кульбаби є акцентованим барвами, якими вона з любов'ю ділиться (рис. 7). Поле для фантазій і уяви є чималим для адресатів, та видавничий знак все ж зберігає свій зміст попри сучасні модифікації.

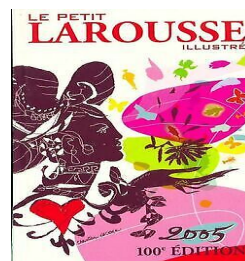


Рис. 7.

У пропонованій версії видання за 2005 рік, логотип, незважаючи на зміну кольорової гами зображуваного, є впізнаваним через характерний жест жінки, що сіє зерна знань. Модифікації є значними, однак впізнаваними, та й саме насіння кульбаби набуває різних форм, які схожі на різнокольорові листочки, чи як у виданні за 2007 рік воно трансформується у кораблі, музичні інструменти, різні впізнавані предмети невеликих форм, що символічно нагадують адресатам про освітній характер видання (рис. 8). Спрацьовує конотативна (впливова) функція, яка спрямована допо-

магати адресанту впливати на ментальну та емоційну сферу адресата, у нашому випадку через відомий, частково модифікований об'єкт (Бацевич, 2004: 27-28).

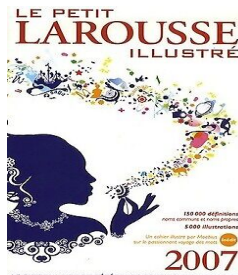


Рис. 8.

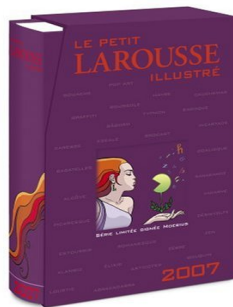


Рис. 9.

Образ жінки надихає дизайнерів обкладинки до експериментів та перевтілень, пошуку естетичних форм, єдиною метою яких є зацікавити адресата, активізувати його інтерес через нову форму. А Жан-Жіро у 2007 році, французький письменник, сценарист, художник, ілюстратор, відомий під псевдонімом Мебіус (Moebius), долучається до плеяди митців, які переосмислюють видавничий знак «Лярусу», у властивій для себе техніці малюнку (рис. 9). Естетичне задоволення, яке отримує адресат від видавничого знака спрямоване на розкриття краси зображуваного, інформативність. Естетична функція якраз і полягає в тому, що є знаряддям для створення культурних цінностей.

Спеціальне видання 2009 року з дизайном видавничого знака від Карла Лагерфельда (рис. 10). Обкладинка чорного кольору з фотографією Карла Лагерфельда із зображенням жінки, яка тримає кульбабу, символізуючи традиційний логотип «Larousse». Така обкладинка надає словнику сучасного і несподіваного вигляду.

На обкладинці можна побачити самого Лагерфельда, а також його стильний підпис, що свідчить про його внесок у дизайн цієї версії словника. Карл Лагерфельд відомий своїм унікальним стилем, який поєднує елегантність і сучасні тенденції. Це видання «Le Petit Larousse Illustré» має особливий,

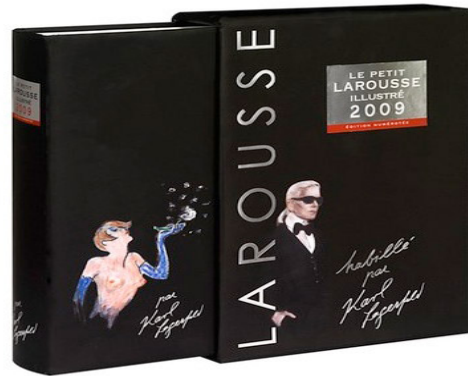


Рис. 10.

розкішний дизайн. Митець надає жінці сміливого образу, несподіваного та експресивного. На мій погляд, цей образ жінки є викликом: на протиположності традиційному логотипові Ежена Грассе, де жінка одягнена. Тоді як жінка Лагерфельда оголена і має елегантні довгі рукавички на руках, а волосся її підстрижене за модою. Жіночий образ Лагерфельда перегукується з естетикою античності, тобто має позитивну конотацію, але разом із тим він є сучасним, якщо не революційним. Красива і модна жінка сіє знання – і таким чином традиційну символічну та ідеологічну іконічність видавництва збережено.

Висновки. У когнітивному аспекті і знак, і знак-символ є певною формою, моделлю розуміння світу, експозиції реальності, за якою стоїть людина. Символ є динамічним знаком, який в процесі еволюції піддається модифікаціям форми, зміні кольорової гами, набуттю естетичних конотацій через художнє переосмислення когнітивного аспекту у становленні логотипу. Семіотичний аспект як спосіб передачі інформації адресатам має прагматико-комунікативний, референційний характер, є цільовим. Відомі дизайнери такі, як Крістіан Делакруа, Карл Лагерфельд, Жан-Жіро не змінюють пізнавальної функції видавничого знаку «Лярусу», удаючись при цьому до традиційних методів, модних брендів, модифікують видавничий знак у такий спосіб, щоб відповідати сучасним стандартам, йти в ногу з часом. Тож, не менш важливою складовою сприйняття відіграє естетична функція, що визначає інтенційність видання, є своєрідним рекламним аспектом, яке ґрунтується на традиціях видавництва, а новаторські ідеї відомих дизайнерів додають більшої виразності, символічності. Тож, видові модифікації видавничого знаку «Лярусу» в діяхро-нічному аспекті, не змінюють його пізнавальної функції, є новаторськими, що своєю чергою додають виданню колекційної та історико-культурної цінності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ: Академія. 2004. 334 с.
2. Береза О., Мельник-Хоха Г. Корпус франкомовних видань XIX – першої половини XX ст. у відділі обмінно-резервних фондів Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. Львів. 2018. Вип. 10. С. 254-261.
3. Качур І. Французька книга в Галичині у другій половині XVIII ст.: Історіографічний аспект. Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. 2009. С. 3-34.
4. Кривенко М. Власницькі знаки як джерело вивчення історичних колекцій. Записки Львівської національної наукової бібліотеки України імені В. Стефаника. 2011. Вип. 3. С. 422-441.
5. Оліховська Ю.Д. Синхронія/діахронія Ф. де Соссюра: Наступність і новаторство. Філологічні науки. Науковий вісник ДДПУ ім. І. Франка. Філологічні науки. 2016. Т.1. Вип. 5. С. 58-60.
6. Пашкова Н. І. Еволюція співвідношення термінів знак і символ у загальній семіотиці, лінгвістиці та культурології. Культура і сучасність : альманах. № 1. Київ : ІДЕЯ ПРИНТ. 2020. С. 32-38.
7. Чапля О.С. Референція видавничого знака «Лярус» («Larousse») на теренах Галичини XIX – першої половини XX століття. Науковий збірник Дрогобицького педагогічного університету ім. Івана Франка «Актуальні питання гуманітарних наук». Вип. № 76. 2024 . С. 189-196.
8. Gabrielle Le Tallec Lloret. Linguistique du signe, linguistique du signifiant : de Mo.La.Che à la cognématique. Gilles Luquet. Morphosyntaxe et sémantique espagnoles - Théories et application, Presses Sorbonne Nouvelle. P. 16-38. 2012.
9. Ray A. Théorie du signe et du sens. Paris: Klincksiek. 1983. T. 1. 538 p.
10. Енциклопедія Сучасної України. 2022. URL: <https://search.app/1sQfWjpPaEBhMTHHA>

REFERENCES

1. Batsevych F.S. (2004). Osnovy komunikativnoi linhvistyky [Fundamentals of communicative linguistics]. Kyiv: Akademia. 334. [in Ukrainian].
2. Bereza O., G. Melnyk-Hokha H. (2018). Korpus frankomovnykh vydan XI – pershoi polovyny XX st. u viddili obminno-rezervnykh fondiv Lvivskoi natsionalnoi naukovoï biblioteky Ukrainy imeni V. Stefanyka [Corpus of French language publications of the funds of the Lviv National Scientific Library of Ukraine named after V. Stefanyk] Zapysky Lvivskoi natsionalnoi naukovoï biblioteky Ukrainy imeni V. Stefanyka. – Records of the Lviv National Scientific Library of Ukraine named after V. Stefanyk. 254-261. [in Ukrainian].
3. Kachur. I. (2009). Frantsuzka knyha v Halychyni u druhi polovyni XVIII st.: Istoriohrafichnyi aspekt [The French book in Galicia in the second half of the 18th century: Historiographic aspect]. Zapysky Lvivskoi natsionalnoi naukovoï biblioteky Ukrainy imeni V. Stefanyka. Notes of the Lviv National Scientific Library of Ukraine named after V. Stefanyk. 3-34. [in Ukrainian].
4. Kryvenko M. (2011). Vlasnytski znaky yak dzherelo vyvchennia istorychnykh kolektsii [Ownership signs as a source for the study of historical collections]. Zapysky Lvivskoi natsionalnoi naukovoï biblioteky Ukrainy imeni V. Stefanyka. – Records of the Lviv National Scientific Library of Ukraine named after V. Stefanyk. 422-441. [in Ukrainian].
5. Olikhovska Yu.D. (2016). Synkhroniia/diakhroniia F.de Sossiura: Nastupnist i novatorstvo [Synchrony/diachrony by F. de Saussure: Continuity and innovation]. Filolohichni nauky. Naukovyi visnyk DDPU im. I. Franka. – Philological Sciences. Scientific Bulletin of the DDPU named after I. Franko. 58-60. [in Ukrainian].
6. Pashkova N. I. (2020). Evoliutsiia spivvidnoshennia terminiv znak i symvol u zahalnyi semiotytsi, linhvistytsi ta kulturolohi. [The evolution of the relationship between the terms sign and symbol in general semiotics, linguistics and cultural studies]. Kultura i suchasnist : almanakh. № 1. Kyiv: IDEIA PRYNT. 32-38. [in Ukrainian].
7. Chaplya O.S. (2024). Referentsiia vydavnychoho znaka «Liarus» («Larousse») na terenakh Halychyny XIX – pershoi polovyny XX stolittia [Reference of the publishing house “Larousse” in the territories of Galicia in the 19th and first half of the 20th centuries]. Naukovyi zbirnyk Drohobyskoho pedahohichnoho universytetu im. Ivana Franka «Aktualni pytannia humanitarnykh nauk». № 76. 186-196. [in Ukrainian].
8. Gabrielle Le Tallec Lloret. (2012). Linguistique du signe, linguistique du signifiant : de Mo.La.Che à la cognématique. Gilles Luquet. Morphosyntaxe et sémantique espagnoles – Théories et application, Presses Sorbonne Nouvelle [Sign linguistics, signifier linguistics: from Mo.La.Che to cognematics. Gilles Luquet. Spanish morphosyntax and semantics – Theories and applications]. 16-38. [in French].
9. Ray A. (1983) Théorie du signe et du sens [Theoretical concepts of sign and meaning]. Paris: Klincksiek. 538. [in French].
10. Entsyklopediia Suchasnoi Ukrainy (2022). [Encyclopedia of Modern Ukraine]. URL: <https://search.app/1sQfWjpPaEBhMTHHA>. [in Ukrainian].