

Висновки.

На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок, що дизайн книги відіграє важливу роль у сприйнятті літературного твору читачем. Розробка оформлення видання «Ніч перед Різдвом» дозволила поєднати традиційні художні прийоми українського народного мистецтва з сучасними тенденціями графічного дизайну. Візуальна концепція видання сприяє кращому зануренню в атмосферу твору, а також підкреслює його національну культурну цінність.

Запропоновані дизайнерські рішення допомагають розкрити зміст книги не тільки через текст, а й за допомогою ілюстрацій, кольорової гами та композиційних прийомів. Застосування сучасних технологій у процесі книжкового дизайну дозволяє створювати видання, які є одночасно естетично привабливими та зручними у використанні.

Таким чином, дослідження підтвердило важливість грамотного підходу до оформлення літературної класики з метою її популяризації серед сучасної аудиторії.

УДК 7.012:316.722(477)

Марина Власюк студентка кафедри дизайну

Віктор Карпов, науковий керівник, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

ЕТНОДИЗАЙН ЯК ДУХОВНО-НАЦІОНАЛЬНИЙ ФЕНОМЕН ТА КУЛЬТУРНИЙ КОД НАЦІЇ

***Анотація.** В умовах розвитку територіальних громад зростає і попит на локальну візуальну айдентіку, яка стає потужним інструментом для підкреслення унікальних рис та зміцнення локальної ідентичності. І саме етнودизайн набуває особливої актуальності, підкреслює історико-культурну спадщину, природні особливості та цінності мешканців громади. Через візуальні образи передається культурний код народу, все що є носієм національної чи локальної ідентичності.*

***Ключові слова.** етнودизайн, культурний код, айдентика, територіальні громади, лайфсейвінг, національна ідентичність.*

Вступ.

У сучасному дизайні спостерігається посилення уваги до етнокультурних кодів, які стають інструментами формування візуальної ідентичності як на рівні державних, так і недержавних інституцій. Етнودизайн дозволяє поєднати інноваційність дизайну з духовно-культурними цінностями, закладеними в символах, орнаментах, ремеслах

чи мистецтві, і тим самим він формує впізнаваний національний чи локальний стиль, який вирізняє айдентику на тлі глобалізованих візуальних образів. Візуальна айдендика спортивних організацій — один із ключових каналів формування публічного образу національної чи локальної ідентичності. Спорт як соціальне явище об'єднує людей навколо спільних цінностей, і саме дизайн забезпечує видимість цих цінностей через логотипи, кольори, шрифти, форми й елементи візуального стилю. Етнокультурний компонент у такій айдентиці виступає не лише маркером належності до певної країни чи регіону, а й представником глибинних культурних кодів нації. Лайфсейвінг в Україні як спортивна й громадська діяльність тільки починає активно розвиватися, тому питання формування національно впізнаваної візуальної мови набуває стратегічного значення. Впровадження етнодизайну в айдентику таких нових організацій, як Українська федерація лайфсейвінгу, сприяє не лише культурній впізнаваності та гордості за приналежність, а й формує позитивний імідж України на міжнародній арені.

Матеріали і методи.

Об'єктом дослідження є етнодизайн. Предметом дослідження – національні та локальні елементи ідентичності в лайфсейвінгових організаціях. Було проведено аналіз графічних елементів, порівняно національні особливості в дизайні логотипів. За допомогою **семіотичного підходу** виявлено культурні коди, втілені у символах і формах. Також важливим в цій роботі є аналіз наукових текстів, нормативних документів, дизайнерських кейсів і досліджень. Такий підхід дозволяє комплексно розглянути, яким чином етнокультурні елементи реалізуються у візуальній айдентиці та який потенціал вони мають для формування сталого національного образу в контексті спорту й локального розвитку.

Результати.

Було проаналізовано понад 40 логотипів лайфсейвінгових організацій і результати цього аналізу свідчать, що дизайн логотипів у цій сфері загалом має тенденцію до поєднання універсальної рятувальної символіки з локальними або етнічними маркерами. У європейських логотипах найбільш часто використовуються національні кольори та символи, наприклад в бельгійській лайфсейвінговій асоціації поєднано кольори прапора Бельгії та офіційні міжнародні кольори лайфсейвінгової федерації. Або як федерація Кіпру в своїй символіці додала карту острова, чи логотип федерації лайфсейвінгу Данії з прапором країни. Окрім кольорів та прапорів країн європейські країни використовують геральдику та символи влади на кшталт корони чи гербових щитів. Більшість логотипів поєднують сучасний дизайн із національною символікою. Етнокультурні елементи не завжди очевидні, але часто присутні на рівні колористики, типографіки (латинка, кирилиця, національні алфавіти), а також мотивів захисту близьких до традиційних образів лицарства, служіння, патріотизму. В азіатських федераціях лайфсейвінгу візуальна мова логотипів активніше відображає національну та культурну ідентичність. Наприклад Макау, Шрі-Ланка чи Гонконг використовують локальні символи (гонконгська орхідея, лотос, лев, віяло, традиційні хрести). Японія, Корея, Таїланд демонструють шрифт та символіку, що відповідають національному стилю. Це свідчить про виражене бажання зберегти культурну самобутність. Використання національної символіки (прапори, кольори, герби) — це найпоширеніша стратегія етнокультурної айдентики.

Шрифтове оформлення мовами оригіналу або з характерною стилізацією — підсилює локальну ідентичність (особливо в Азії, Скандинавії, Латинській Америці).

Також в деяких країнах зустрічається інтеграція візуальних форм, наприклад стилі-

зовані образи, контури країн, як на логотипах лайфсейвінгових організацій Шрі-Ланки, Ірландії чи Албанії. Це посилює ефект впізнаваності.

Висновки. Результати аналізу підтверджують, що навіть у сфері спорту і безпеки, де важлива уніфікованість і зрозумілість, етнودизайн виконує роль носія культурного коду. Він дозволяє візуальній айденитці спортивно – громадських організацій зберігати зв'язок із традиціями, формувати довіру в суспільстві підкреслити свою приналежність до українського культурного простору та сприяти створенню позитивного образу національної ідентичності. Це особливо актуально для країн, що прагнуть посилити своє місце на світовій арені, як-от Україна. Створення сучасної айденитки зі свідомим використанням етнокоду, демонструє новітній підхід до культурної дипломатії через дизайн.

Список використаних джерел

Ганоцька О., Маслак В. *«Передумови розвитку етностилу в сучасному українському дизайні»* – Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», Київ: КНУТД, 2022

Міжнародна федерація лайфсейвінгу (ILS). www.ilsf.org

Сиваш І.О. *«Семіотика етномотивів у рекламі: мистецтвознавчий погляд на традицію і сучасність»* - Art and Design №4, 2024

Шевченко А., Горносталь І. *«Аналіз тенденцій посилення культурної ідентичності в сучасному графічному дизайні»* - Київ, КНУДТ, 27.04.2023

УДК 745/749:003.6

Волгін Юрій Євгенович, старший викладач кафедри дизайну
Факультету образотворчого мистецтва і дизайну.
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

НАВЧАЛЬНИЙ ПРАКТИКУМ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНОЇ РОБОТИ “ШРИФТОВИЙ ПОРТРЕТ”

Анотація. Подано інформацію про розробку навчального практикуму до виконання практичного завдання «Шрифтовий портрет» з навчальної дисципліни «Типографський шрифт і образ у фотомистецтві» освітньо-професійної програми 1.В2.00.01 «Графічний дизайн» для студентів першого курсу спеціальності В2 Дизайн першого, бакалаврського рівня вищої освіти. Об'єктом дизайн-дослідження освітнього процесу