



УДК 741.6:7.05:659.127.8

## LOGO AS A MINIATURE PAINTING: INTEGRATION OF DRAWING STRUCTURE, PICTORIAL COLOR LANGUAGE, AND COMPOSITIONAL BALANCE

ЛОГОТИП ЯК МІНІАТЮРНА КАРТИНА: ПОЄДНАННЯ РИСУНКОВОЇ ФОРМИ,  
ЖИВОПИСНОЇ КОЛЬОРОВОЇ МОВИ І КОМПОЗИЦІЙНОЇ ЗБАЛАНСОВАНOSTI

Rublevska N.V. / Рублевська Н.В.

*Candidate of Art History, docent / Кандидат мистецтвознавства, доцент*

ORCID: 0000-0001-6648-7729

*Western Ukrainian National University,*

*Ternopil, Lvivska, 11, 46009*

*Західноукраїнський національний університет,*

*Тернопіль, Львівська 11, 46009*

Piiekh R.M. / Пієх Р.М.

*Lecturer / Викладач*

ORCID: 0009-0007-7047-4104

*Western Ukrainian National University,*

*Ternopil, Lvivska, 11, 46009*

*Західноукраїнський національний університет,*

*Тернопіль, Львівська 11, 46009*

Tsup A.V. / Цуп А.В.

*Lecturer / Викладач*

ORCID: 0009-0001-5413-1001

*Western Ukrainian National University,*

*Ternopil, Lvivska, 11, 46009*

*Західноукраїнський національний університет,*

*Тернопіль, Львівська 11, 46009*

**Анотація.** Стаття має теоретичний характер і присвячена вивченню логотипа як художнього об'єкта, в основі якого лежить поєднання рисункової форми, живописної кольорової мови та композиційної рівноваги. Розглянуто логотип не лише як інструмент айдентики, а як мініатюрну картину, здатну передавати зміст, емоції та візуальну культуру бренду. Автор аналізує мистецькі засоби формотворення, що дозволяють досягати естетичної глибини у графічному дизайні. Особливу увагу приділено прикладам інтеграції художнього підходу в логотипах сучасних українських і зарубіжних дизайнерів. Зроблено акцент на важливості синтезу академічного рисунка, живопису та композиції як методичної основи підготовки майбутніх дизайнерів.

**Ключові слова:** логотип, графічний дизайн, композиція, рисунок, живопис, візуальна айдентика, художній образ, фірмовий стиль.

### Вступ.

У сучасному візуальному середовищі логотип все більше відходить від виключно ідентифікаційної функції та набуває рис художнього образу, здатного поєднувати естетику, сенс і впізнаваність. Цей символ повинен не тільки



інформувати, а й візуально «говорити», викликати емоції й асоціації, формувати характер бренду. Саме тому в процесі створення логотипа особливу вагу набуває художнє мислення, яке поєднує рисунок, живописну кольорову мову й композиційну рівновагу.

Сучасні практики демонструють зростання інтересу до ручних технік у розробці логотипів: ескізи на папері, акварельні чи акрилові мазки, цілісні художні композиції, які згодом переносяться в цифрову форму. Це перетворює логотип на справжню мініатюрну картину, збалансовану за формою, кольором і внутрішнім змістом.

**Актуальність.** Тема є актуальною, оскільки потребує дослідження інтеграції класичних мистецьких дисциплін із сучасним графічним дизайном. У цифровій добі людині важливі візуальні образи не лише функційно правильні, а й естетично глибокі. Тож поєднання рисунка, живопису та композиційної структури у логотипі дає змогу створити унікальний культурний та художній код дизайну.

**Мета дослідження** – з'ясувати методи поєднання рисунка, живопису і композиції у процесі формування логотипа як художнього засобу в системі фірмового стилю.

#### **Завдання:**

З'ясувати роль рисунка у початковому етапі створення знака.

1. Визначити, як живописна палітра впливає на емоційне сприйняття логотипа.

2. Дослідити композиційні принципи, які забезпечують візуальну цілісність логотипа.

3. Сформулювати теоретичні рекомендації щодо викладання такого підходу у професійній освіті.

**Об'єкт дослідження:** логотип як складова візуальної айдентики.

**Предмет дослідження:** засоби художнього творення – рисунок, живопис, композиція – які реалізуються у формуванні логотипа.



**Огляд джерел.** Застосування мистецьких підходів у графічному дизайні вивчалось як українськими, так і міжнародними авторами:

- **Криворучко С. Г.** у праці *Основи графічного дизайну* [5] подано аналіз методів проектування логотипів із акцентом на художнє мислення.
- **Мельник О. В.** *Композиція в дизайні* [7] – системний опис принципів візуальної структури в графічних роботах.
- **Пастушенко О. Л.** *Колір у дизайні: методика та практика* [9] – живописна кольорова основа айдентики і її значення для емоційного впливу.
- **Airey, David.** *Logo Design Love* [2] – практичні кейси логотипів, створених на основі ескізів, мазків та фактур.
- **Josef Albers.** *Interaction of Color* [1] – класика кольорознавчих теорій і взаємодії кольору.

### **Виклад основного матеріалу.**

У візуальній культурі ХХІ століття логотип стає не лише функціональним засобом ідентифікації, але й інструментом художнього самовираження. Цей процес значною мірою пов'язаний із поверненням до естетичних принципів образотворчого мистецтва, зокрема – рисунка, живопису та композиції, які забезпечують не лише візуальну привабливість логотипа, а й змістовну насиченість. Розглянемо роль рисунку, живопису і композиції та кольорознавства у створенні логотипу.

Рисунок традиційно виконує конструктивну функцію у візуальному мистецтві – він допомагає виявити форму, структуру та пропорції об'єкта. У контексті логотипу рисунок виконує подвійну роль:

1. як етап ескізування та первинного пошуку ідеї;
2. як повноцінний елемент стилістики – зокрема, у логотипах, стилізованих під лінійний або графічний малюнок.

Ці функції підтверджує Козуб Л. І. у посібнику *«Рисунок як основа художнього образу в дизайні»* [6], де підкреслюється важливість оволодіння рисунком не лише як академічною дисципліною, але й як складовою проєктного мислення. Цей підхід також розвинений у навчальних програмах КНУТД та



НАОМА, де рисунок інтегрується у дисципліни «Айдентика» й «Основи графічного дизайну».

Колірна палітра в логотипі – це не лише декоративна складова, а носій емоцій, сенсу і впізнаваності. Живопис як вид мистецтва дає дизайнеру можливість глибше розуміти відтінки, температури, фактури та динаміку кольорових відношень. Особливо актуальним є використання живописної текстури – акварелі, пастелі, акрилових мазків – як частини стилістики бренду. У навчальному посібнику Гнатюка І. О. *«Основи живопису та кольорознавства»* [4] підкреслено, що колір має просторову і психологічну дію, а його гармонізація можлива лише через глибоке розуміння живописної структури. Аналогічний підхід розвиває Пастушенко О. Л. у праці *«Колір у дизайні: методика та практика»* [9], де колір розглядається не як технічний, а як художній інструмент.

Композиція є ключовим принципом побудови логотипа як візуального знака. Вона відповідає за розміщення елементів, баланс, динаміку, сприйняття простору та рівновагу між частинами й цілим. Композиційна структура має бути лаконічною, але водночас насиченою візуальними зв'язками – саме це і робить логотип подібним до художнього твору. Також можна побачити, що у навчальному виданні Мельника О. В. *«Композиція в дизайні»* [7] детально подано класифікацію композиційних схем, що можуть бути застосовані у графічній айдентиці – сітка, симетрія, асиметрія, центрована структура тощо. Ці схеми корелюють із класичними принципами, які були досліджені ще у працях Баугавзівської школи, зокрема у працях Wucius Wong [10].

Варто зазначити, що сучасний логотип у багатьох випадках уже не просто геометрична конструкція, а мініатюрна художня композиція, яка поєднує графічність рисунка, емоційність живопису та структурну логіку композиції. Цей синтез найбільш повно описано у книзі David Airey *Logo Design Love* [2], де автор демонструє приклади логотипів, створених на основі ескізів, фарбових плям, фактур, рукописних ліній.

Таким чином, теоретична база створення логотипа як мініатюрного художнього твору ґрунтується на інтеграції образотворчих дисциплін у



дизайнерську практику. Рисунок забезпечує структурність, живопис – колористичну глибину, композиція – логічну і візуальну цілісність. Такий підхід відкриває шлях до створення айдентики нового рівня – не просто візуально ефективною, а й художньо значущою.

***Розглянемо методологічні аспекти логотипу як художньої структури у просторі територіальної ідентичності.***

У сучасній економіці, що дедалі більше спирається на візуальні комунікації, логотип виступає не лише як складова корпоративного стилю, а як інструмент презентації території, регіону, міста чи національного продукту. У цьому контексті логотип виконує функцію візуального маркера локальної ідентичності, у якому зливаються мистецьке мислення та економічна стратегія. Поняття бренду території (place brand) дедалі частіше використовує логотип як ключову точку візуальної навігації. Це стосується як туристичних логотипів міст, так і логотипів, які об'єднують локальних виробників, фестивалі, ремесла. За словами Анни Оганесян у праці «Брендинг територій: концепції та приклади» [8], ефективний територіальний бренд має базуватись на візуальній унікальності, що народжується із поєднання культурних кодів і художніх засобів. Логотип, що відображає етнокультурний, географічний або історичний контекст, значно глибше «вкорінений» у візуальну пам'ять споживача. Наприклад, при створенні логотипу для фестивалю народного мистецтва можуть бути використані:

- ручний рисунок на основі предметів декоративного мистецтва;
- живописна палітра, притаманна регіональній природі чи традиційному одягу;
- композиційна побудова, запозичена з орнаменту, вишивки або килимового мистецтва.

Це дозволяє не лише підкреслити автентичність бренду, а й створити візуальну мову для локальної економіки, де культура стає ресурсом розвитку.

Під час формування художньо орієнтованого логотипу важливо не лише використати декоративні мотиви, але й структурувати простір знака відповідно до класичних принципів композиції: центрованість, ритм, баланс, рівновага між



позитивною і негативною формою. Це особливо актуально у логотипах територіального масштабу, де в одному знакові мають зійтися:

- природні мотиви (наприклад, рельєф чи архітектура),
- культурні символи (етнографічні або історичні деталі),
- композиційна впорядкованість, що сприяє впізнаваності.

У цьому контексті надзвичайно корисним є посібник Мельника О. В. *«Композиція в дизайні»* [7], де подані типові схеми для візуального упорядкування малих форм, включно з логотипом.

У логотипах, які базуються на художній традиції, візуальне зображення має довготривалу комунікативну силу. Його цінність зростає не лише естетично, а й економічно – бо він стає носієм стабільного культурного образу, який формує довіру, повагу й емоційну прив'язаність до бренду. Це підтверджують і маркетингові дослідження, і досвід багатьох регіональних брендів (наприклад, «Made in Ukraine» чи брендинг «Львів – місто кави»).

Логотип у цьому випадку – не просто знак, а композиційно й образно обґрунтований елемент культурної економіки [7].

Таким чином, логотип, створений із використанням рисунка, живопису та композиції, є не лише засобом айдентики, але й носієм глибокої територіальної, культурної та економічної ідентичності. Його художня форма допомагає виразити змістовну суть регіону, події або виробника, а також вбудовується у ширший контекст економіки культури і креативної індустрії.

### **Висновки.**

Досліджено сутність логотипа як візуального знака, який у сучасному графічному дизайні дедалі частіше набуває ознак художнього твору – зі структурованою композицією, кольоровою палітрою та авторським рисунковим стилем. Визначено, що логотип може виступати не лише елементом айдентики, а й носієм культурної, емоційної й економічної інформації.

Зроблено висновок, що інтеграція рисунка, живопису та композиційних принципів у створення логотипа дозволяє досягти візуальної глибини, виразності



образу, асоціативної багатошаровості, що особливо актуально у контексті культурного брендингу та дизайну локальних візуальних систем [5; 9].

Проаналізовано, що рисунок як засіб пошуку форми на початковому етапі проектування логотипа виконує структуроутворюючу функцію, забезпечуючи пластичність та образну ясність. Живопис, у свою чергу, визначає кольорову атмосферу, впливає на емоційне сприйняття знака та створює характерну художню фактуру [1; 4].

Обґрунтовано, що композиція є невід'ємною складовою формування логотипа як цілісної структури, в якій мають бути дотримані закономірності балансу, ритму, візуальної домінант і узгодження частин [7; 10].

Уточнено, що логотип, створений на основі художніх дисциплін, несе більший культурний та економічний потенціал у просторі локальної ідентичності, оскільки візуалізує традиції, локальні символи, колірну палітру регіону або бренду [3; 8].

Визначено, що така інтеграція художніх підходів може бути ефективно використана в освітньому процесі з підготовки майбутніх дизайнерів, зокрема через методичні завдання, які поєднують ескізування, живописну стилізацію та композиційний аналіз у створенні логотипа.

#### Література:

1. Albers, J. *Interaction of Color*. New Haven: Yale University Press, 2013. 183 p.
2. Airey, D. *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. 2nd edition. Berkeley: Peachpit Press, 2019. 240 p.
3. Базелюк, Н. Л. Форма як засіб створення художнього образу в арт-дизайні // *Art and Design*, № 3, 2019, с. 40–47.
4. Гнатюк, І. О. *Основи живопису та кольорознавства*. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 168 с.
5. Криворучко, С. Г. *Основи графічного дизайну*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. 212 с.



6. Козуб, Л. І. *Рисунок як основа художнього образу в дизайні*. Черкаси: Вертикаль, 2019. 104 с.
7. Мельник, О. В. *Композиція в дизайні*. Київ: Ліра-К, 2020. 160 с.
8. Оганесян, А. *Брендинг територій: концепції та приклади*. Київ: Альтерпрес, 2020. 112 с.
9. Пастушенко, О. Л. *Колір у дизайні: методика та практика*. Київ: КНУТД, 2021. 144 с.
10. Wong, W. *Principles of Two-Dimensional Design*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1972. 184 p.

**Abstract.** This article is **theoretical in nature** and explores the logo as an artistic object that integrates elements of drawing structure, pictorial color language, and compositional balance. The logo is viewed not merely as an element of visual identity, but as a miniature painting capable of conveying meaning, emotion, and brand culture. The author analyzes artistic techniques used in the creation of logos that enhance their aesthetic depth and symbolic expressiveness. Particular attention is paid to examples of contemporary Ukrainian and international designers who incorporate traditional art approaches. The article also emphasizes the educational significance of integrating academic drawing, painting, and composition in the professional training of graphic designers.

**Key words:** logo, graphic design, composition, drawing, painting, visual identity, artistic image, corporate style.

Статтю надіслано 25.07.2025р.

© Рублевська Н.В., П'єх Р.М., Цуп А.В.



## CONTENTS

### Education and pedagogy

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-039> 3

#### INNOVATIVE PEDAGOGICAL ACTIVITY OF FUTURE HIGHER EDUCATION TEACHERS

*Zviekova V.K., Kachurovska O.B.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-043> 11

#### METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE APPLICATION OF FOREIGN LITERATURE IN THE FORMATION OF LEARNERS' LEXICAL COMPETENCE IN SLOVAK LANGUAGE LESSONS

*Rozman I.I., Bedevelska M. V.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-050> 18

#### FORMATION OF SELF-EDUCATIONAL ACTIVITY ORGANIZATION SKILLS AS A KEY COMPETENCE OF FUTURE SPECIALISTS

*Tkachenko V.V.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-058> 25

#### THE ROLE OF THE DISCIPLINE "JURISPRUDENCE" IN THE FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF BACHELORS OF FOOD TECHNOLOGY

*Rusnak L.V.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-063> 32

#### FORMATION OF PROFESSIONAL COMPETENCE OF BACHELORS OF FOOD TECHNOLOGIES IN THE PROCESS OF STUDYING PROFESSIONAL DISCIPLINES

*Prylipko T.M.*

### Philology, linguistics and literary studies

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-025> 37

#### THE KEY FEATURES OF TRANSLATION AND LOCALIZATION OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL TEXTS

*Ihnatiuk Olha, Ionane Nadiia*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-035> 42

#### PATRIOTIC OUTLOOK AND ANTI-NATIONAL PHENOMENA IN BORIS GRINCHENKO'S WORKS FOR CHILDREN

*Vovk O.V., Ivanoczko G.O.*



## Legal and political sciences

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-014> 48

RESOLUTION OF CONFLICTS IN THE FIELD OF HEALTH INSURANCE THROUGH MEDIATION.

*Machuska I.B., Titova O.S., Chyryk O.I.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-031> 55

FEATURES OF THE JOINT ACTIVITIES OF THE COMMISSION OF FORENSIC EXPERTS

*Yevsiukov O.F.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-032> 66

DELEGITIMATION OF STATE POWER IN THE FACTORIAL DIMENSION

*Oleinykov S. M.*

## History

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-036> 76

HISTORY OF SOCIAL MOVEMENTS AND CIVIL SOCIETY ORGANIZATIONS FOR THE RIGHTS OF PEOPLE WITH DISABILITIES AND THEIR IMPACT ON US REHABILITATION POLICY IN THE 1960S-1980S - THIRTY YEARS OF THE TWENTIETH CENTURY

*Fedinskyi O.M.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-062> 88

FROM THE HISTORY OF ARCHAEOLOGICAL CONGRESSES IN UKRAINE

*Penyak P.S.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-064> 95

THEORETICAL ISSUES OF HOUSING POLICY IN THE YEARS OF UKRAINE'S INDEPENDENCE: HISTORIOGRAPHIC DISCUSSION

*Gudz V.V., Pomazan D.U.*

## Art history and culture

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-013> 105

ELEMENTARY SCHOOL OF DOUBLETHINK: THE EDUCATION SYSTEM AS AN OBJECT OF CRITICISM ON THE MOVIE SCREEN

*Klopenko M. I.*

<https://www.sworldjournal.com/index.php/swj/article/view/swj32-04-020> 115

PERFORMING ART AS AN ETHNOCULTURAL MODUS OF REPRESENTATION OF THE NATIONAL IDEA IN THE CONDITIONS OF CIVILIZATIONAL CHANGES: CULTURALOGICAL- ART STUDIES

*S. Shumakova, M. Ostrovska, A. Lebed, I. Sikalov*



# LOGO AS A MINIATURE PAINTING: INTEGRATION OF DRAWING STRUCTURE, PICTORIAL COLOR LANGUAGE, AND COMPOSITIONAL BALANC

*Rublevska N.V., Piiekh R.M., Tsup A.V.*



Scientific publication

*International periodic scientific journal*

# ScientificWorldJournal

Issue №32

Part 4

July 2025

Indexed in  
**INDEXCOPERNICUS**  
high impact factor (ICV: 73)

*Articles published in the author's edition*

*Academy of Economics named after D.A. Tsenov  
Bulgaria jointly with SWorld*

Signed: July 30, 2025

e-mail: [editor@sworldjournal.com](mailto:editor@sworldjournal.com)

site: [www.sworldjournal.com](http://www.sworldjournal.com)



[www.sworldjournal.com](http://www.sworldjournal.com)





[www.sworldjournal.com](http://www.sworldjournal.com)