

УДК 74.04:655.26:39:659.1

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/70-2-8>

Вікторія МАСЛАК,
orcid.org/0009-0000-9618-4542
аспірантка кафедри дизайну
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
(Харків, Україна) viktorija.maslak96@gmail.com

ЕТНІЧНІ МОТИВИ У СУЧАСНОМУ ШРИФТОВОМУ ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ

У сучасній епосі брендів та їх візуальної репрезентації, важливість використання етнічних мотивів у шрифтовому дизайні упаковки зростає, оскільки вони можуть відігравати ключову роль у формуванні культурної ідентичності та автентичності бренду. Ця стаття досліджує потенціал інтеграції українських етнічних шрифтів у дизайн упаковки як стратегічного інструменту у створенні унікального брендового образу. Огляд літератури та аналіз сучасних практик виявляють, що шрифти з етнічними мотивами забезпечують глибший емоційний зв'язок зі споживачем, підсилюючи культурні асоціації та підкреслюючи історію та цінності бренду. У статті розроблено комплексний підхід до вибору та застосування шрифтів, який включає оцінку їх культурного співвіднесення, семіотичного навантаження, функціональності, естетичного вигляду та технічної реалізації. Надаються практичні рекомендації дизайнерам та бренд-менеджерам, що включають культурну чутливість, інноваційність та стратегічне мислення. Результати дослідження мають на меті сприяти створенню дієвих маркетингових стратегій та збільшення впізнаваності бренду, які враховують культурну ідентичність у контексті глобальної ринкової динаміки.

Проблема, яка детально розглядається у статті, полягає в недостатньому використанні та розумінні потенціалу етнічних мотивів у шрифтовому дизайні упаковки. Це відсутність узгодженого підходу до інтеграції культурних елементів у комерційний дизайн, що може привести до поверхового або некоректного відображення культурних аспектів. Така проблематика може призвести до втрати унікальності бренду та його нездатності ефективно спілкуватися з цільовою аудиторією на культурному рівні.

Основна мета статті – надати глибокий аналіз та розробити відповідні рекомендації для використання етнічних шрифтів у дизайні упаковки, що сприяє культурній інтеграції та взаємодії зі споживачем. Зокрема, розглядається як візуальна привабливість шрифтів, так і їх функціональне навантаження у контексті брендингу. Аналізуються не тільки історично зумовлені шрифти, але й новітні дизайни, які втілюють сучасне переосмислення культурних трендів. Робота ставить за мету збагачення теорії дизайну упаковки через культурні аспекти та надання ефективних інструментів для практичного застосування в дизайнерській індустрії.

Ключові слова: упаковка, етнічні мотиви, шрифтовий дизайн, брендинг, культурна ідентичність, дизайн упаковки.

Viktoriia MASLAK,
orcid.org/0009-0000-9618-4542
Graduate student at the Department of Design
Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts
(Kharkiv, Ukraine) viktorija.maslak96@gmail.com

ETHNIC MOTIFS IN CONTEMPORARY PACKAGING TYPEFACE DESIGN

In the modern era of branding and its visual representation, the importance of using ethnic motifs in packaging typeface design is growing, as they can play a key role in forming a brand's cultural identity and authenticity. This article explores the potential of integrating Ukrainian ethnic fonts into packaging design as a strategic tool in creating a unique brand image. A review of literature and analysis of contemporary practices reveal that fonts with ethnic motifs provide a deeper emotional connection with the consumer, enhancing cultural associations and highlighting the history and values of the brand. The article develops a comprehensive approach to the selection and application of fonts, which includes assessing their cultural correlation, semiotic load, functionality, aesthetic appearance, and technical realization. Practical recommendations are provided for designers and brand managers, which include cultural sensitivity, innovation, and strategic thinking. The results of the research aim to contribute to the creation of effective marketing strategies and increasing brand recognition, taking into account cultural identity in the context of global market dynamics.

The problem extensively examined in the article is the underutilization and misunderstanding of the potential of ethnic motifs in packaging typeface design. This is the lack of a coordinated approach to integrating cultural elements into commercial design, which can lead to a superficial or incorrect representation of cultural aspects. This issue can lead to the loss of brand uniqueness and its inability to effectively communicate with the target audience on a cultural level.

The main goal of the article is to provide a deep analysis and develop appropriate recommendations for the use of ethnic fonts in packaging design, which facilitates cultural integration and interaction with the consumer. Specifically, it examines both the visual appeal of fonts and their functional load in the context of branding. The analysis includes not only historically conditioned fonts but also contemporary designs that embody a modern reinterpretation of cultural trends. The work aims to enrich the theory of packaging design through cultural aspects and provide effective tools for practical application in the design industry.

Key words: *packaging, ethnic motifs, typeface design, branding, cultural identity, packaging design.*

Постановка проблеми У сучасному світі дизайну велика увага приділяється ідентичності бренду, де шрифти відіграють ключову роль у формуванні візуального сприйняття. Шрифт не лише несе текстову інформацію, але й є важливим носієм культурного коду, який може передавати історію, традиції та цінності. У контексті української культури, де національна ідентичність переживає відродження, етнічні мотиви у шрифтах стають вагомим елементом у дизайні упаковки, що дозволяє брендам відображати свою унікальність та культурну специфіку.

Враховуючи сучасні тенденції глобалізації, існує потреба в більш глибокому розумінні того, як традиційні українські мотиви можуть бути інтегровані у шрифти, які використовуються в упаковці, щоб сприяти культурній інтеграції та водночас забезпечити комерційний успіх на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Ця проблематика тісно пов'язана з важливими науковими завданнями, такими як розробка теоретичних основ використання етнічних мотивів в шрифтах, а також з практичними завданнями, включаючи створення дизайнерських рекомендацій для розробки упаковки, яка б відповідала як естетичним, так і маркетинговим вимогам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Розвиток дизайну упаковки та його вплив на споживача є предметом численних досліджень. Сучасні праці, такі як ті, що опубліковані в журналах "Design Studies" та "Packaging Technology and Science", надають значний обсяг знань про психологічні аспекти сприйняття упаковки та її дизайну. Однак, специфіка застосування етнічних мотивів у шрифтах і те, як вони сприймаються в контексті української культури, залишаються недостатньо дослідженими.

Хоча роботи, такі як ті, що проведені Інститутом культурних досліджень України, висвітлюють важливість культурної ідентичності в дизайні та маркетингу, вони часто обмежуються загальними описами етнічних мотивів, не надаючи детального аналізу їх впровадження у шрифтовий дизайн. Конкретні роботи, які розглядають українські етнічні шрифти і їх використання в упаковці, практично відсутні.

Ця стаття спрямована на заповнення існуючого вакууму в дослідженнях, пропонуючи вичерпний аналіз використання етнічних елементів в шрифтах, що відображають українську культурну спадщину. Стаття опирається на теоретичні основи візуальної комунікації та культурної семіотики для дослідження специфіки шрифтів, враховуючи історичний контекст та сучасні тенденції в дизайні.

Висвітлення цих аспектів в дослідженні дозволить не лише глибше зрозуміти вплив етнічних шрифтів на бренд і споживача, але й розробити рекомендації для дизайнерів і маркетологів щодо ефективного використання культурних елементів в упаковці.

Мета статті. Головною метою даного дослідження є вивчення та систематизація способів використання етнічних елементів у шрифтах, які використовуються в упаковці товарів, з акцентом на українську культуру. Ціль полягає у виявленні та аналізі різних шляхів, через які традиційні мотиви можуть бути адаптовані та інтегровані у сучасний візуальний дизайн.

Специфічні завдання дослідження включають:

1. Вивчення історії українських етнічних шрифтів та їх символіки.
2. Аналіз сучасних тенденцій у використанні етнічних шрифтів в упаковці.
3. Розробка рекомендацій для дизайнерів та бренд-менеджерів щодо інтеграції етнічних шрифтів у дизайн упаковки.

У результаті цієї роботи очікується отримання вагомого внеску в розвиток теорії дизайну упаковки та практичні рекомендації, які можуть бути застосовані українськими та міжнародними компаніями для зміцнення бренду та кращої взаємодії зі споживачами через культурні аспекти в дизайні.

Основний матеріал дослідження. Українська шрифтова спадщина – це різноманіття форм, що виникли на перетині численних культурних та історичних епох. Отже, розуміння використання етнічних елементів у шрифтах вимагає детального аналізу історичного розвитку української писемності та шрифтів.

Шрифти не тільки служать засобом передачі текстової інформації, але й є відображенням культурної ідентичності та історії народу. Українські

шрифти мають багату історію, що відбиває унікальне синтезування культурних традицій і впливів, від часів Київської Русі до сучасності.

Історія українських шрифтів починається з використання кирилиці, яка була адаптована для слов'янських мов та подальше вдосконалення алфавіту для української мови. На території Київської Русі після прийняття християнства почала поширюватися кирилична писемність, яка була створена на основі грецької алфавіти і адаптована до слов'янської мови святими Кирилом та Мефодієм у IX столітті. Збереглися пам'ятки, написані старослов'янською мовою давньоукраїнської редакції, датовані XI століттям (Гнатенко, 2007: 11–12). Перші друковані книги на території сучасної України були видані в 1574 році, серед яких був «Апостол», завершений друкарем Іваном Федоровим у львівській друкарні. Цей твір містить церковнослов'янський переклад «Діянь і послань апостольських» (Першодрукар Іван Федоров та його послідовники на Україні, 1975). З появою унікального шрифту, створеного для друкування українських книг – українське письмо почало набувати власного візуального стилю. Ярослав Запаско провів аналіз художнього та шрифтового оформлення книг, які були видані у Києво-Печерській лаврі, відзначаючи, що Київ відіграв провідну роль у розвитку друкарства в Україні, яка тривала не лише впродовж першої половини XVII століття, а й пізніше. Внесок київських друкарів у мистецтво української книги був помітний, особливо щодо художнього оформлення, на яке вони звертали значну увагу. Таким чином, книжкові видання, що виходили з прес Києво-Печерської друкарні, привертають увагу своєю вишуканістю та дизайном шрифтів (Запаско, 1971).

Протягом наступних століть українські шрифти продовжували розвиватися, відображаючи зміни в соціально-політичному житті та культурні впливи. Цей процес включав застосування різноманітних стилістичних та декоративних елементів, від барокових до модерних, які допомагали формувати унікальний образ українського шрифту.

Сучасні українські шрифти є результатом цієї багатовікової еволюції, і вони продовжують втілювати традиції та сучасні тенденції. Це особливо помітно у використанні традиційних українських орнаментів та символів у шрифтах, які застосовуються в упаковці, що не лише сприяє визнанню української культурної ідентичності, але й служить засобом залучення уваги та інтересу споживачів.

Аналізуючи історичний розвиток українських шрифтів, можна простежити, як історичні, куль-

турні та політичні події вплинули на їх форму та функції. На українських землях в XIII–XV ст. знали декілька видів письма. Початково використовувався «устав» – шрифт без нахилу з чіткою геометричною формою, що нагадує сучасний друкарський шрифт. У XIV столітті, з розвитком ділової документації, «устав» поступився місцем «напівуставу», який мав менші та легко нахилені літери. У XV столітті почали використовувати «скоропис», що дозволяло плавно з'єднувати літери, створюючи більшу текучість тексту. Інколи для прикраси використовували «в'язь», при цьому літери були видовжені та переплітались, утворюючи орнаментальні малюнки. Тексти писались стовпчиками без розділення слів, часто зі скороченнями, при цьому голосні позначались над рядком. Вживання крапок було несистематичним. З XV століття почали вживати кому або крапку з комою в якості знака питання (Висоцький, 2009: 50).

В історичних книгах важлива роль відводилась оформленню початкової літери тексту, відомої як «ініціал». Ця літера часто була виконана у великому розмірі та більш декоративній формі, іноді використовували червону фарбу для її розпису, що стало походженням виразу «писати з червоного рядка». Закінчувався текст символічним малюнком, часто у вигляді двох птахів, подібних до павичів (Висоцький, 2009: 50–69). У контексті української культури, традиція розписаних рукописів, включно з прикрашеними початковими літерами, була під впливом візантійського та місцевого стилів. Ранні українські розписані рукописи черпали натхнення з імпортованих грецьких та болгарських праць. Євангеліє Остромирове (1056–57) та Ізборник Святослава (1073) відрізнялися яскравими кольорами та золотом у візантійському стилі, прикрашені геометричними та рослинними орнаментами, що демонструють місцевий вплив. Трійський псалтир (1078–87) відображав візантійсько-романський стиль, що натякає на його походження з Західної України (Hordynsky, 1989: 50). Ця історична перспектива є ключовою для розуміння, як шрифти можуть відображати національну ідентичність та як їх можна використовувати для створення сучасного етнічного дизайну.

У сучасному дизайні пляшки вина “Bolgrad Select Collection”, яку створив дизайнер Валерій Сумілов, можна простежити відлуння історичного підходу до важливості початкової літери в тексті, відомої як «ініціал» (рис. 1). Так, як у минулих рукописах ініціал ставав вишуканим елементом, акцентуючи початок наративу, так і в



Рис. 1. Сумілов В. Bolgrad select collection – упаковка світу. Дизайнер Валерій Сумілов. Колекція Bolgrad Select. 2023 рік (Sumilov V. Bolgrad select collection – packaging of the world. Designer Valery Sumilov. Bolgrad Select Collection. 2023 year)

дизайні цієї пляшки вина особлива увага приділяється літері «В», яка стає відображенням бренду Bolgrad і водночас культурною візитівкою. Ця літера виконана у великому розмірі, з елементами, що нагадують класичні орнаменти, а її дизайн відображає сучасне тлумачення традиційних мотивів, що є показником глибокого занурення в культурні корені.

Етикетка пляшки прикрашена не тільки цим значущим ініціалом, але й ілюстраціями, які відображають природну красу і біорізноманіття регіону, подібно до символічних малюнків на кінці тексту в історичних книгах. Ініціал «В» набуває фактури дерева, з якого начебто проростають виноградні лози з листям. Ця деталь не тільки відзеркалює багатство природи регіону, але й слугує як символ витоків та розвитку виноробної культури. Такий підхід до дизайну, що органічно вплітає елементи природного розмаїття та культурної спадщини, створює не лише візуально привабливий образ на полицях магазинів, але й пропонує споживачам продукт, що поєднує в собі високу якість вина та шматок історії.

Зображення на етикетці ніби відгукуються до барвистих та золотавих орнаментів Євангелія Остромирове та Ізборника Святослава, що відбивають візантійські та місцеві впливи, а Трірський псалтир з його романськими мотивами нагадує про багатовікову історію та культурне розмаїття Західної України. Цей підхід до дизайну пляшки не лише відзначається на полицях магазинів, але

й приваблює споживачів, які цінують унікальність і культурну автентичність продукції. Також дизайнер зазначив, що у концепції хотіли показати особливу стійкість, дух і здатність відродити країну, яка переживає дуже важкі часи у своїй історії (Sumilov, 2023).

Поєднання візуальної краси та культурної вагомості в дизайні пляшки вина “Bolgrad Select Collection” є яскравим прикладом семіотичного потенціалу шрифтів. Шрифти – це не просто засіб для передачі текстового змісту; вони є потужним інструментом для передачі емоцій, культурних кодів та ідентичності. Від ініціалів стародавніх рукописів до сучасних логотипів, кожен шрифтовий символ може діяти як невербальний знак, що впливає на емоції та асоціації споживача.

Семіотика шрифтів охоплює вивчення знаків, символів та значень, які вони передають. Кожен шрифт втілює певне семіотичне навантаження, яке формується через культурні впливи, історичний контекст та дизайнерські інтенції. У контексті етнічного дизайну, шрифти стають ключовими елементами у створенні сенсів та ідентифікації соціальних груп. Вони можуть висловлювати та підсилювати культурну приналежність, викликати спільні відчуття та пам'ять, а також допомагати у формуванні глобального бренду, який одночасно відзначається унікальною культурною ідентичністю.

Вивчаючи шрифти через призму семіотики, ми можемо побачити, яким чином вони діють як коди культури, що передають певні повідомлення без слів. Ця невербальна комунікація є особливо потужною, оскільки вона може бути розшифрована інтуїтивно, на підсвідомому рівні. Так, використання шрифту з етнічними мотивами може миттєво викликати асоціації з певною культурою або місцевістю, навіть без додаткових пояснень.

Сучасні дизайнери часто звертаються до етнічних мотивів у шрифтах, щоб втілити ці асоціації в своїх творах. Вони використовують елементи традиційного декору, символіки та орнаментики, щоб надати своїм продуктам особливої значущості. Однак такий підхід вимагає від дизайнерів не тільки творчості, але й глибокого розуміння культурних контекстів, щоб забезпечити, що семіотичне навантаження шрифтів буде адекватно сприйняте цільовою аудиторією.

Упаковка сиру «КАНІВ 1971» є яскравим прикладом того, як сучасні дизайнери звертаються до етнічних мотивів у шрифтах, щоб втілити культурні асоціації у свої творіння (рис. 2). Використання традиційного декору, символіки



Рис. 2. Канівський сир 1971 – упаковка світу. Графічний дизайнер, ілюстраторка: Ольга Чарук. Упаковка сиру «КАНІВ 1971». 2021 (Kaniv cheese 1971 – packaging of the world. Graphic designer, illustrator: Olga Charuk. Packaging of cheese “KANIV 1971” year 2021)

та орнаментики в цих дизайнах надає продуктам особливої значущості. В випадку сиру «КАНІВ 1971», упаковка має яскраві орнаменти, натхненні народним мистецтвом сільської художниці Марії Примаченко, які резонують з українською культурною ідентичністю, та зникаючих мешканців Канівського природного заповідника. Завдяки таким дизайнам продукти несуть розповідь, яка виходить за рамки простої естетики, залучаючи споживачів почуттям місця та традиції (Канівський сир 1971 – упаковка світу, 2021).

Розглянемо детальніше, як різні шрифти можуть передавати емоційні та культурні значення, і як це впливає на сприйняття споживачами. Використання шрифтів із етнічними мотивами у дизайні упаковки, наприклад, не просто прикрашає продукт, але й розповідає історію, створюючи більш глибоке з'єднання із споживачем. Такий дизайн може відігравати роль у формуванні брендової ідентичності, а також у встановленні культурних зв'язків.

В трендах українського дизайну 2022–2023 роках підкреслюється важливість використання автентичних та створення нових чисто українських шрифтів (TCD Design Studio, 2022). Це частина ширшого руху до включення етнічних особливостей та символів, які представляють Україну, в упаковку та етикетку товарів. Сучасні дизайнери все частіше шукають українські шрифти для своїх проєктів. Однією з таких ініціатив є челендж #літеропад, який проходить кожного року у листопаді з 2021, метою якого була популяризація робіт українських шрифтовиків минулих років. Учасники створювали векторні зображення літер з історичних зразків. За словами ініціатора челенджу, Андрія Шевченка, та

шрифтової дизайнерки Марчели Можиної, подібні акції мають велике значення для популяризації шрифтової спадщини (Козар, 2021).

Дизайнерка Тетяна Іваненко у рамках челенджу #літеропад 2021 збила унікальний алфавіт, який демонструє різноманітність та багатство української шрифтової спадщини (рис. 3). Кожна літера алфавіту виконана в індивідуальному стилі, що відображає історичні шрифти з обкладинок книг та журналів. Ця робота показує, як традиційні елементи можуть бути адаптовані до сучасних дизайнерських потреб, створюючи відчуття сучасності при збереженні зв'язку з історичними коріннями. Такий підхід не тільки вшановує минуле, але й сприяє створенню нових дизайнерських кодів, які збагачують сучасну візуальну культуру (Іваненко, 2021).

Виявлення етнічних мотивів у українських шрифтах – це процес, що включає глибоке занурення в історію та традиції українського народного мистецтва. Це вивчення історичних коренів, де оцінюються шрифти, що базуються на традиційному українському письмі. Аналіз орнаментики включає в себе розгляд українських орнаментів, які інтегровані в дизайн шрифтів. Символізм, що відображає культурну ідентичність, такий як тризуб, калина, чи соняшник, може бути вплетений у форму літер. Такою є робота української дизайнерки Катерини Білак, яка розробила шрифт, кожна літера якого відображає естетику малого державного герба України – Тризуба (рис. 4). Шрифт отримав назву «Воля»,



Рис. 3. Іваненко Т. Літеропад 2021. Behance. Дизайнерка-графік: Тетяна Іваненко. Алфавіт у рамках челенджу #літеропад 2021 (Ivanenko T. Letteropad 2021. Behance. Graphic designer: Tetyana Ivanenko. The alphabet as part of the #literopad 2021 challenge)

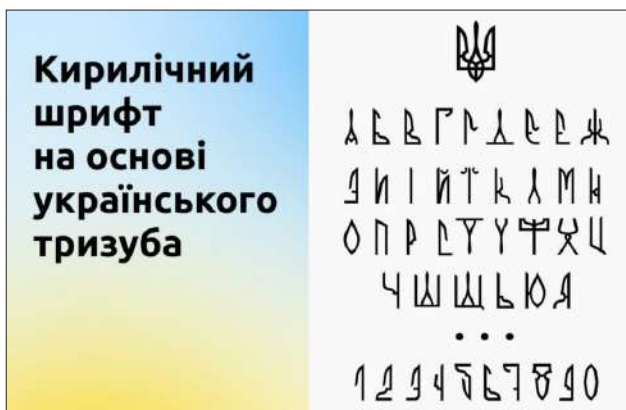


Рис. 4. Комаров Є. Українська дизайнерка створила шрифт на основі Тризуба. Дизайнерка: Катерини Білак. Шрифт «Воля». 2022 (Komarov E. The Ukrainian designer created a font based on Trident. Designer Kateryna Bilak. Font "Will". 2022)

що віддзеркалює не тільки криптографічно зашифроване слово у гербі, але й висловлює основоположні цінності українського духу та прагнення народу.

Альтернативний шрифт «Воля» був створений українською дизайнеркою Марчелою Можина, яка надихнулася подіями повномасштабного вторгнення. Основною ідеєю було створення шрифту, натхненного роботами головного художника УПА Ніла Хасевича, який відомий своїми мальованими шрифтовими композиціями. Більшу частину роботи, включно з основними накресленнями та символами, Марчела виконала у Львові під керівництвом шрифтового дизайнера Геннадія Заречнюка, а завершальні допрацювання провела за кордоном (Комаров, 2022).

Кольорова палітра та її застосування в шрифтах також має велике значення, адже кольори відіграють ключову роль у візуальному представленні культурних мотивів. У сучасному дизайні українські шрифти можуть відображати не лише традиційні цінності, але й сучасне тлумачення культурного спадку, тим самим створюючи міцний зв'язок між минулим і майбутнім.

В контексті академічного дослідження, інтеграція етнічних шрифтів у дизайн упаковки вимагає багатогранного підходу, що базується на глибокому розумінні культурних нюансів та вимог цільової аудиторії. Застосування етнічних шрифтів має відбуватися з повагою до культурної спадщини, уникаючи при цьому культурного присвоєння та непорозумінь. Ідентифікація семіотичного навантаження шрифтів та їх впливу на сприйняття бренду вимагає детального аналізу та залучення культурних експертів.

Для глобального ринку, де культурні коди різноманітні, необхідно розробити дизайн упаковки, який комунікує універсальні цінності за допомогою етнічних шрифтів, тоді як для локального ринку, шрифти можуть слугувати засобом підкреслення національної ідентичності.

Оптимальне використання шрифтів передбачає їхню чіткість та легкість читання, забезпечуючи, що інформація на упаковці є доступною та зрозумілою. Технічні аспекти, як сумісність та ліцензування шрифтів, важливі для їхнього безперешкодного використання у різноманітних медіа. Інноваційність у використанні етнічних шрифтів у упаковці полягає не тільки в текстовому контенті, але й у їх адаптації як візуальних елементів, що втілюють культурні цінності та історію бренду.

Залучення професіоналів у сфері шрифтового дизайну може сприяти створенню автентичного та культурно чутливого дизайну, що відповідає академічним стандартам якості. Вибір шрифту для упаковки продукту повинен сприяти розповсюдженню бренду, водночас гармонійно відображаючи етнічні особливості, асоційовані з продуктом.

При створенні етнічних шрифтів, призначених для української упаковки, важливо звернути увагу на такі ключові моменти для детальнішого дослідження:

Культурне співвіднесення: шрифт має відображати культурні особливості та ідентичність, а також відповідати культурному сприйняттю цільової аудиторії.

Семіотичний аналіз: окремі елементи шрифту мають нести в собі певне значення та асоціації, які впливають на сприйняття бренду.

Функціональність та доступність: шрифт має забезпечувати зручність читання та доступність інформації на упаковці для всіх споживачів.

Естетика та візуальна гармонія: шрифт має підтримувати загальний дизайн упаковки та естетичну привабливість.

Технічна реалізація: шрифт має бути сумісним з необхідними дизайнерськими програмами та виробничими процесами.

Інноваційні рішення: інноваційне використання шрифтів для збагачення дизайну упаковки та створення унікального візуального досвіду.

Рекомендації для дизайнерів та бренд-менеджерів мають базуватися на вищезазначених критеріях, забезпечуючи, що кожен аспект шрифтового дизайну сприяє створенню цілісного і культурно зумовленого візуального образу продукту.

Висновок. У рамках дослідження ми виявили, що інтеграція етнічних мотивів у шрифтовий

дизайн упаковки відіграє ключову роль у створенні культурно значущих та візуально привабливих брендів. Аналіз показав, що такі шрифти не тільки покращують естетичне сприйняття продукту, але й здатні впливати на емоційне рівняння споживачів, що, в свою чергу, може значно збільшити впізнаваність бренду. Практичні рекомендації, надані у

статті, орієнтовані на розробку візуальних стратегій, які враховують як культурну специфіку, так і сучасні маркетингові вимоги. Ці висновки відкривають шлях для подальшого розвитку дизайну упаковки, де культурні елементи і етнічні шрифти використовуються як стратегічний ресурс для створення унікального брендового досвіду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Висоцький О. Ю. Історія української культури: навчальний посібник. Дніпропетровськ: НМетАУ, 2009. 50–69 с.
2. Гнатенко Л. А. Кирилична українська рукописна писемність 11–17 ст.: Енциклопедія історії України: у 10 т. / ред. рада В. А. Смолій (голова) та ін.; НАН України, *Ін-т історії України*. Київ : Наук. думка, 2007, Т. 4. 528 с.
3. Запаско Я. Мистецтво книги на Україні в XVI–XVIII ст.: *монографія*. Львів: Вид-во львівського університету, 1971. 312 с.
4. Іваненко Т. Літеропад 2021. *Behance*. URL: <https://www.behance.net/gallery/132310005/literopad-2021> (дата звернення: 28.11.2023).
5. Канівський сир 1971 – упаковка світу. *Packaging Of The World* – Архів та галерея креативного дизайну упаковки. URL: <https://packagingoftheworld.com/2022/07/kaniv-1971-cheese.html>. (дата звернення: 29.11.2023).
6. Козар О. Літеропад: краса української кирилиці. *Rentafont: веб-сайт*. URL: <https://rentafont.com.ua/blog/literopad-krasa-ukrayinskoji-kyrylytsi> (дата звернення: 29.11.2023).
7. Комаров Є. Українська дизайнерка створила шрифт на основі Тризуба. *Komarov.Design – Блог #1 про графічний UI/UX дизайн в Україні*. URL: <https://www.komarov.design/ukrayinska-dizainierka-stvorila-shrift-na-osnovi-trizuba/> (дата звернення: 29.11.2023).
8. Першодрукар Іван Федоров та його послідовники на Україні (XVI – перша половина XVII ст.): зб. документів / Упоряд.: Я. Ісаєвич, О. Купчинський, О. Мацюк, Е. Ружицький. – Київ: *Наукова думка*, 1975. 344 с.
9. Hordynsky S. Illumination. *Internet encyclopedia of Ukraine*. URL: <https://www.encyclopediaofukraine.com/display.asp?linkpath=pages/I/Illumination.htm>. (дата звернення: 29.11.2023).
10. Sumilov V. Bolgrad select collection – packaging of the world. *Packaging Of The World – Creative Package Design Archive and Gallery*. URL: <https://packagingoftheworld.com/2023/09/bolgrad-select-collection-3.html> (дата звернення: 29.11.2023).
11. TCD Design Studio. Тренди українського дизайну 2022: етикетка та упаковка. *Блог про розробку айдентики, етикетки, упаковки*. URL: <https://tcd.kiev.ua/uk/8-trendiv-ukrayinskogo-dizajnu-2022-etiketka-ta-upakovka/> (дата звернення: 29.11.2023).
12. Іваненко Т. Літеропад 2021. *Behance*. URL: <https://www.behance.net/gallery/132310005/literopad-2021> (дата звернення: 28.11.2023).
13. Комаров Є. Українська дизайнерка створила шрифт на основі Тризуба. *Komarov.Design – Блог #1 про графічний UI/UX дизайн в Україні*. URL: <https://www.komarov.design/ukrayinska-dizainierka-stvorila-shrift-na-osnovi-trizuba/> (дата звернення: 29.11.2023).
14. Канівський сир 1971 – упаковка світу. *Packaging Of The World – Creative Package Design Archive and Gallery*. URL: <https://packagingoftheworld.com/2022/07/kaniv-1971-cheese.html>. (дата звернення: 29.11.2023).
15. Sumilov V. Bolgrad select collection – packaging of the world. *Packaging Of The World – Creative Package Design Archive and Gallery*. URL: <https://packagingoftheworld.com/2023/09/bolgrad-select-collection-3.html> (дата звернення: 29.11.2023).

REFERENCES

1. Vysotskyi O. Y. (2009) *Istoriia ukrainskoi kultury: navchalnyi posibnyk*. [History of Ukrainian culture: a study guide]. Dnipropetrovsk: NmetAU. – National Metallurgical Academy of Ukraine. 50–69. [in Ukrainian].
2. Hnatenko L. A. (2007) *Kyrylychna ukrainska rukopysna pysemnist 11–17 st.* [Cyrillic Ukrainian handwritten script of the 11th–17th centuries]. *Entsyklopediia istorii Ukrainy: u 10 t. / red. rada V. A. Smolii (holova) ta in.; NAN Ukrainy, In-t istorii Ukrainy*. Naukova dumka. – Encyclopedia of the history of Ukraine: in 10 volumes. / ed. council V. A. Smolii (chairman) and others; NAS of Ukraine, Institute of History of Ukraine. Scientific thought, 4. 528. [in Ukrainian].
3. Zapasko Y. (1971) *Mystetstvo knyhy na Ukraini v XVI–XVIII st.* [Book art in Ukraine in the XVI–XVIII centuries]. *Monohrafiia*. Vydavnytstvo Ivivskoho universytetu. – *Monograph*. Lviv University Publishing House. 312. [in Ukrainian].
4. Ivanenko T. (2021) *Literopad*. *Behance*. URL: <https://www.behance.net/gallery/132310005/literopad-2021> [in Ukrainian].
5. Kanivskiy syr 1971 – upakovka svitu. [Kaniv 1971 cheese – packaging of the world] (2022). *Arkhiv ta halereia kreatyvnoho dizainu upakovky. – Packaging Of The World – Creative Package Design Archive and Gallery*. URL: <https://packagingoftheworld.com/2022/07/kaniv-1971-cheese.html>. [in Ukrainian].
6. Kozar O. (2021) *Literopad: krasa ukrainskoi kyrylytsi*. [Literopad: the beauty of Ukrainian Cyrillic]. *Rentafont*. URL: <https://rentafont.com.ua/blog/literopad-krasa-ukrayinskoji-kyrylytsi> [in Ukrainian].
7. Komarov Y. (2022) *Ukrainska dizainierka stvorila shryft na osnovi tryzuba*. [The Ukrainian designer created a font based on Trident]. *Komarov.Design – Bloh #1 pro hrafichnyi UI/UX dizain v Ukraini. – Bloh #1 about graphic UI/UX design in Ukraine*. URL: <https://www.komarov.design/ukrayinska-dizainierka-stvorila-shrift-na-osnovi-trizuba/> [in Ukrainian].

8. Pershodrukar Ivan Fedorov ta yoho poslidovnyky na Ukraini (XVI – persha polovyna XVII st.). [First printer Ivan Fedorov and his followers in Ukraine (16th – first half of the 17th centuries)] (1975). Zb. dokumentiv / Uporiad.: Y. Isaievych, O. Kupchynskyi, O. Matsiuk, E. Ruzhytskyi. Naukova dumka. Scientific opinion: collection of documents. 344 [in Ukrainian].
9. Hordynsky S. (1989) Osvitlennia. [Illumination]. Internet-entsyklopediia Ukrainy. – *Internet encyclopedia of Ukraine*. URL: <https://www.encyclopediaofukraine.com/display.asp?linkpath=pages\I\Illumination.htm>. [in Ukrainian].
10. Sumilov V. (2023) Kolektsiia Bolgrad select. [Bolgrad select collection – packaging of the world]. Arkhiv ta halereia kreatyvnoho dyzainu upakovky. – *Packaging Of The World – Creative Package Design Archive and Gallery*. URL: <https://packagingoftheworld.com/2023/09/bolgrad-select-collection-3.html> [in Ukrainian].
11. TCD Design Studio. (2022) Trendy ukrainskoho dyzainu 2022: etyketka ta upakovka. [Ukrainian design trends 2022: label and packaging]. Bloh pro rozrobku aidentyky, etyketky, upakovky. – A blog about the development of identity, labels, packaging. URL: <https://tcd.kiev.ua/uk/8-trendiv-ukrayinskogo-dizajnu-2022-etiketka-ta-upakovka/> [in Ukrainian].
12. Ivanenko T. (2021) Literopad. [Letter fall] Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/132310005/literopad-2021> [in Ukrainian].
13. Komarov Y. (2022) Ukrainska dyzainerka stvoryla shryft na osnovi Tryzuba. [The Ukrainian designer created a font based on Trident]. Komarov.Design – Bloh #1 pro hrafichnyi UI/UX dyzain v Ukraini. – Blog #1 about graphic UI/UX design in Ukraine. URL: <https://www.komarov.design/ukrayinska-dizainerka-stvorila-shrift-na-osnovi-trizuba/> [in Ukrainian].
14. Kanivskyi syr 1971 – upakovka svitu. [Kaniv 1971 cheese – packaging of the world] (2022). Arkhiv ta halereia kreatyvnoho dyzainu upakovky. – *Packaging Of The World – Creative Package Design Archive and Gallery*. URL: <https://packagingoftheworld.com/2022/07/kaniv-1971-cheese.html>. [in Ukrainian].
15. Sumilov V. (2023) Kolektsiia Bolgrad select. [Bolgrad select collection – packaging of the world]. Arkhiv ta halereia kreatyvnoho dyzainu upakovky. – *Packaging Of The World – Creative Package Design Archive and Gallery*. URL: <https://packagingoftheworld.com/2023/09/bolgrad-select-collection-3.html> [in Ukrainian].