

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА

КИЇВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО МИСТЕЦТВА  
І ДИЗАЙНУ ІМЕНІ МИХАЙЛА БОЙЧУКА

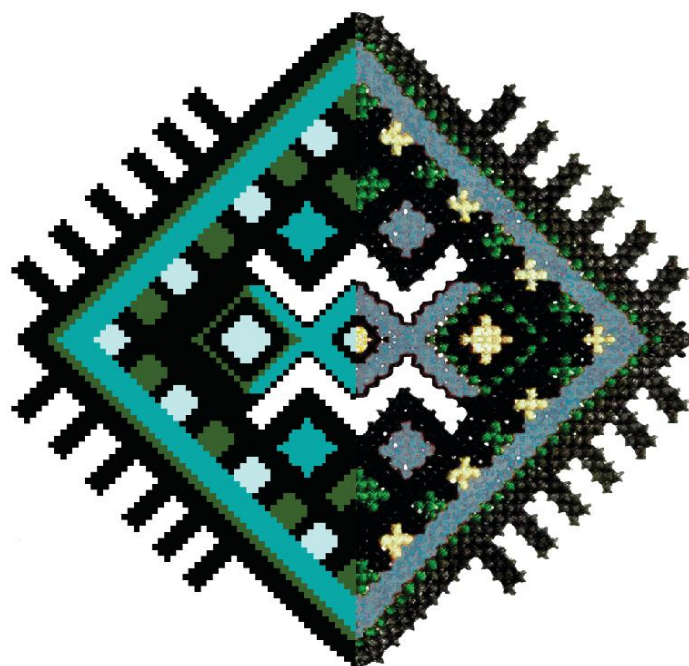
КОСІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОГО ТА ДЕКОРАТИВНОГО МИСТЕЦТВА  
ЛЬВІВСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ МИСТЕЦТВ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ» ІМЕНІ Т.Г. ШЕВЧЕНКА

# ЕТНОКУЛЬТУРНІ ТРАДИЦІЇ В ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ ТА ДИЗАЙНІ УКРАЇНИ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ



Київ 2024

УДК

Рекомендовано до друку Вченою радою Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка (протокол № 6 від 18.06.2024 р.)

#### РЕЦЕНЗЕНТИ

**Володимир Тименко** – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри мультимедійного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, головний науковий співробітник відділу діагностики обдарованості Інституту обдарованої дитини НАПН України

**Сергій Чирчик** – професор кафедри мистецтвознавства і мистецької освіти Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука, доктор наук, професор

**Роман Силко** – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри мистецьких дисциплін Національного університету "Чернігівський колегіум" імені Т. Г. Шевченка

#### РЕДАКЦІЙНА РАДА

**Руденченко Алла Андріївна** – доктор педагогічних наук, професор, член Спілки дизайнерів України, завідувач кафедри декоративного мистецтва і реставрації Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Зайцева Вероніка Іванівна** – кандидат мистецтвознавства, доцент, член Національної спілки художників України, доцент кафедри декоративного мистецтва і реставрації, заступник декана з наукової роботи Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Ковальчук Остап Вікторович** – кандидат мистецтвознавства, доцент, Заслужений діяч мистецтв України, член Національної спілки художників України, декан Факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

*3-1 Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Етнокультурні традиції в образотворчому мистецтві та дизайні України» ред.рада Руденченко А.А., Зайцева В.І., Ковальчук О.В. та ін. Київ-2024*

Наукове видання знайомить із дослідженнями актуальних проблем у галузі етнології, історії, мистецтвознавства та педагогіки, використання етнокультурних традицій в образотворчому мистецтві та дизайні України.

Для науковців, викладачів, учителів. усіх хто цікавиться проблемами етнокультурних традицій в образотворчому мистецтві та дизайні України.

Друкується в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за зміст своїх текстів.

УДК

Київ. 2024

## ЗМІСТ

<b>Уляна Белнакіта</b> .....	5
<i>Орієнтальні теми в європейському образотворчому мистецтві від доби Середньовіччя до початку XX століття</i>	
<b>Іван Братусь</b> .....	8
<i>Формування звітності з виробничої (педагогічної) практики в цифровому середовищі (Moodle, Google Disk та ChatGPT)</i>	
<b>Олексій Власов</b> .....	12
<i>Кримськотатарські таджини «саани» в контексті формотворення посуду країн Близького Сходу і Магрибу</i>	
<b>Петро Гаркін</b> .....	17
<i>Етнічні мотиви у айдентиці сучасних українських брендів дизайнерського одягу</i>	
<b>Богдана Гордієнко</b> .....	22
<i>Український етнодизайн з використанням традиційних матеріалів та сучасних технологій</i>	
<b>Юрій Єфімов</b> .....	25
<i>Етномотиви у друкованій графіці творчої династії Пугачевських</i>	
<b>Лідія Лесневич</b> .....	28
<i>Етнокультурні аспекти у творчості українських митців у мас-медіа</i>	
<b>Ярослав Логінський</b> .....	31
<i>Портрет в малярському доробку В.І. Забашти</i>	
<b>Андрій Мазов</b> .....	33
<i>Етномотиви у стріт-арті України: діалог між традицією і сучасністю</i>	
<b>Ілля Поп'юк</b> .....	36
<i>Трансформація художньої виразності у виробках з металу: етнічна складова та етнодизайн у сучасному ковальському мистецтві Буковини</i>	
<b>Андрій Постол</b> .....	40
<i>Genetic hereditary line in the creation of cossack tatay archetipical image</i>	
<b>Юлія Романенкова</b> .....	44
<i>Дизайн як інструмент формування територіальної айдентики</i>	
<b>Алла Руденченко</b> .....	47
<i>Вплив цифрового етномистецтва на сучасну культурну ідентичність</i>	

<b>Вікторія Самойленко</b> .....	49
<i>Емпіричний досвід навчання художньої вишивки студентів фахових коледжів</i>	
<b>Володимир Снігур</b> .....	53
<i>Challenges of Classification of VR Art Creation Programs</i>	
<b>Світлана Стрельцова</b> .....	57
<i>Об'єкти декоративно-вжиткового мистецтва та дизайну у творчості львівського митця Олега Денисенка</i>	
<b>Алла Таранник</b> .....	59
<i>Мистецька освіта України в умовах воєнного стану: ризики та перспективи</i>	
<b>Ірина Тютюнник</b> .....	62
<i>Художня та педагогічна діяльність Михайла Цибулька</i>	
<b>Ольга Школьна</b> .....	64
<i>Сатинові та карнавальні намиста як сучасні вінтажні прикраси</i>	
<b>Тетяна Шостачук</b> .....	71
<i>Принципи використання шрифтів у плакатах</i>	
<b>Анатолій Бровченко</b> .....	75
<i>Тенденції та перспективи розвитку етнічного дизайну в Україні</i>	
<b>Вероніка Зайцева, Алла Буйгашева</b> .....	78
<i>Образотворча стилізація як основний виражальний засіб ілюстрування сучасної художньої літератури</i>	

УДК 7.766; 3.332

Романенкова Юлія Вікторівна  
завідувач кафедри дизайну Факультету образотворчого мистецтва і  
дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, доктор  
мистецтвознавства, професор

## ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ

***Анотація.** Доповідь присвячено ролі інструментарію дизайну у формуванні територіальної айдентики. Зроблено акцент на термінологічному аспекті. Розглянуто значення дизайну у формуванні територіального брендингу держави, міста. Акцентовано роль територіальної айдентики для сучасної України, яка перебуває у стані війни і потребує особливої уваги до питання збереження національного характеру, зміцнення та покращення іміджу держави на міжнародному рівні, у світовому культурному просторі. Висвітлено можливості дизайну у створенні позитивного іміджу держави на світовому рівні. Підкреслено важливість якісно створеної вдалої територіальної айдентики для популяризації українського туристського потенціалу у справі відновлення держави, що страждає від війни. Окремо акцентується потенціал дизайну для покращення територіального брендингу Києва як культурного ядра країни та символу її культурного відродження*

***Ключові слова:** дизайн, айдентика, територіальний брендинг, художнє оформлення, національний культурний спадок, символ, іміджетворення*

***Abstract.** The report is dedicated to the role of design tools in the formation of territorial identity. Emphasis is placed on the terminological aspect. Considered the importance of design in the formation of territorial branding of the state and city. The role of territorial identity is emphasized for modern Ukraine, which is in a state of war and needs special attention to the issue of preserving the national character, strengthening and improving the image of the state at the international level, in the world cultural space. The possibilities of design in creating a positive image of the state at the world level are highlighted. The importance of a well-created and successful territorial identity for the promotion of Ukrainian tourism potential in the restoration of the war-torn country is emphasized. The potential of design to improve the territorial branding of Kyiv as the cultural core of the country and a symbol of its cultural revival is emphasized separately.*

***Key words:** design, identity, territorial branding, artistic design, national cultural heritage, symbol, image creation*

Задачі, які стоять перед країною, що потерпає від війни, звісно, докорінно різняться з тими, що держава має в повсякденному житті під мирним небом. На перший план вийшли зміцнення обороноздатності, збереження економічного потенціалу, йдеться водночас і про відстоювання країни, і про збереження її статусу незалежної держави, і про її позиціонування у світі, від чого багато в чому залежить і допомога, яку здійснюють країни світу. Процес зміцнення, покращення іміджу України на світовій арені, від чого значно залежить і реалізація планів на майбутнє, – це одна з основних задач, які ставить перед собою територіальний брендинг. Питання щодо доцільності оновлення айдентики держави, міста під час війни залишимо поза межами обговорення – покращення іміджу держави є стратегічним завданням, а культура, мистецтво, які також виступають інструментом реалізації цієї задачі, не мають зникати під час війни, їх існування та життя – це ознака життєздатності держави, її майбутнього. Поняття територіального брендингу зазвичай розглядають із позицій економічного аспекту – передусім він спрямований на побудову стратегії конкурентоздатності країни, це інструмент маркетингу. Але наголосимо на тому, що одним з важливих інструментів брендингу території (держави, міста) є дизайн. Створення позитивного, привабливого бренду території є в тому числі завданням дизайну. Брендинг території допомагає зробити її впізнаваною, створює загальну ідею, дизайн виступає в ролі візуалізатора цієї ідеї. Айдентика держави, яка потерпає від війни, – задача дійсно стратегічна. Це трансляція дизайн-коду країни на світовий політичний, економічний, культурний простір. Айдентика регіонів, міст України має бути не лише впізнаваною у світі, але працювати на те, щоб підвищувати привабливість країни. Звісно, говорити про розвиток туристського потенціалу зараз не на часі, але відновлення, відбудова країни також є первинною метою її громадян, і забувати про це, відмовлятися від стратегії перспективного розвитку є злочинним. Серед цілей територіального брендингу регіонів України засобами дизайну є і оновлення, створення айдентики столиці держави, її культурного ядра – Києва. Зауважимо, що посеред культурних сегментів України є багато таких, що мають тривалу, цікаву історію і багатющий культурний спадок, тому конкурентоспроможність кожного регіону, міста передусім залежить також від професійно, грамотно розробленої айдентики. Мета дизайнера – формування айдентики столиці, яка буде сприйматися дійсно як культурний осередок, із великою кількістю туристських дестинацій айдентика кожної з яких також – задача дизайнера. Дизайн є потужним інструментом для створення побудови іміджу привабливого, конкурентоспроможного, з багатим культурним потенціалом регіону. Айдентика міста в цьому ланцюгу є основною ланкою, а айдентика Києва на сьогодні, мабуть, може бути позиціонована як іміджеформуєча мета, завдання дизайнерів нової генерації. Задача дизайн-інструментарію – це популяризація візуальних ідентифікаторів національної самобутності, позиціонованої як наріжний камінь іміджу сучасної України, але органічно синтезованої із загальносвітовим контекстом, тому у створенні айдентики столиці первинну роль відіграє бачення сучасного молодого та прогресивного митця-дизайнера,

спроможного привернути увагу світової спільноти до культурних, мистецьких переваг своєї держави. Збільшення кількості туристських DESTИНАЦІЙ у столиці, перетворення максимальної кількості привабливих місцин на Мекку для відвідувачів, демонстрація унікальності регіону – завдання територіального брендингу, втілювати які і покликаний інструментарій дизайну.

### **Список використаних джерел**

1. Вдовічена О., Шупрудько Н., Вовк С. Розвиток регіональних брендів (практика областей України). *Економіка та держава*. 2020. № 11. С. 69-74.
2. Карачина Н., Вакар Т., Мороз І. Концепт територіального брендингу в контексті соціально-економічного розвитку сільських територій. *Економіка та держава*. 2019. № 4. С. 25-32.
3. Нагорняк Т. Брендинг території як предмет міждисциплінарного наукового знання. *Сучасна українська політика*. 2011. № 24. С. 35-42.
4. Сич В., Яворська В., Коломієць К., Григорьев О. Територіальний брендинг як фактор соціально-економічного розвитку регіону. *Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки*. 2021. Вип. Т. 26. Вип. 2(39). С. 135-146.