КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
Факультет образотворчого мистецтва та дизайну • Кафедра дизайну

UCRAINA LIBERTATEM

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА В УМОВАХ МІНЛИВОГО СВІТУ

ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

Київ, 11 листопада 2026 року.

УДК 008+316.77:316.3(063) К26

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

К26 UCRAINA LIBERTATEM. Трансформація ідентичності комунікаційного середовища в умовах мінливого світу. Збірник матеріалів науково-практичної конференції, м. Київ. 11 листопада 2026 року / Ред. кол. : В. Карпов (голова), А. Чемерис, О. Роготченко та ін. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2026. 324 с.

Редакційна колегія
Віктор Карпов – доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка (голова);
Анна Чемерис – докторка філософії у галузі педагогіки, доцентка, завідувачка кафедри дизайну, Запорізький національний університет;
Остап Ковальчук – кандидат мистецтвознавства, доцент, декан факультету образотворчого мистецтва та дизайну, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка;
Вероніка Зайцева – кандидатка мистецтвознавства, доцентка, головна редакторка фахового наукового журналу «Артпростір», заступниця декана факультету образотворчого мистецтва та дизайну з наукової роботи, Київський столичний університет імені Бориса Грінченка;
Олексій Роготченко – доктор мистецтвознавства, професор, головний редактор, науковий журнал «Український мистецтвознавчий дискурс».

У збірнику опубліковано матеріали учасників конференції, що висвітлюють актуальні питання теоретичного дискурсу та практичного визначення антропологічних засад візуалізації ідентичності засобами мистецтва та дизайну, виявлення сучасних принципів формування візуальних кодів особистої, соціальної, культурної й національної ідентичності та розроблення на цій основі методичних і проєктних підходів до створення ефективних візуальних комунікацій та інформаційних систем в умовах мінливого світу.

Автори відповідальні за достовірність наведених фактів, повноту та системність висвітлення питань, що досліджують, написання власних імен та географічних назв, покликань на джерела та літературу.

УДК 008+316.77:316.3(063) К26
@Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
@Автори

УДК: 7.05:316.77
Брильов Сергій Володимирович
старший викладач кафедри дизайну
Факультету образотворчого мистецтва та дизайну
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка,
м. Київ, Україна
s.brylov@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0003-0158-2359

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ КОМПОЗИЦІЙНИХ ПРИНЦИПІВ

Анотація. У тезах розглянуто трансформацію візуальної ідентичності в сучасному комунікаційному середовищі. Визначено роль композиції, кольору, типографіки та графічної форми у формуванні цілісного комунікаційного образу. Окреслено перехід від статичних систем айдентики до динамічних та адаптивних моделей, здатних функціонувати в різних цифрових і фізичних середовищах. Акцентовано увагу на поєднанні універсальних принципів дизайну з культурною специфікою та цифровими засобами комунікації.
Ключові слова: візуальна ідентичність, дизайн, композиція, графічний дизайн, візуальна комунікація, айдентика, цифрове середовище, типографіка, колір.

Основний текст. Сучасне комунікаційне середовище характеризується зростанням обсягів візуальної інформації, швидкою зміною цифрових технологій та розширенням каналів взаємодії. Візуальні повідомлення функціонують у фізичному просторі, на вебресурсах, у соціальних мережах, мобільних застосунках, відеоконтенті та цифровій рекламі. Тому важливим завданням стає формування впізнаваного й цілісного візуального образу [3; 5; 6].
Візуальна ідентичність є системою взаємопов'язаних засобів комунікації, що формують характерний образ організації, бренду, культурного проєкту або території. Вона охоплює логотип, колір, типографіку, композицію, графічні форми, фотографічний та ілюстративний стиль, а також правила їх використання. Сучасна айдентика дедалі більше розглядається не як фіксований набір елементів, а як система візуальних правил, здатна адаптуватися до різних форматів [2; 3; 5].
Основою цієї системи залишаються фундаментальні принципи композиції: симетрія й асиметрія, статика й динаміка, метр і ритм, тотожність, нюанс і контраст, пропорції та масштаб. Їх застосування визначає характер організації візуального матеріалу та послідовність його сприйняття. Композиція тому виконує не лише формотворчу, а й комунікативну функцію [1; 2; 5].
Колір виконує естетичну, інформаційну, емоційну та ідентифікаційну функції. Стабільна кольорова система сприяє впізнаваності, але в цифровому середовищі вона має враховувати різні екрани та умови відображення. Важливим компонентом є також типографіка, яка формує характер повідомлення, встановлює інформаційну ієрархію та повинна забезпечувати читабельність на різних носіях [1; 2; 3].
Цифровізація комунікацій сприяла розвитку динамічної айдентики. Форма, колір, композиція та рух можуть змінюватися залежно від контексту у вебдизайні, анімації, відеографіці, соціальних мережах та інтерактивних середовищах. Водночас варіативність потребує стабільного візуального ядра: характеру композиції, кольорового співвідношення, типографічної системи або принципу побудови графічних елементів [3; 5].
Важливим є співвідношення універсальних принципів дизайну та культурної специфіки. Символи, кольори, орнаментальні мотиви й пластика форми можуть формувати додаткові рівні значення. Для українського дизайну актуальним є звернення до культурної спадщини та національних візуальних кодів. Їх доцільно не копіювати механічно, а переосмислювати через стилізацію, узагальнення, геоме-

тризацію та композиційну трансформацію. Цифрові технології розширюють інструментарій дизайнера, однак їхня ефективність залежить від концепції та системності [2; 5].

Отже, сучасна візуальна ідентичність формується на перетині композиційної культури, технологічних можливостей і культурної змістовності. Вона має функціонувати в різних масштабах і медіа, зберігаючи основні ідентифікаційні характеристики. Таким чином, трансформація айдентики полягає не у відмові від фундаментальних принципів дизайну, а в адаптації способів їх реалізації до багатоканального, динамічного та інтерактивного середовища [1; 3; 5].

Висновки. Трансформація сучасного комунікаційного середовища зумовлює перехід візуальної ідентичності від статичної системи графічних елементів до адаптивної моделі, здатної функціонувати в різних медіа та форматах. При цьому композиція, колір, типографіка, форма, ритм і пропорції залишаються фундаментальними засобами організації візуального повідомлення [1; 2; 3; 5].

Перспективним напрямом подальших досліджень є визначення принципів формування адаптивних візуальних систем, які поєднуватимуть цифрові технології з культурною специфікою та традиційними засобами композиційної організації. Особливого значення цей напрям набуває для розвитку українського дизайну та формування сучасних візуальних кодів національної, культурної й територіальної ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Arnheim R. Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye. Berkeley : University of California Press, 1974.
2. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students. 2nd rev. and expanded ed. New York : Princeton Architectural Press, 2010.
3. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 5th ed. Hoboken : Wiley, 2017.
4. Норман Д. А. Дизайн звичних речей / пер. з англ. М. Бакалова. Оновл. вид. Харків : Клуб Сімейного Дозвілля, 2019.
5. Samara T. Design Elements: Understanding the Rules and Knowing When to Break Them: A Visual Communication Manual. 3rd ed. Beverly, MA : Rockport, 2020.
6. Meggs P. B., Purvis A. W. Meggs' History of Graphic Design. 6th ed. Hoboken : Wiley, 2016.