

**СТАН НАУКОВОГО РОЗРОБЛЕННЯ
ПРОБЛЕМИ ДИЗАЙНУ
УКРАЇНСЬКОЇ
ПОШТОВОЇ МАРКИ**

Ольга Поберій,
<https://orcid.org/0009-0007-9579-5879>,
аспірантка,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
o.poberiy@gmail.com

**SCIENTIFIC DEVELOPMENT
STATUS OF THE PROBLEM
OF THE UKRAINIAN POSTAGE
STAMP DESIGN**

Olha Poberii,
<https://orcid.org/0009-0007-9579-5879>,
PhD Student,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
o.poberiy@gmail.com

Анотація

Мета дослідження полягає у визначенні стану наукового розроблення проблеми дизайну українських поштових марок шляхом систематизації та аналізу історіографії і джерельної бази, а також виявлення лакун для подальших наукових розвідок. **Методи дослідження.** У роботі застосовано методи систематизації та класифікації для розподілу джерельної бази за тематичними групами; порівняльний метод для зіставлення розвідок істориків, філателістів та мистецтвознавців; метод теоретичного узагальнення для визначення стану вивченості проблеми. **Наукова новизна** полягає у здійсненні першого цілісного огляду стану наукового розроблення проблеми української поштової марки з акцентом на її мистецький складник. Визначено ключові прогалини в історіографії українського дизайну поштових марок. Зокрема, уперше увагу акцентовано на тому, що поза межами системного аналізу залишається найбільш динамічний етап розвитку української марки (2014–2024). Обґрунтовано потребу в дослідженні художньої-стилістичної трансформації поштової мініатюри під впливом викликів воєнного часу та цифрових технологій. Окреслено роль поштової марки як актуального засобу візуальної комунікації. **Висновки.** Встановлено, що, попри значну кількість праць з історії філателії та наявність ґрунтовних

Abstract

The purpose of this article is to determine the state of research on Ukrainian postage stamp design by systematising and analysing the historiography and source base, as well as identifying under-researched aspects for further academic inquiry. **Research methodology.** This study employs methods of systematisation and classification to categorise the source base into thematic groups; the comparative method to contrast the approaches of historians, philatelists, art historians; the method of theoretical generalisation is used to determine the current state of research on the problem. **The scientific novelty** lies in the first comprehensive review of the state of research on Ukrainian postage stamp design, with a specific emphasis on its artistic component. Key gaps in the historiography of Ukrainian postage stamp design are identified. In particular, attention is drawn for the first time to the fact that the most dynamic stage of Ukrainian stamp development (2014–2024) remains outside the scope of systematic analysis. The research substantiates the necessity of studying the artistic transformation of the postage miniature under the influence of wartime challenges and digital technologies. The role of the postage stamp as a relevant means of visual communication is outlined. **Conclusions.** It is established that despite a significant number of works on the history of philately and the availability of thorough catalogs,

каталогів, у сучасному мистецтвознавстві відчувається брак досліджень, де б розглядалася марка як об'єкт графічного дизайну. Більшість наявних розвідок мають фрагментарний характер і зосереджені на періоді до 2010 р. Доведено потребу в комплексному дослідженні розвитку візуальної мови українських знаків поштової оплати в контексті сучасних тенденцій дизайну. Результати аналізу свідчать, що сьогодні українська марка вийшла за межі суто фінансового документа, ставши складним комунікативним актом, який потребує подальшого фахового вивчення як феномена візуальної культури.

there is a lack of research in modern art history that considers the stamp as an object of graphic design. Most existing studies are fragmentary and focus on the period before 2010. The necessity in a comprehensive study of the development of the visual language of Ukrainian postage stamps in the context of contemporary tendencies in design, typography, and semiotics is proven. The results of the analysis emphasise that today the Ukrainian stamp has gone beyond being a purely financial document, becoming a complex communicative act that requires further professional study as a phenomenon of visual culture.

Ключові слова:

графічний дизайн, поштова марка, філателія, візуальні комунікації, український дизайн, поштова графіка.

Keywords:

graphic design, postage stamp, philately, visual communications, Ukrainian design, postal graphics.

Вступ **1**

Дослідження художньо-стилістичних тенденцій у дизайні українських поштових марок належить до міждисциплінарних студій, що охоплюють мистецтвознавство, історію та культурологію. Складність теми зумовлена специфікою самого об'єкта, поштова марка поєднує в собі ознаки фінансового документа з чітким номіналом і витвір мініатюрного графічного мистецтва, який репрезентує державу за кордоном. Така дуалістична природа об'єкта ускладнює формування історіографічної бази; поштові марки досліджують історики, філателісти, культурологи й економісти, використовуючи різний методологічний апарат. Аналіз фахової літератури виявив певну диспропорцію між ґрунтовним висвітленням історично-філателістичних аспектів та недостатньою увагою до мистецтвознавчого аналізу. У більшості наявних праць марку розглядають насамперед як документ епохи або колекційний об'єкт, залишаючи поза увагою особливості її художньо-образної мови, композиції і типографії. Починаючи з 1991 р., українська наукова спільнота активно вивчає проблеми національної ідентичності в мистецтві, проте фокус уваги науковців переважно зосереджений на монументальних жанрах або класичній станковій графіці. Разом з тим мистецтвознавчий дискурс довго оминав увагою тиражну графіку малих форм, обмежуючи її сприйняття виключно прикладним контекстом. Ситуація почала змінюватися лише на початку XXI ст. з розвитком теорії дизайну в Україні, коли дослідники зосередили увагу на марку як «візитівку держави», що її репрезентує у світі.

Мета дослідження **2**

Метою статті є систематизація та аналіз наявного масиву наукової літератури та емпіричних джерел, присвячених дизайну поштових марок, для визначення ступеня розробленості теми та окреслення перспектив подальших досліджень у цій галузі.

Методологія та аналіз джерельної бази **3**

Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових методів. Опрацювання історіографії здійснено за допомогою систематизації та класифікації для впорядкування масиву наукових джерел, порівняльний метод використано для зіставлення наукової методології представників історичної та мистецтвознавчої сфер. Метод теоретичного узагальнення дав змогу синтезувати отримані дані, визначити стан вивченості проблеми та виокремити перспективні напрями подальших розвідок. Джерельна база дослідження вирізняється комплексністю та охоплює масив різнопланових матеріалів. Для логічного структурування та уникнення фрагментарності викладу, матеріали були розподілені на чотири концептуальні групи:

- 1) спеціалізовані філателістичні студії;
- 2) теорія дизайну та проектна практика;
- 3) методологія графіки та візуальних комунікацій;
- 4) знакові системи.

Джерельну базу дослідження складають: архівні матеріали, філателістична продукція (поштові набори, блоки марок, буклети, книги з марками, марковані конверти, картмаксимуми), уведена в обіг національним оператором поштового зв'язку України протягом 1992–2024 рр. Головним інструментом верифікації фактичних даних (дати випуску, тиражі, способи друку, художники) слугували каталожні видання, який містять вступні статті: авторський каталог Я. Мулика (2024) та офіційне видання Укрпошти «Поштові марки України 1992–2024» (2025), яке є найбільш повним зібранням інформації про новітній період української філателії. Унікальну історичну складову формують архівні матеріали ЦДАВО України, що містять документацію про конкурс для перших марок УНР, каталог «Підпільна Пошта України» (Боровець, 2009), фахова періодика: журнали «Філателія України» та «Український філателіст».

Результати дослідження **4**

У процесі дослідження опрацьовано значний масив наукових джерел, що стосується теорії дизайну, історії мистецтв та філателії. Виклад огляду джерел здійснено відповідно до проведеної класифікації за чотирма концептуальними групами.

Перша група джерел формує теоретичне підґрунтя для мистецтвознавчого осмислення об'єкта дослідження. Фундаментальні засади вивчення поштової марки незалежної України заклав філателіст В. Бехтір (2003). Дослідник вивів тему за межі суто філателістичного опису, зосередившись на конструк-

тивних і візуальних характеристиках маркових аркушів. Аналіз сюжетів і технічних аспектів друку став базою для подальших розвідок про марки в умовах відновлення державності. Знаковою для системного аналізу марки як самостійного виду графічного мистецтва є робота Ю. Бокаревої (2006). Науковиця розпочала досліджувати поштову марку як об'єкт графічного дизайну, здійснивши перші спроби у формуванні критеріїв художньої вартості мініатюри. Ю. Бокарева доводила, що візуальна мова марки детермінована специфікою об'єкта, де естетичні рішення нерозривно пов'язані з утилітарною функцією знака оплати. Проте дослідження науковиці представлені переважно у формі статей хронологічними межами до 2010 р.

Проектний вимір поштової графіки та принципи організації серійних випусків розкрито в дослідженні В. Чередниченка (2015). Праця вченого «Про філателію всім» дає підстави трактувати серію марок як цілісний дизайнерський ансамбль, поєднуючи аналіз розвитку філателістичного руху з викладенням основ формування колекцій.

Окреме місце в історіографії дизайну марок посідає 47-й том серії «Підпільна Пошта України» (Боровець, 2009). Це дослідження є ключовим для розуміння мілітарної філателії та спадщини визвольного руху. Видання розкриває авторів підпільних марок, висвітлюючи вплив шкіл Г. Нарбути та М. Бойчука через постать Роберта Лісовського, а якісні ілюстрації із зібрання Степана Голяша та «Колекції Петра Й. Потічного» (Університет Торонто) розкривають стратегічну роль дизайну марки як інструменту пропаганди ідеї незалежності в середині ХХ ст.

Сучасний стан висвітлення проблеми доповнюється розвідками, де поштова марка аналізується як інструмент ідеологічної боротьби та медійних маніпуляцій. О. Потильчак і Ж. Іщенко (2023) досліджують деміфологізацію української історії через аналіз радянських філателістичних емісій 1940–1980 рр., де візуалізація «перяславської легенди» слугувала засобом закріплення імперських міфологем у суспільній свідомості. У період 2014–2025 рр. філателія перетворилася на один із напрямів гібридної зброї росії проти України. Через випуск поштової продукції здійснюються спроби візуально закріпити пропагандистські тези та ворожі наративи в міжнародному просторі.

Другу групу наукових робіт складають праці, що формують фундаментальну теорію дизайну. Розуміння генези поштової марки неможливе без занурення в широкий контекст розвитку української проектно-культури, що висвітлено в наукових доробках, зокрема В. Даниленка (2005), Ю. Легенького (2023). Центральне місце в цьому блоці посідає науковий доробок доктора мистецтвознавства В. Даниленка. Його монографія «Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури» (Да-

ниленко, 2005) стала системотвірною працею, яка дає підстави розглядати українську поштову марку як органічне продовження національних графічних традицій – від архаїки Трипілля й естетики бароко до професійної діяльності сьогодення. Автор пропонує концепцію, згідно з якою сучасна філателія тлумачиться як відновлення стилістичних ліній, перерваних у радянський період. На окрему увагу заслуговують розвідки В. Даниленка з питань етнодизайну, що надають методологічний ключ до аналізу етнографічних серій марок через чітке розмежування професійного дизайну на основі архетипів і поверхневої стилізації. Дослідник наголошує, що ігнорування законів композиції та семантики при використанні фольклорних цитат призводить до формування псевдонаціонального стилю.

Концептуальну базу для розуміння поштової марки як знакової системи, що транслює естетику українського модерну в сучасний проектний простір, формують праці Ю. Легенького. У дослідженні «Соціальний дизайн: образ і документ в часові та просторі культури» (Легенький, 2023) автор розглядає генеалогію проектних стратегій як шлях від класичного художнього образу до новітніх дизайнерських артефактів. Такий підхід сприяє простеженню еволюції поштової мініатюри від традиційного документа культури до її виходу в кіберпростір, де марка набуває ознак постмодерного комунікативного об'єкта. Культурологічний підхід дослідника дозволяє ідентифікувати візуальну мову марок УНР як першооснову для новітніх філателістичних циклів.

Третя група джерел є прикладною, оскільки вона формує безпосередній методологічний апарат для формально-стилістичного аналізу. Ключовою є робота В. Косіва (2019). Його класифікація методів стилізації від реалістичного зображення до знакового узагальнення є методологічним підґрунтям для мистецтвознавчого аналізу української марки. Оскільки сучасна поштова марка, створена в умовах воєнного стану, фактично перебрала на себе функції агітаційного мікроплаката, методологія А. Будника (2017) сприяє здійсненню фахового аналізу адаптації плакатних прийомів до формату поштової мініатюри. Вагомим для дослідження є внесок В. Олійник (2023), дослідження еволюції візуальної парадигми в українському книжковому дизайні дає змогу простежити спільні для книги та марки художньо-образні тенденції. Розвідки Л. Турчак (2013) щодо художньо-стильових трансформацій графічного мистецтва дозволяють розглядати марку не як ізольований об'єкт, а в широкому контексті розвитку національної графічної школи, простежуючи спадкоємність технічних та естетичних прийомів у тиражній графіці В аспекті комунікативної функції дизайну та колористики ми базуємося на працях О. Гладун (2018) та С. Прищенко (2010). Уваги заслуговують наукові розвідки

Т. Божко (2022): фахівчиня графічного дизайну розглядає знаково-символічні системи як культурні коди, що є ключем до розуміння семантики поштової мініатюри. Важливим є внесок Н. Удріс-Бородавко (2018), яка досліджує графічний дизайн як мистецтво створення візуальних комунікацій. О. Яремчук (2013) розглядає шрифт як основний формотворчий елемент, що важливо для аналізу, оскільки типографія часто є основою композиції для поштової мініатюри.

Четверта група джерел формує теоретико-семіотичний базис дослідження. Для аналізу тиражної графіки важливою є праця В. Беньяміна (2002) про технічне відтворення мистецтва. Хоча В. Беньямін наголошує на втраті унікальності твору через масовий друк, методологія П. Паві (2006) дозволяє змістити увагу на момент індивідуального сприйняття марки реципієнтом. Це дає змогу розглядати кожну одиницю накладу не просто як копію, а як автономний візуальний простір, де дизайнерська організація елементів створює завершену художню дію. Такий підхід підкреслює, що навіть у масовому тиражі марка зберігає здатність працювати із глядачем як самодостатня «мізансцена». У контексті поштової графіки мізансцена виступає як засіб образного виявлення внутрішнього змісту через просторове розташування елементів (шрифт, зображення, номінал), що стає візуальною мовою автора. Подібно до театральної постановки, характер побудови «сцени» на марці відображає її стиль і жанр, перетворюючи площину паперу на режисерський продуманий простір, де художній задум реалізується через динамічну взаємодію графічних знаків. У межах цього підходу методика П. Паві допомагає вивчити композицію та просторову будову марки. Водночас семіотика Ч. Пірса (Шепетяк, 2014) дає змогу розкрити зміст твору через аналіз його окремих елементів. Якщо «мізансцена» визначає умови сприйняття образу, то вивчення іконічних та символічних знаків відкриває доступ до ідеологічного наповнення поштової марки. Розуміння простору цієї сцени стає основою для подальшого розшифрування знакової структури, де поєднання символів передає державні повідомлення.

Для розуміння функцій марки важливою є робота Д. Скотта (Scott, 1995) та дослідження Дж. Чайлда (Child, 2008), які визначають марки як політичні повідомлення. П. Раенто та С. Брунн (Raento & Brunn, 2005) на прикладі Фінляндії описує механізми візуального спротиву, що є актуальним для України. Концепцію марки як носія національної ідеології запропонував І. Кюзак (Cusack, 2005), а взаємодію суспільства з марками дослідила Ш. Бреннан (Brennan, 2018).

Для вивчення сучасних інтерактивних марок із QR-кодами чи доповненою реальністю підходить концепція «відкритого твору» У. Еко (Eco, 2006). Якщо П. Паві приділяє увагу внутрішній

будові зображення, то У. Еко наголошує на активній участі глядача. У такому разі марка перестає бути статичним об'єктом і стає точкою входу в цифрове середовище. Глядач не просто дивиться на мініатюру, а доповнює її зміст через взаємодію. Це перетворює марку на елемент комунікації, який поєднує фізичний предмет із мережевим простором.



Рис. 1. Лінійна модель Шеннона-Вівера для поштової марки.
Створено автором.

Fig. 1. Shannon-Weaver linear model for a postage stamp.
Created by the author.

Поєднання зазначених підходів дає змогу розглядати дизайн сучасної української марки як інструмент утвердження культурного суверенітету. Семіотика Ч. Пірса та методи П. Паві допомагають аналізувати внутрішню структуру марки, а теорії В. Беньяміна та У. Еко пояснюють її роботу в сучасному медіапросторі. Узагальнення аспектів вивчення поштової марки говорить про те, що як об'єкт проектування вона виходить за межі своєї первинної утилітарної функції. Базуючись на розробках О. Гладун (2018) та Д. Скотта (Scott, 1995), доцільно розглядати поштову марку як складний комунікативний акт. Класична лінійна модель Шеннона-Вівера (Shannon & Weaver, 1964) набуває специфічного мистецтвознавчого наповнення (рис. 1). Проте, якщо модель Шеннона-Вівера фіксує шлях передавання сигналу, то

підхід П. Паві розкриває механіку його сприйняття. За П. Паві (2006), марка стає точкою перетину «тексту» (державного замовлення) та «перформансу» (візуального втілення), де глядач є активним учасником, що дешифрує код у реальному часі.

У рамках пропонованого дослідження ключова роль у цій схемі відводиться етапу «візуального кодування». Саме дизайнер є медіатором, який трансформує абстрактні державні повідомлення в чітку систему графічних символів. Успішність цієї комунікації, як підтверджують дослідження Н. Удріс-Бородавко (2018), залежить від того, наскільки майстерно використано засоби виразності (композиція, типографія, колір), а також те, чи відповідають вони культурній картині світу реципієнта. Важливо враховувати фактор зворотного зв'язку, який проявляється через активність філателістів у соціальних мережах. Реакція суспільства часто ставала каталізатором нових накладів або сюжетів, перетворюючи марку з об'єкта пасивного споглядання на інструмент активної соціальної взаємодії. Аналіз праць із теорії комунікацій дає підстави виокремити ключові функції української марки: ідентифікаційну (маркування суверенітету відбувається через пряме цитування державних атрибутів: герб, прапор назва країни та номінал у національній валюті), інформаційну (фіксація історії), агітаційну (формування думки) та естетичну. Особливо актуальною є агітаційна функція в умовах воєнного стану, коли марка діє як вірусний медіа-продукт.

**Наукова
новизна та
практична
значимість
дослідження**

5

Наукова новизна дослідження ґрунтується на першій спробі комплексного аналізу стану наукової розробки дизайну української поштової марки. Такий підхід дав змогу систематизувати накопичений досвід та виявити низку актуальних дослідницьких лакун, а саме: хронологічну, методологічну й аналітичну. Констатовано хронологічну невідповідність між стрімким розвитком поштової графіки останнього десятиліття та рівнем її теоретичного осмислення: встановлено, що найбільш динамічний етап (2014–2024) залишається поза увагою науковців, оскільки більшість праць обмежуються аналізом тенденцій до 2010 р. У статті обґрунтовано методологічний дефіцит у вивченні імерсійних технологій у філателії. Для розв'язання цієї проблеми запропоновано залучення концепції «відкритого твору» У. Еко, що дає змогу трактувати марки з QR-кодами чи доповненою реальністю як сучасні комунікативні системи. Запропоновано семіотико-мистецтвознавчий ракурс, який передбачає аналіз внутрішньої структури марки за методикою П. Паві. Такий підхід дозволяє розглядати поштову мініатюру не як статичне зображення, а як цілісну художню дію, де кожен графічний елемент є активним учасником комунікативного процесу. Розкрито роль дизайну як засобу маркування націо-

нального культурного простору в глобальному середовищі через систему візуальних образів і сюжетів.

Висновки **6**

Здійснивши комплексний аналіз стану наукового розроблення проблеми, можна констатувати, що джерельна база є репрезентативною для всебічного висвітлення теми. Однак наявний науковий доробок має переважно фрагментарний характер. Більшість ґрунтовних мистецтвознавчих розвідок охоплюють період становлення незалежності та завершуються оглядом тенденцій 2000–2010 рр. Отже, наявний стан наукового осмислення проблеми, незважаючи на ґрунтовність окремих історичних та каталожних праць, не дає цілісної картини художньо-стилістичної трансформації української поштової марки новітнього періоду, що й визначає потребу в проведенні комплексного дослідження, яке поєднає систематизацію емпіричного матеріалу з поглибленим мистецтвознавчим аналізом поштової марки як актуального феномена сучасної візуальної культури.

Список бібліографічних посилань

- Беньямін, В. (2002). Мистецький твір у добу його технічної відтворюваності (Ю. Рибачук & Н. Лозинська, пер.). В *Вибране*. Літопис.
- Бехтір, В. (2003). Г. Нарбут і А. Середа – творці перших українських марок. *Філателія України*, 4, 11–12.
- Божко, Т. (2022). Знаково-символічні системи як культурні коди: упізнаваність та взаємодія символів. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 5(2), 171–187. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266900>
- Бокарева, Ю. В. (2006). Знаки поштової оплати як художній символ державності. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, 3, 3–8.
- Боровець, З. (Ред.). (2009). *Підпільна Пошта України* (Т. 47). Літопис УПА. https://litopysupa.com/wp-content/uploads/2019/01/Том_47_Pidpilna_Poshta_Ukrainy.pdf
- Будник, А. В. (2017). *Засоби і прийоми дизайну українського видовищного плаката першої третини ХХ ст.* [Автореферат дисертації кандидата мистецтвознавства, Київський національний університет культури і мистецтв].
- Гладун, О. Д. (2018). Український плакат: етапи розвитку візуально-пластичної мови. *Сучасне мистецтво*, 14, 119–122. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.13.2018.152212>
- Даниленко, В. Я. (2005). *Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури*. Харківська державна академія дизайну і мистецтв; Колорит.
- Косів, В. М. (2019). *Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років*. Родовід.
- Легенький, Ю. Г. (2023). *Соціальний дизайн: образ і документ в часові та просторі культури*. Лисенко М. М.
- Мулик, Я. (2024). *Поштові марки України: 1918–2023* (6-те вид.) [Каталог]. Коло.
- Олійник, В. (2023). Художньо-комунікативні трансформації книги на тлі еволюції візуальної парадигми в українському дизайні. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 6(1), 70–86. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.6.1.2023.279062>
- Паві, П. (2006). *Словник театру* (М. Якуб'як, пер.). Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка.

- Потильчак, О. В., & Іщенко, Ж. М. (2023). «Переяславська Легенда» у радянській філателії: фрагмент візуальної антології міфу. *Культурологічний альманах*, 1, 84–98. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.12>
- Поштові марки України 1992–2024 (Зте вид.) [Каталог]. (2025). Укрпошта.
- Прищенко, С. В. (2010). *Кольорознавство*. Альтерпрес.
- Турчак, Л. І. (2013). Художньо-стильові трансформації графічного мистецтва в Україні періоду незалежності. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*, 28, 167–172.
- Удріс-Бородавко, Н. С. (2018). Типографія як форма візуальної комунікації. *Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури*, 40, 227–236.
- Чередниченко, В. (2015). *Про філателію всім*. Смолоскип.
- Шепетяк, О. М. (2014). Класифікація знаків у семіотиці Чарльза Пірса. *Університетська кафедра*, 3, 129–136. <https://ir.kneu.edu.ua/items/6ad45687-a5cf-4ca6-9468-8206638a77a5>
- Яремчук, О. (2013). Шрифтовий плакат в системі поліграфічного дизайну. *Українська академія мистецтва*, 20, 114–122.
- Brennan, S. A. (2018). *Stamping American memory: Collectors, citizens, and the post*. University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/mpub.9847183>
- Child, J. (2008). *Miniature Messages: The semiotics and politics of Latin American postage stamps*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822389279>
- Cusack, I. (2005). Tiny transmitters of nationalist and colonial ideology: The postage stamps of Portugal and its Empire. *Nations and Nationalism*, 11(4), 591–612. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2005.00221.x>
- Eco, U. (2006). *The open work*. Harvard University Press.
- Raento, P., & Brunns, S. D. (2005). Visualizing Finland: Postage stamps as political messengers. *Geografiska Annaler. Series B: Human Geography*, 87(2), 145–164. <https://doi.org/10.1111/j.0435-3684.2005.00188.x>
- Scott, D. (1995). *European stamp design: A Semiotic approach to designing messages*. Academy Editions.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1964). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.

References

- Bekhtir, V. (2003). H. Narbut i A. Sereda – tvortsi pershykh ukrainskykh marok [H. Narbut and A. Sereda – creators of the first Ukrainian stamps]. *Filateliiia Ukrainy*, 4, 11–12 [in Ukrainian].
- Beniamin, V. (2002). Mystetskyi tvir u dobu yoho tekhnichnoi vidtvoriuvanosti [A work of art in the age of its technical reproducibility] (Yu. Rybachuk & N. Lozynska, Trans.). In *Vybrane [Selected]*. Litopys [in Ukrainian].
- Bokarieva, Yu. V. (2006). Znaky poshtovoi oplaty yak khudozhnii symbol derzhavnosti [Postage stamps as an artistic symbol of statehood]. *Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*, 3, 3–8 [in Ukrainian].
- Borovets, Z. (Ed.). (2009). *Pidpilna Poshta Ukrainy [The Ukrainian Underground Post] (Vol. 47)*. Litopys UPA. https://litopysupa.com/wp-content/uploads/2019/01/Tom_47_Pidpilna_Poshta_Ukrainy.pdf [in Ukrainian].
- Bozhko, T. (2022). Znakovo-symbolichni systemy yak kulturni kody: upiznavanist ta vzaiemodiia symboliv [Sign and symbolic systems as cultural codes: recognition and interaction of symbols]. *Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*, 5(2), 171–187. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266900> [in Ukrainian].

- Brennan, S. A. (2018). *Stamping American memory: Collectors, citizens, and the post*. University of Michigan Press. <https://doi.org/10.3998/mpub.9847183> [in English].
- Budnyk, A. V. (2017). *Zasoby i pryomy dyzainu ukrainskoho vydovyshchnoho plakata pershoi tretyny XX st.* [Tools and techniques for the design of Ukrainian spectacular poster of the first third of the twentieth century] [Abstract of PhD Dissertation, Kyiv National University of Culture and Arts] [in Ukrainian].
- Cherednychenko, V. (2015). *Pro filateliu vsim* [About philately for everyone]. Smoloskyp [in Ukrainian].
- Child, J. (2008). *Miniature Messages: The semiotics and politics of Latin American postage stamps*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822389279> [in English].
- Cusack, I. (2005). Tiny transmitters of nationalist and colonial ideology: The postage stamps of Portugal and its Empire. *Nations and Nationalism*, 11(4), 591–612. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2005.00221.x> [in English].
- Danylenko, V. Ya. (2005). *Dyzain Ukrainy u svitovomu konteksti khudozhno-proektnoi kultury* [Design of Ukraine in the world context of artistic and design culture]. Kharkiv State Academy of Design and Arts; Koloryt [in Ukrainian].
- Eco, U. (2006). *The open work*. Harvard University Press [in English].
- Hladun, O. D. (2018). Ukrainskyi plakat: etapy rozvytku vizualno-plastychnoi movy [Ukrainian poster: the development stages of visual and plastic language]. *Contemporary Art*, 14, 119–122. <https://doi.org/10.31500/2309-8813.13.2018.152212> [in Ukrainian].
- Kosiv, V. M. (2019). *Ukrainska identychnist u hrafichnomu dyzaini 1945–1989 rokiv* [Ukrainian identity in graphic design 1945–1989]. Rodovid [in Ukrainian].
- Lehenkyi, Yu. H. (2023). *Sotsialnyi dyzain: obraz i dokument v chasovi ta prostori kultury* [Social design: Image and document in the time and space of culture]. Lysenko M. M. [in Ukrainian].
- Mulyk, Ya. (2024). *Poshtovi marky Ukrainy: 1918–2023* [Postage stamps of Ukraine: 1918–2023] (6th ed.) [Catalog]. Kolo [in Ukrainian].
- Oliinyk, V. (2023). Khudozhno-komunikatyvni transformatsii knyhy na tli evoliutsii vizualnoi paradyhmy v ukrainskomu dyzaini [Artistic and communicative transformations of the book against the background of the evolution of the visual paradigm in Ukrainian design]. *Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*, 6(1), 70–86. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.6.1.2023.279062> [in Ukrainian].
- Pavis, P. (2006). *Slovnyk teatru* [Dictionary of theater] (M. Yakubiak, Trans.). Ivan Franko National University of Lviv [in Ukrainian].
- Poshtovi marky Ukrainy 1992–2024* [Postage stamps of Ukraine 1992–2024] (3rd ed.) [Catalog]. (2025). Ukrposhta [in Ukrainian].
- Potylchak, O. V., & Ishchenko, Zh. M. (2023). "Pereiaslavskia Lehenda" u radianskii filatelii: frahment vizualnoi antolohii mifu ["Pereiaslav legend" in Soviet philately: A fragment of the visual anthology of the myth]. *Culturological Almanac*, 1, 84–98. <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.1.12> [in Ukrainian].
- Pryshchenko, S. V. (2010). *Koloroznavstvo* [Color science]. Alterpres [in Ukrainian].
- Raento, P., & Brunn, S. D. (2005). Visualizing Finland: Postage stamps as political messengers. *Geografiska Annaler. Series B: Human Geography*, 87(2), 145–164. <https://doi.org/10.1111/j.0435-3684.2005.00188.x> [in English].
- Scott, D. (1995). *European stamp design: A Semiotic approach to designing messages*. Academy Editions [in English].
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1964). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press [in English].
- Shepetiak, O. M. (2014). Klasyfikatsiia znakiv u semiotytsi Charla Pirsy [The classification of signs in the semiotics of Charles Peirce]. *Universytetska kafedra*, 3, 129–136. <https://ir.kneu.edu.ua/items/6ad45687-a5cf-4ca6-9468-8206638a77a5> [in Ukrainian].

- Turchak, L. I. (2013). Khudozhno-stylovi transformatsii hrafichnoho mystetstva v Ukraini periodu nezalezhnosti [Artistic and stylistic transformations of graphic art in Ukraine during the period of independence]. *Bulletin of KNUKIM. Series in Arts*, 28, 167–172 [in Ukrainian].
- Udris-Borodavko, N. S. (2018). Typohrafiia yak forma vizualnoi komunikatsii [Typography as a form of visual communication]. *Topical Problems of History, Theory and Practice of Artistic Culture*, 40, 227–236 [in Ukrainian].
- Yaremchuk, O. (2013). Shryftovyi plakat v systemi polihrafichnoho dyzainu [Font Poster in the system of polygraphic design]. *Ukrainska akademiia mystetstva*, 20, 114–122 [in Ukrainian].

Надійшла 02.02.2026

Прийнята 08.03.2026

Стаття була вперше опублікована онлайн 22.05.2026

