

Ярослав ЛАНЧАК,
orcid.org/0000-0001-9282-8988

аспірант кафедри дизайну
Київського національного університету культури і мистецтв
(Київ, Україна) lanchak0804@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ ДЕРЖАВНОГО УКРАЇНСЬКОГО ТЕАТРУ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У статті розглянуто особливості репрезентації сучасного українського театру в цифровому середовищі засобами вебдизайну. Виявлено вплив новітніх цифрових технологій на процес формування візуального образу сучасного українського театру. Проаналізовано композиційні особливості вебсайтів українських театрів. Констатовано, що розробка вебсайту сучасного українського театру передбачає досягнення кількох цілей: продаж квитків, реклама майбутніх вистав, залучення відвідувачів і обмін важливою інформацією, відповідно основний акцент робиться на репрезентації постановок, здійснених колективом театру засобами вебдизайну таким чином, щоб: сформуванню у користувача ставлення до державного закладу культури і мистецтва, посилити інтерес до культурних практик театру, надати можливість придбати квитки онлайн, задовольнити інформаційні та комунікаційні потреби та ін. Основними критеріями для створення ефективної візуальної ієрархії вебсайту є органічне співвідношення розміру елементів для заголовків або ключових візуальних елементів; колір як стратегія для виділення важливої інформації; розташування, білий простір та ін. Ключовими сторінками вебсайту театру є: календар показу вистав; біографії акторів та художньо-керівного складу (висвітлено інформацію про дирекцію, адміністрацію, художнє керівництво та авторів, а також митців, які співпрацюють з театром); відомості про місце проведення заходу (місцезнаходження театру, варіанти паркування, доступність приміщень та ін.); онлайн-продаж квитків; про нас (інформація про місію, історію та цінності театру); новини та огляди (блог або розділ новин). Дослідження виявило, що на сучасному етапі розвитку інформаційних технологій засобами вебдизайну формується нова культура візуального образу театрального закладу. У порівнянні з минулим десятиліттям сайти українських театрів розширюють структуру контенту та урізноманітнюють візуальні рішення, зміцнюючи акцент з академічності, строгої чорно-білої чи монохромної типографіки на яскравість, креативність та самобутність дизайнерських рішень.

Ключові слова: вебдизайн, український театр, вебсайт, візуальний образ, типографіка, колористика, дизайнерські рішення.

Yaroslav LANCHAK,
orcid.org/0000-0001-9282-8988

Postgraduate Student at the Department of Design
Kyiv National University of Culture and Arts,
(Kyiv, Ukraine) lanchak0804@gmail.com

FEATURES OF FORMING THE VISUAL IMAGE OF THE STATE UKRAINIAN THEATRE IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

The article examines the features of the representation of modern Ukrainian theater in the digital environment using web design tools. The influence of the latest digital technologies on the process of forming the visual image of modern Ukrainian theater is revealed. The compositional features of Ukrainian theater websites are analyzed. It is stated that the development of a website for a modern Ukrainian theater involves achieving several goals: selling tickets, advertising future performances, attracting visitors, and exchanging important information, respectively, the main emphasis is placed on the representation of productions performed by the theater team using web design tools in such a way as to: form the user's attitude towards the state institution of culture and art, increase interest in the theater's cultural practices, provide the opportunity to purchase tickets online, satisfy information and communication needs, etc. The main criteria for creating an effective visual hierarchy of the website are the organic ratio of the size of elements for headings or key visual elements; color as a strategy for highlighting important information; location, white space, etc. The key pages of the theater website are: a calendar of performances; biographies of actors and artistic and managerial staff (information about the management, administration, artistic management and authors, as well as artists who collaborate with the theater is highlighted); information about the venue of the event (location of the theater, parking options, availability of premises, etc.); online ticket sales; about us (information about the mission, history and values of the theater); news and reviews (blog or news section). The study revealed that at the current stage of development of information technologies, a new culture of the visual image of the theater institution is being formed using web design tools. Compared to the

past decade, the websites of Ukrainian theaters are expanding the content structure and diversifying visual solutions, shifting the emphasis from academicism, strict black and white or monochrome typography to brightness, creativity and originality of design solutions.

Key words: *web design, Ukrainian theater, website, visual image, typography, color, design solutions.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку українського суспільства, в епоху безпрецедентної динаміки в сфері інформаційно-комунікаційних технологій і швидкого поширення інформації дизайн візуального образу театру, безумовно, не є простим дизайном зображення символу, а свого роду стратегічним дизайном. З розвитком різноманітних інноваційних засобів масової інформації, керованих мультимедійними технологіями та Інтернетом у цифрову еру, формування та просування візуального образу театру розвивається в напрямку цифрового, персоналізованого, диверсифікованого, інтерактивного та навіть інтелектуального. Дизайнерам неминуче доводиться стикатися з різноманітністю візуальної інформації та вносити зміни візуального зображення відповідно до різних сценаріїв. Суттєво розширюється сфера дизайну візуального іміджу театру, зазнають революційних змін способи та засоби його комунікації візуального іміджу, а форма вираження та простір стають ширшими. У свою чергу це актуалізує дослідження проблематику формування візуального образу сучасного театру засобами вебдизайну.

Аналіз попередніх досліджень. Протягом останніх років інтерес українських науковців щодо різноманітних аспектів вебдизайну в цілому та особливостей вебдизайну закладів галузі культури і мистецтва помітно зростає. Серед масиву мистецтвознавчих досліджень наведемо публікації Р. Безуглої «Концептуалізація веб-дизайну в мистецтвознавчому дискурсі: досвід теоретичного опрацювання» (2020), присвячена аналізу теоретичного доробку науковців зобо осмислення вебдизайну як явища сучасної культури; О. Зеленюка «Веб-дизайн в контексті формування візуальної культури віртуального середовища» (2019), присвячена розкриттю значення дизайну як інструменту візуалізації культурного змісту віртуального середовища, тобто створення культурно-естетичної комунікації та задоволення інформаційно-культурних потреб відвідувачів веб-ресурсу; дослідженню веб-сайту як інформаційного об'єкта світової мережі інтернет, його складових частин та морфологічної структури з урахуванням технологічно-програмного фактору, що безпосередньо впливає на візуальне оформлення та сприйняття веб-сайту як об'єкта графічного дизайну присвячена наукова праця Д. Бородаєва

«Веб-сайт як об'єкт графічного дизайну» (2004); візуальну мову українських культурних та мистецьких просторів на прикладі веб-дизайну сайтів бібліотек, музеїв, освітніх просторів та ін. оглядово розглядають О. Яворський, Т. Чернявський, В. Шинкарьов та А. Акінчина (2022); актуальні питання дизайну вебсайтів електронної комерції досліджує О. Васильєв; художньо-комунікативні особливості веб-сайту досліджує М. Компанеєтс (2021); роль вебсайту у формуванні образу сучасного закладу мистецтва досліджує Л. Литвинюк (2012) та ін. Проте окремих публікацій, присвячених дослідженню вебдизайну сучасних українських театрів та виявленню особливостей розробки їх вебсайтів у вітчизняному академічному вимірі не представлено.

Метою дослідження є виявити особливості репрезентації сучасного українського театру в цифровому середовищі засобами вебдизайну.

Методи дослідження базуються на застосуванні міждисциплінарного та системного підходу. Застосовано метод аналізу та синтезу, метод узагальнення, типологічний метод, метод компаративного аналізу (для окреслення актуальних тенденцій сучасного вебдизайну та дизайну вебсайтів українських театрів), метод морфологічного аналізу (для розгляду дизайну вебсайтів українських театрів як самостійної багаторівневої структури, що створюється завдяки інтегральному впливу різноманітних елементів, що пов'язані між собою в цілісну систему художнього образу), а також прийоми образно-стилістичного та формального аналізу.

Виклад основного матеріалу. В українському теоретико-практичному дискурсі вебдизайн розуміється як вид графічного дизайну, якому притаманні візуалізація інформації, призначеної для масового поширення (через Всесвітню мережу) та створення для неї графічних елементів, спрямований на «розробку та оформлення об'єктів інформаційного середовища інтернет з метою забезпечення їх високих споживчих та естетичних якостей» (Бородаєв, 2004, с. 5).

Дизайн візуального образу театру (поняття візуального образу розуміємо як «зорове значення об'єкта, яке формується у свідомості людини за допомогою асоціативного зв'язку») (Продан, 2021, с. 41) постійно еволюціонує, набуваючи нових аспектів вираження. На сучасному

етапі друкована продукція не може задовольнити потребу в комунікації для сучасного суспільства, відповідно, посилена взаємодія стає ще одним аспектом, що повинен враховуватися в дизайні сучасного театру. Потенційний глядач більше не є пасивним об'єктом сприйняття, а театр, який він планує відвідати безпосередньо пов'язаний з його комунікаційною активністю. Наприклад, глядач може отримати враження про зовнішні аспекти вистави через приклади зображень на вебсайті або отримати стереоскопічне відчуття відвідування театрального закладу через тривимірні зображення та ін. Високий ступінь участі в цій взаємодії змушує глядача відчувати себе більш комфортно. Послуга і задоволення від комунікації та інтерактивності, таким чином наближаючись до потенційного глядача, розуміючи його емоційні потреби, створюючи приємну та невимушену атмосферу, демонструючи турботу про глядачів і спорідненості візуального образу театру.

Оскільки Інтернет у цифрову еру дає безпрецедентно багатий і барвистий світ, щодня різноманітні динамічні відділи візуальних медіа передають інформацію, і за короткий час аудиторія отримує велику кількість інформації у формі аудіовізуальної синхронізації. З точки зору напряму комунікації візуального зображення, як би не змінювалася традиційна форма медіа, споживачі можуть сприймати її лише в одному напрямку. Традиційний режим односторонньої комунікації медіа має характеристики спрямованої комунікації. Споживачі можуть підтримувати та спілкуватися на вебсайті театру в Інтернеті, і навіть висловлювати власні переваги та антипатії як щодо вистав, так і щодо професійних якостей режисерів та акторів. Інтерактивність стала однією з найбільш унікальних характеристик епохи Інтернету.

У минулу епоху дизайну, коли домінували друковані засоби масової інформації, дизайн іміджу театру повинен був бути фіксованим, лише правильна комунікація театру повинна бути невіддільною від фіксованих норм, але в цифрову еру, яка стикається зі складними медіа та цікавою психологією споживачів, можливим стає створення різноманітних образів театру. Наприклад, можна представити зображення в неправильній формі, в якій загальне зображення є єдиним, незалежно від середовища, різного часу для різних об'єктів. Щоб передати імідж театру в багатогранній візуальній формі, важливим є привнесення нового погляду на нього.

Нова епоха висуває підвищені вимоги до дизайнерів. Вони повинні мати не тільки художню якість, але й оволодіти знаннями мультимедійних

технологій, маркетингу, психології та естетики дизайну в умовах постійної зміни технологій.

Ефективний вебсайт має вирішальне значення для процвітання будь-якої театральної компанії. Це віртуальна сцена, де демонструються постановки, залучаються відвідувачі та стимулюється продаж квитків. Але створення захоплюючої онлайн-присутності зумовлює нові виклики для індустрії виконавського мистецтва. Від опису суті живих вистав до онлайн-маркетингу сценічного мистецтва, театри повинні орієнтуватися в складному ландшафті.

Вебсайт має слугувати центром для обміну деталями вистав, розкладом репетицій та іншими актуальними оновленнями з акторським складом, постановочною групою та глядачами. Зрештою, мета полягає в тому, щоб залучити потенційного глядача, створити очікування та перетворити потенційного глядача на покупця квитків як мінімум, а як максимум – постійного глядача.

Розробка дизайну вебсайту театру має враховувати спрямування на конкретну демографічну аудиторію (вік, рівень освіти, інтереси та бажані канали спілкування). Наприклад, якщо основною аудиторією є люди похилого віку, веб-сайт має бути інклюзивний, із більшим розміром шрифту та зрозумілою навігацією. Якщо орієнтація спрямована на молодшу, технічно підковану групу, доцільно додати інтерактивних функцій та оптимізувати їх для мобільних пристроїв.

Дослідники наголошують на тому, що «функціональна та естетична сторони вебсайту призначені ефективно допомагати одна одній, щоб вебсайт загалом справив добре враження на користувача» (Компанєтс, 2014, с. 65). Основними принципами ефективного вебдизайну таки чином є: практичність, зручність, візуальна привабливість, до якої зокрема належить естетична складова, відповідна композиційна організація сторінки, стильність та органічне поєднання кольорів (Компанєтс, 2014, с. 65). Таким чином, дизайн вебсайту має бути спрямований на оптимальну взаємодію з користувачем. Взаємодія з користувачем має вирішальне значення для створення вебсайту, який відповідає потребам і очікуванням потенційного глядача. Добре продумана взаємодія забезпечує інтуїтивно зрозумілу навігацію, що полегшує відвідувачам пошук потрібної інформації. Зручний дизайн також важливий, оскільки все більше людей заходять на вебсайти з мобільних пристроїв. Таким чином сайт має плавно адаптуватися до різних розмірів і орієнтацій екрана, забезпечуючи стабільну та приємну роботу на всіх пристроях. Швидке завантаження є

ще одним ключовим аспектом хорошої взаємодії з користувачем. Блискавичне завантаження сторінок забезпечується засобами оптимізації зображення вебсайту, використання кешування та ін.

Добре структурований вебсайт важливий для забезпечення хорошої взаємодії з користувачем і забезпечення того, щоб відвідувачі могли легко знайти потрібну інформацію. Коли мова йде про структурування вебсайту театру, важливо дотримуватися найкращих практик щодо інформаційної архітектури та ієрархії. Одним з ефективних підходів є прийняття ієрархічної структури, де найважливіша інформація представлена спочатку, а потім поступово більш конкретний вміст. Ця структура дозволяє користувачам швидко зрозуміти загальну мету та пропозиції театру, перш ніж занурюватися в деталі. Наприклад, домашня сторінка має надавати огляд театру, майбутніх постановок і ключову інформацію, тоді як наступні сторінки заглиблюються в конкретні вистави, учасників акторського складу та залаштункові матеріали.

Крім того, важливо забезпечити логічний потік між сторінками та розділами, при цьому кожен крок або розділ має природно слідувати за попереднім. Цей чіткий поступ створює плавний і захопливий досвід оповідання історій для потенційного глядача. Елементи навігації, такі як меню та навігаційні шляхи допомагають користувачам зрозуміти їхнє поточне місцезнаходження на вебсайті та легко переходити до інших відповідних розділів. Структуруючи контент потрібно враховувати різні потреби користувачів. Наприклад, меценати можуть цікавитися в першу чергу розкладом сеансів, придбанням квитків та інформацією про місце проведення, тоді як професіонали галузі можуть шукати інформацію про прослуховування, деталі виробництва та пресрелізи. Дослідники наголошують на тому, що забезпеченню розташування всіх графічних елементів вебсайту – «логотип, елементи навігації, засоби пошуку, вибір мови, заставка, інформаційне поле» (Бородаєв, 2004, с. 9) – та головне їх композиційного впорядкування, сприяє застосування модульної сітки

Композиція (мистецтво компоувати візуальні елементи, щоб створити цілісне, вражаюче ціле, яке чітко передає повідомлення) є основою ефективного графічного дизайну вебсайту театру. За своєю суттю композиція в графічному дизайні полягає у створенні візуальної структури, організації зображення, тексту, форми та пробілів. Сильна композиція спрямовує погляд глядача, встановлює ієрархію та ефективно передає задумане повідомлення.

Як приклад, розглянемо вебсайти деяких українських театрів в контексті використання основних принципів композиції (візуальна ієрархія, баланс, правило третин, білий простір (негативний простір), контраст).

Візуальна ієрархія має вирішальне значення в графічному дизайні, де глядачі зазвичай швидко переглядають контент. Йдеться про те, щоб спочатку спрямувати увагу глядача на найважливіші елементи, а потім провести його через решту вмісту в порядку важливості.

Створення ефективної візуальної ієрархії передбачає органічне співвідношення таких аспектів як:

- розмір: більші елементи природно привертають більше уваги (для заголовків або ключових візуальних елементів);
- колір: виділяються яскраві або контрастні кольори (колір як стратегія у виділенні важливої інформації);
- розташування: елементи вгорі або в центрі вебсторінки, зазвичай, помічаються першими;
- білий простір: важливі елементи повинні бути оточені білим простором, щоб виділятися (Brinck, Gergle, Wood, 2002, с. 43).

Так, наприклад, головна сторінка офіційного сайту Івано-Франківського обласного музично-драматичного театру імені Івана Франка поділена на кілька частин: повноекранне фото сцени з вистави; афіша (невеликі зображення афіш вистав з поточного репертуару) на світло-сірому тлі; внизу сторінки – широка полоса-проріз, що при прокрутці відкриває частину будівлі театру (Івано-Франківський обласний музично-драматичний театр імені Івана Франка, 2024).

Дотримуючись найкращих практик щодо структури вебсайту та інформаційної архітектури, можна створити зручний і привабливий досвід, який зацікавить відвідувачів і спонукатиме їх глибше вивчати пропозиції театру.

Ключовими сторінками для кожного вебсайту театру є:

- календар показу вистав (актуальний календар або список майбутніх вистав, включаючи дати, час і синопсис);
- біографії акторів та художньо-керівного складу (розділ, в якому висвітлено факти з життя і творчості акторів, режисерів, художників та ін., які беруть участь у постановках);
- відомості про місце проведення (чітка інформація про місцезнаходження театру, варіанти паркування, доступність приміщень та будь-які інші важливі деталі, щоб допомогти відвідувачам спланувати свій візит);

– онлайн-продаж квитків (інтегрована захищена онлайн-система продажу квитків безпосередньо на вебсайті, щоб відвідувачі могли легко купувати квитки);

– про нас (інформація про місію, історію та цінності театру, щоб дати відвідувачам відчуття ідентичності організації та того, що робить конкретний театр унікальними);

– новини та огляди (блог або розділ новин, щоб ділитися оновленнями, залаштунковими оглядами та позитивними відгуками критиків і аудиторії).

Вебсайт Національного академічного драматичного театру імені Івана Франка містить чотири сторінки: «Про театр» (розділи: «Контакти», «Партнери», «Питання та відповіді»), «Афіша» («Основна сцена» та «Камерна сцена»), «Репертуар» та «Франківці («Трупа», «Художньо-керівний склад», а також особистий кабінет, який може створити будь-який користувач, який зареєстрований на сайті. Колористика сайту вирішена в колористиці логотипа – зелено-білому (відтінок зеленого «Вірдан») з використанням абрикосового і чорного. Вгорі головної сторінки на чорному тлі розміщено фото актуальних прем'єрних вистав; у центрі – на білому тлі календар найближчих вистав; внизу сторінки: новини театру (у трьох зелених прямокутниках на білому тлі, білими літерами вказано актуальну інформацію про події в театрі, наприклад, перенесення вистави або проведення мистецького заходу); інтерактивна комунікація з глядачем (на абрикосовому тлі напис чорними літерами «Допоможіть нам покращити ваше

перебування в театрі») та прикріплено посилання на форму); завершує композицію коротка контактна інформація про театр, партнерів, офіційна документація (державні закупівлі та ін.), надрукована білими літерами на зеленому тлі (Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка, 2024). В цілому можна охарактеризувати дизайн вебсторінки як синтез яскравих графічних елементів та лаконічної типографіки.

Висновки. Дослідження виявило, що розробка вебсайту державного українського театру станом на початок 2020-х рр. передбачає досягнення кількох цілей: продаж квитків, реклама майбутніх вистав, залучення відвідувачів і обмін важливою інформацією, відповідно основний акцент робиться на репрезентації візуального образу театру засобами вебдизайну таким чином, щоб: сформувати у користувача ставлення до державного закладу культури і мистецтва, посилити інтерес до культурних практик театру, надати можливість придбати квитки онлайн, задовольнити інформаційні та комунікаційні потреби та ін. На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій засобами вебдизайну формується нова культура візуального образу театрального закладу. У порівнянні з минулим десятиліттям сайти українських театрів розширюють структуру контенту та урізноманітнюють візуальні рішення, зміщуючи акцент з академічності, строгої чорно-білої чи монохромної типографіки на яскравість, креативність та самобутність дизайнерських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безугла Р. І. Концептуалізація веб-дизайну в мистецтвознавчому дискурсі: досвід теоретичного опрацювання. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2020. Вип. 34. С. 94–100.
2. Бородаєв Д. В. Веб-сайт як об'єкт графічного дизайну : дис. канд. мистецтвознавства : 05.01.03 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2004.
3. Васильєв О. С. Дизайн вебсайтів електронної комерції: еволюція, естетичні аспекти : дисертація кандидата мистецтвознавства (доктора філософії) : за спеціальністю 022 «Дизайн» / Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2023. 390 с.
4. Головна сторінка. Івано-Франківський обласний музично-драматичний театр імені Івана Франка. 2024. URL : <http://www.dramteatr.if.ua/> (дата звернення : 11.12.2024).
5. Головна сторінка. Національний академічний драматичний театр імені Івана Франка. 2024. URL : <https://ft.org.ua/> (дата звернення : 12.12.2024).
6. Зеленюк О. Веб-дизайн в контексті формування візуальної культури віртуального середовища. *Молодий вчений*. 2019. № 1(65). С. 23–26.
7. Компанєєв М. О. Художньо-комунікативні особливості веб-сайту. *Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство»*. 2014. Вип. (31). С. 64–68.
8. Литвинюк Л. К. Роль веб-сайту у формуванні образу сучасного закладу мистецтва. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Харків 2012. №1. С. 27–29.
9. Продан І. Роль візуального образу як рекламного об'єкта. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 37. С. 41–45.
10. Яворський О., Чернявський Т., Шинкарьов В. Візуальна мова українських культурних та мистецьких просторів. IV Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну» Київ, КНУТД, 27 квітня 2022 р. С. 300–303.
11. Brinck T., Gergle D., Wood S.D. *Designing Web sites that work: usability for the Web*. Morgan Kaufmann Publishers, San Francisco, 2002.

REFERENCES

1. Bezuhla, R. I. (2020). Kontseptualizatsiia veb-dyzainu v mystetstvoznavchomu dyskursi: dosvid teoretychnoho opratsiuvannia [Conceptualization of web design in art history discourse: experience of theoretical elaboration]. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*. Vyp. 34. 94–100 [in Ukrainian].
2. Borodaiev, D. V. (2004). Veb-sait yak ob'iekt hrafichnoho dyzainu [Website as an object of graphic design] dys. kand. Mystetstvoznavstva. Kharkivska derzhavna akademiia dyzainu i mystetstv. Kharkiv [in Ukrainian].
3. Vasyliiev, O. S. (2023). Dyzain veb-saitiv elektronnoi komertsii: evoliutsiia, estetychni aspekty [Design of e-commerce websites: evolution, aesthetic aspects] dysertatsiia kandydata mystetstvoznavstva (doktora filosofii) : za spetsialnistiu 022 «Dyzain» / Kyivskiy natsionalnyi universytet tekhnolohii ta dyzainu, Kyiv [in Ukrainian].
4. Holovna storinka. Ivano-Frankivskiy oblasnyi muzychno-dramatychnyi teatr imeni Ivana Franka. 2024. URL : <http://www.dramteatr.if.ua/> [in Ukrainian].
5. Holovna storinka. Natsionalnyi akademichnyi dramatychnyi teatr imeni Ivana Franka. 2024. URL : <https://ft.org.ua/> [in Ukrainian].
6. Zeleniuk, O. (2019). Veb-dyzain v konteksti formuvannia vizualnoi kultury virtualnoho seredovyscha [Web design in the context of the formation of the visual culture of the virtual environment]. *Molodyi vchenyi*. № 1(65). 23–26 [in Ukrainian].
7. Kompanieiets, M. O. (2014). Khudozhno-komunikatyvni osoblyvosti veb-saitu [Artistic and communicative features of the website]. *Visnyk KNUKiM. Seriia «Mystetstvoznavstvo»*. Vyp. (31). 64–68 [in Ukrainian].
8. Lytvyniuk, L. K. (2012). Rol veb-saitu u formuvanni obrazu suchasnoho zakladu mystetstva [The role of the website in the formation of the image of a modern art institution]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv Kharkiv*. №1. 27–29 [in Ukrainian].
9. Prodan, I. (2021). Rol vizualnoho obrazu yak reklamnoho ob'iekta [The role of the visual image as an advertising object]. *Aktualni pytannia shumanitarnykh nauk*. Vyp. 37. 41–45 [in Ukrainian].
10. Yavorskyi, O., Cherniavskiy, T., Shynkarov, V. (2022). Vizualna mova ukrainskykh kulturnykh ta mystetskykh prostoriv [The visual language of Ukrainian cultural and artistic spaces]. *IV Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Aktualni problemy suchasnoho dyzainu» Kyiv, KNUTD, 27 kvitnia 2022 r.* 300–303 [in Ukrainian].
11. Brinck, T., Gergle, D., Wood, S.D. (2002). *Designing Web sites that work: usability for the Web*. Morgan Kaufmann Publishers, San Francisco