

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ В КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ЄВРОПИ

Колективна монографія

За загальною редакцією
доктора історичних наук, завідувача кафедри дизайну
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка
В. В. Карпова

УДК 316.347(477):008(4)

У 45

Рецензенти:

Борисов В'ячеслав Вікторович – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри дизайну і медіавиробництва ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», заслужений працівник освіти України, член Спілки дизайнерів України;

Дяченко Алла Володимирівна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри промислового дизайну та комп'ютерних технологій, декан факультету декоративно-прикладного мистецтва Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського столичного університету імені Бориса Грінченка
(протокол № 8 від 18 червня 2026 року)*

У 45 **Українська ідентичність в культурному просторі Європи :**
колективна монографія / за заг. ред. В. В. Карпова. – Львів-Торунь :
Liha-Pres, 2026. – 216 с.

ISBN 978-966-397-637-2

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-637-2>

У монографії презентовано теоретичні та практичні матеріали, напрацьовані педагогами-науковцями і дизайнерами-практиками. Докладно аналізуються поняття і особливості формування національної ідентичності в дизайні та її презентації в європейському культурному просторі.

Видання може бути корисним та цікавим науковцям, викладачам, аспірантам, діяльність яких пов'язана з педагогічною освітою, а також широкій педагогічній спільноті.

УДК 316.347(477):008(4)

ISBN 978-966-397-637-2

© Колектив авторів, 2026
© Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка, 2026

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
PREFACE	6
 КАРПОВ Віктор Васильович Надідентичність як чинник формування національної самосвідомості та вибору цивілізаційного вектора розвитку суспільства	8
ХЛИБОСОЛОВ Ігор Олексійович Синтез примордіалізму та конструктивізму як методологічна основа формування ідентичності Українського культурного простору	32
МАРЧЕНКО Аліна Анатоліївна Айдентика як інструмент культурної репрезентації та трансляції національних кодів Українського дизайну в Європі	55
БРИЛЬОВ Сергій Володимирович Академічна художня школа та цифрова трансформація як основа формування ідентичності Українського дизайну в Європейському просторі	82
ЛИХОЛАТ Олена Віталіївна Український цифровий дизайн у європейському просторі: історія, ідентичність, візуальна комунікація та користувацький досвід	106
МЕЛЬНИК Мирослав Тарасович Вишиванка як складова Української національної ідентичності в Європейському культурному просторі	156
ГОЛУБ Олена Євгенівна Постчорнобильський синдром у мистецькій рефлексії	185
 ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ	215

ПЕРЕДМОВА

У сучасних надскладних умовах воєнних конфліктів та глобалізаційних трансформацій, мобілізації європейських націй та посилення міжкультурних взаємодій, проблема національної ідентичності набуває особливої актуальності. Для України, яка перебуває в процесі утвердження власної не лише політичної, а й культурної суб'єктності та європейського цивілізаційного вибору, питання осмислення, репрезентації й формування позитивного сприйняття української ідентичності в європейському культурному просторі є не лише науковими, але й стратегічними. Свідченням цього є те, що Верховна Рада України оголосила 2026 рік Роком утвердження української національної та громадянської ідентичності.

Колективна монографія «Українська ідентичність в культурному просторі Європи» об'єднує результати наукових пошуків викладачів, дослідників і практиків у галузі дизайну, мистецтвознавства, культурології та суміжних дисциплін. Видання представляє міждисциплінарний підхід до аналізу феномену ідентичності, розкриваючи його як складну багаторівневу систему, що формується на перетині історичних традицій, культурної спадщини, соціальних практик та сучасних інноваційних процесів.

У монографії висвітлено ключові теоретичні підходи до розуміння національної та наднаціональної ідентичності, окреслено методологічні засади її дослідження, а також проаналізовано специфіку формування української ідентичності в умовах європейської інтеграції. Особливу увагу приділено ролі дизайну як інструменту культурної комунікації та репрезентації національних кодів у глобалізованому світі. Сучасний національний дизайн постає не лише як естетична практика, а як потужний засіб трансляції цінностей, символів і смислів, що формують уявлення про Україну в європейському культурному контексті.

Окремі розділи присвячені дослідженню візуальної культури, цифрових трансформацій, айдентики, а також традиційних елементів української культури, зокрема вишиванки, як маркерів національної ідентичності. У фокусі уваги авторів – взаємодія

локального і глобального, традиційного й інноваційного, що визначає сучасну динаміку культурного розвитку.

Важливим контекстом, у якому розглядається проблематика монографії, є сучасні соціокультурні виклики, пов'язані з війною та необхідністю консолідації українського суспільства. У цьому вимірі ідентичність постає як чинник стійкості, єдності та цивілізаційного самовизначення, що сприяє утвердженню України як невід'ємної значимої частини європейського культурного простору.

Видання адресоване науковцям, викладачам, аспірантам, студентам мистецьких і гуманітарних спеціальностей, а також усім, хто цікавиться проблемами культурної ідентичності, дизайну та європейської інтеграції України.

Сподіваємося, що результати, представлені у цій монографії, сприятимуть подальшому розвитку наукового дискурсу, поглибленню міждисциплінарних досліджень та формуванню нових підходів до осмислення української ідентичності в сучасному світі.

PREFACE

In the contemporary highly complex conditions of military conflicts, globalisation transformations, the mobilisation of European nations, and the intensification of intercultural interactions, the issue of national identity has acquired particular relevance. For Ukraine, which is currently in the process of affirming not only its political but also its cultural subjectivity and European civilisational choice, the issues of conceptualising, representing, and shaping a positive perception of Ukrainian identity within the European cultural space are not merely scholarly but also strategic in nature. This is evidenced by the fact that the Verkhovna Rada of Ukraine has declared 2026 the Year of Affirmation of Ukrainian National and Civic Identity.

The collective monograph *Ukrainian Identity in the Cultural Space of Europe* brings together the results of scholarly research conducted by academics, researchers, and practitioners in the fields of design, art studies, cultural studies, and related disciplines. The publication presents an interdisciplinary approach to the analysis of the phenomenon of identity, revealing it as a complex multilevel system formed at the intersection of historical traditions, cultural heritage, social practices, and contemporary innovative processes.

The monograph highlights key theoretical approaches to understanding national and supranational identity, outlines the methodological foundations for its study, and analyses the specific features of the formation of Ukrainian identity in the context of European integration. Particular attention is devoted to the role of design as a tool of cultural communication and representation of national codes in a globalised world. Contemporary national design is viewed not merely as an aesthetic practice, but as a powerful means of transmitting values, symbols, and meanings that shape perceptions of Ukraine within the European cultural context.

Separate chapters are devoted to the study of visual culture, digital transformations, branding and identity design, as well as traditional elements of Ukrainian culture, in particular the *vyshyvanka*, as markers of national identity. The authors focus on the interaction between the local and the global, the traditional and

the innovative, which determines the contemporary dynamics of cultural development.

An important context within which the issues addressed in the monograph are considered is the current sociocultural challenges associated with war and the necessity of consolidating Ukrainian society. In this dimension, identity emerges as a factor of resilience, unity, and civilisational self-determination, contributing to the affirmation of Ukraine as an integral and significant part of the European cultural space.

The publication is intended for scholars, lecturers, doctoral candidates, postgraduate students, students of arts and humanities, as well as all those interested in issues of cultural identity, design, and Ukraine's European integration.

We hope that the findings presented in this monograph will contribute to the further development of scholarly discourse, the deepening of interdisciplinary research, and the formation of new approaches to understanding Ukrainian identity in the contemporary world.

КАРПОВ Віктор Васильович,

доктор історичних наук,

завідувач кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ

ORCID ID: 0000-0002-3446-9187

v.karpov@kubg.edu.ua

НАДІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОСВІДОМОСТІ ТА ВИБОРУ ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО ВЕКТОРА РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

У статті розглядається концепт ідентичності національного культурного простору України у його глобальному вимірі та формуванні наративу надідентичності. Основна мета дослідження – показати, що надідентичність виявляється глибинним чинником формування національної самосвідомості та вибору цивілізаційного вектору розвитку суспільства. Методологічно робота поєднує порівняльно-теоретичний аналіз теоретичних положень про уявні спільноти (Б. Андерсон), соціальної ідентичності (Г. Тежфел та Д. Тернер), концепції безпекової спільноти (К. Дойч), цивілізаційного аналізу (С. Гантінгтон, Ф. Бродель, О. Рафальський), моделювання ідентичності культурного простору (О. Гриценко, О. Кравченко), що виступили евристичним джерелом для подальшого осмислення концепту інтегрованих ідентичностей.

В українському контексті розвитку сучасного історичного процесу у прогнозуванні розвитку національного культурного простору визначальним є поява дискурсу надідентичності як вищого, інтегративного рівня ідентичності. Теорія надідентичності в українській культурології та суміжних західних школах є синтезом ідей із різних філософських, соціологічних та історичних напрямків, потужним інтелектуальним конструктом, що поєднує українську потребу в самоствердженні із західними аналітичними моделями соціальної інтеграції та цивілізаційного аналізу.

Результати проведеного дослідження демонструють, що надідентичність – це глибинна культурна програма, яка формує довготривалу,

стійку, об'єднану цивілізаційну спільноту, забезпечуючи її внутрішню згуртованість та відмінність від інших цивілізацій. Основою такої програми слугують концепти глобального громадянства, глобальних культурних практик та співіснування наднаціонального та національного, глобального і регіонального (локального, глокального) вимірів культурної взаємодії.

Ключові слова: ідентичність, надідентичність, Україна, національний культурний простір, цивілізація.

Viktor KARPOV,

doctor of historical sciences,

Head of the Department of Design,

Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv

v.karpov@kubg.edu.ua

OVER-IDENTITY AS A FACTOR IN THE FORMATION OF NATIONAL SELF-CONSCIOUSNESS AND THE CHOICE OF A CIVILIZATIONAL VECTOR OF SOCIAL DEVELOPMENT

The article examines the concept of the identity of Ukraine's national cultural space in its global dimension and the formation of a narrative of supra-identity. The main objective of the study is to show that supra-identity is a profound factor in the formation of national self-awareness and the choice of a civilisational vector for the development of society. Methodologically, the work combines a comparative-theoretical analysis of theoretical propositions about 'imagined communities' (B. Anderson), social identity (G. Tejfel and D. Turner), the concept of a 'security community' (K. Deutsch), civilisational analysis (S. Huntington, F. Braudel, O. Rafalsky), and modelling the identity of cultural space (O. Hrytsenko, O. Kravchenko), which served as a heuristic source for further reflection on the concept of integrated identities.

In the Ukrainian context of the development of the modern historical process, the emergence of the discourse of supra-identity as a higher, integrative level of identity is decisive in predicting the development of the national cultural space. The theory of supra-identity in Ukrainian cultural studies and related Western schools is a synthesis of ideas from

various philosophical, sociological and historical directions, a powerful intellectual construct that combines the Ukrainian need for self-affirmation with Western analytical models of social integration and civilisational analysis.

The results of the study demonstrate that supra-identity is a deep cultural programme that forms a long-lasting, stable, united civilisational community, ensuring its internal cohesion and distinction from other civilisations. This programme is based on the concepts of global citizenship, global cultural practices, and the coexistence of supranational and national, global and regional (local, glocal) dimensions of cultural interaction.

Keywords: *identity, supra-identity, Ukraine, national cultural space, civilisation.*

Постановка проблеми. Дискурс ідентичності суспільства виникає із здобуттям незалежності Української держави та перспективами її розвитку як окремішнього суб'єкту світової політики. На час здобуття незалежності існуюча модель ідентичності «новой общности людей – советского народа» і відповідно людини радянського типу зазнала свого краху. На порядок денний суспільного життя постало питання ідентичності ментально та історично складного пострадянського суспільства у якому вже не домінували, але інерційно існували радянські ідеологеми, проте відроджувалися українські контенти, зароджувалася суміш нового значення на основі ідей вільного світу, яке ще потрібно було досягнути.

Концепція надідентичності набула особливої актуальності в українській культурології та філософії у період національного відродження та відновлення незалежності. Необхідність подолання наслідків культурної політики радянського періоду, результатом якої стало русифікація та зміна етнічного складу цілих регіонів України, а особливо Сходу, Криму і Півдня, їх культурна відмінність від українського культурного простору обумовила та стимулювала пошук універсальної об'єднуючої ідеї та формування єдиної політичної нації на тлі культурного плюралізму та зовнішнього впливу. В умовах тривалого існування під владою різних імперій, українці сформували субетнічні та регіональні ідентичності, які інколи вступали у протиріччя. Надідентичність

пропонує рамку для їхнього гармонійного співіснування. В українській культурології створено умови до появи дискурсу надідентичності як вищого, інтегративного рівня ідентичності. Надідентичність – це потужна ідея, що описує найвищий рівень національної самосвідомості, який інтегрує культурну різноманітність і забезпечує національну згуртованість та самобутність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Науковці почали активно досліджувати витоки національної ідентичності знаходячи її джерела в історії та культурі. Проблема цивілізаційної ідентичності українства, історії її еволюції та сучасний контент досліджував науковий колектив, який очолював Рафальський О. [32], шлях становлення української ідентичності перебуває у полі уваги вчених Грицака Я. і Комарова О. [11], феномен і засади української ідентичності досліджував Степико М. Т. [31].

Моделі культурного простору та проблему ідентичності його елементів студіював Гриценко О. А. [12], концептуальні моделі ідентифікації національного культурного простору України в сучасному публічному інтелектуальному дискурсі конструював Кравченко О. В. [21;22], який визначив національний культурний простір як ідентифікаційну модель.

Поруч із пошуком концептуальних підходів до конструювання моделі ідентичності досліджуються окремі аспекти. Зокрема, теоретико-методологічні аспекти релігійної ідентичності у площині соціокультурних викликів студіювала Якуніна К. [35], український контекст регіональної ідентичності вивчає Нагорна Л. П. [26], українську історичну ідентичність у загальноєвропейському контексті та взаємозв'язок історичної пам'яті та національної ідентичності досліджують Мартинов А. [25], Зерній Ю. [16] соціокультурну ідентичність як чинник підвищення ефективності політичного управління розглядає Малінін В. В. [23], роль культурного простору у процесі становлення української політичної нації дослідила Злобіна Т. Г. [17], значення мови у формуванні національної ідентичності вивчає Казакевич О. [18].

Особливо актуальним питання ідентичності постало із початком війни. Війна виявляється глибинним чинником формування

національної самосвідомості. На думку Юлії Вацик в українському контексті війна виступає активним і видимим конструктором колективного досвіду, який формує національну ідентичність [7]. Українська мовна ідентичність під час повномасштабного російського вторгнення досліджена Сікорською В. та Дідур Л. [30]. Національна та громадянська ідентичності, історична ідентичність в Україні в умовах російсько-української війни вивчається Поліщук Ю. [27], Кидонь В. [19]. Концепт ідентичності українства в умовах соціокультурних трансформацій та загрози національній безпеці в гуманітарній сфері висловила Бевз Т. А. [2].

Базові поняття та український контекст конструювання національної ідентичності розглянули Бевза Б., Гінкул А. [3]. Вчені Веземська С. Ж., Каюн В. О., Голубчик Г. Д. [8] дослідили роль культурної спадщини в процесі конструювання національної ідентичності українців. Проблему співвідношення та взаємодії національної ідентичності і громадянського суспільства розглянули Бистрицький Є., Білий О., Зимовець Р., Кобець Р., Лозниця С., Пролеєв С. [5]. Концептуальні засади формування ідентичності національного культурного простору в умовах незалежності України розглядає Хлібосолов І. [34].

Підсумовуючим актом у дискурсі національної ідентичності постало прийняття постанови Кабінету міністрів України «Про схвалення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року» [28], яка закріпила концепт існування в українському суспільстві національної та громадянської ідентичностей, що створює умови для виникнення як протиріч в суспільстві, так і їх взаємодії та синтезу і формування нової ідентичності базованої на розумінні і підтримці незалежності української держави на принципах надідентичності.

Мета статті – показати, що надідентичність виявляється глибоким чинником формування національної самосвідомості та вибору цивілізаційного вектору розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки питання надідентичності є міждисциплінарним і включає філософські, культурологічні, соціологічні та політичні аспекти,

джерельна база дослідження охоплює як українських авторів, так і ключові західні праці, що стосуються інтегративних ідентичностей. Основні джерела, на яких базується ця теорія, можна поділити на три великі групи. Українська філософсько-культурологічна традиція представляє першу групу і розглядає нормативне та ідеалістичне обґрунтування необхідності єдиного ціннісного ядра для української нації. Ідеї національної консолідації та окремішності представляє Дмитро Донцов, Михайло Грушевський, Пантелеймон Куліш та Володимир Антонович. Пантелеймон Куліш та Володимир Антонович висловили ідеї про унікальність українського культурного типу та його відмінність від інших слов'янських культур. Хоча надідентичність у сучасному розумінні ширша за етнічну, ідеї Донцова про «волю до життя», «духовну силу» та цілісність нації як найвищої цінності є історичною основою для пошуку абсолютного ядра ідентичності [15]. Концепція історичної тягlosti української нації, що протистоїть російським імперським наративам, формуючи спільну історичну свідомість запропонована Михайлом Грушевським [13].

Друга група – це постколоніальні та дисидентські студії представлені аналізом загроз асиміляції та обґрунтування необхідності захисту української мови та культури як центральних елементів національної самобутності, що є передумовою для формування стійкої надідентичності. Про це пише Іван Дзюба у своїй праці «Інтернаціоналізм чи русифікація?» [14]. Наголос на морально-духовному вимірі ідентичності та ціннісній незламності перед тиском висловлений Євгеном Сверстюком, Василем Стусом. Зазначимо, що ці автори висловлювали свої думки в період радянських репресій до української свідомої думки.

Джерела теорії ідентичності, що представляють західну соціологію та політологію надають аналітичний інструментарій для моделювання ієрархії ідентичностей. Теорія соціальної ідентичності представлена такими дослідниками як Генрі Тежфел та Джон Тернер. Запропонована ними теорія соціальної ідентичності пояснює, як приналежність до соціальних груп впливає на самосприйняття, поведінку та міжгрупові стосунки людей, зокрема на виникнення

упереджень і дискримінації. Їхні роботи пояснюють, як індивіди формують «ми-групу» через соціальну категоризацію і ідентифікацію, і як ця групова ідентичність може стати вищою за індивідуальну формуючи колективну свідомість нації чи цивілізації.

Соціальна ідентичність – це частина уявлення людини про себе, яка походить від її членства в соціальних групах. Люди прагнуть підтримувати позитивну соціальну ідентичність, щоб підвищити свою самооцінку. Теорія ґрунтується на соціальній категоризації або класифікації людей до певних соціальних груп на основі спільних ознак, ідентифікації, тобто прийняття норм, цінностей та поведінки своєї «внутрішньої групи», асоціювання себе з нею та порівнянні своєї «внутрішньої групи» з іншими «зовнішніми групами» [36].

Головними ознаками національної ідентичності Монтсерат Гібернау визначила її тяглість та унікальність. Ідентичність формує та поширює певні образи нації, а також ідеї, символи та ритуали, покликані виплекати в індивідів почуття взаємної симпатії та солідарності. Національну ідентичність зазвичай творять, підтримують і «перезавантажують» інтелектуали, проте насаджує її насамперед держава [10]. З цієї теорії виникає питання про ідентичність держави, що потребує окремого дослідження.

До теорії наднаціональної ідентичності відноситься концепція «безпекової спільноти» Карла Дойча, побудованої на основі соціологічного підходу до міжнародних відносин, за якою країни інтегруються на основі взаємної довіри та цінностей, що є основою для формування наднаціональної (надідентичності) в регіональних блоках, як-от ЄС. Дойч визначає інтеграцію як досягнення «почуття спільноти», що супроводжується формальними або неформальними інститутами та практиками, достатньо міцними, щоб гарантувати мирні зміни між членами групи протягом тривалого періоду. Передумовами інтеграції та створення основи для формування надідентичності є сумісність основних цінностей, високий рівень комунікації та інформаційних потоків між суспільствами й урядами, наявність довгострокової довіри та можливість передбачати поведінку інших членів спільноти, інтенсивні

транснаціональні зв'язки економічного та культурного співробітництва між націями [37].

Юрген Габермас висловлює ідеї конституційного патріотизму як основи для європейської ідентичності, де лояльність базується не на етносі, а на спільних демократичних принципах і праві – це ідеальний приклад громадянської надідентичності. До цієї групи відноситься й теорія націєтворення, як то концепція уявленої спільноти Бенедикта Андерсона, яка пояснює, як нації, а, відповідно, надідентичності, конструюються через спільні символи, мову та інформацію. Концепція уявленої спільноти Бенедикта Андерсона стверджує, що нація не є природньою данністю та віковичною спільнотою, а соціально сконструйованою реальністю, яка виникає в модерну епоху. Ключовою ідеєю концепції є уявний образ спільності нації, сформований на основі колективної ідентичності попри відсутність прямої взаємодії. Таке уявлення є стійким, а нація мислиться як глибоке, горизонтальне товариство, яке має свої кордони, однак, не уявляється тотожною всьому людству [1].

Джерела, що визначають масштаб та історичну функцію надідентичності належать до третьої групи у якій розглядаються теорії цивілізаційного аналізу. Цивілізаційний підхід у своїх наукових студіях застосовують Самюел Гантінгтон та Фернан Бродель. Дослідження довготривалих структур Фернана Броделя підкреслюють, що ментальні та культурні матриці є найбільш стійкими елементами, що формують цивілізаційний простір [6]. Теорія Самюеля Гантінгтона є одним із найвпливовіших джерел, на яких базується концепція надідентичності у широкому, цивілізаційному розумінні. Його праці прямо артикулюють, що найвищий рівень ідентифікації людини – це її приналежність до цивілізації. Гантінгтон, по суті, визначає цивілізацію як надідентичність [9].

Гантінгтон стверджує, що в період після Холодної війни глобальні конфлікти більше не будуть відбуватися між ідеологіями (як комунізм проти демократії) чи державами-націями, а між цивілізаціями. Цивілізація, за Гантінгтоном, є найширшою культурною сутністю, найвищим рівнем групової ідентифікації, який може мати людина. Вона охоплює всі нижчі рівні суспільних

формоутворень – племена, етноси, нації, релігійні групи, тощо. Основою цивілізаційної надідентичності є спільна об'єктивна спадщина (мова, історія, релігія, звичаї, інститути) та суб'єктивна самоідентифікація людей. Саме релігія та історичні традиції є, на його думку, найстійкішими елементами цього цивілізаційного ядра.

Для української культурології теорія Гантінгтона набула особливої актуальності, оскільки вона прямо стосується проблеми цивілізаційного розколу та необхідності самовизначення. Гантінгтон визначав лінію цивілізаційного розколу за релігійним критерієм між Західним та Православно-слов'янським світом, яка, за його оцінками, проходить через Україну (між уніатським Заходом та православним Сходом). З погляду цієї теорії українська надідентичність має вирішити фундаментальне завдання перетворення України з розколотої у релігійному значенні країни на цілісну державу єдиної цивілізації в незалежності від того, яку цивілізаційну приналежність вона остаточно обере. Доки нація не виробить єдиної, стійкої цивілізаційної надідентичності, вона, згідно з Гантінгтоном, залишається розколотою державою, вразливою до внутрішніх конфліктів та зовнішнього впливу [4].

Гантінгтонівська надідентичність виконує ключову функцію внутрішньої солідарності або забезпечення високого рівня довіри та згуртованості серед народів, що належать до однієї цивілізації, полегшуючи співпрацю. До ключових функцій відноситься і оборонна, яка виникає на кордонах цивілізацій де відмінність надідентичностей стає основним джерелом конфлікту. У цьому контексті, українська надідентичність набуває оборонного значення, виступаючи як механізм захисту самобутності на лінії зіткнення цивілізацій. Теорія Гантінгтона, таким чином, розглядає надідентичність не просто як академічну категорію, а як критичний чинник глобальної політики та виживання нації.

Ознаки надідентичності українського суспільства проявилися у ході війни Росії проти України у тому, що росіяни або російськомовні чи російськоментальні громадяни України, на яких в задумах російської агресії ставилася особлива ставка з розколу суспільства та сприяння досягненню цілей війни, виступили на

захист Української державності і незалежності. У цьому слід вбачати прояв не українського націоналізму, а прояв захисту декларованих цінностей європейської західної цивілізації і шляху України до Європейського Союзу. Хоча теорія Самюеля Гантінгтона «Зіткнення цивілізацій» є дискусійною, вона чітко артикулює, що глобальні конфлікти відбуваються на цивілізаційному рівні, а цивілізація визначається найвищою ідентичністю, яку поділяють люди, незалежно від їхньої національності.

Прогнозування розвитку національного культурного простору України у його глобальному вимірі припускає виникнення наративу надідентичності XXI століття у концептуальному баченні утворення цивілізації на основі об'єднань між людьми без рамок, але із взаємозалежністю та заохоченням до важливості кожної людини. Такий наратив конструюється як феномен інноваційного громадянства, який полягає в осмисленні особистого «Я» як меморативно-історичного досвіду у власних переконаннях і цілях, а також прав і цінностей громадськості. Надідентичність є проекцією досвіду минулого і сьогодення крізь призму самосприйняття у майбутньому. Побудова майбутніх цивілізацій відбувається за принципом структурування надідентичності, стверджує Ліза Маркіна. Дослідниця описує механізм такої цивілізації. Це – «коли громадськість об'єднана в коло однодумців має свідоме бачення майбутнього, цілі для його розвитку, мотиви для виокремлення самосвідомості і популяризації надідентично-автентичного прогресу, місію усіх верств населення, які поєднані однією метою, стійкістю і адаптивністю, організаційною культурою та емоційним інтелектом» [24].

Надідентичність як термін відображає прагнення до інноваційної ментальної адаптації та соціальної комунікації з метою виявлення у повсякденності наративу бачення майбутнього та її ролі у побудові реальної цивілізаційної надідентичності. Національна надідентичність та наратив формування на її основі майбутньої цивілізації містить концепції, що виявляють чинники «надглобалізації», «надінтеркультуралізму», «надтехнологічного прогресу», «надекологічної свідомості», «надсоціальної справедливості та

рівності», «наднауково-освітнього прогресу» [24, с. 187]. Загалом, усе те, що вказує на взаємозв'язки та взаємопроникливість з глобальними цінностями та культурними обмінами, а також у сфері технологій, які змінюють як спосіб життя так і спосіб мислення, у сфері екології та сталого розвитку, у питаннях рівності, соціальної справедливості та прав людини, освіти і науці, які відіграють вирішальну роль у конструюванні інноваційного майбутнього.

На тему надідентичності чи суміжних, інтегративних ідентичностей в українській та західній культурології полемізують переважно філософи, культурологи, соціологи, політологи та історики, що працюють у сфері націєтворення, постколоніальних студій, культурної політики та цивілізаційного аналізу. Полеміка часто відбувається між різними інтелектуальними школами та політичними таборами. В Україні полеміка навколо надідентичності або інтегративної національної ідентичності точиться між тими, хто бачить її як необхідний інструмент державотворення, і тими, хто застерігає від уніфікації та нівелювання регіонального розмаїття.

Прихильники утвердження надідентичності, консолідації та єдиного наративу наголошують на необхідності створення єдиного, сильного, ціннісно наповненого ядра ідентичності, здатного протистояти зовнішній агресії та внутрішньому розколу. Вони часто звертаються до ідей державності, мови як основи, спільного історичного досвіду (наприклад, козацького чи визвольного). Філософське обґрунтування цивілізаційної самобутності України надали Мирослав Попович, Сергій Кримський. Акцент на історичній пам'яті та героїчному наративі як консолідуючому чиннику роблять Володимир В'ятрович і Оксана Забужко.

Критики уніфікації та захисники плюралізму, які є скептиками надідентичності застерігають від створення «жорсткої» надідентичності, яка може виявитися ексклюзивною і відкинути цілі регіони або культурні групи (наприклад, російськомовних громадян, національні меншини). Вони захищають ідею громадянської нації (політичної нації) та плюралізму ідентичностей. Зокрема Микола Рябчук застерігає від гегемонії одного культурного центру і натомість пропонує політичну націю як інтегративну модель [29].

На Заході полеміка ведеться навколо термінів наднаціональна (наприклад, європейська) та глобальна (космополітична) ідентичність. Прихильники космополітизму та наднаціональної інтеграції розглядають формування вищого рівня ідентичності як позитивний, необхідний етап розвитку людства для вирішення глобальних проблем (екологія, міграція, економічна криза). Обґрунтування ідеї конституційного патріотизму та європейської публічної сфери як основи наднаціональної ідентичності подає Юрген Габермас. Захист космополітичної ідентичності та глобальної етики досліджує Марта Нуссбаум.

Критики глобалізму та захисники національного суверенітету критикують ідею надідентичності як таку, що руйнує національну державу, ослаблює соціальну згуртованість і веде до втрати суверенітету та культурної самобутності. Вони наголошують на важливості національної лояльності як головної основи політичного життя. Френсіс Фукуяма хоча і не є прямим противником, його праці про кризу ідентичності та необхідність національної ідентичності для довіри в суспільстві є важливим елементом цієї полеміки [33]. Багато дослідників, які вивчають зростання популізму в Європі, вказують на прямий зв'язок між кризою європейської (наднаціональної) надідентичності та поверненням до жорстких національних рамок.

В українській культурології надідентичність або національна надідентичність – це концепція, яка, як правило, стосується ідеї про вищий, узагальнений, інтегративний рівень національної самосвідомості та ідентичності. Вона часто розглядається як своєрідна ідеальна чи домінантна форма ідентичності, що здатна об'єднувати різноманітні регіональні, соціальні, чи етнічні ідентичності в межах єдиної української нації.

Ця концепція має кілька важливих вимірів в українському культурному та інтелектуальному дискурсі. Надідентичність розглядається як механізм, що допомагає подолати внутрішні культурні, мовні, історичні розбіжності і формує спільне поле цінностей, міфів, символів та історичної пам'яті для всіх громадян. Вона виконує інтеграційну функцію і спрямована на консолідацію розділеної нації і суспільства у цілому.

Надідентичність у вимірі стійкості та життєздатності національного простору забезпечує історичну тяглість нації та спроможність до прогресу, стійкість перед зовнішніми викликами (наприклад, асиміляцією, агресією) та внутрішніми кризами. У деяких інтерпретаціях надідентичність може бути не стільки описом фактичного стану, скільки нормативним чи ідеальним проектом для майбутнього розвитку нації – тим, до чого нація має прагнути для своєї повноти та самодостатності. Культурологічне підґрунтя надідентичності базується на таких ключових елементах як мова, історія, ментальні архетипи та державотворчі ідеї.

Хоча термін «надідентичність» може не бути єдиним чи загальноприйнятим, все ж ідеї про інтегративну національну єдність простежуються у працях багатьох українських культурологів, філософів та істориків, які досліджували феномен української ідентичності. Наприклад, Іван Дзюба, Микола Рябчук, Оксана Забужко, Сергій Кримський та інші, які аналізували національну самосвідомість, культурну єдність та виклики постколоніального суспільства.

Співвідношення надідентичності, національної ідентичності та регіональних ідентичностей в українській культурології можна описати як багаторівневу, ієрархічну та інтегративну систему. Три рівні утворюють систему ідентичності національного культурного простору – це регіональний, національний та інтегративний рівні. Надідентичність виступає як найвищий, узагальнюючий рівень, що забезпечує цілісність та життєздатність усієї національної системи. Регіональний або локальний рівень базується на місцевих традиціях, говорах, специфічній історичній пам'яті (наприклад, Волинь, Полісся, Галичина, Слобожанщина, Поділля) та є джерелом культурного розмаїття та локальної приналежності. За градацією рівнів культурних практик запропонованої Ольгою Копієвською національний рівень відноситься до глокального тобто проміжний між локальним і глобальним рівнями [20].

Він базується на уніфікуючих чинниках: державна мова, єдина державність, національні символи та ключові історичні наративи і є спільним для локальних культур. На цьому рівні формується

політична нація та спільне громадянське суспільство. Інтегративний рівень забезпечує консолідацію, стійкість, здатність до націєтворення в довгостроковій перспективі і представляє собою мета-концепцію надідентичності, яка гарантує єдність нації, забезпечує її історичну тяглість і опір зовнішнім впливам.

Надідентичність в українському контексті виконує об'єднуючу роль. Вона вирішує проблему, успадковану від тривалого періоду бездержавності та перебування у складі різних імперій, коли регіональні ідентичності розвивалися ізольовано, а іноді й вступали у протиріччя. Концепт надідентичності сприяє інтеграції регіональних ідентичностей у загальний простір національної ідентичності і їх інтеграція додає нації глибини, колориту та внутрішньої різноманітності. Національна ідентичність через спільну мову, освіту, засоби масової інформації та державну політику пам'яті поєднує ці регіональні відмінності, перетворюючи їх з потенційно антагоністичних на взаємодоповнюючі.

Консолідація національної ідентичності утворює надідентичність, яка підіймається над простою сумою національних характеристик та слугує ідеальною формою національної свідомості, яка не лише описує національну ідентичність, але й вказує її перспективу, якою нація має бути. Надідентичність – це моральний, ціннісний та філософський стрижень, який надає національній ідентичності абсолютного значення та самодостатності. Наприклад, ідея української волі як фундаментальної цінності, або цивілізаційної місії.

Надідентичність – це не просто синонім «національної ідентичності». Це інтегративний механізм, який дозволяє українській національній ідентичності бути гнучкою (приймати регіональні відмінності) і водночас монолітною (мати спільне ціннісне ядро) у критичні моменти історії. Вона забезпечує існування української нації як єдиного організму, а не як набору розрізнених регіональних спільнот.

Проблема об'єднання різнорідних ідентичностей у стійку та функціональну єдність активно розглядається західною школою, але під іншими, більш специфічними термінами. Так, західна

культурологічна школа розглядає проблему, схожу на українську надідентичність, хоча вона зазвичай використовує інші, більш аналітичні та конкретні терміни. Замість філософсько-національного терміна «надідентичність», західна думка оперує поняттями, що описують вищі, об'єднавчі, або інтегративні рівні ідентичності, особливо в контексті глобалізації, мультикультуралізму та європейської інтеграції.

Проблема «надідентичності» в західній культурології та соціології розглядається через такі призми: наднаціональна або європейська ідентичність, глобальна або космополітична ідентичність, колективна та соціальна ідентичність. Найбільш пряма інституційна форма наднаціональної або європейської ідентичності це Європейський Союз, який є унікальним прикладом спроби свідомого конструювання інтегративної ідентичності над існуючими національними ідентичностями (німецькою, французькою, польською тощо). Програмною ідеєю такої ідентичності є прагнення створити серед громадян ЄС концепт «ми-ідентичність», який би сприяв солідарності, співпраці та стабільності Європи, але не знищував при цьому національну приналежність як, наприклад, поляк і європеець.

Глобальна або космополітична ідентичність розглядає найвищий ступінь ідентифікації людини – її приналежність до «людства» або до «глобальної спільноти». Космополітизм, наприклад, у Юргена Габермаса чи Марти Нуссбаум передбачає, що людина має моральні зобов'язання та почуття, що виходять за межі її національної чи державної приналежності, реалізуючи таким чином форму світової надідентичності або глобальної ідентичності.

Колективна та соціальна ідентичність вивчає, як індивіди формують групові (колективні) ідентичності (наприклад, «ми, студенти цього університету», «ми, представники цього класу»), які є вищими за їхню індивідуальну ідентичність. У роботах Анрі Тежфела та Джона Тернера аналізуються теорії, за якими індивідуальні відмінності «розчиняються» у спільній груповій приналежності, забезпечуючи внутрішню єдність. Національна ідентичність

є лише одним, хоч і найважливішим, прикладом такої колективної ідентичності.

Хоча функціонально західні концепти схожі на українську «надідентичність», а всі вони говорять про інтеграцію нижчих ідентичностей у вищу, все ж є важливі відмінності. Зокрема, українська теорія надідентичності фокусується на націєтворенні та самобутності, а особливо у постколоніальному контексті. У той же час західні концепти тримають фокус на управлінні різноманіттям, глобалізації та політичній інтеграції, як приклад Європейський Союз. Різниця спостерігається і у підходах, а саме: нормативний та ідеалістичний (якою нація має бути) в українській культурології і аналітичний та емпіричний (як ідентичності взаємодіють на практиці) в західних концептах наднаціональної ідентичності, космополітизму та вкладених ідентичностей. Українська надідентичність підкреслює вищу якість ідеалу, а західна термінологія підкреслює ієрархію та взаємозалежність.

Висновки. Підсумовуючи, слід сказати, що надідентичність у широкому культурологічному сенсі відіграє критично важливу роль у формуванні та збереженні цивілізаційних спільнот. Якщо національна ідентичність формує націю-державу, то надідентичність формує цивілізаційний простір – групу націй, об'єднаних спільними фундаментальними цінностями, історичними архетипами та світоглядними матрицями. У контексті цивілізаційного підходу, наприклад, у концепціях Фернана Броделя, Освальда Шпенглера чи Самюеля Гантінгтона, надідентичність є ментальним та ціннісним каркасом, який забезпечує історичну тяглість і внутрішню солідарність великих культурних регіонів.

Надідентичність виступає ядром цивілізаційної стійкості утворюючи спільну філософську, релігійну та етичну основу для різних народів і культур у межах однієї цивілізації, наприклад, Християнство та Римське право для Західної цивілізації, або Конфуціанство для Східноазійської. Вона служить фундаментом спільної свідомості, що дозволяє цим народам розуміти та передбачати дії одне одного, а також фактором, який забезпечує цивілізаційну стійкість.

Спільна свідомість в своїй базисній основі має історичну пам'ять та народні міфи, традиції і повір'я. Вона створює універсальні історичні міфи та символи, які є значущими для всіх учасників цивілізації. Ці міфи формують спільну своєрідну «глибинну історію», або спільне історичне культурне поле, що допомагає цивілізації ідентифікувати себе як єдине ціле перед іншими цивілізаціями. Завдяки надідентичності цивілізація здатна пережити розпад імперій, зміну політичних систем та внутрішні конфлікти. Базові надідентичні цінності залишаються сталими, дозволяючи культурі відроджуватися на тому ж фундаменті спільної свідомості.

Спільна свідомість надідентичності утворює сталі культурні форми, що розуміються як цивілізаційні коди і діють у якості регуляторів внутрішніх і зовнішніх відносин. Вона чітко визначає цивілізаційні кордони. Ті, хто поділяє ключові цінності надідентичності входять до її цивілізаційного простору незалежно від їхньої національності чи мови. Це полегшує торгівлю, обмін знаннями та політичні союзи всередині цивілізаційного простору.

До важливої функції надідентичності відносяться інтеграція та культурна взаємодія народів, їх асиміляція. Надідентичність встановлює критерії приналежності. Вона визначає, як нові народи чи суспільства можуть бути інтегровані в цивілізацію через прийняття ключових цінностей, та як відбувається культурна асиміляція. В процесі культурної взаємодії відбувається масштабування національних та локальних цінностей до універсального рівня. Наприклад, ідеї демократії, прав людини, приватної власності у Західній цивілізації є саме такими надідентичними, загальноприйнятими нормами.

Надідентичність є умовою сталого розвитку цивілізації та надає їй сенсу існування та визначає напрямок руху. Вона відображає цивілізаційну місію через поширення власних цінностей, релігії, політичної системи чи культурного впливу, або уявлення про те, яку роль ця спільнота має відігравати у світі. Основою культурної експансії є моральний капітал надідентичності як-то підтримка та сприяння розвитку суміжних культурних просторів посередництвом реалізації великих інфраструктурних проєктів,

освоєння нових територій чи ресурсів, а також надання допомоги у довготривалій війні за незалежність.

Таким чином, надідентичність – це глибинна культурна програма, яка формує довготривалу, стійку, об'єднану цивілізаційну спільноту, забезпечуючи її внутрішню згуртованість та відмінність від інших цивілізацій. Основою такої програми слугують концепти глобального громадянства, глобальних культурних практик та співіснування наднаціонального та національного, глобального і регіонального (локального, глокального) вимірів культурної взаємодії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Андерсон Б. Уявлені спільноти. Міркування щодо походження й поширення націоналізму. Київ : Критика, 2001. 272 с.
2. Вацик Ю. Р. Війна як структурний елемент національної ідентичності: досвід України та Японії. *Культурологічний альманах*. 2025. Вип. 3 (15). С. 137–143.
3. Бевз Т. А. Концепт ідентичності українства в умовах соціокультурних трансформацій: загрози національній безпеці в гуманітарній сфері (історіографія проблеми). *Українознавство*. 2020. № 3 (76). С. 178–200.
4. Бевза Б., Гінкул А. Конструювання національної ідентичності: базові поняття та український контекст. Київ : Український інститут майбутнього, 2024. 12 с.
5. Боярська О. А., Поплавський О. О. Цивілізаційна парадигма С. Хатінгтона та сучасна «лінія розлому» України. *Політологічний вісник*, 2015. № 79. С. 301–311.
6. Бистрицький Є., Білий О., Зимовець Р., Кобець Р., Лозниця С., Пролеєв С. Національна ідентичність і громадянське суспільство. Київ : Дух і Літера. 2015. 452 с.
7. Бродель Ф. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм XV–XVIII ст. Том 1. Структура повсякденності: можливе і неможливе. Перекл. Григорій Філіпчук. Київ : Основи. 2014. С. 32, 137.
8. Верезомська С. Ж., Каюн В. О., Голубчик Г. Д. Роль культурної спадщини в процесі конструювання національної ідентичності українців. *Вісник науки та освіти*. 2024. Вип. 10 (28). С. 1387–1404.
9. Гарбовська Д. Концепція зіткнення цивілізацій Самюеля Хантінгтона. *Міжнародний науковий вісник: збірник наукових праць*. Ужгород : ДВНЗ «УжНУ», 2016. Вип. 2 (13). С. 46–52.
10. Гібернау М. Ідентичність націй. Київ : Темпора, 2012. 303 с.

11. Грицак Я., Комаров О. Шлях становлення української ідентичності. Запоріжжя : Платформа спільних дій, 2021. 35 с.
12. Гриценко О. А. Моделі культурного простору та проблема ідентичності його елементів. *Культурологічна думка*. 2019. № 15. С. 66–82.
13. Грушевський М. Ілюстрована історія України: репринтне відтворення 1913 року. К. ; Л., 1990. 525 с.
14. Дзюба І. Інтернаціоналізм чи русифікація? Мюнхен : Вид-во «Сучасність», 1968. 264 с.
15. Донцов Д. Націоналізм. Київ : Rainhouse, 2024. 320 с.
16. Зерний Ю. Взаємозв'язок історичної пам'яті та національної ідентичності. *Політичний менеджмент*, 2008. № 5. С. 104–115.
17. Злобіна Т. Г. Роль культурного простору у процесі становлення української політичної нації : дис. ... канд. філос. наук : 21.03.01; Київ, 2009. 218 с.
18. Казакевич О. Роль мови у формуванні національної ідентичності. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Культурологія»*. 2017. Вип. 18. С. 77–79.
19. Кидонь В. Історична ідентичність в умовах російсько-української війни. *Українознавство*. № 3 (92). С. 30–43. URL: <https://surl.li/ivxbkk>
20. Копієвська О. Р. Трансформаційні процеси в культурних практиках України: глобальний, глокальний контекст та локальні особливості (кінець ХХ – початок ХХІ ст.) : дис. ... док. культурології. 26.00.06. Київ, 2018. 487 с.
21. Кравченко О. В. Концептуальні моделі ідентифікації національного культурного простору України в сучасному публічному інтелектуальному дискурсі. *Культура України*. 2014. Вип. 47. С. 13–25.
22. Кравченко О. В. Національний культурний простір як ідентифікаційна модель. *Вісник Харківської державної академії культури*, 2010. № 31. С. 4–11.
23. Малінін В. В. Соціокультурна ідентичність як чинник підвищення ефективності політичного управління. *Актуальні проблеми політики*. 2013. Вип. 48. С. 258–267.
24. Маркіна Л. Надієдентичність – новий наратив майбутньої цивілізації. *Дні науки – 2025 : електрон. зб. матер. XV Міжнар. наук. конф. студ., асп. і молод. вчен.* (16 травня 2025 р.) / ВПЦ: «Київський університет». Київ, 2025. С. 186.
25. Мартинов А. Українська історична ідентичність у загальноєвропейському контексті: спільні риси та особливості. *Міжнародні зв'язки України: наукові пошуки і знахідки*. 2012. Вип. 21. С. 314–331.

26. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.
27. Поліщук Ю. Національна та громадянська ідентичності в Україні в умовах російсько-української війни. *Політичні дослідження*, 2024. № 2(8). С. 73–93.
28. Про схвалення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2023–2025 роках. Постанова Кабінету Міністрів України № 1322 (2023). URL: <https://surl.li/urpnqh>
29. Рябчук М. Долання амбівалентності. Дихотомія української національної ідентичності – Історичні причини та політичні наслідки. К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. 252 с.
30. Сікорська В., Дідур Л. Українська мовна ідентичність під час повномасштабного вторгнення рф. *Причорноморські філологічні студії*, 2023. № 2. С. 42–51.
31. Степико М. Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія. К. : НІСД, 2011. 336 с.
32. Цивілізаційна ідентичність українства: історія і сучасність / авт. кол.: О. Рафальський (керівник), Я. Калакура (науковий редактор), О. Калакура, М. Юрій. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2022. 512 с.
33. Фукуяма Ф. Ідентичність. Потреба в гідності й політика скривдженості. Київ : Наш формат, 2020. С. 6.
34. Хлібосолов І. О. Дискурс національного культурного простору в академічному ландшафті. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2025. № 51. С. 387–393.
35. Якуніна К. Теоретико-методологічні аспекти дослідження релігійної ідентичності у площині соціокультурних викликів. *Соціокультурні виклики сучасності: потреба у теоретичному осмисленні: колективна монографія*. Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2022. С. 154–195.
36. Cynthia Vinney, 2024. Understanding Social Identity Theory and Its Impact on Behavior. URL: <https://surl.lu/wxpidl>.
37. Efthymios George Costopoulos (1997). The Concept of Pluralistic Security Community: An Attempt to Apply it to the European Union Case. A Thesis Submitted for the Degree of MPhil at the University of St. Andrews. URL: <https://surl.lt/rkfsua>

REFERENCES

1. Anderson B. (2001). *Uiavleni spilnoty. Mirkuvannia shchodo pokhodzhennia y poshyrennia natsionalizmu* (Imagined communities. Considerations on the origin and spread of nationalism). Kyiv : Krytyka, 272 s. [in Ukrainian].
2. Vatsyk Yu. R. (2025). *Viina yak strukturnyi element natsionalnoi identychnosti: dosvid Ukrainy ta Yaponii* (War as a structural element of national identity: the experience of Ukraine and Japan). *Kulturolohichnyi almanakh. Vyp. 3* (15), S. 137–143. [in Ukrainian].
3. Bevz T. A. (2020). *Kontsept identychnosti ukrainstva v umovakh sotsiokulturnykh transformatsii: zahrozy natsionalnii bezpetsi v humanitarnii sferi (istoriohrafiia problemy)*. (The concept of Ukrainian identity in the context of socio-cultural transformations: threats to national security in the humanitarian sphere (historiography of the problem)). *Ukrainoznavstvo. № 3* (76). S. 178–200. [in Ukrainian].
4. Bevza B., Hinkul A. (2024). *Konstruiuvannia natsionalnoi identychnosti: bazovi poniattia ta ukraïnskyi kontekst* (Construction of national identity: basic concepts and Ukrainian context). Kyiv : Ukraïnskyi instytut maibutnoho, 12 s. [in Ukrainian].
5. Boiarska O. A., Poplavskyi O. O. (2015). *Tsyvilizatsiina paradyhma S. Khatynhtona ta suchasna "liniia rozlomu" Ukrainy*. (Civilizational paradigm of S. Huntington and modern "fault line" of Ukraine). *Politolohichnyi visnyk. № 79*. S. 301–311. [in Ukrainian].
6. Bystrytskyi Ye., Bilyi O., Zymovets R., Kobets R., Loznytsia S., Proleiev S. (2015). *Natsionalna identychnist i hromadianske suspilstvo*. (National identity and civil society). Kyiv : Dukh i Litera. 452 s. [in Ukrainian].
7. Brodel F. (2014). *Materialna tsyvilizatsiia, ekonomika i kapitalizm XV–XVIII st.* (Material civilization, economy and capitalism of the 15th–18th centuries). Tom 1. *Struktura povsiakdennosti: mozhlyve i nemozhlyve*. Perekl. Hryhorii Filipchuk. Kyiv : Osnovy. S. 32, 137. [in Ukrainian].
8. Verezomska S. Zh., Kaiun V. O., Holubchuk H. D. (2024). *Rol kulturnoi spadshchyny v protsesi konstruiuvannia natsionalnoi identychnosti ukraïntsiiv*. (The role of cultural heritage in the process of constructing the national identity of Ukrainians). *Visnyk nauky ta osvity. Vyp. 10* (28). S. 1387–1404. [in Ukrainian].
9. Harbovska D. (2016). *Kontseptsiiia zitknennia tsyvilizatsii Samiuelia Khantinhntona*. (Samuel Huntington's Concept of the Clash of

- Civilizations). *Mizhnarodnyi naukovyi visnyk: zbirnyk naukovykh prats.* Uzhhorod : DVNZ “UzhNU”, Vyp. 2 (13). S. 46–52. [in Ukrainian].
10. Gibernau M. (2012). *Identychnist natsii.* (Identity of Nations). Kyiv : Tempora, 303 s. [in Ukrainian].
 11. Hrytsak Ya., Komarov O. (2021). *Shliakh stanovlennia ukrainskoi identychnosti.* (The Path of Formation of Ukrainian Identity). Zaporizhzhia : Platforma spilnykh dii, 35 s. [in Ukrainian].
 12. Hrytsenko O. A. *Modeli kulturnoho prostoru ta problema identychnosti yoho elementiv.* (Models of Cultural Space and the Problem of the Identity of Its Elements). *Kulturolohichna dumka.* 2019. № 15. S. 66–82. [in Ukrainian].
 13. Hrushevskyi M. (1990). *Iliustrovana istoriia Ukrainy: reprintsne vidtvorennia 1913 roku.* (Illustrated History of Ukraine: Reprint Reproduction of 1913). K. ; L., 525 s. [in Ukrainian]
 14. Dziuba I. *Internatsionalizm chy rusyfikatsiia?* (Internationalism or Russification?). Miunkhen : Suchasnist, 1968. 264 s. [in Ukrainian].
 15. Dontsov D. (2024). *Natsionalizm.* (Nationalism). Kyiv : Rainhouse, 320 s. [in Ukrainian].
 16. Zernii Yu. *Vzaïmozv'язok istorychnoi pamiaty ta natsionalnoi identychnosti.* (The Relationship between Historical Memory and National Identity). *Politychnyi menedzhment.* 2008. № 5. S. 104–115. [in Ukrainian]
 17. Zlobina T. H. *Rol kulturnoho prostoru u protsesi stanovlennia ukrainskoi politychnoi natsii* (The Role of Cultural Space in the Process of Formation of the Ukrainian Political Nation) : dys. ... kand. filos. nauk : 21.03.01. Kyiv. 2009. 218 s. [in Ukrainian].
 18. Kazakevych O. (2017). *Rol movy u formuvanni natsionalnoi identychnosti.* (The role of language in the formation of national identity). *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu “Ostrozka akademii”, Seriia “Kulturolohiia”.* Vyp. 18. S. 77–79. [in Ukrainian].
 19. Kydon V. *Istorychna identychnist v umovakh rosiïsko-ukrainskoi viiny.* (Historical identity in the conditions of the Russian-Ukrainian war). *Ukrainosnavstvo,* 2024. 3 (92), 30–43. URL: <https://surl.li/ivxbkk> [in Ukrainian].
 20. Kopiiëvska O. R. (2018). *Transformatsiini protsesy v kulturnykh praktykakh Ukrainy: hlobalnyi, hlokalnyi kontekst ta lokalni osoblyvosti (kinets XX – pochatok XXI st.).* (Transformational processes in cultural practices of Ukraine: global, glocal context and local features (late 20th – early 21st centuries)) : dys. ... dok. kulturolohii. 26.00.06. Kyiv, 487 s. [in Ukrainian].

21. Kravchenko O. V. Kontseptualni modeli identyfikatsii natsionalnoho kulturnoho prostoru Ukrainy v suchasnomu publichnomu intelektualnomu dyskursi. (Conceptual models of identification of the national cultural space of Ukraine in modern public intellectual discourse). *Kultura Ukrainy*. 2014. Vyp. 47. S. 13–25. [in Ukrainian].
22. Kravchenko O. V. Natsionalnyi kulturnyi prostir yak identyfikatsiina model. (National cultural space as an identification model). *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury*. 2010. № 31. S. 4–11. [in Ukrainian].
23. Malinin V. V. (2013). Sotsiokulturna identychnist yak chynnyk pidvyshchennia efektyvnosti politychnoho upravlinnia. (Sociocultural identity as a factor in increasing the effectiveness of political management). *Aktualni problemy polityky*. Vyp. 48. S. 258–267. [in Ukrainian].
24. Markina L. (2025). Nadidentychnist – novyi narativ maibutnoi tsyvilizatsii. (Over-identity – a new narrative of future civilization). *Dni nauky – 2025: elektron. zb. mater. XV Mizhnar. nauk. konf. stud., asp. i molod. vchen.* (16 travnia 2025 r.). Kyiv : VPTs: “Kyivskyi universytet”, S. 186. [in Ukrainian]
25. Martynov A. Ukrainska istorychna identychnist u zahalnoievropeiskomu konteksti: spilni rysy ta osoblyvosti. (Ukrainian historical identity in the pan-European context: common features and peculiarities). *Mizhnarodni zviazky Ukrainy: naukovy poshuky i znakhidky*. 2012. Vyp. 21. S. 314–331. [in Ukrainian].
26. Nahorna L. P. Rehionalna identychnist: ukrainskyi kontekst. (Regional Identity: Ukrainian Context). K. : IPIEND imeni I. F. Kurasa NAN Ukrainy, 2008. 405 s. [in Ukrainian].
27. Polishchuk Yu. Natsionalna ta hromadianska identychnosti v Ukraini v umovakh rosiisko-ukrainskoi viiny. (National and Civic Identity in Ukraine in the Conditions of the Russian-Ukrainian War). *Politychni doslidzhennia*. 2024. № 2(8). S. 73–93. [in Ukrainian].
28. Pro skhvalennia Stratehii utverdzhennia ukrainskoi natsionalnoi ta hromadianskoi identychnosti na period do 2030 roku ta zatverdzhennia operatsiinoho planu zakhodiv z yii realizatsii u 2023–2025 rokakh. (On Approval of the Strategy for the Establishment of Ukrainian National and Civic Identity for the Period Until 2030 and Approval of the Operational Plan of Measures for Its Implementation in 2023–2025). *Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 1322 (2023)*. URL: <https://surl.li/uprnqh> [in Ukrainian].

29. Riabchuk M. Dolannia ambivalentnosti. Dykhotomiia ukrainskoi natsionalnoi identychnosti – Istorychni prychny ta politychni naslidky. (Overcoming ambivalence. The dichotomy of Ukrainian national identity – Historical reasons and political consequences). K. : IPIEND im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy, 2019. 252 s. [in Ukrainian].
30. Sikorska V., Didur L. Ukrainska movna identychnist pid chas povnomasshtabnoho vtorhnennia rf. (Ukrainian linguistic identity during the full-scale invasion of the Russian Federation). *Prychornomorski filolohichni studii*. 2023. № 2. S. 42–51. [in Ukrainian].
31. Stepyko M. T. Ukrainska identychnist: fenomen i zasady formuvannia (Ukrainian identity: phenomenon and principles of formation) : monohrafiia. K. : NISD, 2011. 336 s. [in Ukrainian].
32. Tsyvilizatsiina identychnist ukrainstva: istoriia i suchasnist. (Civilizational identity of Ukrainians: history and modernity). (2022) / avt. kol.: O. Rafalskyi (kerivnyk), Ya. Kalakura (naukovyi redaktor), O. Kalakura, M. Yurii. Kyiv : IPIEnD im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy, 512 s. [in Ukrainian].
33. Fukuiama F. Identychnist. Potreba v hidnosti y polityka skryvdzhenosti. (Identity. The Need for Dignity and the Politics of Offense). Kyiv : Nash format, 2020. S. 6. [in Ukrainian].
34. Khlibosolov I. O. Dyskurs natsionalnoho kulturnoho prostoru v akademichnomu landshafti. (Discourse of the National Cultural Space in the Academic Landscape). *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*. 2025. № 51. S. 387–393. [in Ukrainian].
35. Yakunina K. Teoretyko-metodolohichni aspekty doslidzhennia relihiinoi identychnosti u ploshchyni sotsiokulturnykh vyklykiv. Sotsiokulturni vyklyky suchasnosti: potreba u teoretychnomu osmyslenni (Theoretical and Methodological Aspects of the Study of Religious Identity in the Plane of Sociocultural Challenges. Sociocultural Challenges of Modernity: The Need for Theoretical Understanding) : kolektyvna monohrafiia. Ostroh. Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu “Ostrozka akademiia”, 2022. S. 154–195. [in Ukrainian].
36. Cynthia Vinney. Understanding Social Identity Theory and Its Impact on Behavior. 2024. URL: <https://surl.lu/wxpidl>. [in English].
37. Efthymios George Costopoulos (1997). The Concept of Pluralistic Security Community : An Attempt to Apply it to the European Union Case. A Thesis Submitted for the Degree of MPhil at the University of St Andrews. URL: <https://surl.lt/rkfjua> [in English]

ХЛИБОСОЛОВ Ігор Олексійович,
доцент кафедри гуманітарних наук,
Київська муніципальна академія естрадного
та циркового мистецтв, Київ
ORCID ID: 0009-0003-0493-0109
i.khlibosolov@kmaecm.edu.ua

СИНТЕЗ ПРИМОРДІАЛІЗМУ ТА КОНСТРУКТИВІЗМУ ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ

У статті публікуються результати дослідження проблеми трансформації ідентичності українського культурного простору від концепту ідентичності радянської людини, що був надбудовою національної ідентичності у радянський період, до етносимволізму, що утворюється у теперішній час на основі синтезу примордіалізму та конструктивізму. Аналізуються основні теоретичні погляди на процес формування ідентичності українського суспільного простору. Встановлено, що формування української ідентичності є багатограним процесом і зумовлене комплексною взаємодією історичних, соціокультурних, мовних, релігійних чинників, а також динамікою громадянської та етнічної самосвідомості та регіональними відмінностями. Примордіалізм розглядає нації як давні утворення, чия єдність ґрунтується на мовній та культурній спільності, а ідентичність – як незмінну сутність спільноти, властивість індивіда від народження. Конструктивізм трактує національні спільноти як сконструйований продукт, у якому роль етнокультурних факторів є мінімальною. Синтез примордіалізму та конструктивізму демонструє комплексний підхід до проблеми і виступає як методологічна основа формування ідентичності українського культурного простору у формі етносимволізму. Етносимволізм розглядає нації як політично свідомі етнокультурні спільноти, що мають чітку претензію на державність. Цей підхід підкреслює вкоріненість націй у минулому та важливість етнічного ядра, але також визнає вирішальну роль політичного фактора, який виражається громадянською позицією. Спостерігається значне зміцнення громадянської ідентичності, зростання ролі

етноцентризму як маркера опору та єдності, що ґрунтується на спільному досвіді війни.

Ключові слова: культурний простір, ідентичність, примордіалізм, конструктивізм, етносимволізм, Україна.

Igor Khlibosolov, Associate Professor,

Department of Humanities of the Kyiv Municipal Academy
of Variety and Circus Arts,
i.khlibosolov@kmaecm.edu.ua

SYNTHESIS OF PRIMORDIALISM AND CONSTRUCTIVISM AS A METHODOLOGICAL BASIS FOR THE FORMATION OF IDENTITY IN THE UKRAINIAN CULTURAL SPACE

The article presents the results of research into the transformation of the identity of the Ukrainian cultural space from the concept of Soviet identity, which was a superstructure of national identity in the Soviet period, to ethno-symbolism, which is currently being formed on the basis of a synthesis of primordialism and constructivism. The main theoretical views on the process of forming the identity of Ukrainian social space are analyzed. It has been established that the formation of Ukrainian identity is a multifaceted process and is determined by the complex interaction of historical, sociocultural, linguistic, and religious factors, as well as the dynamics of civic and ethnic self-awareness and regional differences. Primordialism views nations as ancient entities whose unity is based on linguistic and cultural commonality, and identity as the unchanging essence of a community, a property of an individual from birth. Constructivism treats national communities as a constructed product in which the role of ethnocultural factors is minimal. The synthesis of primordialism and constructivism demonstrates a comprehensive approach to the problem and serves as a methodological basis for the formation of the identity of the Ukrainian cultural space in the form of ethno-symbolism. Ethno-symbolism views nations as politically conscious ethno-cultural communities with a clear claim to statehood. This approach emphasizes the rootedness of nations in the past and the importance of the ethnic core, but also recognizes the decisive role of the political factor, which is expressed in civic position. There has been a significant strengthening of civic identity

and a growth in the role of ethnocentrism as a marker of resistance and unity based on the shared experience of war.

Keywords: *cultural space, identity, primordialism, constructivism, ethnosymbolism, Ukraine.*

Вступ. У контексті становлення української державності проблема ідентичності постає як центральна тема у формуванні суспільного наративу побудови майбутнього нації на основі культурних традицій. Значення ідентичності особливо зростає в умовах глобалізаційних процесів та воєнних випробувань, які вимагають глибокого осмислення та збереження національної самобутності. Сьогодні українська ідентичність зазнає нових викликів. Воєнний стан, спричинений російською агресією, змусив українців ще більше цінувати свою культуру, історію та свободу. У цих умовах ідентичність стала не лише культурним, а й політичним феноменом, що об'єднує людей у боротьбі за власну державу. Водночас глобалізація та міграційні процеси ставлять завдання збереження національних цінностей у багатокультурному світі [28]. Основні напрямки досліджень та дискусії академічних рефлексій свідчать про те, що проблема ідентичності має міждисциплінарний характер і до її студіювання долучаються вчені з різних сфер гуманітарного знання – філософії, психології, соціології, культурології, політології, історії і антропології. Фокус дискусій зосереджений на переоцінці минулого та трансформації успадкованої ідентичності на модерністську, що здатна консолідувати суспільство [8]. Національна ідентичність визначається як відчуття приналежності людини до певної нації, що створює зв'язок між індивідами, об'єднаними спільною мовою, культурою та історією. Актуальність вивчення цієї проблематики посилюється також необхідністю розуміння процесів формування та збереження ідентичності українців, зокрема в умовах вимушеної еміграції внаслідок війни [16].

Формування української ідентичності є багатогранним процесом і зумовлене комплексною взаємодією історичних, соціокультурних, мовних, релігійних чинників, а також динамікою

громадянської та етнічної самосвідомості та регіональними відмінностями. Історичні чинники відіграли вирішальну роль у складному процесі становлення української ідентичності. Стюард Голл стверджує: «Саме тому, що ідентичності конструюються в рамках, а не поза рамками дискурсу, нам слід розуміти їх як такі, що постали в конкретних історичних та інституційних умовах, у межах специфічних дискурсивних формацій та практик» [32]. Процес формування національної ідентичності часто утруднювався та гальмувався обставинами історичної долі українців, які тривалий час існували на стику різних цивілізаційних платформ: християнського та мусульманського світів, а згодом – західноімперської та східноімперської цивілізаційних систем. Упродовж історії, особливо до модерної доби, відбувалося тісне ототожнення релігії з етнічністю, що становило основу ціннісної системи української громади.

Матеріали та методи. Українська культурологія виділяє такі дослідницькі підходи до студіювання проблеми формування ідентичності культурного простору України: постколоніальні студії, деконструктивізм, мультикультуралізм і методологічно невизначений апологетизм. Загалом вчені, які використовують методологію постколоніальних студій розглядають українську культуру як продукт колоніального або постколоніального розвитку українського суспільства. Проте, українці брали активну участь у творенні простору культури імперії і на тлі цієї тези така методологія не зовсім відповідає інтерпретації проблем української культури в категоріях постколоніалізму [7, с. 32].

Методологія деконструктивізму у творенні культурної політики молодой держави пов'язана з актуальними трансформаціями культурної ідентичності від радянсько-етнічної, що включає концепт радянської людини із етнічною базисною основою або надідентичності до національної. Найбільше відповідає ситуації методологія мультикультуралізму, що передбачає державну підтримку усіх без виключення етнічних груп. Тут важлива дефініція Стюарта Гола, за якою національна культура є дискурсом – способом конструювання значень, котрий впливає на націю, а також

організовує її дії та ідеї, що до неї стосуються. С. Гол зауважив, що «національні культури конструюють ідентичність, творячи сенс поняття нації, з якою її члени можуть себе ототожнювати» [33]. Досить популярна в українській гуманістиці апологетична течія, не визначена в методологічному розумінні. У своєму аналізі змін автори таких праць намагаються довести, що в незалежній державі умови для розвитку української культури нерідко виявляються гіршими, ніж у попередню епоху.

Терміном «ідентичність» позначається культурна норма. Етимологію терміну досліджувала Л. Нагорна, яка виділяє значення ідентичності у соціальному та політичному сенсі. У соціальному сенсі ідентичність має вигляд найбільш значущих політичних, культурних, релігійних та інших орієнтацій, якими детермінована мережа зв'язків людини з групами, інститутами, ідеями тощо. У політичному дискурсі ідентичність зазвичай постає як наслідок процесу усвідомленого самоототожнення індивіда чи групи із прийнятими у тому чи іншому середовищі зразками поведінки, що формуються на основі певних ціннісних систем і визначають характер і спрямованість процесів соціалізації. Отже, поняттям «ідентичність» охоплюється складна сукупність смислів, очікувань, уявлень, політичних уподобань, прихильності до тієї чи іншої ціннісної системи [17, с. 33]. У науковому дискурсі цим поняттям найчастіше позначається когнітивна схема, від якої суттєво залежить суб'єктивна інтерпретація соціальної дійсності, а відтак і емоційні реакції на неї.

Термін «ідентичність» виступає як одне з ключових, базисних понять в усій системі соціального пізнання. Але його практичне застосування ускладнене різними дисциплінарними й концептуальними підходами до визначення його сутності. У руслі примордіалізму (від англ. *primordial* – вихідне, споконвічне, первісне) ідентичність розглядається здебільшого як органічно притаманна людині чи соціуму риса, дана від народження або сформована на ранніх стадіях соціалізації. При цьому акцент робиться на групових діях, що мають символічний або ритуальний характер, а також на емоційній значущості групової належності. Етнос у цій системі

поглядів має вигляд міжпоколінської популяції людей із досить стійкими мовно-культурними і психічними особливостями, із власною самосвідомістю.

У баченні конструктивістів ідентичність, навпаки, постає як артефакт, ментальний конструкт, призначенням якого є реалізація потреби в належності до певної спільноти і відмежування від інших спільнот. У найбільш радикальних представників цього підходу (інструменталістів) етнічність постає як суто утилітарний засіб, який дає змогу забезпечувати розв'язання тих чи інших групових цілей. Більшість конструктивістів не сприймає ідентичність як даність, розглядаючи її як своєрідний результат самопредставлення – фантом, що зазнає постійного переформатування і є не сутнісним, не іманентним, а співвідносним і контекстуальним. Якщо є щось спільне у цих двох відмінних поглядах на ідентичність, то воно зводиться до бачення її крізь призму компетентності особи, тобто готовності розв'язувати побутові, особисті, професійні проблеми за усталеними у певній спільноті правилами [17, с. 35–36].

Дослідниця О. Степанова стверджує, що «у процесі формування нових структур ціннісної свідомості відбувається національна консолідація, позначена в категоріальній номінації як рух до національної ідентичності». Цілісному, уявному та реальному рівням національної самоідентифікації вона вважає, що «сьогодні повною мірою відповідає реальний, на якому здійснюється рух смислосимфонізації національних сил, суспільних прошарків та окремих особистостей, які виконують роль чинника динамічного ціннісного перетворення суспільної свідомості з певною функцією і соціальною метою. Означений рух смилосимфонізації забезпечує досягнення значущої соціальної мети, яка в сучасних умовах постає як досягнення національної ідентичності» [21, с. 360].

На тлі війни в Україні дослідники звертають увагу на проблему війни культур і захист національного культурного простору, що не тільки актуалізує важливість цієї проблеми, а й ставить перед культурологами та мистецтвознавцями питання природи агресивності культурного простору. На думку Олександра Клевковкіна культура – це явище складене з окремих сегментів, котрі

перебувають у складних стосунках і невпинній боротьбі за панування. Тому оборона культури завжди є захистом власної культури і власної системи цінностей, а отже і національного культурного простору, який вони утворюють на основі ідентичності [14, с. 1013]. Тетяна Бевз досліджує проблему української ідентичності крізь призму загроз національній безпеці та соціокультурних трансформацій. Вона доходить висновку, що формування загальнонаціональної ідентичності є чинником національної безпеки України, а сама українська ідентичність є важливою складовою національної безпеки [1].

Питання забезпечення національної безпеки особливо актуалізувалися в умовах тих змін і викликів, які виникли в епоху глобалізації, а з особливою гостротою питання збереження національної ідентичності актуалізувалися з агресивною політикою Росії та окупацією Криму у 2014 році і початком повномасштабного вторгнення у 2022 році. Прикладом утвердження української ідентичності є зміни у військовій символіці і повернення до історичних фалеристичних традицій [34].

Тема української ідентичності простежувалася у дослідженнях низки дослідників, таких як Р. Фіннін, О. Фігес, Е. Вільсон, О. Гнатюк, М. Гібернау, Ф. Фукуяма, Д. Шнаппер, О. Андреевої, О. Власюка, Н. Гайворонюк, О. Дзьобаня, М. Кармазіна, М. Степико та інших. Історіографічне дослідження проблеми виконала Т. Бевз [2]. ін. Британський політолог Е. Вільсон стверджував, що «українську ідентичність ще треба «перебудувати», відокрепивши її від інших національних історій, з якими пов'язувалось життя українців упродовж сторіч – російської, радянської, польської, угорської тощо» [6, с. 78].

Результати. До головних ознак національної ідентичності Монтсерат Гібернау відносить її тяглість та унікальність в якій проявляються певні образи нації, а також ідеї, символи та ритуали, що викликають почуття взаємної симпатії та солідарності. На думку Монтсерат Гібернау, національна ідентичність використовується як інструмент політичної індокринації в руках еліт, які конструюють той чи інший її варіант за допомогою законодавства

і засобів масової інформації, маніпулювання історією і освітніми процесами [11], що спостерігається у просторі культури України прийняттям законодавчого акту спрямованого на формування національно-громадянської ідентичності.

Зокрема, Стратегія національної безпеки України 2015 року містила низку положень, дотичних до гуманітарної сфери. Було визначено такі загрози національній безпеці, як «інформаційно-психологічна війна, приниження української мови і культури, фальшування української історії, формування російськими засобами масової комунікації альтернативної до дійсності викривленої інформаційної картини світу» [27]. А отже, в означеній Стратегії визнавалася наявність факторів, що утворюють не тільки основи безпеки, а й формують національний простір до якого законодавець відносить українську мову, культуру та історію. Проблематика ідентичності національного культурного простору опосередковано зазначена та розвинута в новій редакції Стратегії національної безпеки України від 14 вересня 2020 року, у якій йдеться про протидію деструктивній пропаганді та про необхідність розвитку української культури як основи консолідації української нації та зміцнення її ідентичності [23].

Френсіс Фукуяма стверджує, що «потреба людини у визнанні її ідентичності – основна ідея, яка об'єднує багато процесів у світовій політиці» [29, с. 6]. Така потреба «є визначальним підґрунтям становлення демократичних основ життя суспільства та української національної держави» стверджує Тетяна Бевз. Отже, рушійною силою формування національного культурного простору на основі української ідентичності є потреба вирішення проблеми становлення української державності, реалізації споконвічного прагнення українського суспільства до утвердження національної окремішності, ідентичності у полікультурному просторі.

Тетяна Бевз у своїх дослідженнях підсумовує, що в умовах війни політика національної безпеки в гуманітарній сфері має спрямовуватися на подолання загроз у сфері освіти, культури, науки, релігії та на підтримку умов для зміцнення загальнонаціональної ідентичності (мови, культури, традицій, вірувань)

і вироблення довгострокової, цілеспрямованої й комплексної державної політики з формування спільної громадянської ідентичності та подолання кризи української ідентичності, нейтралізації її загроз [1, с. 154].

Таким чином, на даному етапі історичного розвитку України формування ідентичності національного культурного простору у політичному значенні визнається актуальною та базовою у досягненні стійкості суспільства в умовах ведення Росією війни проти України. В зазначених документах є розуміння чинників загроз національної безпеки у значенні загроз національному культурному простору, що свідчить про актуальність дослідження проблеми формування культурного середовища із сталими факторами суспільного розвитку.

Теоретичні основи функціонування культурного простору мають фундаментальне значення для аналізу його національної ідентичності. Досліджуючи моделі культурного простору та проблемі ідентичності його елементів Олександр Гриценко визначає національний культурний простір як сукупність публічних сфер, що функціонують як на території національної держави, так і поза її межами, але при цьому ідентифікують себе з відповідною модерною нацією та її знаковими системами [10].

Юлія Зерній, визначаючи взаємозв'язок історичної пам'яті та національної ідентичності, акцентує, що цілісність та єдність національного культурного простору є вирішальними для забезпечення внутрішньої єдності нації, а отже її ідентичності, запобігаючи її фрагментації та дезінтеграції [13]. Важливо зауважити, що у такому значенні культурна ідентичність не є статичним явищем – це динамічний процес, який еволюціонує з часом під впливом різноманітних факторів [16].

Михайло Степико розглядає формування національної ідентичності як процес самовизначення особистості у взаємодії з реальними та символічними конструктами етнічного та національного простору [22]. Культурний простір, таким чином, не просто слугує фоном для ідентичності, а є активною, еволюціонуючою силою, яка інтегрує різноманітні елементи та допомагає

визначити «нас» у протиставленні «їм». Цей динамізм означає, що ідентичність постійно формується під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників, виступаючи як відображення, так і активним творцем національної самосвідомості. Михайло Степико акцентує увагу на тому, що процес формування української політичної нації вимагає досягнення гармонії та взаємозалежності громадянської та етнічної ідентичностей, а не культурної асиміляції національних меншин.

У науковому дискурсі знаходимо різні підходи до вивчення проблеми ідентичності суспільного простору. Примордіалізм розглядає нації як давні утворення, чия єдність ґрунтується на мовній та культурній спільності, а ідентичність – як незмінну сутність спільноти, властивість індивіда від народження [10]. На противагу цьому, конструктивізм трактує національні спільноти як «сконструйований» або «винайдений» продукт сучасної епохи, мінімізуючи роль етнокультурних факторів. З цієї точки зору, колективна пам'ять та традиції є результатом штучної конструкції та інструментом соціальної інженерії. Формування сучасних націй пов'язане з технологічним, економічним та політичним розвитком у якому культурна гомогенність розглядається як політичний інструмент, а не результат етнокультурного розвитку [13].

Синтез примордіалізму та конструктивізму демонструє комплексний підхід до проблеми і виступає у формі етносимволізму. Етносимволізм розглядає нації як політично свідомі етнокультурні спільноти, що мають чітку претензію на державність. Цей підхід підкреслює вкоріненість націй у минулому та важливість етнічного ядра, але також визнає вирішальну роль політичного фактора [13]. За цією теорією державність виступає індикатором ідентичності суспільного і культурного простору нації. Для України напруга між примордіалізмом та конструктивізмом є особливо актуальною, адже історично українська ідентичність часто формувалася культурно, а не політично, через тривалу відсутність власної державності. Таким чином, вивчення проблеми української ідентичності вимагає аналізу того, як вона є водночас органічною культурною еволюцією та свідомим політичним проектом.

Проблема української ідентичності перебуває в полі уваги культурологічної думки – багатьох провідних науковців, чії дослідження охоплюють широкий спектр аспектів її формування та трансформації. Микола Рябчук є автором концепції «двох Україн», означених як «українська етнокультурна» («примордіальна») та «українська інституційна» («паспортно-територіальна»). Ця теорія постулює існування в межах України двох конкуруючих проєктів: «української України» та «радянської малоросійської УРСР-України» [19]. Він з'ясовує принципові відмінності між цими двома типами української ідентичності і доводить, що вони мають не лише ідеологічний, а й ціннісний характер. Він вважає, що така ідентичнісна дихотомія істотно ускладнила процеси посткомуністичної трансформації у 1991–2013 роках і відчутно ослабила українське суспільство й державу перед лицем російської агресії у 2014-му. Він виокремлював чотири сфери, де проявлялася суспільна амбівалентність: мовна, символічна, міжнародна та міжрегіональна політика [18].

Поточні дослідження М. Рябчука зосереджені на складній діалектиці цінностей та інтересів у контексті незалежності України. Його дослідження поточного року доходять висновку про те, що під впливом війни розпочався процес консолідації української політичної нації і проєкт «радянської України» скомпрометував себе і нині не актуальний. Створені передумови формування об'єднавчої громадянської ідентичності всіх жителів України і проєкт «української України» трансформується в проєкт європейської України, що базується на українській ідентичності, як центральноєвропейський проєкт. На його думку, попри ментальну інерційність проєкту радянської України питання національної ідентичності вирішене на користь української України [18].

Ярослав Грицак дотримується теорії етносимволізму і підкреслює фундаментальну відмінність між етносом, природною спільнотою, народом (примордіалізм) та нацією (штучним конструктом). Він наголошує на ключовій ролі еліти у формуванні національної ідентичності та визначає національну самоідентифікацію як свідомий вибір [31]. Грицак також застерігає від надмірної «етнізації»

української історії, підкреслюючи значний внесок інших національних груп, які проживали на українських землях.

Історико-філософський контент еволюції української ідентичності досліджено ним спільно з Олександром Комаровим [9]. Формування громадянської української нації історично вони відносять до політичних традицій козацької доби. Проте, Михайло Грушевський формування політичної української нації на початку ХХ століття пов'язує із руським корінням IX століття, що викликає дискурс щодо витоків виникнення цього процесу. За історико-хронологічним принципом політичні традиції козацької доби мали би мати в основі традиції попередньої держави, якою є Русь. Історик Сергій Плохій, що спеціалізується на вивченні історії України та Східної Європи, досліджує формування «руської» ідентичності та її вплив на державотворення, а отже питання історичних витоків української ідентичності ґрунтовно можна віднести до періоду Русі [20].

Ярослав Грицак та Олександр Комаров стверджують, що ідентичність має плинну складову, яка і спонукає її до невпинного поступу. Проте, віра, культура, мова, держава залишаються засадничими елементами української ідентичності. Випробування війни викликали трансформацію в суспільстві у бік вибору модерного розвитку пов'язаного із західною цивілізаційною моделлю. В їх праці йдеться про громадянську націю з модерновим суспільно-політичним укладом у складі європейських народів, що дозволяє брати участь у формуванні сучасної ідентичності Європи [9, с. 35].

Етнічна, примордіальна ідентичність у сучасному світі визначається не лише походженням, а й свідомим вибором. Політолог Володимир Кулик досліджує як свідомий вибір став вирішальним в Україні після 2014 року, призвівши до реідентифікації значної частини населення, яка раніше ідентифікувала себе як росіяни, на українців: «... в Україні понад 90 (або вже навіть понад 95) відсотків громадян ідентифікують себе як українці, то мусимо розуміти, що зростання від переписних 77 відсотків стало можливим головню за рахунок реідентифікації тих, які раніше називали себе росіянами», – стверджує Володимир Кулик [15].

Також він відзначив, що з точки зору політології в час війни змінилося саме значення українськості – від суто примордіальної до конструктивної, яка набула значення громадянської категорії. На підтвердження цієї тези ним наведено результати міжнародного соціологічного дослідження Київського міжнародного інституту соціології, які свідчать, що якщо раніше близько двох третин респондентів казали, що вибрали національність за національністю своїх батьків або одного з батьків, то тепер спадковий критерій підтвердили лише 35 %, натомість 40 % сказали, що визначають національність «за країною, в якій я живу», і ще 19 % – «за моїм ставленням до цієї національності».

У липні 2023 року аж 68 % цілком погодилися з твердженням, що «до української нації належать усі, хто вважає Україну своєю батьківщиною, незалежно від національності, мови та релігії», а ще 24 % – радше погодилися, тобто аж 92 % загалом згодні, що українцями можуть бути всі українські громадяни, які цього захочуть.

Щоправда, у грудні 2022 року рівні частки респондентів – по 38 % – схилиються до того, що до української нації належать «всі громадяни України, незалежно від їхньої етнічної належності, мови, якою вони спілкуються, національних традицій, яких вони дотримуються і на яких виховують своїх дітей» та лише ті «громадяни України (незалежно від етнічної належності), які спілкуються українською мовою, дотримуються українських національних традицій, виховують на них своїх дітей».

Отже, опитування засвідчило, що українцем людину робить демонстрація цього вибору в повсякденному житті. А тих, хто відносить до української нації лише «громадян України, які є етнічними українцями за походженням (мають українців серед своїх предків)» виявилось всього 6 %. Таким чином, наведені соціологічні дані підтверджують результати наукових студій істориків та культурологів О. Гриценко, М. Рябчука, Т. Бевз, Я. Грицака та О. Комарова, про те, що в Україні відбувається формування громадянської української ідентичності. Тобто, відбувається синтез примордіалізму та конструктивізму, який виступає методологічною основою формування етносимволізму,

як теоретичної платформи національно-громадянської ідентичності суспільного простору.

Культуролог і політолог Тарас Возняк аналізує формування модерної української нації. У питанні ідентичності нації він виступає за плюралістичний та експансіоністський підхід до української єдності, який здатен інтегрувати різноманіття [26]. За його спостереженням відбувається формування модерної української нації як політичної, а не етнічної конструкції, а також актуалізувалося багато проблем регіональної та локальної ідентичності. З одного боку, проходять процеси консолідації української політичної нації, а паралельно відбуваються і процеси регіональної та локальної самоідентифікації [25].

Лариса Нагорна аналізує регіональний вимір ціннісних орієнтацій і політичних проєкцій простежених на широкому історичному фоні, у контексті складних «переідентифікацій», що супроводять становлення нових інституційних форм і дискурсивних практик, стимульованих викликами глобалізаційної ери. У фокусі її наукового інтересу є проблема ідентифікаційних криз, пов'язаних з різноспрямованістю регіональних самоідентифікацій, мовних уподобань, конструктів історичної пам'яті, що входять до процесу формування ідентичності [17].

Польська дослідниця Ольга Гнатюк аналізує дебати українських інтелектуалів навколо національної та культурної ідентичності на зламі XX і XXI ст. в ширшому контексті центрально-східно-європейських дебатів про ідентичність. Аналіз дискурсу ідентичності дає змогу розглядати різні рівні та виміри українських дискусій і, водночас, застосовувати міждисциплінарний підхід до дослідження процесу перетворення української ідентичності на культурну та політичну дійсність [7].

Українським інститутом майбутнього було реалізовано проєкт «Конструювання української національної ідентичності», спрямований на створення широкого дискурсу серед інтелектуальних та культурних еліт щодо цього питання [4]. Національна ідентичність у цьому проєкті розглядалася як «сукупність ментальних і соціальних репрезентацій та контекстуальних моделей, що

позначає багатовимірні зв'язки між членами спільнот, виражені у відчутті приналежності до одної нації та використанні спільних когнітивних, поведінкових та ціннісних патернів» [4, с. 5]. Ідентичність у цьому розглядається як «конструкт, який не може бути до кінця нав'язаний зовнішнім регулюванням, звідки б воно не походило». Автори проекту розглядають проблему просторового формування ідентичності, вирішення якої вбачають у систематичній процесній діяльності або політики із внутрішнього мережевого дискурс-конструювання, що на їх переконання дає швидкі та ефективні результати відновлення чи адаптації національної ідентичності.

Важливим зауваженням є те, що у проекті національна ідентичність не розглядається основою формування національного культурного простору, а описується систематична процесна діяльність способом мережевого конструювання. По суті мова йде про формування просторового середовища базових принципів, цінностей та ідей національної ідентичності та їх популяризації для соціального схвалення [12]. Політику ідентичності в українському суспільстві описано у таких процесах: мережеве конструювання національної ідентичності в усіх середовищах реалізації політики; практикування національної ідентичності (дискурсивне та прикладне); фіксування соціального схвалення базових принципів, цінностей та ідей; формування змісту політик впровадження (мета)політики ідентичності; закріплення національної ідентичності та змісту (мета)політики ідентичності й супровідних політик її впровадження у нормативних документах усіх рівнів [3]; постійна комунікація як базових принципів, цінностей та ідей національної ідентичності так і мета-політики ідентичності всіма можливими каналами комбінації всіма суб'єктами мережевого конструювання [12]. Описані процеси можливо оцінювати як способи формування ідентичності національного культурного простору, що відповідає концепції конструктивізму у якій ідентичність розглядається як політичний інструмент створення штучного конструкту.

В Інституті політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України у 2015 році здійснено узагальнений аналіз суперечностей ідентичностей у сучасній Україні.

Встановлено, що суперечності ідентичностей можуть виникати під впливом різноманітних чинників, таких як геополітичні, історичні, економічні, культурні та релігійні [24].

Науковий колектив під головуванням О. Рафальського пропонує концепт української цивілізаційної ідентичності. Комплексне дослідження проблеми української ідентичності у цивілізаційному вимірі здійснене в контексті гуманітарної міждисциплінарності, поєднання історичних, філософських, політологічних, соціологічних і культурологічних методів пізнання, з позицій цивілізаційного, антропологічного та соціокультурного підходів. З'ясовано теоретико-методологічні засади сутності цивілізаційної ідентичності, розкривається її структура до якої відносять такі складові як: етнічна, національна, культурна, релігійна, політична, громадянська, європейська та інші складові, зв'язок цивілізаційної ідентичності з менталітетом і глобалітетом у динаміці історичного поступу та трансформацій. По суті пропонується модель національного культурного простору та її взаємодія з глобальним простором розвитку цивілізацій [30].

Висновки. Таким чином, на основі аналізу теоретико-філософських підходів до вивчення проблеми української ідентичності доходимо висновку, що спостерігається помітний зсув в академічному дискурсі від суто етноцентричного до громадянсько-політичного розуміння української ідентичності. Якщо раніше акцент міг бути зроблений на етнічних маркерах, то праці Ярослава Грицака, який застерігає від «етнізації» історії та просуває ідею «громадянської української нації», а також дослідження Володимира Кулика, що підкреслюють визначальну роль вибору над походженням, демонструють формування консенсусу щодо ширшого, інклюзивного визначення нації. Це визначення виходить за межі суто етнічних ліній, особливо після подій 2014 року та повномасштабного вторгнення у 2022 році. Цей напрямок досліджень активно сприяє формуванню національної самосвідомості. Результати дослідження вказують на те, що академічна робота є не лише описовою, а й активною, спрямованою на «конструювання» або «відбудову» української ідентичності. Це впливає на суспільну свідомість

і потенційно на державну політику, підкреслюючи перформативний аспект наукових досліджень у процесі націєбудівництва.

В теоретичному культурологічному дискурсі виділяються модерний та постмодерний підходи до формування ідентичності. Модерні підходи наголошують на способах конструювання та збереження цілісності і стабільності ідентичності, розглядають ідентичність як відносно стійку гомогенну сутність, модерністи розглядають одне-два джерела ідентичності, вивчають шлях формування ідентичності як відстань між «очікуванням» і «задоволенням», між «проектом» та «ідентичністю», прихильники модерних підходів наголошують на відносній цілісності суб'єкта і розглядають процес формування ідентичності як націленість у майбутнє.

Постмодерні підходи наголошують на механізмах уникнення фіксації та збереження свободи вибору, розглядають ідентичність як об'єкт постійних перетворень та змін, що формується з різних джерел, акцентують на ситуативності ідентичностей, на їх розщепленості та децентрованості, розглядають формування ідентичності в умовах домінування «тепер» [5, с. 243].

Повномасштабне вторгнення Росії стало каталізатором для безпрецедентної консолідації та трансформації української ідентичності. Ця агресія обумовила перехід від етноцентричного (примордіалізму) до громадянсько-політичного (конструктивізму) самоусвідомлення. Їх синтез демонструє комплексний підхід до проблеми і виступає як методологічна основа формування ідентичності культурного простору у формі етносимволізму. Спостерігається значне зміцнення громадянської ідентичності, зростання ролі української мови як маркера опору та єдності, а також формування нової національної пам'яті, що ґрунтується на спільному досвіді боротьби.

Теоретична розробка окреслених проблем створює перспективу подальших досліджень у цьому предметному полі, необхідність яких зумовлена недостатністю структурних досліджень синтезу дискурсивного конструювання української національної ідентичності та політики ідентичності як методологічної основи сталого розвитку національного культурного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бевз Т. А. Українська ідентичність і національна безпека у викликах сьогодення. *Українознавство*. 2020. № 4 (77). С. 143–158.
2. Бевз Т. А. Концепт ідентичності українства в умовах соціокультурних трансформацій: загрози національній безпеці в гуманітарній сфері (історіографія проблеми). *Українознавство*. 2020. № 3 (76). С. 178–200.
3. Бевза Б., Гінкул А. Конструювання національної ідентичності: базові поняття та український контекст. Київ : Український інститут майбутнього, 2024. 12 с.
4. Бевза Б., Гінкул А. Конструювання та реалізація політики ідентичності в Україні у 2022–2030 роках: аналіз та прогностична модель. 2023.
5. Вережомська С. Ж., Каюн В. О., Голубчик Г. Д. Роль культурної спадщини в процесі конструювання національної ідентичності українців. *Вісник науки та освіти*. 2024. Вип. 10 (28). С. 1387–1404.
6. Вілсон Е. Українці: несподівана нація. Київ : К.І.С., 2004. С. 78.
7. Гнатюк О. Прощання з імперією. Українські дискусії про ідентичність. Київ : Часопис «Критика», 2005. 529 с.
8. Гончарова В. І., Леонова В. І. Формування національної ідентичності здобувачів освіти. *Інноваційна педагогіка*, 2024. Вип. 75. С. 123–126.
9. Грицак Я., Комаров О. Шлях становлення української ідентичності. Запоріжжя : Платформа спільних дій, 2021. 35 с.
10. Гриценко О. А. Моделі культурного простору та проблема ідентичності його елементів. *Культурологічна думка*. 2019. № 15. С. 66–82.
11. Гібернау М. Ідентичність націй. Київ : Темпора, 2012. 303 с.
12. Діалоги про українську ідентичність / упоряд. Б. Бевза. Київ : Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, 2024. 40 с.
13. Зерній Ю. Взаємозв'язок історичної пам'яті та національної ідентичності. *Політичний менеджмент*. 2008. № 5. С. 104–115.
14. Клековкін О. Життя у цитаті (десять тез із постскриптомом про «іскусство вне політики» і про те, як мистецтво/мистецтвознавство формує образ меншовартості). *Мистецтво в обороні : колективна монографія*. Київ : Фенікс, 2024. С. 1008.
15. Кулик В. Хто належить до української нації? URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2023/09/29/163184/>
16. Культурні маркери ідентичності українців в умовах вимушеної еміграції. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/19087/1/MR_Sushevskyy%20Anatoliy.pdf

17. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. К. : ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.
18. Після війни ніхто більше не питатиме про ідентичність: Микола Рябчук про те, що немає концепції «двох Україн». URL: <https://suspilne.media/culture/556851-pisla-vijni-nihto-bilse-nepititime-pro-identichnist-mikola-rabcuk-pro-te-so-nemae-koncepcii-dvoh-ukrain/>
19. Рябчук М. Долання амбівалентності. Дихотомія української національної ідентичності – Історичні причини та політичні наслідки. К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2019. 252 с.
20. Сергій Плохій. Пошуки коренів: руська ідентичність та її вплив на державотворення. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7hBXTMsHARw>
21. Степанова О. А. Національний культурний простір України: концептуальні засади розвитку і становлення : дис. ... докт. культурології : 26.00.01. Київ, 2017. 451 с.
22. Степико М. Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія. К. : НІСД, 2011. 336 с.
23. Стратегія національної безпеки України. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037>
24. Суперечності ідентичностей в Україні та шляхи їх регулювання в контекстах політики громадянської консолідації української нації / Аналітична доповідь. К. : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2015. 160 с.
25. Тарас Возняк. Феномен галицької ідентичности. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n36-1texts/vozniak.htm>
26. Тарас Возняк, лауреат Премії Стуса 2021 року: «Для того, щоб іти, потрібно зрозуміти, де ми перебуваємо». URL: <https://pen.org.ua/taras-vozniak-laureat-premiyi-imeni-vasylya-stusa-2021-roku-dlya-togo-shhob-ity-potribno-zrozumity-de-my-perebuvayemo>
27. Указ Президента України «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України». *Законодавство України*. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
28. Українська ідентичність: спадщина, виклики та сучасність. URL: <https://chmnu.edu.ua/ukrayinska-identichnist-spadshhina-vikliki-ta-suchasnist/>
29. Фукуяма Ф. Ідентичність. Потреба в гідності й політика скривдженості. Київ : Наш формат, 2020. С. 6.

30. Цивілізаційна ідентичність українства: історія і сучасність / авт. кол.: О. Рафальський (керівник), Я. Калакура (науковий редактор), О. Калакура, М. Юрій. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2022. 512 с.
31. Ярослав Грицак. Лекція «Українська ідентичність». URL: https://www.youtube.com/watch?v=KWDVM5rf_xE
32. Hall, Stuart. (1996). Introduction: Who Needs 'Identity? Questions of Cultural Identity. Ed. by S. Hall & P. du Gay. London : SAGE. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446221907.n1>
33. Modernity – An Introduction to Modern Societies, S. Hall (ed.), Blackwell, Cambridge, Mass. 1995, p. 616.
34. Humberto Nuno de Oliveira, Serhii Lytvyn, Viktor Karpov. Military decorations of Ukraine for the War / Condecorações Militares da Ucrânia para a Guerra. Lisboa, 2024.

REFERENCES

1. Bevz T. A. Ukrainska identychnist i natsionalna bezpeka u vyklykakh sohodennia [Ukrainian identity and national security in the challenges of today]. *Ukrainian Studies*. 2020. No. 4 (77). P. 143–158. [in Ukrainian].
2. Bevz T. A. Kontsept identychnosti ukrainstva v umovakh sotsiokulturnykh transformatsii: zahrozy natsionalnoi bezpetsi v humanitarnii sferi (istoriografia problemy). [The concept of Ukrainian identity in the context of socio-cultural transformations: threats to national security in the humanitarian sphere (historiography of the problem)]. *Ukrainian Studies*. 2020. No. 3 (76). P. 178–200. [in Ukrainian].
3. Bevza B., Ginkul A. (2024). Konstruiuvannia natsionalnoi identychnosti: bazovi poniattia ta ukrainskyi kontekst [Construction of national identity: basic concepts and Ukrainian context]. Kyiv : Ukrainian Institute of the Future, 12 p. [in Ukrainian].
4. Bevza B., Ginkul A. (2023). Konstruiuvannia ta realizatsiia polityky identychnosti v Ukraini u 2022–2030 rokakh: analiz ta prohnostychna model [Designing and implementing identity policy in Ukraine in 2022–2030: analysis and predictive model]. [in Ukrainian].
5. Verezomska S. Zh., Kayun V. O., Holubchyk G. D. Rol kulturnoi spadshchyny v protsesi konstruiuvannia natsionalnoi identychnosti ukraintsiv [The role of cultural heritage in the process of constructing the national identity of Ukrainians]. *Bulletin of Science and Education*. 2024. Issue 10 (28). P. 1387–1404. [in Ukrainian]

6. Wilson E. Ukraintsi: nespodivana natsiia [Ukrainians: an unexpected nation]. Kyiv : K.I.S., 2004. P. 78. [in Ukrainian].
7. Hnatiuk O. Proshchannia z imperiiei. Ukrainski dyskusii pro identychnist [Farewell to the Empire. Ukrainian discussions on identity]. Kyiv : Publishing House "Criticism Magazine", 2005. 529 p. [in Ukrainian].
8. Goncharova V. I., Leonova V. I. Formuvannia natsionalnoi identychnosti zdobuvachiv osvity [Formation of national identity of education seekers]. *Innovative pedagogy*, 2024. Issue 75. P. 123–126. [in Ukrainian].
9. Hrytsak Ya., Komarov O. Shliakh stanovlennia ukrainskoi identychnosti [The path of formation of Ukrainian identity]. Zaporizhzhia : Platform of joint actions, 2021. 35 p. [in Ukrainian].
10. Hrytsenko O. A. Modeli kulturnoho prostoru ta problema identychnosti yoho elementiv [Models of cultural space and the problem of identity of its elements]. *Culturological thought*. 2019. No. 15. P. 66–82. [in Ukrainian].
11. Gibernau M. Identychnist natsii [Identity of nations]. Kyiv : Tempora, 2012. 303 p. [in Ukrainian].
12. Dialohy pro ukrainsku identychnist [Dialogues on Ukrainian identity]. Compiled by B. Bevza. (2024). Kyiv : Ilko Kucheriv Democratic Initiatives Foundation, 40 p. [in Ukrainian].
13. Zernii Yu. Vzaiemozviazok istorychnoi pamiaty ta natsionalnoi identychnosti [The relationship between historical memory and national identity]. *Political management*, 2008. No. 5. P. 104 – 115. [in Ukrainian].
14. Klekovkin O. Zhyttia u tsytati (desiat tez iz postskryptumom pro "iskustvo vnie politiki" i pro te, yak mystetstvo/mystetstvoznavstvo formuie obraz menshovartosti) [Life in a quote (ten theses with a postscript on "art outside politics" and how art/art studies form an image of inferiority)]. Art in defense : Collective monograph. Kyiv : Phoenix, 2024. P. 1008. [in Ukrainian].
15. Kulyk V. Khto nalezhyt do ukrainskoi natsii? [Who belongs to the Ukrainian nation?] URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2023/09/29/163184/> [in Ukrainian].
16. Kulturni markery identychnosti ukrainsiv v umovakh vymushenoii emihratsii [Cultural markers of Ukrainian identity in conditions of forced emigration]. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/19087/1/MR_Sushevskuy%20Anatoliy.pdf [in Ukrainian].
17. Nagorna L. P. Rehionalna identychnist: ukrainskyi kontekst [Regional identity: Ukrainian context]. Kyiv : I. F. Kuras Institute of International Relations and International Studies of the National Academy of Sciences of Ukraine, 2008. 405 p. [in Ukrainian].

18. Pislia viiny nikhto bilshe ne pytatyme pro identychnist: Mykola Ryabchuk pro te, shcho nemaie kontseptsii "dvokh Ukrain". [After the war, no one will ask about identity anymore: Mykola Ryabchuk on the fact that there is no concept of "two Ukraines"]. URL: <https://suspilne.media/culture/556851-pisla-vijni-nihto-bilse-ne-pitatime-pro-identychnist-mikola-rabchuk-pro-te-so-nemae-koncepcii-dvoh-ukrain/> [in Ukrainian].
19. Ryabchuk M. Dolannia ambivalentnosti. Dykhotomiia ukrainskoi natsionalnoi identychnosti – Istorychni prychyny ta politychni naslidky [Overcoming ambivalence. The dichotomy of Ukrainian national identity – Historical causes and political consequences]. K. : I. F. Kuras Institute of International Relations of the National Academy of Sciences of Ukraine, 2019. 252 p. [in Ukrainian].
20. Serhiy Plokhii. Poshuky koreniv: ruska identychnist ta yii vplyv na derzhavotvorennia [Searching for roots: Russian identity and its impact on state formation]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7hBXTMsHAPw> [in Ukrainian]
21. Stepanova O. A. (2017). Natsionalnyi kulturnyi prostir Ukrainy: kontseptualni zasady rozvytku i stanovlennia [National cultural space of Ukraine: conceptual principles of development and formation] : dissertation for the degree of science. degree of Doctor of Cultural Studies in specialty 26.00.01 "Theory and History of Culture". Kyiv, National Music Academy of Ukraine named after P. I. Tchaikovsky, 451 p. [in Ukrainian].
22. Stepyko M. T. Ukrainska identychnist: fenomen i zasady formuvannia : monohrafiia [Ukrainian Identity: Phenomenon and Principles of Formation: Monograph]. Kyiv: NISD, 2011. 336 p. [in Ukrainian].
23. Stratehiia natsionalnoi bezpeky Ukrainy [National Security Strategy of Ukraine]. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037> [in Ukrainian].
24. Superechnosti identychnosti v Ukraini ta shliakhy yikh rehuliuвання v kontekstakh polityky hromadianskoi konsolidatsii ukrainskoi natsii / Analitychna dopovid. [Contradictions of identities in Ukraine and ways of their regulation in the context of the policy of civic consolidation of the Ukrainian nation / Analytical report]. Kyiv : I. F. Kuras Institute of Cultural and Historical Research of the National Academy of Sciences of Ukraine, 2015. 160 p. [in Ukrainian].
25. Taras Voznyak. Fenomen halytskoi identychnosti [Phenomenon of Galician Identity]. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n36-1texts/vozniak.htm> [in Ukrainian].

26. Taras Vozniak, laureat Premii Stusa 2021 roku: “Dlia toho, shchob ity, potribno zrozumity, de my perebuvaemo” [Taras Voznyak, winner of the 2021 Stus Prize: “In order to go, we need to understand where we are”]. URL: <https://pen.org.ua/taras-voznayak-laureat-premiyi-imeni-vasylya-stusa-2021-roku-dlya-togo-shhob-ity-potribno-zrozumity-de-my-perebuvaemo> [in Ukrainian].
27. Ukaz Prezydenta Ukrainy “Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 6 travnia 2015 roku “Pro Stratehiiu natsionalnoi bezpeky Ukrainy”. [Decree of the President of Ukraine “On the Decision of the National Security and Defense Council of Ukraine of May 6, 2015 “On the National Security Strategy of Ukraine”]. Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015> [in Ukrainian].
28. Ukrainska identychnist: spadshchyna, vyklyky ta suchasnist [Ukrainian identity: heritage, challenges and modernity]. URL: <https://chmnu.edu.ua/ukrayinska-identichnist-spadshhina-viklyki-ta-suchasnist/> [in Ukrainian].
29. Fukuyama F. Identychnist. Potreba v hidnosti y polityka skryvdzhenosti [Identity. The Need for Dignity and the Politics of Offense]. Kyiv : Nash format, 2020. P. 6. [in Ukrainian].
30. Tsyvilizatsiina identychnist ukrainstva: istoriia i suchasnist [Civilizational Identity of Ukrainians: History and Modernity] / co-authors: O. Rafalsky (editor), Ya. Kalakura (scientific editor), O. Kalakura, M. Yuriy. (2022). Kyiv : I. F. Kuras Institute of Cultural and Educational Research, NAS of Ukraine, 512 p. [in Ukrainian].
31. Yaroslav Hrytsak. Lektsiia “Ukrainska identychnist”. [Lecture “Ukrainian Identity”]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=KWDVM5rf_xE [in Ukrainian].
32. Hall, Stuart. (1996). Introduction: Who Needs ‘Identity? Questions of Cultural Identity. Ed. by S. Hall & P. du Gay. London : SAGE. DOI: <https://doi.org/10.4135/9781446221907.n1>
33. Modernity – An Introduction to Modern Societies, S. Hall (ed.), (1995). Blackwell, Cambridge, Mass. p. 616.
34. Humberto Nuno de Oliveira, Serhii Lytvyn, Viktor Karpov. (2024). Military decorations of Ukraine for the War / Condecorações Militares da Ucrânia para a Guerra. Lisbon, 2024.

МАРЧЕНКО Аліна Анатоліївна

кандидатка педагогічних наук, доцентка,

доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

a.marchenko@kubg.edu.ua

АЙДЕНТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ТА ТРАНСЛЯЦІЇ НАЦІОНАЛЬНИХ КОДІВ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ В ЄВРОПІ

У статті досліджено айдентику як комплексний інструмент культурної репрезентації та трансляції національних кодів українського дизайну в європейському соціокультурному просторі. Розкрито теоретико-методологічні засади формування айдентики як системи візуально-комунікативних засобів та обґрунтовано її роль у процесах конструювання національної ідентичності, міжкультурного діалогу та формування позитивного іміджу України в умовах глобалізації.

Особливу увагу зосереджено на дослідженні національних кодів українського дизайну як ключових носіїв культурних традицій. Визначено основні способи інтеграції цих кодів у систему айдентики, а також розкрито механізми трансляції культурних смислів, що забезпечують їх функціонування, адаптацію та імплементацію в європейський соціокультурний простір.

Методологічною основою дослідження є міждисциплінарний підхід, що поєднує інструментарій дизайну, культурології, семіотики та комунікативістики. У межах цього підходу проаналізовано айдентику України як цілісну візуально-комунікативну систему, що функціонує як бренд держави, досліджено особливості функціонування національних кодів у її структурі та визначено їх роль у формуванні впізнаваного образу країни й ефективних стратегій репрезентації та трансляції національної ідентичності у європейському соціокультурному просторі.

Водночас окреслено ключові проблеми, пов'язані з ризиками спрощення та звуження культурних смислів, стереотипізації образу України та втрати автентичності у процесах візуальної репрезентації. Крім того, актуалізується проблема втрати автентичності, що

виникає внаслідок адаптації айдентики до глобальних візуальних стандартів і прагнення до універсалізації. Відтак постає необхідність пошуку балансу між збереженням смислової глибини національних кодів та їх ефективною інтеграцією у сучасний європейський комунікативний простір. Саме в цьому контексті актуальність дослідження айдентики як інструменту культурної репрезентації та трансляції національних кодів українського дизайну в європейський простір суттєво зростає, оскільки забезпечує формування цілісного, впізнаного та змістовно наповненого образу держави, здатного ефективно функціонувати в умовах міжкультурної взаємодії.

Ключові слова: айдентика, український дизайн, національні культурні коди, європейський культурний простір, культурна репрезентація.

Alina MARCHENKO,

Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Design,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv

a.marchenko@kubg.edu.ua

IDENTITY AS AN INSTRUMENT OF CULTURAL REPRESENTATION AND THE TRANSMISSION OF NATIONAL CODES OF UKRAINIAN DESIGN IN THE EUROPEAN CONTEXT

The article examines identity as a comprehensive tool for cultural representation and the transmission of national codes of Ukrainian design in the European socio-cultural space. The theoretical and methodological foundations of identity formation are revealed as a system of visual and communicative means integrating historical and cultural heritage, symbolic structures, and contemporary design practices. The role of identity in the processes of constructing national identity, intercultural dialogue, and shaping a positive image of Ukraine in the context of globalization is substantiated.

Particular attention is paid to the study of national codes of Ukrainian design as key carriers of cultural traditions. The main ways of integrating these codes into the identity system are identified, and the mechanisms of transmitting cultural meanings that ensure their functioning, adaptation, and implementation in the European socio-cultural space are revealed.

The methodological basis of the research is an interdisciplinary approach combining the tools of design, cultural studies, semiotics, and communication studies. Within this approach, identity is analyzed as an integral visual-communicative system functioning as a brand of the state; the features of the functioning of national codes within its structure are examined, and their role in shaping a recognizable image of the country and effective strategies for the representation and transmission of national identity in the European socio-cultural space is determined.

At the same time, key challenges are outlined, including the risks of simplification and reduction of cultural meanings, stereotyping of Ukraine's image, and loss of authenticity in processes of visual representation. In addition, the problem of loss of authenticity is акmyalized due to the adaptation of identity to global visual standards and the tendency toward universalization. This creates the need to find a balance between preserving the semantic depth of national codes and their effective integration into the contemporary European communicative space. In this context, the relevance of studying identity as a tool of cultural representation and transmission of national codes of Ukrainian design in Europe significantly increases, as it contributes to the formation of a coherent, recognizable, and meaningfully enriched image of the state capable of functioning effectively in conditions of intercultural interaction.

Keywords: identity, Ukrainian design, national cultural codes, European cultural space, cultural representation

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації, інтенсивних соціокультурних трансформацій та розвитку цифрових комунікацій особливої актуальності набуває проблема репрезентації національної ідентичності у міжнародному культурному просторі. Для України, яка перебуває у стані активного переосмислення власної ідентичності внаслідок історичних викликів та повномасштабної війни, питання формування цілісного й впізнаного культурного образу набуває стратегічного значення.

Європейський культурний простір, як середовище міжкультурного діалогу та обміну, вимагає від національних культур не лише збереження власної унікальності, але й здатності до ефективної комунікації через універсальні візуальні коди. У цьому контексті дизайн і, зокрема, айдентика виступають як потужні

інструменти культурної репрезентації, що забезпечують трансляцію національних смислів, символів і цінностей у зрозумілій для міжнародної аудиторії формі.

Водночас, незважаючи на активізацію процесів інтеграції України до європейського культурного простору, залишається недостатньо дослідженим питання системного використання айдентики як інструменту трансляції національних кодів українського дизайну. Спостерігається певна фрагментарність у підходах до формування візуальної ідентичності, що ускладнює створення цілісного та конкурентоспроможного культурного образу України на міжнародній арені.

Таким чином, постає наукова проблема, що полягає у необхідності теоретичного осмислення та практичного обґрунтування ролі айдентики як інструменту культурної репрезентації національних кодів українського дизайну в європейському контексті, а також визначення ефективних підходів до її формування та застосування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У сучасному науковому дискурсі проблематика айдентики найґрунтовніше розроблена у працях зарубіжних дослідників брендингу та візуальної комунікації. Зокрема, А. Вілер [24] розглядає ідентифікацію бренду як цілісну систему, що поєднує стратегію, дизайн і комунікацію, тоді як Д. Ейрі [16] зосереджується на процесуальності створення візуальної ідентичності та її ролі у формуванні впізнаного образу. Ці підходи доповнюються працями Ж.-Н. Капферер [21], у яких бренд-ідентичність осмислюється як стратегічна модель позиціонування та комунікативної диференціації. Отже, у зарубіжних дослідженнях айдентика переважно інтерпретується як системний інструмент візуальної комунікації.

Питання культурної репрезентації та трансляції смислів розкриваються переважно в полі культурології, семіотики й медіадосліджень. В українському гуманітарному дискурсі важливими для цієї теми є праці Я. Грицака [6] та О. Гнатюк [4], у яких ідентичність осмислюється через історичні наративи, символічні структури та культурні дискусії про місце України у світі. Такі

дослідження не присвячені айдентиці безпосередньо, однак вони формують теоретичну основу для розуміння того, як культурні смисли, пам'ять і символічні форми можуть бути візуалізовані та репрезентовані через дизайн.

Безпосередньо в українському науковому полі проблема айдентики дедалі частіше розглядається у зв'язку з культурними інституціями, брендингом і візуальною ідентифікацією. Так, у роботах Л. Вежбовської та Т. Осадчої [2] дизайн осмислюється як культурна стратегія, а айдентика – як засіб підвищення видимості та актуалізації інституційного образу. В сучасних публікаціях також простежується інтерес до візуальної ідентифікації пам'яток культури України, етнодизайну в айдентиці, формування візуального образу бренду та функціональних і комунікативних аспектів фірмового стилю як системи візуальної комунікації. Це засвідчує поступове зміщення дослідницької уваги від суто прикладного дизайну до осмислення айдентики як носія культурних значень.

Окремий напрям становлять дослідження, присвячені візуальній культурі як засобу репрезентації національної ідентичності. Зокрема, у статті Є. Павліченко [12] сучасна візуальна культура аналізується саме як механізм репрезентації національної ідентичності, а в роботі В. Горбунової [5] акцентовано на ролі символіки у формуванні ідентичності в умовах сучасних суспільно-політичних процесів в Україні. Ці праці є важливими для розуміння того, що візуальні образи, символи та знакові структури не лише супроводжують культурні процеси, а й активно беруть участь у конструюванні колективного уявлення про націю та її культурний образ.

Водночас аналіз наявних досліджень дає підстави стверджувати, що проблема айдентики як інструменту саме культурної репрезентації та трансляції національних кодів українського дизайну в Європі ще не отримала цілісного й міждисциплінарного висвітлення. Наявні праці або зосереджені на брендингу й візуальній ідентичності як дизайнерському явищі, або досліджують культурну ідентичність і символічні практики без належного включення айдентики як комунікативного механізму. Саме це зумовлює потребу подальшого дослідження взаємозв'язку між айдентикою,

культурною репрезентацією та національними кодами українського дизайну в європейському контексті.

Метою статті є комплексне теоретичне осмислення ролі айденітики як знаково-комунікативної системи культурної репрезентації та дослідження її функціонального потенціалу у процесах трансляції національних кодів українського дизайну в умовах інтеграції до європейського соціокультурного середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному інформаційному середовищі, де інтенсивно розвивається міжкультурна взаємодія, візуальна комунікація стає одним із ключових засобів представлення культурної ідентичності. Саме через візуальні образи, символи та знакові системи формується сприйняття культури в міжнародному просторі, що особливо актуально для України в контексті її інтеграції до європейського соціокультурного простору.

У цих умовах дизайн набуває стратегічного значення як інструмент формування культурного образу, а айденітика виступає його системною складовою, що забезпечує цілісність і впізнаваність цього образу. Завдяки впорядкованій системі візуальних елементів айденітика дозволяє транслювати національні коди, інтерпретуючи їх у сучасній формі та адаптуючи до сприйняття міжнародною аудиторією. У цьому зв'язку постає потреба розгляду айденітики у ширшому науковому контексті, що дозволяє інтерпретувати її не лише як інструмент дизайну, а як багаторівневу систему, пов'язану з процесами культурної репрезентації та комунікації.

У сучасному науковому дискурсі айденітика постає як складна категорія, що функціонує на перетині візуально-комунікативних, семіотичних і культурологічних процесів, а також соціальної комунікації. Вона осмислюється не як сукупність окремих графічних елементів, а як цілісна знаково-символічна система, спрямована на забезпечення ідентифікації, диференціації та смислової репрезентації суб'єкта в соціокультурному просторі.

Такий підхід зумовлює перехід до розгляду айденітики у прикладному вимірі, де її сутність розкривається через засоби графічного дизайну. Так, у межах графічного дизайну айденітика

розглядається як інструмент візуальної комунікації, що формує впізнаваний образ об'єкта через узгоджену систему формальних ознак – колористичних, типографічних, композиційних та стилістичних рішень. Зокрема, С. Хеллер [20] визначає айдентику як системно організовану візуальну структуру, у якій узгодженість елементів забезпечує ефективність комунікації та впізнаваність образу. У свою чергу, Д. Ейрі [16] підкреслює, що саме послідовність використання візуальних компонентів формує стабільну ідентичність у свідомості аудиторії.

У цьому контексті айдентика виконує не лише ідентифікаційну функцію, але й функцію стратегічного позиціонування, формуючи цілісний образ бренду або культурного суб'єкта. Так, К. Будельманн [17] акцентує увагу на структурній організації айдентики, де кожен елемент функціонує як складова єдиної системи візуального коду. Водночас Ж.-Н. Капферер [21] розглядає айдентику як стратегічний інструмент, що забезпечує формування репутації та позиціонування суб'єкта в конкурентному середовищі. Подібною позицією дотримується і А. Вілер [24], яка визначає айдентику як інтегровану систему, що поєднує візуальні елементи з концептуальними смислами, забезпечуючи цілісність брендової комунікації.

Сучасні українські дослідники акцентують увагу на значенні національних візуальних кодів як основи формування унікальної дизайн-ідентичності. Зокрема, О. Гнатюк [4], культурна ідентичність формується у процесі взаємодії історичної пам'яті та актуальних соціокультурних процесів, що знаходять своє вираження у різних формах репрезентації. У межах цього підходу айдентика розглядається як інструмент кодування культурних смислів, де візуальна семантика виступає засобом інтерпретації та трансляції значень.

У площині дизайнерських досліджень Т. Янг [25] зазначає, що айдентика функціонує як системна модель, у межах якої культурні символи трансформуються у цілісну візуальну систему, що забезпечує збереження автентичності та її адаптацію до сучасного комунікативного середовища. Це передбачає переосмислення традиційних форм через призму актуальних дизайнерських рішень,

що забезпечує їх ефективну інтеграцію у глобалізований інформаційний простір.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що в межах сучасного наукового осмислення айдентика постає як складна знаково-символічна система, у якій культурний код, візуальна семантика та ідентифікаційні механізми взаємодіють, формуючи цілісну модель репрезентації ідентичності сучасного дизайну як ключового інструменту формування впізнаваного образу культури та її інтеграції у міжнародний, зокрема європейський, культурний простір.

Культурна репрезентація, у свою чергу, виступає як процес формування, інтерпретації та трансляції культурно-семантичних і ціннісно-ідентифікаційних смислів у соціокультурному та міжнаціональному середовищі. Вона реалізується через систему знаків і символів, що функціонують у комунікативному просторі, і не обмежується відображенням культурної реальності, а виступає механізмом її конструювання, визначаючи способи осмислення та презентації культурних явищ.

У межах цього процесу айдентика виконує функцію ефективного механізму трансляції національних кодів, оскільки саме через її візуальну структуру здійснюється кодування та передача культурно зумовлених смислів. Така трансформація дозволяє зберегти семантичну глибину культурних кодів і водночас адаптувати їх до умов глобалізованого комунікативного простору, формуючи цілісний і впізнаваний образ українського дизайну в європейському контексті.

Таким чином, айдентика як система візуальної комунікації безпосередньо ґрунтується на національних кодах, що виступають джерелом її смислового наповнення та забезпечують передачу культурної ідентичності у процесі репрезентації. Національні коди визначаються як система знаків, символів і візуальних форм, що акумулюють історично сформовані культурні смисли, цінності та уявлення спільноти [10]. Вони функціонують як структуровані носії культурної інформації, забезпечуючи ідентифікацію та диференціацію культур у комунікативному просторі. В рамках дизайну, до їх складу належать орнаментальні мотиви, колористичні

моделі, типографічні особливості та образні структури, що мають усталене семантичне наповнення і відтворюються у різних формах візуальної культури [25]. У системі дизайну національні коди виступають змістовною основою айдентики, визначаючи її семантичну цілісність та забезпечуючи трансляцію культурно-ідентифікаційних смислів у сучасному комунікативному середовищі [24].

Національні коди постають як концентрована форма культурного досвіду, що формується на основі традицій, мистецьких практик і символічних структур та закріплюється у культурній пам'яті. Саме через систему таких знакових утворень відбувається кодування, збереження та відтворення смислів, які інтегруються у сучасні візуальні практики, зокрема в айдентику. Таким чином, функціонування національних кодів безпосередньо пов'язане з процесами формування культурної ідентичності, оскільки вони визначають змістові орієнтири та способи її репрезентації [11].

У працях Я. Грицака [6] культурна ідентичність осмислюється як результат історично сформованих наративів і колективних уявлень, що визначають способи самоідентифікації суспільства. Однак, О. Гнатюк [4] розглядає ідентичність крізь призму культурних дискусій і символічних практик, підкреслюючи їхню роль у формуванні та інтерпретації смислів у сучасному середовищі. Л. Масенко [9] акцентує увагу на функціонуванні мовних і культурних кодів як важливого чинника збереження та трансляції національної ідентичності, що дозволяє розглядати культурний код як багаторівневу систему.

У мистецтвознавчому вимірі Д. Антонович [25] підкреслював значення традиційних художніх форм як носіїв національної своєрідності, тоді як дослідження О. Найдена [10] розкривають народне мистецтво як систему символічних образів і знаків, що репрезентують культурний досвід і світогляд спільноти.

У сучасному дизайні ці підходи отримують подальший розвиток, оскільки саме в межах айдентики відбувається інтеграція традиційних мистецьких елементів у систему візуальної комунікації, що забезпечує їх національну ідентичність та адаптацію до сучасного культурного простору.

З огляду на це, сучасний український дизайн демонструє тенденцію до переосмислення традиційних візуальних форм у межах актуальних сучасних візуальних стратегій. Всі елементи трансформуються у сучасну візуальну мову, зберігаючи при цьому свою ідентичну змістову основу. У процесах культурної репрезентації такі елементи виконують функцію смислового ядра, забезпечуючи передачу культурно-семантичних і ціннісних значень. У цьому контексті айдентика виступає як механізм впорядкування та трансляції культурних національних кодів, що забезпечує їхню впізнаваність і адаптацію у сучасному європейському та глобальному просторі, формуючи цілісний і впізнаваний образ української національної культури.

У межах дослідження айдентики як інструменту культурної репрезентації доцільним є виокремлення основних типів національних кодів, що формують її змістове наповнення та визначають специфіку візуальної комунікації.

Запропоноване виокремлення зазначених типів національних кодів у структурі айдентики зумовлене необхідністю систематизації різнорівневих засобів візуальної комунікації, через які здійснюється трансляція культурних смислів. Даний підхід ґрунтується на поєднанні семіотичного та дизайнерського аналізу, що дозволяє розглядати айдентику як цілісну знаково-символічну систему, в якій окремі елементи функціонують як самостійні, але взаємопов'язані між собою. Зокрема, візуально-образні коди репрезентують формально-пластичний рівень, колористичні – перцептивно-емоційний, типографічні – знаково-лінгвістичний, символічно-знакові – семантико-культурний, а наративні (сміслові) – смислово-концептуальний рівень. Запропонована диференціація не є жорсткою, а виступає аналітичним інструментом, що дозволяє виявити специфіку функціонування національних кодів у дизайні та обґрунтувати їхню роль у формуванні цілісної системи айдентики як засобу репрезентації національних культурних кодів.

Передусім виокремлені візуально-образні коди, які формуються як система узагальнених художніх засобів, що відображають специфіку культурного середовища через стійкі візуальні ознаки,

а їх зміст реалізується та закріплюється у культурній традиції та набуває впізнаваного характеру.

У дослідженнях О. Найдена та В. Даниленка [10;7] підкреслюється, що саме ці елементи формують основу візуальної ідентичності, тоді як у сучасних роботах С. Оганесяна акцентується їх значення як інструментів візуальної ідентифікації бренду [11]. Водночас у працях Т. Кара-Васильєвої розкривається символічна природа декоративно-ужиткового мистецтва, де орнамент і пластика форм виступають носіями культурно закріплених смислів [8]. Л. Смирна у своїх дослідженнях сучасного мистецтва наголошує на ролі візуальних образів як інструментів репрезентації ідентичності у культурному просторі [14]. Крім того, О. Роготченко акцентує увагу на трансформації традиційних художніх форм у сучасних візуальних практиках, що дозволяє розглядати візуально-образні коди як динамічну систему, здатну адаптуватися до нових комунікативних умов [13].

Важливою рисою візуально-образних кодів є їх здатність до символічного узагальнення, коли окремі елементи візуальної форми трансформуються у знаки, що передають ширші культурні смисли. Такі коди функціонують на рівні асоціативного сприйняття, формуючи у свідомості стійкі образи, пов'язані з національною ідентичністю.

У системі айдентики візуально-образні коди забезпечують формування цілісного візуального образу, який поєднує традиційні мотиви з сучасними дизайнерськими рішеннями, а їх адаптація до актуальних комунікативних умов передбачає переосмислення формальних характеристик без втрати змісту, що дозволяє зберегти культурну впізнаваність та забезпечити ефективну взаємодію з міжнародною аудиторією.

Водночас поряд із формою суттєве значення у структурі національних кодів набуває колір, який виконує не лише естетичну, а й смислотворчу функцію. Таким чином можна виокремити колористичні коди, що базуються на традиційних кольорових поєднаннях і символіці кольору. У сучасних дослідженнях дизайну візуальних комунікацій підкреслюється, що колір виступає не лише

естетичним, а й смислотворчим елементом, який формує асоціативне поле бренду та впливає на його ідентифікацію [11].

У цьому контексті колористичні коди виконують функцію маркерів культурної ідентичності, оскільки певні кольорові поєднання закріплюються у колективній свідомості та набувають стійких асоціативних значень. Колір виступає не лише елементом композиції, а й засобом передачі емоційних і символічних смислів, що посилюють комунікативну ефективність айдентики [23; 18].

У контексті сучасного дизайну айдентики колористичні рішення розглядаються як важливий інструмент формування національної ідентичності, оскільки вони забезпечують швидке розпізнавання та емоційне закріплення образу у соціальній свідомості [22; 23]. В культурному просторі традиційні кольорові коди як елемент національних кодів, інтегруються у сучасні дизайнерські рішення та системи айдентики, зберігаючи свою символічну насиченість і забезпечуючи культурну ідентифікацію.

Типографічні коди у системі айдентики функціонують як знаково-лінгвістичний рівень візуальної комунікації, оскільки поєднують графічну форму та мовний зміст. Вони реалізуються через шрифтові гарнітури, стилістику написання, ритміку текстових блоків і композицію літерних форм, які не лише передають вербальну інформацію, а й формують візуальний образ та характер комунікації. У дослідженнях В. Даниленка підкреслюється значення графічної форми як складової візуальної культури, тоді як у працях С. Гаврилюк акцентується увага на ролі шрифту як інструменту візуальної комунікації та носія стилістичних характеристик [7; 3].

Типографіка виступає як самостійна система знаків, де кожен елемент (форма літери, інтерліньяж, пропорції та насиченість) набуває додаткового семантичного навантаження. На відміну від візуально-образних кодів, типографічні коди безпосередньо пов'язані з мовною структурою, що дозволяє їм функціонувати як інструмент не лише ідентифікації, але й інтерпретації змісту. У цьому контексті шрифт виступає носієм культурних і стилістичних характеристик, здатним транслювати історичні, національні та ціннісні орієнтири. У системі айдентики типографічні рішення забезпечують цілісність

комунікації, узгоджуючи текстовий і візуальний рівні та формуючи впізнавану мовно-візуальну ідентичність [7; 19].

Окрему групу становлять символічно-знакові коди, представлені традиційними знаками, емблемами та образами, що мають усталене значення у культурній пам'яті. У сучасних підходах до дизайну айдентики вони розглядаються як базові елементи формування візуальної стратегії та комунікативної ідентичності бренду, а їх специфіка полягає у здатності концентрувати культурні смисли у стислій візуальній формі, забезпечуючи швидке розпізнавання та інтерпретацію образу у комунікативному середовищі.

У контексті дизайну символічно-знакові коди інтегруються у системи айдентики через переосмислення традиційних образів, знаків і емблем, зокрема архетипних візуальних мотивів, елементів народного орнаменту, сакральної та етнокультурної символіки, історично усталених знакових форм і гербових композицій, що дозволяє зберігати культурну спадкоємність та забезпечувати її актуалізацію у сучасному візуальному просторі. Отже, символічно-знакові коди функціонують як універсальні маркери ідентичності, що поєднують історично сформовані уявлення з актуальними візуальними рішеннями.

Крім того, доцільно виокремити наративні (сміслові) коди, які відображають культурні сюжети, історичні образи та ціннісні орієнтири. У цьому контексті сучасні дослідження дизайну культурних інституцій демонструють, що айдентика виступає інструментом формування нових культурних смислів і переосмислення національних кодів у межах візуальної комунікації.

Наративні коди забезпечують смислову цілісність айдентики, оскільки саме через них відбувається включення культурних сюжетів у візуальну структуру, що дозволяє не лише репрезентувати, але й інтерпретувати культурну реальність. Вони формують контекст сприйняття, у межах якого візуальні елементи набувають додаткових значень, пов'язаних з історичною пам'яттю, колективним досвідом та культурними уявленнями.

У системі дизайну наративні коди реалізуються через узгодження візуальних образів із концептуальним змістом, що

дозволяє створювати цілісні комунікативні повідомлення. Такий підхід забезпечує глибину сприйняття айдентики, оскільки вона функціонує не лише як засіб ідентифікації, а як інструмент культурної комунікації, здатний передавати складні смислові конструкції у зрозумілій візуальній формі. Це проявляється у зверненні до історичних наративів, символічних образів та культурних архетипів, які інтегруються у сучасні візуальні рішення. У результаті айдентика набуває здатності не лише фіксувати національну ідентичність, але й активно формувати її, виступаючи засобом осмислення та репрезентації культурного досвіду у сучасному європейському просторі.

Таким чином, різні типи національних кодів у своїй сукупності формують цілісну систему, яка визначає семантичну структуру айдентики. Їх інтеграція у дизайнерські рішення забезпечує не лише візуальну впізнаваність, але й ефективну трансляцію культурних смислів у сучасному європейському комунікативному просторі. У цьому контексті особливої значущості набуває питання практичної реалізації національних кодів, адже саме у процесі їх застосування виявляється здатність айдентики функціонувати інструментом культурної репрезентації. Відтак, доцільним є звернення до аналізу ширшого рівня, на якому взаємодія різних типів національних кодів набуває комплексного характеру та формує цілісний візуальний образ.

Такий підхід передбачає розгляд не окремих елементів айдентики, а їх інтеграції у єдину систему національних кодів, що функціонує у реальному комунікативному середовищі. Особливого значення при цьому набуває рівень держави як носія узагальненого образу, у якому національні коди проявляються найбільш повно та системно. Саме на цьому рівні стає можливим простежити, як айдентика виходить за межі окремих дизайнерських рішень і перетворюється на інструмент формування впізнаваного образу країни у міжнародному просторі.

У цьому аспекті айдентика країни України постає як багаторівнева система візуальної ідентичності, що формується не лише через офіційні брендингові стратегії, а й у процесі функціонування культурних та соціальних навантажень. Візуальна айдентика

України як брендової репрезентації держави не є жорстко закріпленою моделлю, а має динамічний характер, що зумовлюється постійним переосмисленням національних кодів у відповідь на сучасні виклики та трансформації суспільства. Це дозволяє розглядати візуальний образ країни як відкриту систему, здатну до адаптації та розвитку у міжкультурному середовищі.

У європейському просторі формування айдентики України відбувається через поєднання традиційних культурних маркерів із сучасними візуальними стратегіями, у межах яких національні коди виступають змістовою основою візуальної комунікації. Зокрема, такі типи національних кодів, як візуально-образні, колористичні, типографічні, символічно-знакові та наративні інтегруються у різні формати комунікації, від культурних подій і публічних кампаній до цифрових медіа та візуальних практик сучасного дизайну. У результаті формується впізнаваний образ країни, що поєднує автентичність із універсальністю, забезпечуючи ефективну репрезентацію України у європейському культурному контексті через систему національних кодів.

Подальший аналіз передбачає розгляд основних типів національних кодів у структурі айдентики України та виявлення їхньої ролі у процесах культурної репрезентації. Це дозволяє визначити специфіку функціонування візуальної ідентичності держави та окреслити механізми трансляції культурних смислів через національні коди у міжнародному середовищі.

У цьому контексті доцільним є послідовний розгляд основних типів національних кодів, що формують структуру айдентики України та забезпечують її функціонування у європейському культурному просторі. Такий підхід дозволяє не лише систематизувати різні рівні візуальної комунікації, а й виявити специфіку їх взаємодії у процесах культурної репрезентації. Водночас аналіз окремих типів національних кодів дає змогу простежити, яким чином відбувається трансформація традиційних культурних смислів у сучасних дизайнерських рішеннях.

Передусім варто звернути увагу на візуально-образні коди, які становлять основу формування впізнаваного образу України. Вони

реалізуються через використання мотивів української вишивки (геометризовані та рослинні орнаменти), петриківського розпису з його характерною пластикою лінії та кольоровою насиченістю, елементів народної символіки, таких як калина, соняшник, дерево життя, що набуває сучасних графічних трансформацій у брендингових системах дизайну. Саме цей тип національних кодів забезпечує візуальну безпосередність сприйняття, сприяючи виникненню стійких асоціативних зв'язків із культурною ідентичністю України та підсилюючи її репрезентацію як на національному, так і на міжнародному рівнях.



Рисунок 1 – Візуально-образні коди України

Важливе місце посідають колористичні коди як один із найбільш виразних і швидко ідентифікованих елементів айдентики. Синьо-жовта кольорова гама виступає ключовим національним маркером, що забезпечує миттєве розпізнавання України



Рисунок 2 – Колористичні коди України

у міжнародному середовищі. Поряд із цим традиційні поєднання червоного, чорного та білого кольорів, характерні для народного мистецтва, зберігають свою символічну насиченість та активно інтегруються у сучасні дизайнерські практики.

Водночас у сучасних умовах спостерігається розширення колористичної палітри айдентики України, що зумовлено актуальним суспільно-політичним контекстом. До традиційних кольорів додаються стримані, мілітаризовані та приглушені відтінки, зокрема оливковий, хакі, темно-зелений, сірий і чорний, темно-червоний, які асоціюються з темами захисту, стійкості та реаліями воєнного часу. Такі кольорові рішення формують новий емоційний реєстр візуальної комунікації, поєднуючи національну ідентичність із сучасними наративами спротиву та незламності. У результаті колористичні коди України набувають багатошарового характеру,

де традиційна символіка співіснує з актуальними візуальними інтерпретаціями, відображаючи актуальну динаміку культурних і соціальних трансформацій.

Окрему групу становлять типографічні коди, що функціонують як знаково-лінгвістичний рівень айдентики. Використання кириличної графіки та її сучасних інтерпретацій дозволяє поєднати мовну ідентичність із візуальною формою, формуючи цілісну систему комунікації. Типографічні рішення виступають важливим інструментом структурування інформації та водночас носієм культурних і стилістичних характеристик.

Важливою особливістю типографічних кодів є їх здатність передавати не лише текстове повідомлення, а й емоційно-образний зміст через характер шрифтових форм. Зокрема, використання геометризованих, лаконічних гарнітур у сучасних айдентиках підкреслює



Рисунок 3 – Типографічні коди України

відкритість і актуальність українського дизайну, тоді як звернення до рукописних або стилізованих шрифтів, натхненних народною традицією, акцентує культурну спадкоємність і автентичність.

У сучасних дизайнерських практиках простежується активне переосмислення кирилиці як елементу айдентики, що набуває нових графічних рішень і адаптується до міжнародного середовища. Наприклад, у візуальних комунікаціях культурних проєктів і виставок широко використовуються авторські шрифти, що поєднують традиційні форми літер із сучасною графічною пластикою, забезпечуючи впізнаваність і водночас зрозумілість для європейської аудиторії.

Крім того, показовими є випадки комбінування кириличної та латинської графіки в межах однієї айдентики, що дозволяє одночасно зберігати мовну ідентичність і забезпечувати ефективну міжнародну комунікацію. Такий підхід активно використовується у брендингу подій, цифрових платформ і культурних ініціатив, де важливо поєднати локальний зміст із глобальним контекстом.

У результаті типографічні коди виступають не лише функціональним елементом айдентики, а й важливим засобом репрезентації національної ідентичності, що забезпечує трансляцію культурних смислів через поєднання мовного та візуального рівнів комунікації.

Символічно-знакові коди представлені традиційними символами, образами та знаками, що мають усталене значення у культурній пам'яті. Такі елементи, як тризуб, рослинні мотиви, зокрема пшениця, або стилізовані образи природи, функціонують як концентровані носії культурних смислів і забезпечують швидку ідентифікацію країни у візуальному середовищі.

Показовими є також приклади використання рослинної символіки, зокрема колосся пшениці, яке в сучасній айдентичі трансформується у декоративні елементи, патерни або графічні знаки. Такий образ апелює до ідей родючості, життя та зв'язку з землею, що робить його універсальним маркером української культурної ідентичності у міжнародному контексті. Аналогічно, стилізовані образи соняшника активно використовуються у візуальних комунікаціях як символ світла, життя та національної стійкості.

У сучасному дизайні айдентики ці символи активну переосмислюються та адаптуються до нових комунікативних умов. Зокрема, тризуб як державний символ часто використовується у стилізованих графічних рішеннях, від мінімалістичних логотипів до складних композицій у культурних проєктах, де він набуває узагальнених або геометризованих форм, зберігаючи при цьому свою семантичну основу.



Рисунок 4 – Символічно-знакові коди України

У європейському культурному просторі символічно-знакові коди України набувають додаткового значення через їх контекстуальну інтерпретацію. Наприклад, поєднання тризуба із сучасною графічною мовою або використання традиційних символів у цифрових медіа та публічних візуальних кампаніях дозволяє створювати зрозумілі та водночас змістовно насичені образи, що ефективно комунікують національну ідентичність.



Рисунок 5 – Наративні національні коди України

Таким чином, символічно-знакові коди виступають ключовим елементом айдентики, що забезпечує концентрацію культурних смислів у візуально стислій формі. Їх здатність до трансформації та адаптації дозволяє зберігати історичну складову і водночас інтегруватися у сучасні дизайнерські практики, формуючи впізнаваний образ України у європейському комунікативному середовищі.

Наративні національні коди (смислові), які відображають культурні сюжети, історичні події та ціннісні орієнтири. Вони формують глибинний рівень айдентики, забезпечуючи інтерпретацію візуальних елементів у ширшому соціокультурному контексті та сприяючи формуванню цілісного образу України у європейському просторі. До таких кодів належать образи боротьби за незалежність, свободи, гідності, стійкості та єдності, які набули особливої актуалізації у сучасному європейському дискурсі. Вони формують

глибинний рівень айдентики, забезпечуючи інтерпретацію візуальних елементів у ширшому соціокультурному контексті та надаючи їм додаткового смислового наповнення.

Важливою особливістю наративних кодів є їх динамічний характер: у різні історичні періоди вони набувають різного звучання та інтерпретації. Якщо раніше вони переважно пов'язувалися з фольклорною традицією, історичною спадщиною та культурною самобутністю, то в сучасних умовах вони значною мірою трансформуються під впливом актуальних суспільно-політичних подій. Зокрема, у сьогоdnішньому європейському інформаційному просторі наративи України все більше асоціюються з ідеями свободи, спротиву, демократичних цінностей та захисту ідентичності, що суттєво посилює їх емоційний і комунікативний вплив.

У візуальній комунікації ці коди реалізуються через поєднання образів, символів і композиційних рішень, що апелюють як до історичних подій, так і до сучасного досвіду. Зокрема, прикладом наративного коду є образ незламності України, який у сучасному дизайні втілюється через поєднання символіки державного прапора, типографічних акцентів на гаслах солідарності (зокрема "Stand with Ukraine") та візуальних образів спротиву, що широко використовуються у культурних проектах, виставках і публічних візуальних комунікаціях у європейському просторі. Це дозволяє формувати багаторівневий образ України, у якому традиційні культурні смисли поєднуються з актуальними наративами, створюючи цілісну та зрозумілу для європейської аудиторії систему репрезентації. Таким чином, наративні коди не лише супроводжують візуальні елементи айдентики, а й визначають їх інтерпретацію, виступаючи ключовим чинником формування сучасного образу України у міжнародному просторі.

Водночас можна окреслити ключові проблеми, пов'язані з ризиками редукції культурних смислів, стереотипізації образу України та втрати автентичності у процесах візуальної репрезентації. Зокрема, редукція культурних смислів проявляється у спрощенні складних історико-культурних наративів до окремих візуальних маркерів, що призводить до втрати їх багатозначності

та глибинного значення. У свою чергу, стереотипізація полягає у надмірному використанні обмеженого набору символів і образів (традиційна орнаментика, етнографічні мотиви, усталені кольорові поєднання та ін.), що формує спрощене й часто одновимірне уявлення про українську культуру в міжнародному контексті.

Крім того, актуальною є проблема втрати автентичності, яка виникає внаслідок адаптації айдентики до глобальних візуальних стандартів і комунікативних практик. У процесі такої адаптації національні коди можуть зазнавати надмірної уніфікації або стилістичного нівелювання, що послаблює їхню культурну унікальність. Водночас прагнення до універсальності та зрозумілості для міжнародної аудиторії часто супроводжується спрощенням або трансформацією символічного змісту, що створює напруження між автентичністю та комунікативною ефективністю.

Таким чином, зазначені проблеми вказують на необхідність збереження балансу між імплементацією айдентики до умов європейського комунікативного простору та збереженням глибинного змісту національних кодів, що є ключовим чинником формування повноцінного та репрезентативного образу України.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що айдентика у сучасному науковому дискурсі постає як багаторівнева знаково-символічна система, що забезпечує не лише візуальну ідентифікацію, а й трансляцію культурних смислів у соціокультурному та міжнаціональному просторі. Її ефективність визначається здатністю інтегрувати різні типи національних кодів (візуально-образні, колористичні, типографічні, символічно-знакові та наративні) у цілісну систему візуальної комунікації, де саме національні коди виступають ключовими носіями культурної інформації.

Дослідження показало, що національні коди виступають змістовною основою айдентики, формуючи її семантичну структуру та забезпечуючи репрезентацію культурної ідентичності. Їх функціонування у сучасному дизайні характеризується здатністю до трансформації та адаптації, що дозволяє поєднувати традиційні культурні смисли, закладені у національних кодах,

з актуальними візуальними образами. Особливої значущості набуває їх роль у формуванні впізнаваного образу в європейському просторі, де національні коди, інтегровані в айдентику, виступають ефективним інструментом культурної комунікації та міжкультурної взаємодії.

Аналіз айдентики України як цілісної візуально-комунікативної системи дозволив виявити, що її формування відбувається через взаємодію традиційних і сучасних елементів, а також під впливом актуального соціокультурного контексту. У сучасних умовах національні коди набувають нових значень, що відображає динаміку соціальних процесів і підсилює комунікативний потенціал айдентики в європейському соціокультурному просторі.

Таким чином, айдентика українського дизайну постає не лише як засіб візуальної комунікації, а як комплексний інструмент культурної репрезентації та трансляції національних кодів, що забезпечує формування цілісного, впізнаваного й конкурентоспроможного образу України у європейському соціокультурному просторі.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі конкретних дизайнерських кейсів, а також у вивченні впливу цифрового середовища на трансформацію національних кодів у сучасній візуальній комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонович Д. Українське мистецтво. Київ : Либідь, 1993. 272 с.
2. Вежбовська Л., Осадча Т. Ребрендинг українських художніх музеїв: дизайн як культурна стратегія. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2021. Т. 4, № 2. С. 176–196.
3. Гаврилюк С. М. Типографіка як засіб візуальної комунікації в графічному дизайні. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2020. № 2. С. 45–50.
4. Гнатюк О. Прощання з імперією: Українські дискусії про ідентичність. Київ : Критика, 2021. 528 с.
5. Горбунова В. Психологія соціальної ідентичності: теорія, методи, практика. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 344 с.
6. Грицак Я. Подолати минуле: глобальна історія України. Київ : Портал, 2021. 432 с.

7. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті. Харків : ХДАДМ, 2005. 192 с.
8. Кара-Васильєва Т. В. Українська вишивка. Київ : Либідь, 2003. 160 с.
9. Масенко Л. Мова і суспільство: постколоніальний вимір. Київ : КМ Академія, 2004. 163 с.
10. Найдено О. Українська народна іграшка: історія, семантика, образна своєрідність, функціональні особливості. Київ : АртЕк, 1999. 256 с.
11. Оганесян С. В., Колісник О. В. Знаково-символічні засоби візуальної ідентифікації бренду. Київ : КНУТД, 2024. 212 с.
12. Павліченко Є. Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 2. С. 134–138.
13. Роготченко О. О. Мистецтво ХХ – початку ХХІ століття: тенденції розвитку. Київ : Інтертехнологія, 2006. 224 с.
14. Смирна Л. В. Століття нонконформізму в українському візуальному мистецтві. Київ : Фенікс, 2017. 480 с.
15. Шаура А., Бердніков А. Мультимедійний дизайн як інструмент формування візуальної стратегії бренду у соціальних мережах. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. № 94(2). С. 259–265.
16. Airey D. Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding. Beverly, MA : Rockport Publishers, 2019. 256 p.
17. Budelmann K., Kim Y. Brand Identity Essentials, Revised and Expanded: 100 Principles for Building Brands. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2019. 232 p.
18. Elliot A. J., Maier M. A. Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*. 2022. Vol. 73. P. 95–120.
19. Heller S., Anderson G. The Typography Idea Book: Inspiration from 50 Masters. London : Laurence King Publishing, 2016. 128 p.
20. Heller S., Vienne V. Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design. Hoboken, NJ : Wiley, 2020. 336 p.
21. Kapferer J.-N. The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking. 5th ed. London ; Philadelphia : Kogan Page, 2012. 512 p.
22. Labrecque L. I., Milne G. R. To be or not to be different: Exploration of norms and benefits of color differentiation in the marketplace. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2021. Vol. 49. P. 673–693.
23. Spence C. On the psychological impact of color in marketing and branding. *Color Research & Application*. 2020. Vol. 45(3). P. 385–392.

24. Wheeler Alina. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. 5th ed. Hoboken, NJ : Wiley, 2017. 336 p.
25. Yang T. Designing visual identity systems for intangible cultural heritage: from digital archiving to regional cultural tourism product integration. *Advances in Humanities Research*. 2025. Vol. 12, No. 4. P. 15–19. DOI: 10.54254/2753-7080/2025.25019

REFERENCES

1. Antonovych D. *Ukrainske mystetstvo* [Ukrainian art]. Kyiv : Lybid. 1993.
2. Vezhbovska L., & Osadcha, T. (2021). Rebranding of Ukrainian art museums: Design as a cultural strategy. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 4(2), 176–196.
3. Havryliuk S. M. Typography as a means of visual communication in graphic design. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*. 2020. 2, 45–50.
4. Hnatiuk O. *Proshchannia z imperiieiu: Ukrainski dyskusii pro identychnist* [Farewell to the empire: Ukrainian discussions on identity]. Kyiv : Krytyka. 2021.
5. Horbunova V. *Psykholohiia sotsialnoi identychnosti: teoriia, metody, praktyka* [Psychology of social identity: Theory, methods, practice]. Zhytomyr : ZhDU. 2015.
6. Hrytsak Y. *Podolaty mynule: hlobalna istoriia Ukrainy* [Overcoming the past: A global history of Ukraine]. Kyiv : Portal. 2021.
7. Danylenko V. *Dyzain Ukrainy u svitovomu konteksti* [Design of Ukraine in the global context]. Kharkiv : KhDADM. 2005.
8. Kara-Vasylieva, T. *Ukrainska vyshyvka* [Ukrainian embroidery]. Kyiv : Lybid. 2003.
9. Masenko L. *Mova i suspilstvo: postkolonialnyi vymir* [Language and society: Postcolonial dimension]. Kyiv : KM Akademiia. 2004.
10. Naiden O. *Ukrainska narodna ihrashka: istoriia, semantyka, obrazna svoieridnist, funktsionalni osoblyvosti* [Ukrainian folk toy: History, semantics, imagery, functional features]. Kyiv : ArtEk. 1999.
11. Ohanesian S. V., & Kolisnyk, O. V. *Znakovo-symvolichni zasoby vizualnoi identyfikatsii brendu* [Sign-symbolic means of brand visual identification]. Kyiv : KNUTD. 2024. .
12. Pavlichenko Ye. Modern visual culture as a means of representing national identity. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadriv kultury i mystetstv*, 2, 2023. 134–138.

13. Rohotchenko O. *Mystetstvo XX – pochatku XXI stolittia: tendentsii rozvytku* [Art of the 20th – early 21st century: Development trends]. Kyiv : Intertekhnolohiia. 2006.
14. Smyrna L. *Stolittia nonkonformizmu v ukrainskomu vizualnomu mystetstvi* [A century of nonconformism in Ukrainian visual art]. Kyiv : Feniks. 2017.
15. Shaura A., & Berdnikov, A. Multimedia design as a tool for shaping brand visual strategy in social media. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 2025. 94(2), 259–265.
16. Airey D. *Identity Designed: The Definitive Guide to Visual Branding*. Beverly, MA : Rockport Publishers, 2019. 256 p.
17. Budelmann K., Kim Y. *Brand Identity Essentials, Revised and Expanded: 100 Principles for Building Brands*. Beverly, MA : Rockport Publishers, 2019. 232 p.
18. Iliot A. J., Maier M. A. Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans // *Annual Review of Psychology*. 2022. Vol. 73. P. 95–120
19. Heller S., Anderson G. *The Typography Idea Book: Inspiration from 50 Masters*. London : Laurence King Publishing, 2016. 128 p.
20. Heller S., Vienne V. *Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design*. Hoboken, NJ : Wiley, 2020. 336 p.
21. Kapferer J.-N. *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. 5th ed. London ; Philadelphia : Kogan Page, 2012. 512 p.
22. Labrecque L. I., Milne G. R. To be or not to be different: Exploration of norms and benefits of color differentiation in the marketplace. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2021. Vol. 49. P. 673–693.
23. Spence C. On the psychological impact of color in marketing and branding. *Color Research & Application*. 2020. Vol. 45(3). P. 385–392.
24. Wheeler Alina. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. 5th ed. Hoboken, NJ : Wiley, 2017. 336 p.
25. Yang T. Designing visual identity systems for intangible cultural heritage: from digital archiving to regional cultural tourism product integration. *Advances in Humanities Research*. 2025. Vol. 12, No. 4. P. 15–19. DOI: 10.54254/2753-7080/2025.25019

БРИЛЬОВ Сергій Володимирович,
старший викладач кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ
ORCID ID: 0000-0003-0158-2359
s.brylov@kubg.edu.ua

АКАДЕМІЧНА ХУДОЖНЯ ШКОЛА ТА ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРІ

У статті досліджується роль академічної художньої школи та цифрової трансформації у формуванні ідентичності українського дизайну в європейському культурному просторі. В умовах європейської інтеграції, глобалізації та стрімкого технологічного розвитку сучасний дизайн дедалі більше функціонує не лише як професійна діяльність, а й як носій культурних смислів і національної ідентичності. Український дизайн сьогодні постає перед викликом інтеграції в європейське професійне середовище зі збереженням власної художньої самобутності та культурної унікальності.

Предметом дослідження є система академічної художньої освіти у поєднанні з сучасними цифровими дизайнерськими практиками як ключовий чинник формування професійної та культурної ідентичності. Метою дослідження є виявлення закономірностей взаємодії традиційної академічної художньої підготовки та цифрових технологій у процесі розвитку українського дизайну в європейському контексті. Дослідження ґрунтується на міждисциплінарній методології, що поєднує мистецтвознавчий, культурологічний, педагогічний і системний підходи. Застосовано методи теоретичного аналізу, порівняльного дослідження та узагальнення сучасних освітніх і дизайнерських практик.

У роботі підкреслено фундаментальну роль академічних художніх дисциплін – рисунка, живопису та скульптури – у формуванні професійного мислення дизайнера. Саме ці дисципліни забезпечують розвиток конструктивного, образного та просторового мислення, що залишається актуальним незалежно від технологічних змін.

Академічна підготовка формує здатність аналізувати форму, простір, пропорції, композицію та візуальну рівновагу, що є ключовими компетентностями сучасної дизайнерської практики. Доведено, що академічну художню освіту слід розглядати не як консервативний рудимент, а як динамічну основу, здатну до адаптації та розвитку.

Особливу увагу приділено цифровій трансформації як об'єктивному та незворотному процесу, що впливає на дизайнерські процеси, інструменти та форми візуальної комунікації. Розглянуто такі напрями, як media-art, motion design, UX/UI-дизайн, анімація та геймдизайн, як приклади сучасних практик, у яких цифрові технології розширюють творчі можливості. Обґрунтовано, що цифрові технології не замінюють академічні методи, а виступають їх логічним продовженням, дозволяючи реалізовувати складні концепції та формувати оригінальні візуальні мови. За відсутності ґрунтовної академічної бази цифрові інструменти часто призводять до стилістичної уніфікації та поверхневого наслідування глобальних трендів.

Результати дослідження свідчать, що синтез академічної художньої традиції та цифрових інновацій створює умови для формування самобутньої ідентичності українського дизайну, конкурентоспроможної в європейському просторі. Український дизайн має потенціал виходу за межі наслідування до створення нових візуальних наративів, що ґрунтуються на національному культурному досвіді та збагачуються сучасними технологіями. Освіта відіграє вирішальну роль у цьому процесі, виступаючи інструментом європейської інтеграції при збереженні національної специфіки.

У висновках підкреслено, що ідентичність українського дизайну в європейському просторі формується через баланс традиції та інновацій. Академічна художня школа забезпечує спадкоємність, культурну глибину та професійну якість, тоді як цифрова трансформація відкриває нові засоби вираження та комунікації. Окреслено перспективи подальших досліджень, пов'язані з розвитком міждисциплінарної дизайнерської освіти, цифрових методологій та ролі дизайну як інструменту культурної репрезентації та візуальної дипломатії на міжнародному рівні.

Ключові слова: академічна художня школа, дизайн-освіта, цифрова трансформація, український дизайн, ідентичність, європейський культурний простір, образотворча підготовка, дизайнерські практики.

Serhii BRYLOV,
Senior Lecturer at the Department of Design,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv
s.brylov@kubg.edu.ua

ACADEMIC ART SCHOOL AND DIGITAL TRANSFORMATION AS A BASIS FOR THE FORMATION OF THE IDENTITY OF UKRAINIAN DESIGN IN THE EUROPEAN SPACE

The article examines the role of the academic art school and digital transformation in shaping the identity of Ukrainian design within the European cultural space. In the context of European integration, globalization, and rapid technological development, contemporary design increasingly functions not only as a professional field but also as a carrier of cultural meanings and national identity. Ukrainian design today faces the challenge of integrating into the European professional environment while preserving its artistic authenticity and cultural distinctiveness.

The subject of the study is the system of academic art education combined with modern digital design practices as a key factor in the formation of professional and cultural identity. The purpose of the research is to identify patterns of interaction between traditional academic artistic training and digital technologies in the development of Ukrainian design in the European context. The research is based on an interdisciplinary methodology that integrates art history, cultural studies, pedagogy, and systems approaches. Methods of theoretical analysis, comparative study, and generalization of contemporary educational and design practices are applied.

The article emphasizes the fundamental role of academic art disciplines—drawing, painting, and sculpture—in shaping designers' professional thinking. These disciplines develop constructive, figurative, and spatial thinking, which remains essential regardless of technological changes. Academic training enables designers to analyze form, space, proportion, composition, and visual balance—key competencies in contemporary design practice. Academic art education is therefore considered not as a conservative remnant, but as a dynamic foundation capable of adaptation and development.

Special attention is given to digital transformation as an objective and irreversible process that influences design processes, tools, and

forms of visual communication. Fields such as media art, motion design, UX/UI design, animation, and game design are analyzed as examples of contemporary practices in which digital technologies expand creative possibilities. It is argued that digital technologies do not replace academic methods but act as their logical extension, enabling the realization of complex concepts and the formation of original visual languages. Without a solid academic foundation, digital tools often lead to stylistic unification and superficial imitation of global trends.

The results of the study demonstrate that the synthesis of academic artistic tradition and digital innovation creates conditions for the formation of a distinctive Ukrainian design identity that is competitive in the European space. Ukrainian design has the potential to move beyond imitation toward the creation of new visual narratives grounded in national cultural experience and enriched by contemporary technologies. Education plays a decisive role in this process, serving as a tool of European integration while preserving national specificity.

The conclusions emphasize that the identity of Ukrainian design in the European space is formed through a balance between tradition and innovation. Academic art school ensures continuity, cultural depth, and professional quality, while digital transformation opens up new means of expression and communication. Prospects for further research are associated with the development of interdisciplinary design education, digital methodologies, and the role of design as a tool of cultural representation and visual diplomacy at the international level.

Keywords: *academic art school, digital transformation, Ukrainian design, design education, cultural identity, European integration, visual culture, contemporary design practices.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах європейської інтеграції України, глобалізації культурного простору та стрімкого розвитку цифрових технологій актуалізується проблема формування ідентичності українського дизайну як складової європейського культурного середовища [2; 17; 29]. Дизайн дедалі більше виходить за межі прикладної діяльності, набуваючи статусу інструменту соціокультурної комунікації, репрезентації національних цінностей та формування візуальних наративів [13; 29]. Водночас інтеграція у європейський простір супроводжується ризиком втрати

культурної самобутності через домінування глобалізованих візуальних моделей і стандартизованих дизайнерських рішень [2; 29].

Однією з ключових проблем сучасної дизайн-освіти є пошук балансу між збереженням традицій академічної художньої школи та впровадженням цифрових технологій у професійну підготовку дизайнерів. З одного боку, академічна підготовка, що включає рисунок, живопис і скульптуру, формує фундаментальні професійні компетентності, пов'язані з розвитком просторового, образного та конструктивного мислення [7; 11; 15]. З іншого боку, цифрова трансформація освітнього процесу та дизайнерської практики зумовлює необхідність інтеграції нових інструментів, методів і форм візуальної комунікації, зокрема у сферах UX/UI-дизайну, motion design, медіа-арту та геймдизайну [9; 10; 17].

Проблема полягає у недостатньо дослідженій взаємодії між традиційною академічною художньою освітою та сучасними цифровими практиками у контексті формування ідентичності українського дизайну. Незважаючи на наявність наукових праць, присвячених розвитку дизайн-освіти, цифровим технологіям і візуальним комунікаціям [10; 13; 17; 18], питання синтезу академічної художньої школи та цифрової трансформації як цілісної системи залишається недостатньо розкритим.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю теоретичного осмислення та практичного обґрунтування ролі академічної художньої підготовки у поєднанні з цифровими технологіями як основи формування самобутньої та конкурентоспроможної ідентичності українського дизайну в європейському просторі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика формування ідентичності українського дизайну в сучасному культурному та освітньому просторі перебуває на перетині мистецтвознавчих, педагогічних, культурологічних і дизайнерських досліджень. Окремі аспекти цієї проблеми розкрито в працях, присвячених розвитку академічної художньої школи, трансформації дизайн-освіти, цифровим технологіям, візуальним комунікаціям та новим формам творчої практики.

Важливе значення для осмислення ролі академічної художньої підготовки у формуванні професійного мислення дизайнера мають дослідження, у яких підкреслюється значення рисунка, живопису та скульптури як базових дисциплін художньої освіти. Зокрема, у працях, присвячених мистецькій освіті та підготовці дизайнерів, наголошено, що образотворчі дисципліни формують просторове, конструктивне та композиційне мислення, забезпечуючи цілісне бачення форми та візуальної структури [7; 11; 15]. У цьому ж контексті слід відзначити дослідження, у яких академічна школа розглядається як основа розвитку образотворчого мистецтва та дизайну в українських закладах вищої освіти, а також праці, присвячені трансформаціям художньої освіти та розвитку книжкового дизайну [1; 11].

Питання трансформації дизайн-освіти в сучасних умовах розглядаються у вітчизняних і зарубіжних дослідженнях крізь призму модернізації змісту навчання, інтеграції цифрових інструментів і перегляду освітніх моделей. У цьому аспекті важливими є матеріали конференції «Моделі дизайн-освіти: український та міжнародний досвід» [9], а також стаття В. Мулкохайнен і Б. Конончук, у якій акцентовано увагу на специфіці розвитку дизайн-освіти в Україні [10]. Проблему оновлення дизайнерської освіти у ХХІ столітті ґрунтовно розглядають М. Маєр і Д. Норман, які наголошують на необхідності міждисциплінарності, технологічної адаптивності та нових моделей підготовки дизайнерів [38]. Теоретичні засади дизайнерського мислення, професійного підходу до проектування та ролі дизайну в сучасному суспільстві розкрито у працях Н. Кроса [28], Дж. Гескетта [30], В. Марголіна [37], Г. Бонсіпе [24], а також Е. Лаптон [35].

Окремий масив досліджень стосується цифрової трансформації дизайну та впливу нових технологій на сучасні візуальні практики. У наукових працях, присвячених цифровізації культури, медіа-арту та новим формам візуальної творчості, аналізуються сучасні тренди, інновації та виклики, пов'язані з упровадженням цифрових технологій у мистецтво і дизайн [17; 21; 25; 26]. Окремі дослідження висвітлюють також особливості підготовки

дизайнерів до роботи в цифровому середовищі, зокрема в контексті медіа-арту та інтерактивних практик [5; 10]. Значущими для розуміння цифрової культури й нових медіа є праці Л. Мановича [36], К. Пол [41], М. Раш [42], Н. Вордріп-Фруін і Н. Монтфорта [45], а також Р. Вільямса [46], у яких простежено еволюцію цифрового мистецтва, анімації та нових медіа як середовища сучасної візуальної творчості.

Вивченню візуальної комунікації, ідентичності та культурної репрезентації у графічному дизайні присвячено низку праць, у яких дизайн розглядається не лише як проектна діяльність, а і як механізм культурного смислотворення. Це, зокрема, дослідження І. Рижової, Є. Антипенка, К. Северін, Т. Єншуєвої та І. Бобровського, де візуальні комунікації інтерпретуються як соціокультурний чинник графічного дизайну та реклами [13]. Праця О. Васильєвої, К. Пашкевич, І. Васильєвої, О. Гричанюк та О. Калун розкриває значення логотипа та емблеми як складових фірмового стилю освітніх закладів [6]. Для теоретичного осмислення дизайну як носія культурної та національної ідентичності важливими є праці Х. Хімено-Мартінеса [29], у якій розглянуто взаємозв'язок дизайну й національної ідентичності, а також Д. Нормана [40], А. Купера та ін. [27], Дж. Тідвелл, К. Брюер, А. Валенсії [44], які висвітлюють принципи взаємодії, інтерфейсного проектування та сучасного дизайну комунікації.

Водночас аналіз наявних публікацій свідчить, що, попри значну кількість досліджень, академічна художня школа та цифрова трансформація здебільшого розглядаються окремо. Недостатньо висвітленим залишається питання їхнього синтезу як цілісної основи формування ідентичності українського дизайну в європейському просторі. Саме ця обставина зумовлює потребу подальшого дослідження взаємодії традиційної художньої підготовки та цифрових дизайнерських практик у контексті сучасних культурних і освітніх процесів.

Мета статті є виявлення закономірностей взаємодії академічної художньої школи та цифрової трансформації як основи формування ідентичності українського дизайну в європейському

культурному просторі. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань: проаналізувати роль академічної художньої підготовки у формуванні професійного мислення дизайнера; визначити вплив цифрових технологій на сучасні дизайнерські практики та освітній процес; обґрунтувати доцільність синтезу традиційних художніх методів і цифрових інструментів у системі дизайн-освіти; окреслити значення цього синтезу для формування самобутньої та конкурентоспроможної ідентичності українського дизайну в європейському просторі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема ідентичності українського дизайну в сучасних умовах набуває особливої актуальності у зв'язку з процесами європейської інтеграції України, глобалізації культурного простору та глибокими трансформаціями у сфері мистецької освіти й творчих індустрій [2; 10; 17; 29]. У ХХІ столітті дизайн уже не може розглядатися виключно як сфера прикладної художньої діяльності або лише як інструмент оформлення візуального середовища. У сучасному культурному контексті він постає як складна форма комунікації, у якій поєднуються естетичні, технологічні, соціальні та ідентифікаційні функції [13; 29; 37]. У цьому сенсі дизайн виступає не тільки практикою створення візуальних об'єктів, а й інструментом культурного висловлювання, способом репрезентації цінностей, смислів і світоглядних орієнтирів суспільства. Саме тому питання українського дизайну стосується не лише професійних підходів до формотворення, а й ширше – способу культурної саморепрезентації України в європейському просторі, моделі її візуальної присутності та характеру її образного позиціонування.

Умови відкритості сучасного європейського культурного середовища створюють як нові можливості, так і нові виклики. З одного боку, український дизайн отримує шанси на інтеграцію в міжнародний контекст, участь у глобальних проєктах, міжкультурному обміні та формуванні нових візуальних практик. Це сприяє розширенню професійних контактів, оновленню методів, включенню в ширші комунікаційні мережі та загальному посиленню ролі дизайну як важливої частини культурного процесу.

З іншого боку, така відкритість супроводжується ризиком уніфікації художньої мови, розмивання локальних культурних кодів і підпорядкування національної візуальної культури зовнішнім трендам [29; 37]. За цих умов особливо важливим стає питання, на яких засадах може вибудовуватися український дизайн як самобутнє явище, здатне бути зрозумілим у європейському контексті, але не втрачати власної культурної специфіки [2; 28; 29]. Іншими словами, ідеться не лише про адаптацію до європейських норм, а й про збереження внутрішньої культурної опори, яка робить український дизайн не похідним, а самостійним і повноцінним учасником загальноєвропейського процесу.

Одним із головних чинників, що забезпечують глибину, стійкість і професійну якість дизайнерської культури, є академічна художня школа. Її значення виходить далеко за межі традиційного уявлення про академічну підготовку як про сукупність базових образотворчих дисциплін. Академічна художня школа є системою формування професійного бачення, культури аналізу форми, простору, композиції, образу та візуальної логіки [4; 7; 28]. Саме вона формує той фундамент, без якого дизайнерська діяльність ризикує зводитися лише до поверхневого володіння технічними інструментами. Академічна підготовка дає не тільки ремісничу вправність, а насамперед дисципліну мислення, здатність бачити закономірності побудови візуального образу та працювати з формою як із носієм смислу. Це особливо важливо в умовах сучасного візуального перевантаження, коли дизайнер має вміти не просто створювати ефектні образи, а будувати переконливі й внутрішньо обґрунтовані візуальні системи.

Українська академічна художня школа історично розвивалася в тісному зв'язку з європейськими мистецькими традиціями [1; 2; 17]. Це означає, що сама її природа вже містить у собі європейський вимір. Проте її особливість полягає в тому, що вона не була простим відтворенням зовнішніх моделей, а поступово адаптувала запозичені освітні принципи до власного культурного середовища, формуючи національну систему художньої підготовки [2; 10; 17]. Саме тому для українського

дизайну академічна школа виконує подвійну функцію: з одного боку, вона є провідником до європейської професійної традиції, а з іншого – механізмом збереження і передачі власної художньої ідентичності. У цьому аспекті академічна школа виступає не лише освітньою моделлю, а й культурним інститутом, через який підтримується тяглість художнього досвіду та його переосмислення в нових умовах.

Формування академічної художньої школи в Україні має глибоке історичне підґрунтя. Її витoki пов'язані з розвитком професійної мистецької освіти у XVIII–XIX століттях, коли українські художники й педагоги долучалися до провідних європейських мистецьких шкіл, переймаючи принципи побудови навчального процесу, заснованого на системному вивченні рисунка, живопису, скульптури, пластичної анатомії та композиції [1; 2; 17; 28]. Водночас ці засади набували в українському контексті власної культурної інтерпретації, що забезпечувало не механічне копіювання, а розвиток оригінальної моделі художньої освіти. Саме ця здатність до адаптації та переосмислення стала однією з причин життєздатності української академічної школи, яка в різні історичні періоди зберігала свою внутрішню логіку навіть за умов зміни зовнішніх культурних і політичних обставин.

У структурі дизайнерської підготовки особливе значення належить рисунку, живопису та скульптурі. Рисунок у європейській та українській академічній традиції є не просто технікою фіксації зображення, а інструментом конструктивного мислення [27; 28]. Саме через рисунок студент вчиться аналізувати форму, бачити її внутрішню будову, пропорційні співвідношення, ритм і структурні зв'язки між частинами цілого. Для дизайнера це має принципове значення, адже проектне мислення пов'язане зі здатністю бачити не лише зовнішній контур об'єкта, а й його логіку, конструкцію та внутрішню організацію [27; 35; 38]. Рисунок дисциплінує спостереження і вчить працювати не з випадковим враженням, а зі структурою. Саме тому він залишається важливим навіть у середовищі, де домінують цифрові засоби, оскільки дає не інструмент, а спосіб бачення.

Живопис, у свою чергу, формує образне мислення, колористичну культуру та емоційно-сміслові відчуття візуального середовища [5; 7; 31]. Через живописну підготовку дизайнер навчається працювати не лише з кольором як декоративним елементом, а з кольором як носієм настрою, акценту, ритму й комунікаційного змісту [5; 15; 31]. У сучасному графічному, цифровому та середовищному дизайні це є визначальним, оскільки візуальна мова будь-якого проєкту будується не тільки на формі, а й на системі колірних відношень, які впливають на сприйняття, емоційний стан і смислове прочитання образу. Живопис у цьому плані розвиває здатність бачити складність візуального середовища, відчувати нюанс, напругу кольору, його психологічну дію і композиційну вагу.

Скульптура має не менш важливе значення, оскільки саме вона формує просторове мислення й глибоке розуміння пластики форми [4; 28]. Для дизайнера скульптурна практика є школою відчуття об'єму, маси, рівноваги, масштабу та пластичної виразності. Це важливо не лише для предметного чи середовищного дизайну, а й для сучасних цифрових напрямів, де активно використовуються 3D-моделювання, візуалізація, анімація та ігрове середовище [2; 4; 6; 26]. Отже, академічні образотворчі дисципліни не є архаїчним залишком минулого, а виступають основою формування універсальних професійних компетентностей. Їхня універсальність полягає саме в тому, що вони формують базові способи мислення, які можуть застосовуватися в дуже різних технологічних середовищах.

У цьому сенсі академічна художня школа формує не просто набір навичок, а цілісний тип мислення. Вона розвиває здатність до узагальнення, аналізу, синтезу, структурного бачення, до усвідомленої роботи з образом і формою [4; 7; 28]. Для сучасного дизайнера це означає можливість працювати не на рівні зовнішньої стилізації, а на рівні концепції, смислової організації та культурної інтерпретації візуального матеріалу. Саме тому академічна школа виступає фундаментом професійної культури дизайнера і водночас одним із базових чинників формування ідентичності українського

дизайну. У ширшому значенні вона задає не лише фаховий рівень, а й певний етичний та культурний стандарт роботи з візуальним матеріалом.

Водночас сучасна дизайнерська освіта не може існувати поза процесами цифрової трансформації. Розвиток комп'ютерних технологій, інтерактивних платформ, цифрових середовищ і нових медіа докорінно змінив характер дизайнерської діяльності [6; 9; 14; 18]. Сьогодні дизайн реалізується не лише у друкованих або статичних формах, а й у цифрових середовищах, де важливими стають рух, сценарність, інтерактивність, динаміка сприйняття та поведінкові моделі користувача [14; 34; 38]. Це стосується графічного дизайну, UX/UI, motion design, медіа-арту, анімації, інтерактивного й ігрового дизайну. У таких умовах змінюється сам характер професійної роботи: дизайнер працює вже не тільки з об'єктом, а й із процесом, досвідом користувача, варіативністю сценаріїв і багаторівневою структурою сприйняття.

Цифрова трансформація суттєво змінює логіку дизайн-процесів. Якщо раніше проектна діяльність будувалася переважно як послідовний рух від задуму до завершеної форми, то сьогодні вона дедалі більше стає ітераційною, відкритою до редагування, тестування, варіативності та зворотного зв'язку [34; 38]. Це створює нові можливості для експерименту, гнучкості, швидкого прототипування та адаптації до потреб середовища. Однак водночас така ситуація висуває нові вимоги до самого дизайнера: він має не лише володіти інструментами, а й уміти мислити системно, працювати зі змістом, відчувати межу між технічною ефективністю і художньою доцільністю [27; 35; 38]. Інакше кажучи, цифрове середовище не спрощує професію, а робить її ще більш складною й відповідальною.

Саме в цьому контексті особливо показовими є сучасні напрями дизайну – медіа-арт, motion design, UX/UI та ігровий дизайн, де поєднуються технології та художнє мислення [5; 14; 36; 40]. Показовим прикладом такого синтезу є Mori Building Digital Art Museum: teamLab Borderless [39; 43], що репрезентує нову модель художньо-дизайнерського мислення. Простір музею

організований як інтерактивна система, у якій зображення, світло, звук і рух функціонують як єдина динамічна структура. Концепція «borderless» реалізується через відсутність фіксованих меж: візуальні елементи переміщуються між просторами, взаємодіють між собою та реагують на присутність глядача.

Особливої уваги в контексті цифрової трансформації мистецтва заслуговує саме досвід Mori Building Digital Art Museum: teamLab Borderless як одного з найбільш показових прикладів інтеграції художньої традиції та новітніх технологій [39; 43]. Даний музей репрезентує принципово нову модель функціонування мистецького простору, у якій відсутнє традиційне розмежування між експозицією, архітектурним середовищем і глядачем. На відміну від класичного музею, де твір має чітко визначене місце, у teamLab Borderless реалізовано концепцію «безмежності», що передбачає динамічну взаємодію між усіма елементами простору [39; 43]. Візуальні образи не є статичними: вони переміщуються між залами, трансформуються в режимі реального часу та реагують на присутність глядача. Таким чином, твір перестає існувати як автономний об'єкт і функціонує як частина цілісного інтерактивного середовища.

Масштаб проекту – близько 10 000 м², використання сотень проєкторів, комп'ютерних систем та алгоритмів реального часу – свідчить про зміну самої природи дизайну: він перестає бути статичним об'єктом і набуває процесуального характеру [39; 43]. Просторове середовище музею не є фіксованою експозицією в традиційному розумінні, а функціонує як змінна й чутлива система, в якій візуальні події розгортаються в часі, реагуючи на рух і присутність відвідувача. Унаслідок цього твір перестає сприйматися як відокремлений об'єкт, а починає існувати як середовище взаємодії, у якому поєднуються художній образ, простір, технологія і людська участь. Технологічна основа проекту – використання складної системи комп'ютерного моделювання, проєкційного обладнання та сенсорних технологій, що дозволяють створювати імерсивні інсталяції [39; 43]. Водночас художня цілісність таких проєктів забезпечується класичними принципами – композицією, ритмом, колористикою, світловою драматургією та просторовою логікою [5; 15].

Це доводить, що цифрові технології не замінюють академічну підготовку, а, навпаки, виявляють нові сфери її застосування.

Таким чином, приклад teamLab Borderless демонструє, що сучасний дизайн функціонує як середовище взаємодії, де глядач стає активним учасником процесу [39; 43]. У цьому контексті цифрові інструменти виступають не самодостатнім засобом, а продовженням художнього мислення. Саме поєднання технологічних можливостей із академічною художньою основою дозволяє створювати складні, концептуально насичені візуальні системи. Досвід цього музею є особливо показовим для осмислення перспектив сучасного дизайну, адже він переконливо доводить, що інтерактивність, мультимедійність і технічна складність не суперечать класичним художнім засадам, а можуть бути формою їхнього розвитку в новому культурному середовищі.

Саме тут виявляється принципова роль академічної підготовки. Без фундаментальної образотворчої бази цифрові інструменти нерідко перетворюються на засіб механічного відтворення шаблонів, наслідування трендів і формального стилізаторства [29; 37]. У таких випадках дизайн втрачає глибину, стає уніфікованим і позбавленим власної культурної виразності. Натомість за наявності ґрунтовної академічної школи цифрові технології починають працювати як продовження художнього мислення, як розширення його можливостей [4; 14; 36]. Тобто цифрові засоби є найбільш ефективними саме тоді, коли спираються на сформовану культуру бачення, а не замінюють її.

Особливо показовими в цьому сенсі є сучасні напрями дизайну. Медіа-арт поєднує рух, звук, простір, світло й інтерактивність, але його художня переконливість безпосередньо залежить від рівня композиційної культури автора [14; 15; 36]. Motion design розширює традиційні принципи композиції, вводячи фактор часу, ритму, динаміки та монтажного мислення [5; 40]. UX/UI дизайн вимагає не лише технічного знання інтерфейсів, а й тонкого відчуття візуальної ієрархії, просторової організації, кольорової рівноваги та логіки сприйняття [27; 35; 38]. Ігровий дизайн, своєю чергою, поєднує образотворчу культуру, сценарність, наративність і просторову

організацію віртуального середовища [2; 4; 6; 40]. У всіх цих сферах саме академічна школа забезпечує дизайнеру не просто технічну вправність, а художню переконливість і професійну самостійність. Саме вона дозволяє працювати не за інерцією готових шаблонів, а з опорою на власну систему образного мислення.

Український дизайн у сучасному медіапросторі має особливий потенціал, оскільки функціонує в ситуації високої історичної, культурної та суспільної напруги. Це означає, що він об'єктивно не може обмежуватися копіюванням зовнішніх моделей. Навпаки, саме в таких умовах виникає потреба у виробленні власної візуальної мови, здатної поєднувати національні культурні маркери з універсальними засобами глобальної комунікації [13; 20; 29]. У цьому полягає одна з найважливіших умов формування ідентичності українського дизайну. Його впізнаваність має будуватися не на випадкових стилістичних ознаках, а на глибокій смисловій основі.

Національні маркери в сучасному дизайні не повинні зводитися до суто декоративного використання етнічних мотивів. Йдеться значно ширше – про роботу з образом, ритмом, колористикою, символікою, просторовою організацією та загальною логікою візуальної мови, яка відображає культурний досвід і ментальні архетипи [13; 20; 29]. Саме такий підхід дозволяє інтегрувати український дизайн у європейський контекст не як периферійне явище, а як активного учасника сучасного культурного процесу. У цьому розумінні національне не протистоїть сучасному, а стає його змістовною основою.

Ідентичність українського дизайну в європейському просторі формується не через заперечення міжнародного досвіду і не через ізоляцію від сучасних технологій, а через свідомий синтез академічної художньої школи та цифрової трансформації. Академічна підготовка забезпечує професійну глибину, культурну тяглість і структурованість мислення, тоді як цифрові технології відкривають нові засоби візуальної реалізації, комунікації та взаємодії з аудиторією [10; 18; 34]. Саме в поєднанні цих двох чинників закладено потенціал формування самобутнього, конкурентоспроможного й упізнаного українського дизайну, здатного посісти повноцінне місце в сучасному європейському культурному просторі.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що проблема ідентичності українського дизайну в сучасних умовах має комплексний характер і формується під впливом процесів європейської інтеграції, глобалізації культурного простору та цифрової трансформації мистецьких практик [2; 10; 18; 29]. У ХХІ столітті дизайн функціонує не лише як засіб візуального оформлення, а як повноцінна форма культурної комунікації та саморепрезентації, через яку формується образ України в європейському та світовому контексті [13; 20; 29].

З'ясовано, що визначальним чинником формування професійної культури дизайнера і водночас основою ідентичності дизайну є академічна художня школа [4; 7; 28]. Її роль полягає не лише у формуванні базових навичок, а передусім у розвитку цілісного типу мислення, здатності до аналізу, узагальнення та осмисленої роботи з формою, простором і образною системою. Саме академічна підготовка забезпечує глибину дизайнерського мислення і створює підґрунтя для формування концептуально обґрунтованих візуальних рішень [4; 27; 28].

Доведено, що образотворча база – рисунок, живопис і скульптура – виконує фундаментальну роль у формуванні професійних компетентностей дизайнера [4; 5; 7]. Вона забезпечує розвиток конструктивного, образного та просторового мислення, які зберігають свою актуальність незалежно від змін технологічного середовища [27; 28; 35]. Саме завдяки цій основі дизайнер здатний працювати не лише на рівні зовнішньої форми, а на рівні змісту, структури та художньої логіки.

Встановлено, що цифрова трансформація істотно змінює характер дизайнерської діяльності, відкриваючи нові можливості для експерименту, міждисциплінарної взаємодії та розвитку сучасних напрямів дизайну [9; 14; 18; 34]. Водночас вона створює ризики уніфікації візуальної мови та втрати художньої глибини за відсутності належної академічної основи [29; 37]. У цьому контексті цифрові технології доцільно розглядати не як альтернативу традиційній художній освіті, а як її логічне продовження та інструмент розширення творчих можливостей [14; 36].

Обґрунтовано, що формування ідентичності українського дизайну можливе за умови органічного поєднання академічної художньої традиції та сучасних цифрових практик [10; 18; 29; 34]. Такий синтез забезпечує інтеграцію українського дизайну в європейський культурний простір без втрати власної самобутності. При цьому національні маркери виступають не як декоративні елементи, а як змістовні структурні компоненти, що формують характер візуальної мови [13; 20; 29].

Показовим прикладом такого синтезу є Mori Building Digital Art Museum: teamLab Borderless, який демонструє, що цифрові технології можуть функціонувати не всупереч класичним художнім принципам, а як форма їхнього сучасного розвитку [14; 39; 43]. Досвід цього музейного простору підтверджує, що інтерактивність, мультимедійність і технологічна складність не скасовують значення композиції, ритму, колористики та просторової логіки, а, навпаки, виявляють нові можливості їхнього застосування [5; 15; 39].

Отже, український дизайн має значний потенціал до формування власної впізнаваної моделі розвитку, що базується на поєднанні академічної художньої школи, образотворчої культури та цифрових технологій [4; 18; 29; 34]. Саме цей підхід забезпечує його конкурентоспроможність, концептуальну цілісність і здатність до активної участі в сучасному європейському культурному процесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бірюльов Ю. Львівська школа дизайну середовища 1919–1944 рр.: теоретичні засади та їх втілення. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2022. № 49. С. 97–105. DOI: 10.37131/2524-0943-2022-49-8
2. Українська культура в європейському контексті / Ю. П. Богущкий та ін. Київ : Знання, 2007. 679 с.
3. Брильов С. В. Ігровий дизайн для графічних дизайнерів: структура, методика, компетенції. *АРТ-платФОРМА*. 2025. Т. 12, № 2. С. 268–281. DOI: 10.51209/platform.2.12.2025.268-281
4. Брильов С. В., Кузьмичова В. С., Колесников В. В. Образотворче мистецтво та дизайн в епоху діджиталізації: тренди, виклики. *АРТ-платФОРМА*. 2024. Т. 10, № 2. С. 228–241. DOI: 10.51209/platform.2.10.2024.228-241

5. Брильов С. В., Кузьмічова В. С., Колесников В. В. Особливості підготовки дизайнерів у рамках навчальної дисципліни «Медіа арт»: запо-руки успішної роботи в цифровому мистецтві та соціальних мере-жах. *АРТ-платФОРМА*. 2025. Т. 11, № 1. С. 213–228. DOI: 10.51209/platform.1.11.2025.213-228
6. Васильєва О. С., Пашкевич К. А., Васильєва І. В., Гричанюк О. В., Калун О. Ю. Логотип та емблема як складові фірмового стилю закладів освіти України. *Art and Design*. 2020. № 4 (12). С. 45–53. DOI: 10.30857/2617-0272.2020.4.5
7. Волков С. М. Мистецька освіта в культурі України 90-х років ХХ сто-ліття. Київ, 2006. 208 с.
8. Закон України «Про вищу освіту» № 1556-VII від 01.07.2014. Відомості Верховної Ради України. 2014. № 37–38. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 29.01.2026).
9. Моделі дизайн-освіти: український та міжнародний досвід : мате-ріали Всеукр. наук.-практ. конф. м. Київ, 18–19 квітня 2024 р. / МОН України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв; редкол.: Н. Удріс-Боро-давко, А. Павлюк. Київ : КНУКіМ, 2025. 133 с.
10. Мулкохайнен В., Конончук Б. Дизайн освіти у дизайн-освіті Укра-їни. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 6. С. 120–127. DOI: 10.32782/uad.2024.6.14
11. Олійник В. А. Етапи трансформацій українського книжкового дизайну «перехідної доби» (1980–1990 років). *Деміург: ідеї, техно-логії, перспективи дизайну*. 2018. № 2. С. 51–68. DOI: 10.31866/2617-7951.2.2018.154677
12. Освітньо-професійна програма «Графічний дизайн і реклама»: Схід-ноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова. Черкаси, 2023. URL: <https://suem.edu.ua/storage/doc/oop/opp-dizayn-2022-2023.pdf> (дата звернення: 29.01.2026).
13. Рижова І., Антипенко Є., Северін К., Єншуєва Т., Бобровський І. Соціально-культурна роль візуальних комунікацій у графічному дизайні та рекламі. *Humanities Studies*. 2024. № 18 (95). С. 65–78. DOI: 10.32782/hst-2024-18-95-07
14. Рожок В. Мистецька освіта і Болонський процес: системна модер-нізація освітньо-кваліфікаційної структури мистецького навчання. *Урядовий кур'єр*. 2005. 4 серпня. № 143. С. 12.
15. Рудницька О. П. Педагогіка: загальна та мистецька: навч. посіб. Тер-нопіль : Навчальна книга – Богдан, 2005. 360 с.
16. Сучасна архітектурна освіта. *Концептуальність архітек-турної творчості* : матеріали XII Всеукраїнської наукової

- конференції, 19 листопада 2020 р. Київ: КНУБА, 2022. 155 с. URL: https://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/20/Suchasna_arkhitekturna_osvita_XIV.pdf
17. Цілина М. Цифровізація у сфері культури України: сучасні стратегії та практики. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2025. Т. 8, № 2. С. 277–288. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-796X.8.2.2025.347863>
 18. Шевчук О. М. Стратегія інтеграції цифрових технологій у мистецьку освіту. *Сучасна освіта*. 2022. № 11. С. 78–89.
 19. Academy of Art University San Francisco. *Fine Art Degree*. URL: <https://www.academyart.edu/art-degree/fine-art/> (дата звернення: 10.03.2023).
 20. Art and the Academy in the Nineteenth Century / eds. D. R. Cordoso, C. Trodd. New Brunswick : Rutgers University Press, 2000. 224 p.
 21. Bannikova K., Fryz P., Voronova N., Bilozub L. Digital transformations in culture and art: new opportunities and challenges. *Revista Amazonia Investiga*. 2023. Vol. 12, No. 61. P. 348–358. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2023.61.01.35>
 22. Barcelona Academy of Art. La Academia. URL: <https://www.academyofartbarcelona.com/la-academia/> (дата звернення: 10.03.2023).
 23. Beaux-Arts de Paris. URL: <https://beauxartsparis.fr/fr> (дата звернення: 10.03.2023).
 24. Bonsiepe G. Interface: An Approach to Design. Maastricht : Jan van Eyck Akademie, 1999. 168 p.
 25. Brovchenko A., Krykun O., Borisova T., Tymenko V. Transforming design education in Ukraine: insights from global best practices. *Journal of Curriculum and Teaching*. 2023. Vol. 12, No. 5. P. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.5430/jct.v12n5p1>
 26. Cherniyavskiy V., Dubrivna A., Cherniyavskiy K., Bilozub L. Digital art as new modern global trend in socio-cultural space of Ukraine. *Revista Amazonia Investiga*. 2022. Vol. 11, No. 60. P. 150–155. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.16>
 27. Cooper A., Reimann R., Cronin D., Noessel C. About Face: The Essentials of Interaction Design. 4th ed. Indianapolis : John Wiley & Sons, 2014. 720 p.
 28. Cross N. Designerly Ways of Knowing. London : Springer, 2006. 114 p.
 29. Gimeno-Martínez J. Design and National Identity. London : Bloomsbury Academic, 2016. 240 p.

30. Heskett J. Design: A Very Short Introduction. Oxford : OUP Oxford, 2005. 148 p.
31. Kardashov V., Chemerys H. Yu., Kardashov M. Ethnocultural trends in the development of design education in Ukraine: European integration process. Naukovyi Chasopys National Pedagogical Dragomanov University. *Series 5: Pedagogical Sciences: Reality and Perspectives*. 2022. Special issue. DOI: <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2022.spec.1.22>
32. Konstakademien (Kungl. Akademien för de fria konsterna). URL: <https://konstakademien.se/verksamhet/> (дата звернення: 10.03.2023).
33. L  charny L.-M. L'Art pompier. Paris : Presses Universitaires de France, 1998.
34. Luderin P. L'Art pompier: immagini, significati, presenze dell'altro Ottocento francese (1860–1890). 1997. Vol. 31. 196 p.
35. Lupton E. Graphic Design Thinking: Beyond Brainstorming. New York : Princeton Architectural Press, 2011. 184 p.
36. Manovich L. The Language of New Media. Cambridge, MA : MIT Press, 2002. 354 p.
37. Margolin V. The Politics of the Artificial: Essays on Design and Design Studies. Chicago : University of Chicago Press, 2002. 273 p.
38. Meyer M. W., Norman D. Changing design education for the 21st century. She Ji: *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. 2020. Vol. 6, Issue 1. P. 13–49. DOI: 10.1016/j.sheji.2019.12.002
39. Mori Art Museum. MAM Digital. URL: <https://www.mori.art.museum/en/mamdigital/index.html> (дата звернення: 14.03.2026).
40. Norman D. A. The Design of Everyday Things. Cambridge, MA : MIT Press, 2013. 347 p.
41. Paul C. Digital Art. 4th ed. London : Thames & Hudson, 2023. 360 p.
42. Rush M. New Media in Art. 2nd ed. London : Thames & Hudson, 2005. 248 p.
43. teamLab. teamLab Borderless Tokyo. URL: <https://www.teamlab.art/e/tokyo/> (дата звернення: 14.03.2026).
44. Tidwell J., Brewer C., Valencia A. Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design. 3rd ed. Sebastopol, CA : O'Reilly Media, 2019. 600 p.
45. Wardrip-Fruin N., Montfort N. (eds). The New Media Reader. Cambridge, MA : MIT Press, 2003. 840 p.
46. Williams R. E. The Animator's Survival Kit. London : Faber & Faber, 2021. 48 p.

REFERENCES

1. Biriuliov, Yu. (2022). Lvivska shkola dyzainu seredovyshcha 1919–1944 rr.: teoretychni zasady ta yikh vtilennia [Lviv school of environmental design 1919–1944: Theoretical principles and their implementation]. *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv*, 49, 97–105. <https://doi.org/10.37131/2524-0943-2022-49-8>
2. Bohutskyi, Yu. P., Andrushchenko, V. P., Bezvershuk, Zh. O., & Novokhatko, L. M. (2007). *Ukrainska kultura v yevropeiskomu konteksti* [Ukrainian culture in the European context]. Kyiv : Znannia. [in Ukrainian].
3. Brylov, S. V. (2025). Ihrovyi dyzain dlia hrafichnykh dyzaineriv: struktura, metodyka, kompetentsii [Game design for graphic designers: Structure, methodology, competencies]. *ART-platforma*, 12(2), 268–281. <https://doi.org/10.51209/platform.2.12.2025.268-281>
4. Brylov, S. V., Kuzmichova, V. S., & Kolesnykov, V. V. (2024). Obrazotvorche mystetstvo ta dyzain v epokhu didzhitalizatsii: trendy, vyklyky [Fine art and design in the era of digitalization: Trends and challenges]. *ART-platforma*, 10(2), 228–241. <https://doi.org/10.51209/platform.2.10.2024.228-241>
5. Brylov, S. V., Kuzmichova, V. S., & Kolesnykov, V. V. (2025). Osoblyvosti pidhotovky dyzaineriv u ramkakh navchalnoi dystsypliny “Media art”: zaporuky uspishnoi roboty v tsyfrovomu mystetstvi ta sotsialnykh merezhakh [Features of training designers within the academic discipline “Media art”: Prerequisites for successful work in digital art and social media]. *ART-platforma*, 11(1), 213–228. <https://doi.org/10.51209/platform.1.11.2025.213-228>
6. Vasylieva, O. S., Pashkevych, K. L., Vasylieva, I. V., Hrychaniuk, O. V., & Kalun, O. Yu. (2020). Lohotyp ta emblema yak skladovi firmovoho styliu zakladiv osvity Ukrainy [Logo and emblem as components of the corporate identity of educational institutions of Ukraine]. *Art and Design*, 4(12), 45–53. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.4.5>
7. Volkov, S. M. (2006). *Mystetska osvita v kulturi Ukrainy 90-kh rokiv XX stolittia* [Art education in the culture of Ukraine in the 1990s]. Kyiv. [in Ukrainian]
8. Law of Ukraine on Higher Education No. 1556-VII. (2014, July 1). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 37–38. Retrieved January 29, 2026, from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
9. Modeli dyzain-osvity: ukrainskyi ta mizhnarodnyi dosvid: materialy Vseukr. nauk.-prakt. konf. (18–19 kvitnia 2024 r., Kyiv) [Models of design

- education: Ukrainian and international experience : Proceedings of the All-Ukrainian scientific-practical conference]. (2025). Kyiv : KNUKiM. [in Ukrainian].
10. Mulkokhainen, V., & Kononchuk, B. (2025). Dyzaïn osvity u dyzaïnosviti Ukrainy [Design of education in design education of Ukraine]. *Ukrainskyi mystetstvoznavchyi dyskurs*, 6, 120–127. <https://doi.org/10.32782/uad.2024.6.14>
 11. Oliinyk, V. A. (2018). Etapy transformatsii ukrainskoho knyzhkovoho dyzaïnu “perekhidnoi doby” (1980–1990 rokiv) [Stages of transformations of Ukrainian book design of the “transitional era” (1980–1990)]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzaïnu*, 2, 51–68. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.2.2018.154677>
 12. Osvitno-profesiïna prohrama “Hrafichnyi dyzaïn i reklama”: Skhidnoievropeïskyi universytet imeni Raufa Ablyazova [Educational and professional program “Graphic design and advertising”: East European University named after Rauf Ablyazov]. (2023). Cherkasy. Retrieved January 29, 2026, from <https://suem.edu.ua/storage/doc/oop/opp-dizayn-2022-2023.pdf>
 13. Ryzhova, I., Antypenko, Ye., Severin, K., Yenshuieva, T., & Bobrovskyi, I. (2024). Sotsialno-kulturna rol vizualnykh komunikatsii u hrafichnomu dyzaïni ta reklami [Socio-cultural role of visual communications in graphic design and advertising]. *Humanities Studies*, 18(95), 65–78. <https://doi.org/10.32782/hst-2024-18-95-07>
 14. Rozhok, V. (2005, August 4). Mystetska osvita i Bolonskyi protses: systemna modernizatsiia osvitno-kvalifikatsiinoi struktury mystetskoho navchannia [Art education and the Bologna process: Systemic modernization of the educational and qualification structure of art education]. *Uriadovyi kurier*, 143, 12.
 15. Rudnytska, O. P. (2005). *Pedahohika: zahalna ta mystetska* [Pedagogy: General and artistic]. Ternopil: Navchalna knyha – Bohdan. [in Ukrainian].
 16. Suchasna arkhitekturna osvita. Kontseptualnist arkhitekturnoi tvorchosti: materialy XII Vseukrainskoi naukovoï konferentsii, 19 lystopada 2020 r. [Modern architectural education. Conceptuality of architectural creativity: Proceedings of the 12th All-Ukrainian scientific conference, November 19, 2020]. (2022). Kyiv: KNUBA. Retrieved from https://library.knuba.edu.ua/books/zbirniki/20/Suchasna_arkhitekturna_osvita_XIV.pdf
 17. Tsilyna, M. (2025). Tsyfrovizatsiia u sferi kultury Ukrainy: suchasni stratehii ta praktyky [Digitalization in the cultural sphere of Ukraine:

- Modern strategies and practices]. *Tsyfrova platforma: informatsiini tekhnolohii v sotsiokulturnii sferi*, 8(2), 277–288. <https://doi.org/10.31866/2617-796X.8.2.2025.347863>
18. Shevchuk, O. M. (2022). Stratehiia intehtatsii tsyfrovyykh tekhnolohii u mystetsku osvitu [Strategy for integrating digital technologies into art education]. *Suchasna osvita*, 11, 78–89.
 19. Academy of Art University San Francisco. (n.d.). *Fine art degree*. Retrieved March 10, 2023, from <https://www.academyart.edu/art-degree/fine-art/>
 20. Cordoso, D. R., & Trodd, C. (Eds.). (2000). *Art and the Academy in the Nineteenth Century*. New Brunswick : Rutgers University Press.
 21. Bannikova, K., Fryz, P., Voronova, N., & Bilozub, L. (2023). Digital transformations in culture and art: New opportunities and challenges. *Revista Amazonia Investiga*, 12(61), 348–358. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.61.01.35>
 22. Barcelona Academy of Art. (n.d.). *La Academia*. Retrieved March 10, 2023, from <https://www.academyofartbarcelona.com/la-academia/>
 23. Beaux-Arts de Paris. (n.d.). Retrieved March 10, 2023, from <https://beauxartsparis.fr/fr>
 24. Bonsiepe, G. (1999). *Interface: An approach to design*. Maastricht : Jan van Eyck Akademie.
 25. Brovchenko, A., Krykun, O., Borisova, T., & Tymenko, V. (2023). Transforming design education in Ukraine: Insights from global best practices. *Journal of Curriculum and Teaching*, 12(5), 1–10. <https://doi.org/10.5430/jct.v12n5p1>
 26. Cherniyavskiy, V., Dubrivna, A., Cherniyavskiy, K., & Bilozub, L. (2022). Digital art as new modern global trend in socio-cultural space of Ukraine. *Revista Amazonia Investiga*, 11(60), 150–155. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.16>
 27. Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). *About face: The essentials of interaction design* (4th ed.). Indianapolis : John Wiley & Sons.
 28. Cross, N. (2006). *Designerly ways of knowing*. London : Springer.
 29. Gimeno-Martínez, J. (2016). *Design and national identity*. London : Bloomsbury Academic.
 30. Heskett, J. (2005). *Design: A very short introduction*. Oxford : OUP Oxford.
 31. Kardashov, V., Chemerys, H. Yu., & Kardashov, M. (2022). Ethnocultural trends in the development of design education in Ukraine: European integration process. *Naukovyi Chasopys National Pedagogical Dragomanov University. Series 5: Pedagogical Sciences: Reality*

- and Perspectives*, Special issue. <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2022.spec.1.22>
32. Konstakademien (Kungl. Akademien för de fria konsterna). (n.d.). Retrieved March 10, 2023, from <https://konstakademien.se/verksamhet/>
 33. Lécharny, L.-M. (1998). *L'Art pompier*. Paris : Presses Universitaires de France.
 34. Luderin, P. (1997). *L'Art pompier: immagini, significati, presenze dell'altro Ottocento francese (1860–1890)* (Vol. 31).
 35. Lupton, E. (2011). *Graphic design thinking: Beyond brainstorming*. New York : Princeton Architectural Press.
 36. Manovich, L. (2002). *The language of new media*. Cambridge, MA : MIT Press.
 37. Margolin, V. (2002). *The politics of the artificial: Essays on design and design studies*. Chicago: University of Chicago Press.
 38. Meyer, M. W., & Norman, D. (2020). Changing design education for the 21st century. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 6(1), 13–49. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2019.12.002>
 39. Mori Art Museum. (n.d.). *MAM Digital*. Retrieved March 14, 2026, from <https://www.mori.art.museum/en/mamdigital/index.html>
 40. Norman, D. A. (2013). *The design of everyday things*. Cambridge, MA : MIT Press.
 41. Paul, C. (2023). *Digital art* (4th ed.). London : Thames & Hudson.
 42. Rush, M. (2005). *New media in art* (2nd ed.). London : Thames & Hudson.
 43. teamLab. (n.d.). *teamLab Borderless Tokyo*. Retrieved March 14, 2026, from <https://www.teamlab.art/e/tokyo/>
 44. Tidwell, J., Brewer, C., & Valencia, A. (2019). *Designing interfaces: Patterns for effective interaction design* (3rd ed.). Sebastopol, CA : O'Reilly Media.
 45. Wardrip-Fruin, N., & Montfort, N. (Eds.). (2003). *The new media reader*. Cambridge, MA : MIT Press.
 46. Williams, R. E. (2021). *The animator's survival kit*. London : Faber & Faber.

ЛИХОЛАТ Олена Віталіївна,
кандидатка педагогічних наук, доцентка,
доцентка кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ
ORCID ID: 0000-0002-7819-0903
o.lykholat@kubg.edu.ua

УКРАЇНСЬКИЙ ЦИФРОВИЙ ДИЗАЙН У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ПРОСТОРІ: ІСТОРІЯ, ІДЕНТИЧНІСТЬ, ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ТА КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД

У статті досліджено український цифровий дизайн як стратегічний інструмент формування національної ідентичності в умовах цифровізації суспільства та інтеграції України до європейського простору. Обґрунтовано, що сучасний цифровий дизайн вийшов за межі прикладної візуальної комунікації та перетворився на багатовимірну систему, у якій поєднуються технологічні інновації, культурні смисли, соціальні практики та користувацький досвід. Показано, що цифровий дизайн виступає медіатором між людиною і цифровим середовищем, впливаючи на способи сприйняття інформації, моделі комунікації та колективні уявлення про ідентичність. Проаналізовано етапи становлення цифрового дизайну в глобальному контексті – від графічних інтерфейсів користувача та раннього вебдизайну до мобільних платформ, дизайн-систем, штучного інтелекту та інтерактивних середовищ. Визначено місце України в цих процесах як активного учасника світової цифрової культури. Розкрито специфіку еволюції українського цифрового дизайну: від адаптації західних моделей у 1990-х роках до формування власної візуальної мови у 2010–2020-х роках. Особливу увагу приділено впливу IT-компаній, продуктових стартапів і креативних агенцій на становлення української цифрової ідентичності. Доведено, що кейси Grammarly, MacPaw, Reface, Ajax Systems, BetterMe, екосистема «Дія», а також успіхи українських агенцій на міжнародних конкурсах сприяли глобальній репрезентації України як держави інноваційного, доступного та культурно самобутнього дизайну. Показано роль цифрового дизайну в умовах війни як інструменту культурної дипломатії, інформаційного спротиву та брендингу держави.

Встановлено, що сучасна ідентичність українського цифрового дизайну формується на перетині технологічного, культурного та комунікаційного вимірів. Її ключовими рисами є системність, людиноцентричність, адаптивність, інклюзивність, глобальна конкурентоспроможність і культурна автентичність. Зроблено висновок, що український цифровий дизайн трансформувався із сервісної практики у самостійний чинник розвитку креативної економіки, цифрової державності та міжнародного іміджу держави.

Ключові слова: цифровий дизайн, український дизайн, національна ідентичність, UX/UI, цифровізація, культурна дипломатія, брендинг держави, креативні індустрії, візуальна комунікація, цифрова культура.

Olena LYKHOLAT

PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Design,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv
o.lykholat@kubg.edu.ua

UKRAINIAN DIGITAL DESIGN IN THE EUROPEAN SPACE: HISTORY, IDENTITY, VISUAL COMMUNICATION, AND USER EXPERIENCE

The article explores Ukrainian digital design as a strategic instrument for shaping national identity within the context of societal digitalization and Ukraine's integration into the European space. It is substantiated that modern digital design has transcended the boundaries of applied visual communication, evolving into a multidimensional system that integrates technological innovations, cultural meanings, social practices, and user experience. The study demonstrates that digital design acts as a mediator between humans and the digital environment, influencing information perception, communication models, and collective representations of identity. The stages of digital design development are analyzed within a global context – from graphical user interfaces and early web design to mobile platforms, design systems, artificial intelligence, and interactive environments. Ukraine's position in these processes is defined as an active participant in global digital culture. The article reveals the specific evolution of Ukrainian digital design: from the adaptation of Western models

in the 1990s to the formation of its own visual language in the 2010s–2020s. Particular attention is paid to the influence of IT companies, product startups, and creative agencies on the emergence of a Ukrainian digital identity. It is proven that cases such as Grammarly, MacPaw, Reface, Ajax Systems, BetterMe, and the Diia ecosystem, alongside the success of Ukrainian agencies in international competitions, have contributed to the global representation of Ukraine as a state of innovative, accessible, and culturally distinctive design. The role of digital design during wartime is highlighted as a tool for cultural diplomacy, information resistance, and nation branding. The study establishes that the contemporary identity of Ukrainian digital design is formed at the intersection of technological, cultural, and communicative dimensions. Its key features include systematicity, user-centricity, adaptability, inclusivity, global competitiveness, and cultural authenticity. The article concludes that Ukrainian digital design has transformed from a service practice into an independent factor in the development of the creative economy, digital statehood, and the international image of the country.

Keywords: digital design, Ukrainian design, national identity, UX/UI, digitalization, cultural diplomacy, nation branding, creative industries, visual communication, digital culture.

Вступ. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується глибокою цифровою трансформацією, яка охоплює всі сфери життєдіяльності людини й суспільства – економіку, освіту, медицину, культуру, мистецтво, способи соціальної взаємодії/комунікації та державне управління [1]. Мобільні застосунки, стрімінгові сервіси, SaaS-платформи, різноманітні за функціональним призначенням сайти, онлайн-освіта, електронні книги/бібліотеки/сховища тощо сьогодні є такими ж буденними елементами побуту, як електрика чи водогін. Взаємодія з екраном гаджета вже не сприймається як щось особливе. У цьому контексті цифровий дизайн трансформується з інструменту візуалізації в архітектора нашого щоденного досвіду, що формує особистісну і колективну ідентичність. Висока залежність від нього зумовлена тим, що цифровий дизайн став основним засобом реалізації базових потреб людини: від безпеки до самореалізації. Можна сказати з впевненістю, що кожен рівень піраміди Маслоу вже сьогодні має свій цифровий інтерфейс.

Важливо наголосити, що цифровий дизайн сьогодні – це не декоративне «прикрашання», а критично важливий медіатор між людиною та середовищем. Він функціонує як культурний код сучасності, що поєднує технологічний функціонал із людським досвідом, перетворюючи абстрактні цифрові процеси на зрозумілу і значущу контактну зону для сприйняття інформації, підтримання комунікації та соціальної взаємодії. Виступаючи важливим інструментом конструювання колективних цінностей і норм, цифровий дизайн впливає на те, як люди інтерпретують інформацію, взаємодіють між собою і з цифровими системами. Через уніфікацію патернів користувацької взаємодії (UX) цифровий дизайн стирає географічні кордони, створюючи спільний контекст («правила гри») і тим самим формує колективну ідентичність нового рівня, яка може виходити далеко за межі локальної/національної.

Для України, яка водночас перебуває в умовах екзистенційних викликів через повномасштабну війну та активно інтегрується до європейського соціокультурного простору, цифровий дизайн набуває значення інструменту «м'якої сили» (soft power). Він не лише забезпечує функціональність державних чи комерційних сервісів (наприклад, як відомий кейс екосистеми «Дія»), а й виступає візуальним маніфестом державної суб'єктності, що транслює українські цінності, етику та культурний код у глобальному мережевому середовищі. Сучасний український цифровий дизайн остаточно переростає межі прикладної візуальної комунікації. Він трансформується у комплексну систему, де культурні сенси, соціальні запити та технологічні інновації синтезуються в єдину платформу для репрезентації національної суб'єктності, формування новітніх державотворчих наративів, трансформації національної ідентичності [2]. У цьому вимірі цифрова сфера постає як інтелектуальний простір, де через якісний користувацький досвід та виважену візуальну мову відбувається не просто передача інформації, а глибоке відтворення національної ідентичності в межах глобального діалогу.

Особливого значення набуває питання збереження та трансформації українських культурних кодів у цифровому середовищі,

де вони інтегруються з глобальними UX/UI-практиками. У цьому процесі йдеться не про механічне перенесення традиційних форм у нові медіа (типографія, колірні моделі, орнаментальні структури, візуальні символи), а про їхнє осмислене перекодування відповідно до логіки цифрових інтерфейсів, взаємодії та поведінкових сценаріїв користувача. Це не механічне копіювання традицій, а створення гнучких систем, здатних функціонувати в адаптивному мультимодальному середовищі. У контексті європейського простору цей процес набуває додаткового виміру, оскільки український цифровий дизайн розвивається в умовах постійного діалогу між локальною автентичністю та універсальними стандартами цифрової комунікації. Європейські підходи до UX/UI – зокрема людиноцентричність, інклюзивність, доступність і етичність дизайну – стають не лише технічними орієнтирами, а й ціннісною рамкою, у межах якої відбувається формування сучасної української цифрової візуальної ідентичності.

Необхідність осмислення українського цифрового дизайну як інструменту культурної репрезентації України в європейському просторі визначає актуальність цього дослідження та водночас окреслює його теоретичну і практичну значущість. Такий підхід дозволяє розглядати цифровий дизайн не лише як засіб візуальної комунікації, а як стратегічний інструмент формування національної ідентичності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У науковому дискурсі останніх років цифровий дизайн дедалі частіше осмислюється як багатовимірний соціокультурний феномен, що виходить за межі суто прикладного інструментарію візуальної комунікації. У низці досліджень, що поєднують теорію дизайну, UX/UI-проекування, культурологію, мистецтвознавство, соціологію, соціальні комунікації, психологію, когнітивістику, економіку, менеджмент, ІТ та комп'ютерні науки, підкреслюється роль цифрового дизайну у формуванні соціальних цінностей і культурної ідентичності, що також засвідчує зміщення акценту від естетико-функціонального до соціокультурного підходу. Зокрема, у систематичному огляді літератури Ereso Nagi та Mariam Nathalea [3] доведено, що

графічний і цифровий дизайн виступають механізмом репрезентації культурних наративів і інструментом соціального впливу, здатним формувати колективні уявлення про ідентичність. У своєму дослідженні 2025 року Наталі Удріс-Бородавко [4] також доводить, що дизайн є екосистемою, яка інтегрує європейські професійні стандарти та локальні особливості, формуючи основу для розвитку національної ідентичності у глобальному середовищі й пропонує власну системну модель графічного дизайну як соціокультурного явища, що функціонує через взаємодію інституцій, професійних спільнот і культурних практик.

Продовженням означеного напрямку є дослідження механізмів адаптації національної візуальної спадщини до сучасного цифрового середовища. Зокрема в іншій праці Наталі Удріс-Бородавко [5] проаналізовано потенціал українського наївного мистецтва як джерела формування актуальної візуальної мови. Авторка доводить, що наївне мистецтво, народна орнаментика та етносимволіка можуть бути переосмислені у сучасних графічних і цифрових практиках не як архаїчний декор, а як система знаків, яка здатна продукувати нові комунікаційні смисли. Особливо важливим є висновок про те, що використання етнокультурних образів у цифровому дизайні сприяє впізнаваності українських продуктів у міжнародному середовищі та формує автентичну модель культурної репрезентації. Більш раннє дослідження Наталі Удріс-Бородавко [6] розглядає дизайн як соціокультурну технологію, яка здатна не тільки закріпити зміни в українському суспільстві, але і бути вагомим маркером, за яким український соціум відрізнятиметься від інших та буде впізнаваним у світі.

Актуальні дослідження у сфері UX/UI-дизайну акцентують на взаємозв'язку між культурною ідентичністю користувачів та особливостями цифрових інтерфейсів. Так у роботі Nguyen Duc Son [7] розглядається вплив культурних характеристик на формування рефлексивного дизайну інтерфейсів, що сприяє глибшому залученню користувачів і персоналізації досвіду. Подібну позицію підтримують дослідження Nielsen Norman Group у сфері людиноцентричного дизайну, де інтеграція культурних кодів розглядається

як чинник підвищення ефективності взаємодії користувача з цифровими продуктами та рівня довіри до них [8]. Ці та інші дослідження доводять, що невідповідність візуальної мови культурним очікуванням користувача викликає підсвідому відмову від подальшого використання продукту.

Окремий напрям становлять дослідження ролі UX/UI-дизайну у просуванні брендів. Дослідники Станіслав Самулінас і Наталя Житеньова [9] доводять, що інновації в UX/UI є ключовим чинником ефективної цифрової комунікації, оскільки вони визначають не лише функціональність, а й емоційне сприйняття цифрового продукту користувачем. Таким чином, користувацький досвід розглядається як невіддільна частина ідентичності цифрових дизайн-продуктів. Крім того, у дослідженні ефективності стратегій цифрового брендингу Наталі Радіонової та групи дослідників [10] встановлено, що цифровий дизайн є важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності українських компаній та їх зростання на міжнародному ринку, оскільки він формує довіру та впізнаваність бренду в глобальному цифровому середовищі.

Для більш детального розкриття визначеної теми також важливим напрямом є дослідження кроскультурного (cross-cultural) дизайну, який розглядається як необхідна умова створення конкурентоспроможних цифрових продуктів у глобалізованому середовищі. У цьому контексті дослідження Jenny Shen [11] підкреслює, що культурні відмінності впливають на сприйняття кольору, типографії, навігаційних патернів та загальної структури інтерфейсів. Це підтверджує тезу про те, що цифровий дизайн є простором взаємодії локального та глобального, у якому відбувається адаптація універсальних дизайнерських рішень до специфіки окремих культур і навпаки.

Орієнтація на універсальні стандарти (бути зрозумілим усім) часто вступає у суперечність із завданням автентичної репрезентації національної ідентичності (бути собою), виступаючи певним обмежувальним чинником для просування унікального візуального коду країни на міжнародному ринку. У контексті глобалізації та європейської інтеграції українського дизайну важливими

є саме ті дослідження, які присвячені співвідношенню локального та глобального. Для ефективного відображення національної ідентичності та її успішної презентації у світовому просторі Наталя Удріс-Бородавко пропонує шлях усвідомленого дизайн-проекування, що базується на моделі «глокального дизайну» [12]. У межах цього підходу «глокалізація» постає не просто як адаптація, а як динамічний процес «заломлення» глобальної технологічної та естетичної хвилі крізь призму локального контексту. На думку авторки, локальний дизайн перестає бути лише реципієнтом західних зразків. Він стає активним суб'єктом, який повертає у світовий контекст автентичні культурні коди, що сформовані дизайнерською мовою та переосмислені через сучасні цифрові інструменти й технології і є зрозумілими у європейському контексті. Таке «зворотне відбиття» забезпечує не лише впізнаваність локального дизайну, а й робить світову візуальну культуру більш багатогранною та інклюзивною.

Окремий корпус досліджень присвячений використанню цифрового дизайну як інструменту збереження та популяризації культурної спадщини. Наприклад, у роботі Kittichai Kasemsarn та ін. [13] розглядається поєднання цифрового сторітелінгу та інклюзивного дизайну як засобу репрезентації культурного досвіду в туристичних і культурних платформах. Аналогічно до цього, дослідження М. Wildan Alvian Prastyа з групою дослідників [14], яке присвячене розробці цифрових продуктів для представлення традиційної культури, демонструє, що цифрові інтерфейси можуть виступати медіаторами між культурною спадщиною та сучасним користувачем. Варто відзначити, що у вітчизняному науковому полі синтез традиційної культури й сучасних дизайнерських практик вилився в окрему наукову парадигму – етнодизайн, який сьогодні розглядається не лише як засіб художньої стилізації, але і як стратегічний інструмент ревіталізації національної ідентичності в глобалізованому цифровому просторі [15; 16; 17].

Ряд наукових праць останніх років розглядає цифровий дизайн як динамічну систему, у якій технологічні та культурні чинники взаємодіють з когнітивними процесами. Зокрема, Atanas

Kirjakovski у дослідженні когнітивних трансформацій у цифровому середовищі [18] вказує на докорінну зміну способів сприйняття людиною візуальної інформації. Автор прогнозує можливу необхідність когнітивної адаптації суб'єкта до обробки абстракцій та символів, що не мають аналогів у фізичному світі. Водночас у роботі Сергія Витлакова та ін. [19] підкреслюється, що цифрова культура формує нові візуальні практики, пов'язані з фрагментарністю, мультимедійністю та активною участю користувача, що прямо впливає на зміну моделей сприйняття та інтерпретації візуального контенту. Така еволюція сприйняття цифрових об'єктів стає фундаментом для формування принципово нових моделей ідентичності, нових цифрових метафор (абстракцій), які б несли національний код на рівні унікальної візуальної мови в цифровому дизайн-продукті.

У межах дослідження генезису та функціонування візуальної ідентичності особливої ваги набуває теоретична модель, викладена у дослідженні Florian Lachner та співавторів [20]. Автори розглядають візуальну ідентичність як динамічний процес взаємодії між «дизайном як репрезентацією» та емоційним сприйняттям користувача. Дослідження демонструє, що цифровий продукт не може бути культурно нейтральним і завжди відображає цінності, поведінкові моделі та комунікаційні коди певного суспільства. Автори доводять, що емоційне сприйняття інтерфейсів і сценарії взаємодії залежать від культурної ідентичності користувача, а універсальні моделі дизайну не завжди є ефективними. У контексті цього дослідження ідентичність не є статичним набором графічних знаків, а формується через емоційний резонанс, який виникає у глядача при контакті з візуальною формою. Дослідження наголошує на тому, що успішна візуальна ідентичність має інтегрувати традиційні (когнітивно знайомі) елементи з інноваційними дизайнерськими рішеннями. Florian Lachner та співавтори стверджують, що дизайн є актом комунікації, де ідентичність виступає медіатором між культурним контекстом творця та досвідом його отримувача. Ними запропоновано метод «Cultural Personas» як інструмент інтеграції культурного чинника у процес проектування.

Науковий дискурс, який безпосередньо присвячений українському цифровому дизайну в європейському просторі, має виражений міждисциплінарний характер досліджень. Дослідники розглядають цифровий дизайн як складну систему, у якій поєднуються національна українська культурна ідентичність, візуальні комунікації, технологічні інновації та користувацький досвід. Ключовим вектором виступає рефлексія української національної ідентичності. Зокрема, у дослідженні Анни Сафронової та Олени Сафонові [21] доведено, що сучасна візуальна комунікація України формується через деколонізацію та рішучу відмову від пострадянських патернів. Автори обґрунтовують концепцію конструювання власної символічної системи, де етнокультурні мотиви, семантика форм і колористика поєднуються з новими наративами, народженими актуальними соціально-політичними викликами. У такому контексті цифровий дизайн трансформується у стратегічний інструмент розбудови цілісного національного бренду України на світовій арені.

Іншим напрямом дослідження є аналіз цифрової трансформації культури, де дизайн виступає медіатором між традиційними цінностями та новими формами комунікації. Як-от Оленою Гудзенко [22] здійснено комплексний аналіз впливу цифровізації на культурну сферу, зокрема на способи створення, поширення та сприйняття культурного продукту. Авторка розглядає цифрову трансформацію не лише як технологічний процес, а як глибоку зміну комунікативних моделей, соціальних практик і механізмів культурної репрезентації. У дослідженні підкреслюється, що цифрові технології створюють умови для збереження і репрезентації національних культурних кодів як ключового компонента культурної сфери, водночас інтегруючи їх у глобальний інформаційний простір.

Разом з тим цифрові технології радикально змінюють форми взаємодії між культурним продуктом і користувачем. Дослідження Володимира Черніявського і групи науковців [23] виявило, що стрімкий розвиток цифрових технологій зумовив трансформацію художніх практик, стимулювавши появу масштабних індивідуальних проєктів та спеціалізованих міжнародних бієнале.

У дослідженні обґрунтовано перехід цифрового мистецтва від аматорських практик до формування повноцінного артринку із залученням інвесторів, колекціонерів та створенням спеціалізованих онлайн-майданчиків для комерціалізації цифрових об'єктів. Особливу увагу приділено діяльності інтернет-митців у період російської агресії. Доведено, що цифрові проекти воєнного часу стали критично важливим інструментом культурного спротиву та фіксації національної ідентичності.

Слід розуміти, що у цифровому середовищі аудиторія перестає бути пасивним споживачем і перетворюється на активного учасника комунікації, співтворця контенту та суб'єкта інтерпретації. Важливий внесок у дослідження ідентичності здійснено Наталею Удріс-Бородавко та Анастасією Ткачук у роботі [24], де розглянуто принципи формування дизайн-систем у видавничих цифрових продуктах. Дослідження доводить, що системний підхід до дизайну дозволяє інтегрувати українську культурну ідентичність у сучасні цифрові комунікації через типографію, кольорові рішення та композиційні структури, забезпечуючи їхню цілісність і пізнаваність.

Значну увагу у науковому полі навколо теми дослідження приділено ролі дизайн-систем як інструменту забезпечення цілісності цифрової ідентичності. У дослідженні Ганни Новік, Лілії Гнатюк та Сергія Ясенюка [25] визначено, що дизайн-системи забезпечують узгодженість, повторюваність і впізнаваність візуальних рішень, підвищують консистентність проектування, зменшують час розроблення та поліпшують сприйняття продукту споживачами, що є критично важливим для формування бренду в цифровому середовищі. Це дозволяє розглядати цифрову ідентичність не як набір окремих елементів, а як цілісну екосистему. Також сучасні праці звертають увагу на трансформацію методології дизайну під впливом цифрових технологій. Інтерактивності, адаптивності, універсальності, варіативності і генеративності стають ключовими характеристиками нової візуальної ідентичності. Якщо традиційна модель дизайну ґрунтувалася переважно на формоцентричному та естетичному підходах, то сучасний цифровий дизайн

розвивається як міждисциплінарна система, що поєднує технології, поведінкові науки, культурологію та стратегічне мислення. У дослідженні Ірен Хардабхадзе [26] доведено, що під впливом цифровізації сформувалася «цифрова фаза» проектної культури, а дизайн-мислення трансформувалося в «цифрове дизайн-мислення» з розширенням сфери впливу на соціальні процеси та концентрацією на індивідуальні потреби людини. І якщо природа дизайнерського мислення змінюється від індивідуальної творчості до мережевої, колаборативної та технологічно опосередкованої практики, то дизайн-мислення стає інструментом роботи зі складними системами, а не лише способом створення окремих об'єктів. Це означає, що ідентичність у цифровому дизайні перестає бути статичною формою і набуває динамічного, процесуального характеру.

Отже, аналіз останніх досліджень засвідчує, що український цифровий дизайн формується як багаторівнева система, у якій поєднуються культурна спадщина, сучасні технології та UX-підходи. Його ідентичність визначається балансом між національною автентичністю та глобальними стандартами цифрової комунікації, що забезпечує інтеграцію України у європейський дизайн-простір. Тож проблема дослідження полягає у суперечності між глобальною уніфікацією цифрових інтерфейсів, що базуються на універсальних UX/UI-стандартах, та потребою збереження і трансляції української культурної автентичності у цифровому середовищі. Водночас у науковому полі недостатньо системно розкрито генезис українського цифрового дизайну, етапи його розвитку, механізми формування національної цифрової ідентичності та його значення як інструменту культурної дипломатії, брендингу держави й конкурентоспроможності на європейському / глобальному ринку.

Метою дослідження є комплексне осмислення українського цифрового дизайну як соціокультурного, технологічного та комунікаційного феномену, що формується на перетині глобальних цифрових трансформацій і національної культурної ідентичності, а також визначення його ролі як інструменту репрезентації України в європейському та світовому цифровому просторі. Для

досягнення поставленої мети необхідно розв'язати такі завдання: проаналізувати еволюцію цифрового дизайну у світовому контексті як результат розвитку інформаційних технологій, інтернет-комунікацій та людиноцентричного проектування; дослідити передумови виникнення і становлення українського цифрового дизайну в умовах пострадянської трансформації, розвитку ІТ-сектору та інтеграції у глобальний ринок; виокремити основні історичні етапи розвитку українського цифрового дизайну та визначити їх характерні риси; проаналізувати успішні кейси українських цифрових продуктів і компаній, як приклади міжнародної конкурентоспроможності українського цифрового дизайну; визначити значення українського цифрового дизайну як інструменту культурної дипломатії, брендингу держави та репрезентації України у Європі / світі.

Методологічну основу дослідження становить міждисциплінарний підхід, що поєднує інструменти дизайнознавства (теорія і практика), культурології, соціальних комунікацій, цифрових студій та історії технологій. У роботі використано такі методи: історико-хронологічний – для простеження еволюції цифрового дизайну у світі та в Україні; порівняльно-аналітичний – для зіставлення глобальних і українських моделей цифрового дизайну; системний – для розгляду цифрового дизайну як цілісної екосистеми, де взаємодіють технології, культура, економіка й користувач; соціокультурний – для аналізу цифрового дизайну як носія цінностей, символів та ідентичності; кейсовий метод (case study) – для аналізу практик «Grammarly», «MacPaw», «Reface», «Дія» та українських агенцій; контент-аналіз – для інтерпретації сучасних наукових джерел, професійних кейсів та цифрових практик; прогностичний – для окреслення майбутніх векторів розвитку українського цифрового дизайну в умовах AI, XR та глобальної цифровізації.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Історія цифрового дизайну та місце України в глобальному контексті

Історія цифрового дизайну не є простою хронологією технічних винаходів. Це фундаментальна історія трансформації

людського мислення через інтерфейс. За шістдесят років цифрова взаємодія пройшла шлях від складних лінгвістичних абстракцій командних рядків (текстових кодів) до інтуїтивно зрозумілого візуального простору із наочними об'єктами та миттєвим відгуком на дії користувача – WIMP (Windows, Icons, Menus, Pointer), де ми керуємо за допомогою курсору чи дотику [27]. Отже, цифровий дизайн виокремився у самостійну галузь на базі перетину комп'ютерних технологій, візуальних мистецтв та теорії масових комунікацій. Його фундамент був закладений у 1970–1980-х роках у межах досліджень у сфері взаємодії людини й комп'ютера (HCI – Human-Computer Interaction), коли було закладено принципи орієнтації на користувача, когнітивну ергономіку та інтерфейсне мислення [28].

Коли Xerox Alto в 1973 році показав свій перший растровий екран, це стало свідченням фундаментального зрушення в нашому сприйнятті взаємозв'язку між людьми та комп'ютерами. Саме тоді відбувся перехід від інтерфейсів командного рядка до графічного інтерфейсу користувача (GUI – Graphical User Interface). Такий перехід був не просто технічною революцією, а філософською революцією безмодальної взаємодії людини з комп'ютером (як-то клацання миші й миттєвим редагуванням тексту, вирізання-копіювання-вставка, подвійне клацання для відкриття документів тощо) [27]. Успіх графічного інтерфейсу користувача базувався не на одному винаході, а на синергії елементів, що перетворили комп'ютер з обчислювальної машини на безперервний робочий простір, де метафора робочого столу зробила абстрактні цифрові поняття відчутними для людини. Це були не просто нові функції, це була нова мова взаємодії людини з комп'ютером. Варто відзначити, що саме в цей період з'являються базові концепти, що згодом трансформуються у сучасні UX/UI-підходи [27; 28].

І хоча перші ідеї щодо архітектури інформації з'явилися ще до появи цифрових комп'ютерів у сучасному їх розумінні (в кінці першої половини XX століття), початок власне цифрового дизайну як практики пов'язують із виникненням мережі інтернет і виходу перших вебінтерфейсів на масовий ринок – з початку 1980-х до середини 1990-х років [29; 30; 31]. Apple Lisa та Macintosh (1984) стали

ключовими продуктами, які адаптували ідеї Xerox PARC для масового споживача. Рекламний ролик Macintosh 1984 року (режисер Рідлі Скотт, а сюжет є відсиланням на відомий роман Джорджа Орвелла «Тисяча дев'ятсот вісімдесят четвертий») символізував прихід «дружного до користувача» комп'ютера, який уособлював порятunek людства від «однаковості». Дизайн Macintosh встановив нові стандарти орієнтації на користувача, які згодом були підхоплені Microsoft Windows [32]. Далі Тім Бернерс-Лі у 1989 році розробив принципи World Wide Web, у 1990 році він створив перший браузер, а у 1991 році – запустив першу вебсторінку на основі протоколу HTML, яка була повністю текстовою (біла з чорним текстом) і не містила візуальних елементів [29]. Взагалі усі ранні вебінтерфейси характеризувалися мінімалізмом, обмеженими технічними можливостями та відсутністю стандартизованих підходів до їх дизайну. Паралельно важливу роль відіграло створення програмних інструментів, зокрема Adobe Photoshop (1990 рік), який став одним із ключових інструментів формування цифрової візуальної культури [30].

У середині 1990-х років відбувається утвердження як інституції цифрового дизайну. З'являються перші браузери, перші стандарти веброзробки та сам термін «користувацький досвід» (UX – User Experience), що був популяризований у професійному середовищі [30]. Саме тоді відбувається перехід від технологічно орієнтованого підходу до людиноцентричного дизайну, який враховує потреби, поведінку та емоції користувача. Ці концепції, сформульовані піонерами галузі (як-от Дональд Норман чи Якоб Нільсен), стали прямим підґрунтям для сучасних UX та UI (User Interface) підходів, що визначають вигляд сьогоdnішнього цифрового середовища у будь-якій країні. Цей період став відправною точкою трансформації, де дизайн перестає бути лише «декоруванням» і перетворюється на стратегічне проектування досвіду.

Наступний етап розвитку цифрового дизайну пов'язаний із переходом від статичних до динамічних і інтерактивних вебресурсів. Дослідження еволюції вебу свідчать, що за останні 26 років відбувся перехід від сторінок з текстом до мультимедійних

цифрових екосистем, що інтегрують окрім тексту, відео, анімацію та складні сценарії взаємодії [27; 28; 29; 30; 31; 32]. У 2000-х роках формується парадигма Web 2.0, яка характеризується інтерактивністю, соціальною взаємодією, участю користувачів у створенні контенту (UGC – User-Generated Content) і виходом дизайну за межі десктопних програм (хмарні сервіси). Інтерактивні вебсайти на базі AJAX і контент, що генерується користувачами, вимагали нових підходів до залучення аудиторії, а значить і нового дизайну. Реліз iPhone у 2007 році став початком епохи touch-центричного дизайну, запровадивши жести та мультитач-інтерфейси. У 2010-х роках цифровий дизайн зазнає подальшої трансформації під впливом мобільних технологій і глобалізації. У 2010-х роках Ітан Маркотт ввів термін «адаптивний дизайн» (responsive web design), що дозволило інтерфейсам гнучко підлаштовуватися під будь-які екрани [32]. Відбувається перехід до адаптивного та респонсивного дизайну, а також поширення мінімалістичних підходів, таких як flat design. У цей період формується концепція дизайн-систем і уніфікованих візуальних мов, що забезпечують узгодженість цифрових продуктів між собою на різних носіях. Паралельно розвиваються нові технології – штучний інтелект, доповнена реальність, метавсесвіт, велика база даних, що сприяють переходу до нової парадигми UX 3.0, орієнтованої на проектуванні «інтелектуальних екосистем» [33].

У контексті глобальної історії цифрового дизайну Україна займає особливе місце як країна, що активно інтегрується у світовий цифровий простір, формуючи власну ідентичність. Розвиток українського цифрового дизайну можна умовно поділити на кілька етапів [34; 35].

- *Перший етап (1990–2000-ті роки)* характеризується адаптацією глобальних технологій і формуванням ринку вебдизайну. У цей період українські дизайнери переважно орієнтувалися на західні зразки та стандарти, а цифровий дизайн розвивався переважно як адаптаційна модель, орієнтована на запозичення західних підходів у вебдизайні та комп'ютерній графіці. Відсутність сформованої цифрової інфраструктури та обмежений доступ до

технологій визначали фрагментарність цього процесу. Водночас саме цей період заклав основи професійної спільноти дизайнерів, які працювали на перетині поліграфії, реклами та нових медіа.

- *Другий етап (2010-ті роки)* пов'язаний зі становленням українських дизайн-студій і виходом на міжнародний ринок. Україна стає важливим центром ІТ-індустрії та цифрових послуг, що сприяє розвитку UX/UI-дизайну як окремої професійної галузі. Водночас формується запит на національну ідентичність у дизайні, що проявляється у використанні культурних кодів, типографії та візуальних символів. Професійні дизайнери здебільшого адаптували мотиви вишивки, кераміки та петриківського розпису, створюючи унікальну візуальну мову, яка згодом трансформувалася в цифрові рішення.

- *Третій етап (2020-ті роки)* характеризується активною репрезентацією української ідентичності у цифровому середовищі, особливо в умовах соціально-політичних трансформацій. Сучасні дослідження підтверджують, що цифровий дизайн стає інструментом культурної дипломатії та національного брендингу, сприяючи формуванню позитивного образу України у світі [10; 21; 24]. Водночас відбувається поєднання глобальних UX/UI-практик із локальними культурними наративами, що створює унікальну модель українського цифрового дизайну.

Таким чином, історія цифрового дизайну демонструє поступовий перехід від технічно обмежених форм до складних інтерактивних систем, орієнтованих на користувача. У цьому процесі Україна виступає не лише як реципієнт глобальних тенденцій, але і як активний учасник формування сучасної цифрової культури, що поєднує інноваційність із культурною автентичністю.

Історія українського цифрового дизайну та формування національної ідентичності

Як вже зазначалося, історія українського цифрового дизайну є складником ширших процесів цифровізації культури та креативних індустрій, що активізувалися у світі на межі ХХ–ХХІ століть. Український цифровий дизайн має унікальну траєкторію, що поєднує глибоку культурну спадщину з потужною інженерною

Таблиця 1 – Еволюція цифрових технологій в українському IT-секторі та дизайні кінця XX століття

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
1989	Заснування «Mirasoft»	<i>Контекст.</i> Компанія виникла у 1989 році в Києві як ініціатива групи науковців Інституту кібернетики ім. В. Глушкова, науково-дослідного інституту НАН України, де було побудовано перший комп'ютер у континентальній Європі. Заснування «Mirasoft» є символічною точкою початку переходу України від індустріальної економіки до цифрової. Для ідентичності українського цифрового дизайну це означало появу трьох базових рис: технологічна компетентність, системність мислення та орієнтація на глобальний ринок. Саме на такому фундаменті згодом вирости сучасні українські UX/UI школи, GovTech-дизайн, стартап-культура та цифровий брендинг держави. <i>Наслідки:</i> – перехід від інженерного (технічної орієнтації) до людиноцентричного мислення (розуміння інтерфейсів, візуальної логіки та комфортної взаємодії користувача з системою); – формування репутації України як країни цифрової експертизи, здатної не лише виробляти код, а й створювати складні цифрові продукти; – злиття науки й дизайну, акцент на системності, структурі, алгоритмічності, прагнення до чіткої архітектури продукту, функціональності та раціональної естетики; – поява першого покоління фахівців локальної школи цифрового продуктового мислення.

Продовження таблиці 1

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
1990–1991	Перший комп'ютер «Квазар-Мікро»	<i>Контекст.</i> Перший комп'ютер Квазар-Мікро можна трактувати як символічний початок української цифрової інфраструктури, початок формування вітчизняної апаратної бази для дизайну. Для формування ідентичності українського цифрового дизайну ця подія означала появу технічної самостійності, інженерного фундаменту та локального середовища для цифрової творчості. Саме завдяки таким крокам у наступні десятиліття Україна змогла перейти від складання техніки до створення цифрових сервісів, брендів, інтерфейсів і глобально конкурентного дизайну. <i>Наслідки:</i> – матеріальна база для цифрової творчості, можливість працювати з цифровим інструментом локально; – формування образу України як технологічної держави; – зв'язок дизайну з інженерною культурою, мистецьких шкіл з технічними компаніями; – демократизація доступу до цифрових інструментів, розширення соціальної бази користувачів цифрової культури (дизайнери, верстальники, оператори графіки, веброзробники).
1995	Заснування «GSC Game World»	<i>Контекст.</i> Початок розвитку гейм-дизайну. Заснування «GSC Game World» стало подією, що ввела Україну в глобальний простір цифрового сторітелінгу та інтерактивного дизайну через розробку ігор («Козаки», «S.T.A.L.K.E.R»). Для ідентичності українського цифрового дизайну це означало появу рис атмосферності, культурної самобутності, технічної майстерності та здатності створювати цілі цифрові світи. Якщо ранні ІТ-компанії

Продовження таблиці 1

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
		дали інженерний фундамент, то «GSC Game World» дала українському цифровому дизайну емоційний і культурний голос. <i>Наслідки:</i> – поява цифрового дизайну як наративного середовища, де дизайн – це не лише інтерфейс чи логотип, а створення цілісного досвіду: світу, атмосфери, сценарію, поведінки користувача; – формування естетики пострадянського простору, формування українського візуального стилю; – поєднання технології (код) та культури (складний культурний продукт світового рівня); – вплив на нові покоління дизайнерів, симулювання в подальшому розвитку 3D-графіки, motion design, environment design, concept art, UX для інтерактивних продуктів.
1999	Портал «Ukr.net»	<i>Контекст.</i> Поява великих агрегаторів контенту з власним інтерфейсом. Запуск «Ukr.net» став подією, що перевела цифровий дизайн в Україні з експериментальної фази у масову. Для формування ідентичності українського цифрового дизайну це означало появу рис доступності, функціональності, локальної релевантності та щоденної корисності. Якщо ранні ІТ-компанії створювали технологічний фундамент, то «Ukr.net» сформував культуру масового користування українським цифровим інтерфейсом. <i>Наслідки:</i> – формування звички до локального цифрового продукту, зміцнення довіри до вітчизняних цифрових рішень;

Закінчення таблиці 1

Рік	Подія	Контекст і наслідки для формування ідентичності українського цифрового дизайну
		– розвиток інформаційної архітектури (новини, пошта, каталоги, сервіси), що сприяло розвитку культури структурованого вебдизайну, меню, модульних інтерфейсів і сценаріїв користувацької взаємодії; – поява української цифрової повсякденності; – утвердження і підтримка мовної та культурної ідентичності в інформаційному просторі у мережі; – стимулювання попиту на вебдизайнерів, редакторів, UX-фахівців, фронтенд-розробників, що сприяло професіоналізації галузі.

Складено авторкою на основі [34; 35; 38]

школою. Як засвідчують дослідження, цифровізація в Україні стала не лише технологічною необхідністю, а й рушійною силою трансформації культурного простору, відкривши нові можливості для створення, поширення та репрезентації культурних продуктів [36; 37]. У цьому контексті цифровий дизайн почав формуватися як інструмент комунікації, що поєднує візуальні практики з інформаційними технологіями.

Почнемо з початку. Після відновлення/здобуття незалежності в 1991 році Україна почала інтегруватися у світовий технологічний простір. Важливою віхою стало офіційне заснування Юрієм Янковським та його колегами компанії «Технософт», яка першою зайшла на ринок як провайдер – Інтернет Сервіс Провайдера (ISP). Того ж року було створено «ELEKS», а пізніше – «SoftServe» (1993) та «NIX Solutions» (1994), які стали кузнями кадрів для перших українських цифрових інтерфейсів. У 1992 році Україна отримала власний національний домен першого рівня «*.ua», що стало критичним кроком для самоідентифікації в мережі інтернет. У 1996–1997 роках з'явився перший український сайт. У 1999-му

Таблиця 2 – Ключові етапи формування українського цифрового дизайну першої третини XXI століття

Період	Панівний тренд, основні події	Вплив на цифровий дизайн
2000–2005	Ера аутсорсингу. Становлення вебепохи. <i>Події:</i> – масове поширення інтернету в Україні; – розвиток національних порталів («Ukr.net», «ROZETKA»); – становлення аутсорсингового ІТ-ринку	Напрацювання технічної бази; поширення попиту на вебсайти, банери, онлайн-медіа та перші студії вебдизайну; початок орієнтації дизайну на зручність і масового користувача; засвоєння західних стандартів UX/UI-проектування, Agile, продуктового мислення
2005–2010	Продуктовий бум. Проявлення цифрового продуктового мислення <i>Події:</i> – бум вебстудій і брендінг-агенцій (Київ, Львів, Харків, Одеса); – успіх «GSC Game World» і вихід ігрового дизайну на глобальний рівень – «S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl» (2007 р.) став міжнародною подією; – розвиток e-commerce	Український дизайн переходить від декоративності до системності; український візуальний стиль через ігровий дизайн увійшов у світову культуру і тим самим Україна заявила про себе як про країну, що здатна створювати складні цифрові світи; зростання інтернет-магазинів, що змінило вимоги до UX (каталоги, кошики, онлайн-оплата) і сформувало довіру через інтерфейс
2010–2015	Мобільна революція. Формування професійного стандарту. <i>Події:</i> – масове поширення смартфонів; – поява сильних продуктових компаній («Grammarly», «Genesis», «Preply», «MacPaw»); – поширення дизайн-освіти	Поява власних стартапів, перехід від «картинки» до складного UX-проектування; перехід від desktop-first до mobile-first підходу у дизайн-проектуванні; з'являються UI-дизайнери нового покоління; демонстрація можливості України створювати глобальні цифрові продукти; поява курсів UX/UI дизайну, нових освітніх програм у вишах, спільнот дизайнерів

Закінчення таблиці 2

Період	Панівний тренд, основні події	Вплив на цифровий дизайн
2015–2020	Цифрова держава. Зрілість цифрового дизайну. <i>Події:</i> – розвиток стартап-культури; – вхід держави у цифровий дизайн – створення «Дії», поява Міністерства цифрової трансформації України; – поширення дизайн-систем (UI kits, component libraries, accessibility); – вихід українських агенцій на світові фестивалі («Cannes Lions», «Red Dot»)	Запуск українськими командами продуктів SaaS (хмарного програмного забезпечення за підпискою), fintech (цифрові фінансові сервіси – онлайн-банкінг), edtech (технології для навчання), healthtech (цифрові рішення для здоров'я та медицини); GovTech-дизайн – проектування цифрових державних сервісів для громадян; перехід від окремих макетів до системних продуктів; підвищення стандартів якості розробки, посилення авторського стилю, глобальна видимість України
2020–2026	Brand Ukraine. Цифрова стійкість і глобальна впізнаваність. <i>Події:</i> – повномасштабна війна та цифрова адаптація; – цифровий дизайн як інструмент національної комунікації; – інтеграція AI у дизайн-процеси.	Після 2022 року український цифровий сектор показав надзвичайну стійкість через віддалену роботу, релокацію, безперервність сервісів; проявлення дизайну в айдентиці спротиву, інформаційних кампаніях, волонтерських платформах, міжнародних фандрейзингових сервісах; активне використання дизайнерами генеративного AI для досліджень, ідей, прототипування, контенту.

Складено авторкою на основі інтернет-джерел та [34; 35; 38]

запрацював у своїй першій версії портал «Ukr.net» [34; 35; 38; 39]. Багато подій на початку історії ІТ сфери в Україні (кінець ХХ століття) можна розглядати як чинник розвитку цифрового дизайну і формування національної ідентичності (табл. 1).

Період після 2000 року став для України часом стратегічного переходу від локальної комп'ютеризації до розбудови повноцінної цифрової економіки. Ця трансформація ознаменувала еволюційний шлях вітчизняного ІТ-сектору від нішевого сервісного аутсорсингу (*англ.* outsourcing; *укр.* підрядництво) до розробки глобальних продуктових рішень та формування унікальної візуальної ідентичності, яка гармонійно поєднує інженерну точність із національним культурним кодом. Саме в цей період відбулося формування таких основ сучасної ідентичності українського цифрового дизайну, як: а) *глобальна конкурентоспроможність* (орієнтація на найвищі міжнародні стандарти та здатність створювати продукти, що не мають географічних кордонів); б) *технологічна експертність* (глибоке розуміння технічного боку розробки); в) *гнучкість та адаптивність* (унікальна здатність миттєво реагувати на критичні зміни та проектувати досвід для нестабільних умов) та г) *культурна впізнаваність* (тонке втілення національних сенсів у сучасний мінімалізм). Нижче наведено ключові етапи та події, що сформували сучасне обличчя українського цифрового дизайну з початку 2000-х років до сьогодні (табл. 2).

Еволюція цифрових технологій в Україні після 2000 року – це шлях від вебсайтів і аутсорсингу до глобальних продуктів, GovTech, цифрової держави та AI. Саме в цей період український цифровий дизайн перетворився з ремесла на стратегічну галузь культурного та економічного розвитку. Цифровізація креативних індустрій сприяла формуванню нових моделей виробництва культурного контенту та комунікації з аудиторією. Цифрові платформи, соціальні мережі та онлайн-сервіси стали середовищем, у якому дизайнери отримали можливість не лише створювати продукти, а й безпосередньо взаємодіяти з глобальною аудиторією. Це сприяло формуванню конкурентоспроможної дизайнерської спільноти, орієнтованої на міжнародні стандарти

UX/UI-дизайну. Водночас саме в цей період з'являється потреба у формуванні власної візуальної ідентичності, що відрізняє український дизайн від глобальних шаблонів. Український цифровий дизайн за ці роки сформував такі риси: *системність* (інженерна школа); *адаптивність* (робота в кризових ситуаціях і змінах); *глобальність* (орієнтація на світовий ринок, перехід від периферійного ринку до частини світової дизайн-екосистеми); *людиноцентричність* (UX-мислення, високі UX/UI стандарти); *культурна самобутність* (локальні сенси у глобальному форматі); *стійкість* (проектування систем, які продовжують працювати навіть за несприятливих умов, resilience як бренд країни).

Сучасний етап розвитку цифрового дизайну в Україні тісно пов'язаний із впровадженням інноваційних технологій, таких як доповнена реальність, віртуальні середовища та NFT. Дослідження Оксани Іванової [40] демонструє, що технології розширеної реальності змінюють не лише інструментарій дизайнера, а й саму логіку проектування, відкриваючи нові можливості для інтерактивності та занурення користувача. Паралельно з цим розвиток метавесвітів і цифрових активів (NFT, аватари, доменні імена тощо) формує нову парадигму дизайну, у якій цифрове мистецтво та дизайн остаточно відокремлюються від традиційних форм і набувають самостійної економічної та культурної цінності [41]. Це свідчить про перехід від репрезентаційної функції цифрового дизайну до створення повноцінних цифрових середовищ.

Як вже згадувалося в контексті аналізу останніх досліджень з теми, особливістю українського цифрового дизайну є його тісний зв'язок із соціально-політичними процесами. Зокрема, дослідження сучасного стану дизайну в умовах війни показують, що боротьба за національну ідентичність стала ключовим фактором розвитку візуальної культури [42]. В умовах кризових трансформацій дизайн виконує не лише естетичну чи комунікативну функцію, а й стає інструментом культурної мобілізації, інформаційного спротиву та формування національного нарративу. Візуальні образи, типографія, кольорові рішення та символіка активно

використовуються для репрезентації української ідентичності у глобальному інформаційному просторі.

Формування ідентичності сучасного українського цифрового дизайну відбувається на перетині трьох ключових вимірів: культурного, технологічного та комунікаційного. З одного боку, він спирається на традиційні візуальні коди – орнаментику, народне мистецтво, історичну символіку. З іншого – інтегрує сучасні цифрові практики, такі як UX/UI-дизайн, дизайн-системи та інтерактивні інтерфейси. Важливим аспектом є також динамічний характер цифрової ідентичності. На відміну від традиційного графічного дизайну, де ідентичність має відносно стабільний характер, у цифровому середовищі вона постійно трансформується під впливом технологій, користувацького досвіду та соціальних змін. Це підтверджується дослідженнями цифрової нестабільності інтерфейсів, які вказують на необхідність їх постійного оновлення та адаптації [43].

Тож сучасний український цифровий дизайн постає як гнучка система, у якій поєднуються локальні культурні коди та глобальні технологічні тренди, з високим рівнем інноваційності, соціальної залученості та культурної рефлексії. Він набуває статусу стратегічного ресурсу, що визначає конкурентоспроможність нашої держав, ефективність комунікації та інтеграцію у міжнародні ринки. Виконуючи не лише функцію комунікації, український цифровий дизайн стає інструментом формування культурної дипломатії, репрезентації України у глобальному цифровому середовищі, національної ідентичності. Його ідентичність формується через постійний діалог між традицією і сучасністю, локальним і глобальним, що забезпечує його унікальність і конкурентоспроможність. Історія українського цифрового дизайну демонструє еволюцію від адаптації імпортованих моделей до формування власної ідентичності, що ґрунтується на культурній спадщині та сучасних технологіях. Цифровізація креативних індустрій відкрила нові можливості для інтеграції України у світовий культурний простір. Цифровий дизайн виступає важливим чинником формування конкурентних переваг, забезпечує диференціацію продуктів і послуг,

підвищує ефективну комунікацію з користувачем. Український дизайн у цьому контексті не є ізольованим феноменом, а інтегрується у європейську екосистему креативних індустрій, яка теж базується на принципах інноваційності, міждисциплінарності та культурної взаємодії.

Сучасний український цифровий дизайн у координатах глобального ринку

Сьогодні Україна детермінується в європейському та глобальному цифровому просторі не лише як потужний сервісний хаб, але і як суб'єкт формування нових стандартів взаємодії. Глобальні продуктові кейси, такі як «Grammarly», «MacPaw» та «Reface», виступають репрезентантами тягlosti української дизайн-думки, демонструючи здатність вітчизняної школи UX/UI масштабуватися на багатомільйонні аудиторії. Їхній успіх є свідченням зрілості української візуальної комунікації, де інженерна логіка поєднується з високою емпатією до користувача, що дозволяє українським продуктам інтегруватися в європейський ринок та активно трансформувати його через інноваційний користувацький досвід. Для глибшого розуміння механізмів цієї трансформації доцільно здійснити ретельний аналіз зазначених продуктових кейсів крізь призму їхніх дизайн-стратегій та архітектури користувацького досвіду.

1. Кейс «Grammarly» (заснований у 2009 році) [44]. Це приклад експансії української дизайн-думки на глобальний ринок. У контексті еволюції цифрового дизайну цей продукт демонструє фундаментальний перехід від інструментального виправлення помилок до проектування складних комунікаційних стратегій на основі штучного інтелекту. В продукті закладений спосіб трансформації когнітивної взаємодії через дизайн-інновації. Спочатку це була директивна модель «граматичного контролю». Тепер це – фасилітуюча модель «комунікаційного коучингу». Продукт реалізує концепцію «непомітного дизайну», інтегруючись безпосередньо в операційне середовище користувача – від браузерних розширень до професійних інструментів проектування (наприклад, Figma). Такий підхід мінімізує когнітивне навантаження та забезпечує

безперервність користувацького досвіду, оптимізує часові витрати та підвищує рівень задоволення клієнтів. Це підтверджує тезу про те, що український цифровий дизайн у глобальних координатах визначається здатністю створювати інтелектуально місткі та етично орієнтовані цифрові екосистеми, що є сучасним проявом української ідентичності.

2. Кейс «MacPaw» (заснований у 2008 р., Київ) [45]. Це приклад того, як українська школа дизайну інтегрує принцип «нативності» (від англ. native) – глибокої відповідності продукту стилістиці та логіці операційної системи Apple, що забезпечує безшовний користувацький досвід і є репрезентантом високих стандартів візуальної культури в існуючій екосистемі відомого бренду. Флагманський продукт «CleanMyMac» трансформував утилітарну функцію технічного обслуговування системи у захопливий візуальний процес. Дизайн-стратегія компанії базується на мікроінтеракціях, надзвичайній увазі до деталізації іконок, звукового супроводу та анімацій. Це дозволяє нівелювати когнітивну рутину та перетворювати взаємодію з інтерфейсом на емоційно позитивний досвід. Продукти «MacPaw», зокрема «CleanMyMac» та платформа «Setapp», регулярно стають лауреатами престижних міжнародних нагород («Red Dot», «UX Design Awards»). Платформа «Setapp», як перший сервіс підписки на додатки для macOS, втілює принцип «корисності понад наповнення», де дизайн-стандарти (usability та безпека) виступають головним фільтром для відбору софту. Це підтверджує перехід українських компаній від розробки окремих інструментів до створення комплексних екосистем.

3. Кейс «Reface» (заснований у 2020 р., Київ) [46]. Додаток «Reface» став глобальним кейсом того, як складні технологічні рішення на основі генеративно-змагальних мереж (GAN – Generative Adversarial Networks) можуть бути успішно інкорпоровані у масову цифрову культуру через інтуїтивний дизайн. Дизайн-стратегія «Reface» базується на максимальному спрощенні входу користувача у складний технологічний процес. Концепція інтерфейсу «трансформація в один дотик»

Таблиця 3 – Видатні проекти та нагороди українських агентцій

Агенція/ Студія	Проект	Нагороди	Значення
«Banda»	«Chornobyl Identity»	«Red Dot Design Award» (2018)	Використання дизайну для розповіді про зникнення та радіоактивний розпад
«MadCats»	«MITKA»	Yellow Pencil D&AD (2021), «Red Dot Design Award» (2020); «European Design Award, Shortlist» (2020); «Epica Award, Shortlist» (2020)	Радикальна спроба спрощення брендингу промислових товарів через поєднання практичності, привабливості, гумору, сміливої візуальної частини та стратегічного мислення
«Grape»	«Канів 1971»	«Various Red Dot Design Award» (2022)	Поєднання фольклорного стилю Марії Примаченко з екопросвіткою у проектуванні айдентики бренду
«Obys»	«Art Against War in Ukraine Museum»	«Awwwards», «CSS Design Awards» та інші (2023–2024)	Створення цифрового архіву військовій творчості з акцентом на типографію
«Saatchi & Saatchi UA»	«National Parks of Ukraine: Encoded Identity»; «Axa Insurance – Nun»	«Red Dot Design Award» (2018)	Кодування ідентичності через візуальні символи

нівелює потребу у спеціальних технічних знаннях, що робить високотехнологічний AI-продукт доступним для глобальної аудиторії. Успіх продукту (визнання кращим додатком у Google Play у 2020 році) підтвердив тренд на використання штучного інтелекту в індустрії розваг. У контексті українського дизайну «Reface» демонструє здатність працювати з новими формами контенту (AI-аватари, генеративне відео), зберігаючи баланс між розважальним потенціалом та етичними викликами цифрової ідентичності.

Паралельно з успіхом продуктових IT-гігантів, важливу роль у репрезентації України на світовій арені відіграють креативні та дизайн-агенції. Їхня діяльність засвідчує високу конкурентоспроможність вітчизняної школи комунікаційного дизайну, що підтверджується численними нагородами найвищого професійного рівня (табл. 3).

Яскравим прикладом інституційного лідерства та проявлення національного брендингу є проєктна діяльність агенції «Banda». Історичним моментом для професійної спільноти став 2018 рік, коли агенція «Banda» отримала титул «Агенції року» за версією «Red Dot Design Award» [47]. Робота агенції над стратегічним брендингом держави («Ukraine Now») та масштабними комерційними проєктами (наприклад, для мережі «ОККО») продемонструвала здатність українського дизайну створювати цілісні візуальні екосистеми. Це встановило нову планку для комунікаційного дизайну, де креативна ідея корелює з економічною ефективністю та міжнародним іміджем країни.

Радикальною прямою і прикладом інтелектуального дизайну є робота агенції «Madcats». Кейс агенції «Madcats» із проєктом «MITKA» (бренд фарби), що здобув престижну нагороду «Yellow Pencil» на конкурсі «D&AD», ілюструє силу «безперспективно прямої» та чесної комунікації [48]. У контексті глобального ринку, перенасиченого складними метафорами, такий підхід виділяється своєю концептуальною чистотою та функціональністю, що є ознакою зрілості та впевненості локальної дизайн-школи.

Особливе місце в експорті українського дизайну посідають бутікові студії, такі як агентство «Obys» [48; 50]. Їхня спеціалізація на мінімалізмі, складній типографії та інноваційному вебестетизмі дозволяє українським проектам домінувати на глобальних платформах (наприклад, «Awwwards» чи Behance). Це формує образ України як осередку витонченого, технологічного та інтелектуального цифрового продукту. Проект «Art Against War in Ukraine Museum (AAWU(M))» постає як багатофункціональна цифрова платформа, що поєднує в собі роль художнього архіву та глобального маніфесту. Розроблений агенцією «Obys», цей ресурс трансформує традиційну концепцію онлайн-виставки у формат динамічного цифрового музею, що рефлексує над емоційними, політичними та соціокультурними трансформаціями України в умовах воєнного стану.

Знаковим для 2018 року став і проєкт «National Parks of Ukraine: Encoded Identity» агенції «Saatchi & Saatchi Ukraine», що здобув нагороду «Red Dot Design Award». У межах цієї роботи було створено унікальну систему візуальної ідентифікації для 28 національних парків України, де кожен логотип базувався на деконструкції традиційного українського орнаменту та його переосмисленні крізь призму природних особливостей регіонів. Цей кейс продемонстрував, як сучасний цифровий дизайн може слугувати інструментом «м'якої сили», перетворюючи культурну спадщину на актуальний візуальний код, зрозумілий глобальному професійній спільноті. Іншим вектором успіху цієї агенції стала кампанія для Axa Insurance – «Nun», яка також отримала визнання на «Red Dot Design Award». Використання сміливих, іноді провокативних візуальних образів та нетипового для страхового ринку гумору засвідчило високий рівень інтелектуальної свободи українських дизайнерів. Здатність до створення вірального (від англ. viral), емоційно насиченого контенту, що водночас відповідає суворим стандартам міжнародного бренду, закріпила за українськими креативними хабами статус суб'єктів, здатних диктувати тренди у сфері рекламних комунікацій [51].



Рисунок 1 – Культурний проект «Шрифтова Абетка української ідентичності» благодійної організації «Projector Foundation» [53]

Український цифровий дизайн як інструмент ідентичності, боротьби, філософії інклюзивності та лідерства цифрової трансформації.

Після початку повномасштабного вторгнення країни агресора роль дизайну в Україні вийшла за межі комерції. Він став інструментом документування війни та маніфестації національної ідентичності.

Проект «Шрифтова абетка української ідентичності» від «Projector Foundation», став важливим культурним медіа-проектом. Він популяризує сучасні українські шрифти, закликаючи відмовлятися від шрифтів російського походження. Кожна з 33 літер абетки присвячена певному символу української ідентичності – від А (Мрія) до Ї (Протитанковий їжак) та В (Воля) та статтями про ці символи, події й постаті [49]. Сторінка кожної літери оформлена одним з українських новітніх шрифтів з доданим профайлом їхніх авторів та посиланням на ліцензійне використання (рис. 1).

Цей проект демонструє «шрифтовий ренесанс», який переживає Україна, де кожна деталь інтерфейсу несе в собі глибокий історичний та емоційний зміст. Для проекту було використано шрифти від провідних українських дизайнерів [49; 53]. Наприклад:

- шрифт «Volja», який був розроблений дизайнеркою Марчею Можиною на основі літерингу художника УПА Ніла Хасевича і який тепер є одним з двох офіційних шрифтів ЗСУ;
- шрифт «Ruthenia» авторства Василя Чебаника, який є прикладом церемоніального шрифту, що використовується для офіційних вітань, висловлення подяк та оформлення дипломів;
- шрифт «Old Kharkiv» авторства дизайнера Богдана Гдаля, який надихнувся старою фотографією з Харкова першої половини XX століття, яку він випадково знайшов в мережі інтернет;
- шрифт «Fixel», який став основним шрифтом для інтерфейсу абетки. Він був розроблений студією Обус для української продуктової компанії MacPaw, яка стала головним партнером проекту;
- шрифт «NAMU» від Дмитра Растовцева, що був спеціально розроблений для Національного художнього музею ще у 2018 році і є безплатним, універсальним шрифтом, що підтримує кирилицю, латиницю та грецьку мову.

Ще Україна на сьогодні впевнено утверджується як один із міжнародних прикладів успішної цифрової трансформації державного управління, де цифровий дизайн, технології та сервісна логіка поєднані в цілісну екосистему взаємодії громадянина з державою. Ключовим символом цього процесу став застосунок та портал «Дія», який перетворив складні бюрократичні процедури

на зрозумілий цифровий досвід. Через платформу громадяни отримали можливість користуватися цифровими документами, реєструвати бізнес, оформлювати допомогу, подавати заяви, сплачувати податки, отримувати витяги та інші послуги без фізичного відвідування установ. Такий підхід змінив саму філософію державного сервісу. Замість установоцентричної моделі була впроваджена людиноцентрична система, де в центрі перебувають потреби користувача, швидкість доступу та простота інтерфейсу [54].

Особливе значення має те, що «Дія» стала не лише технологічним продуктом, а й еталоном сучасного державного UX/UI-дизайну. Інтерфейс цієї платформи побудований за принципами мінімалізму, логічної для споживача навігації, єдиної візуальної системи та зрозумілих сценаріїв взаємодії з клієнтом. Це дозволило сформувати високий рівень довіри користувачів і зробити державні сервіси більш інтуїтивними навіть для людей без значного цифрового досвіду. Важливо, що цифрова ідентичність сервісу має послідовний характер. Графічна мова, типографія, структура екранів і тон комунікації підтримують впізнаваність цього цифрового бренду державних послуг нового покоління [55].

Не менш важливим складником стала доступність цифрових сервісів. Застосунок «Дія» не лише спростив доступ до послуг, а й задав стандарти доступності. Відповідно до моніторингу вебдоступності державних ресурсів, проведеного за участі Програми розвитку ООН в Україні, у фокусі оцінювання перебували такі критерії стандарту WCAG 2.1, як контрастність тексту не менше 4,5:1, альтернативні тексти для зображень, зрозуміла структура сторінок, коректна робота з клавіатурною навігацією та сумісність із допоміжними технологіями. Такі вимоги є критично важливими для людей із порушеннями зору, моторики або когнітивними особливостями, оскільки забезпечують рівний доступ до інформації та послуг [56]. Українська цифрова трансформація демонструє, що інклюзивність поступово стає не додатковою опцією, а базовим стандартом державного дизайну.

Показово й те, що досвід «Дія» привернув увагу інших країн як еталонна модель цифрової модернізації держави. Україна

продемонструвала, що навіть у складних соціально-політичних умовах можливо створити сучасну державну платформу, яка поєднує ефективність адміністрування, візуальну якість, доступність та довіру користувачів. У цьому контексті «Дія» постає не просто сервісом, а візуальним маніфестом нової української ідентичності, в якій поєднані нові технології та прозорість процесів і відсутній бюрократичний архаїзм. Через мінімалізм інтерфейсів, інтуїтивну логіку взаємодії та сміливі комунікаційні рішення український цифровий дизайн переосмислив саму природу стосунків між громадянином і державою, трансформувавши їх із вертикалі примусу в горизонталь сервісу та партнерства. Саме тому «Дія» сьогодні розглядається як глобальний тренд на «державу як продукт», де національна ідентичність транслюється не через декоративні елементи, а через високу якість цифрової культури, інклюзивність та безкомпромісну орієнтацію на добробут користувача [57].

Філософія інклюзивності також яскраво представлена в продуктах компанії «BetterMe» [58]. Їхній додаток «Workout for Seniors», розроблений спеціально для людей поважного віку, демонструє притаманну українському дизайну високу емпатію. Це виражається не лише у специфіці контенту (йога на стільці, вправи з низьким навантаженням), а й у продуманій архітектурі інтерфейсу, яка адаптує складні технології під потреби вразливих груп населення. Додаток має інтерфейс із великими інтерактивними елементами (кнопками), високою контрастністю та максимально спрощеною навігацією. Особливе місце в екосистемі бренду посідає проект «BetterMe Business», який фокусується на підтримці позаофісних (deskless) працівників, які не мають фіксованого робочого місця або постійного доступу до комп'ютера (наприклад, персонал складів, логістичних центрів чи магазинів). У цьому кейсі ідентичність українського дизайну проявляється через його демократичність та інклюзивність. Застосунок створює умови для залучення до культури добробуту (wellness) людей, чия професійна діяльність вимагає мобільності та не передбачає роботи в офісному середовищі.

У контексті дослідження українського цифрового дизайну показовим прикладом є екосистема застосунків «Ajax

Systems» [59] – одного з найвідоміших українських технологічних брендів, що успішно працює на глобальному ринку. Компанія демонструє, як український цифровий продукт може поєднувати інженерну точність, сильну візуальну ідентичність та високий рівень користувацького досвіду. Дизайн застосунків «Ајах» засвідчує системний підхід до побудови інтерфейсів, де ключовими цінностями виступають зрозумілість, швидкість взаємодії та надійність сприйняття інформації. У сфері безпеки це особливо важливо, адже користувач повинен миттєво орієнтуватися в інтерфейсі та приймати рішення без когнітивного перевантаження. Візуальна мова застосунків «Ајах Systems» відповідає сучасним принципам функціонального мінімалізму, що формує впізнаваний стиль українського цифрового дизайну, у якому естетика підпорядковується ефективності сервісу. Водночас бренд зберігає власну айдентику через послідовність графічних рішень у мобільних, десктопних і професійних застосунках, що є ознакою зрілої дизайн-системи. Важливо й те, що цифровий продукт українського походження сприймається на міжнародному ринку як технологічно конкурентний і візуально сучасний.

Досвід вітчизняних креативних індустрій свідчить про суб'єкту трансформацію українського дизайну в європейському просторі. Український дизайн у європейському просторі сьогодні є не лише виконавчим ресурсом, а й інтелектуальним донором. Пропонуючи нестандартні візуальні стратегії та новаторську методологію вирішення складних комунікаційних завдань, українські агенції визначають власні стандарти в загальносвітовому професійному дискурсі.

Висновки. Узагальнення результатів проведеного дослідження дає змогу констатувати, в умовах глобальної цифровізації інформаційного суспільства цифровий дизайн зазнав фундаментальної онтологічної трансформації. Він еволюціонував із прикладного візуального інструментарію у стратегічний метамеханізм формування користувацького досвіду, соціальної комунікації та колективної ідентичності. Феномен українського цифрового дизайну в цьому контексті постає не як периферійна адаптація західних стандартів, а як самобутня модель, що пройшла шлях від

запозичення імпорتنих практик у 1990-х роках до утвердження власної цифрової суб'єктності у 2020-х.

Еволюція галузі, структурована за трьома історичними етапами (інфраструктурне становлення та апробації глобальних стандартів на локальному ґрунті 1990–2000-х; професіоналізація, масовий вихід українських фахівців на міжнародні ринки та кристалізація методології UX/UI-проектування у 2010-х; етап цифрової суб'єктності, формування Brand Ukraine, культурної дипломатії та AI-інтеграції 2020-х), засвідчує формування унікального ідентифікаційного профілю українського дизайну. Його основоположною рисою є здатність до органічного синтезу локальних культурних кодів з універсальними технологічними стандартами.

До ключових концептуальних висновків дослідження віднесено наступні положення:

1. Цифровий дизайн на сьогодні можна вважати чинником трансформацій, оскільки він детермінує (обумовлює) вектори соціальних, економічних і культурних перетворень, виступаючи мовою взаємодії між людиною, державою та технологією.

2. Українська модель цифрового дизайну сформувалася на перетині потужної інженерної традиції, доволі глибокої інтеграції в глобальний IT-ринок та тягlosti національної візуальної культури. Фундаментальною рисою вітчизняної дизайн-школи визначено здатність до високотехнологічного синтезу локальних культурних кодів з універсальними міжнародними стандартами. Це поєднання породило особливу естетику, де раціональність структури доповнюється високим рівнем емпатії та людиноцентричності, що дозволяє українським продуктам бути одночасно автентичними та зрозумілими глобальному споживачеві. Українська ідентичність у цифровому дизайні сьогодні транслюється через автентичну типографію, переосмислення символіки та створення інклюзивних цифрових екосистем, що задають нові стандарти для світової спільноти та виступає впізнаваним візуальним кодом.

3. Український цифровий дизайн у сучасних умовах сформувався як багатовимірний стратегічний ресурс, у якому поєднуються функції культурної репрезентації, суспільної стійкості,

інклюзивного сервісу та глобальної конкурентоспроможності. В умовах викликів воєнного часу та процесів європейської інтеграції цифровий дизайн переосмислюється як інструмент державної суб'єктності та культурного спротиву, постає формою м'якої сили держави, що транслює світові цінності свободи, гідності, відкритості й інноваційності. Успіх українських продуктів у сферах GovTech (феномен «Дії»), AI та бренд-комунікацій свідчить про те, що український цифровий дизайн став не лише як частина креативної індустрії, а як інструмент формування довіри, соціальної згуртованості, міжнародного іміджу та економічного розвитку.

4. Успіх українських цифрових продуктів та креативних агенцій на глобальному ринку (перемоги на «Red Dot Design Award», «Awwwards», «CSS Design Awards» та інших) доводить, що Україна виступає не просто реципієнтом, а інтелектуальним донором європейського простору, пропонуючи зрілі методологічні підходи до проектування досвіду. Тим самим український цифровий дизайн демонструє свою конкурентоспроможність та експертність.

5. Майбутній розвиток галузі вбачається у поглибленні розробки власних національних дизайн-систем, проектуванні AI-орієнтованих інтерфейсів та розширенні присутності у XR-середовищах. Пріоритетним залишається подальше зміцнення українського візуального коду, що забезпечує впізнаваність України як інноваційного інтелектуального хабу.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що ідентичність українського цифрового дизайну – це динамічна система, яка базується на дихотомії традиції та інновації. Вона є свідченням зрілості нації, здатної не лише споживати цифрові блага, а й проектувати майбутнє глобальної візуальної комунікації, наповнюючи її глибоким змістом, етикою та національною виразністю. Сьогодні український цифровий дизайн виступає активним суб'єктом та інтелектуальним донором глобальної цифрової культури, формуючи нові етичні та естетичні орієнтири в європейському просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Васильців Н. М., Заставний В. С. Особливості цифрового продукту в умовах цифрової трансформації бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. № 59. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-98>
2. Наумкіна С. М., Гедікова Н. П. Трансформація національної ідентичності в умовах цифрової глобалізації та інформаційних війн. *Науковий журнал «Політикус»*. 2025. № 5. С. 65–68. DOI <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-5.10>
3. Ereso N., Mariam N. Trends And Research Directions In Graphic Design For Social Values And Cultural Identity: A Systematic Literature Review. *International Journal of Graphic Design*. 2025. № 3(2). Р. 340–364. DOI <https://doi.org/10.51903/ijgd.v3i2.3101>
4. Удріс-Бородавко Н. Структурна модель графічного дизайну як соціокультурного явища. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2025. Том 8. № 1. С. 8–20. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.1.2025.330434>
5. Удріс-Бородавко Н. Джерела ідентичності: український наїв у сучасному графічному та міжвидовому дизайні. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Том 7. № 2. С. 263–288. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315460>
6. Удріс-Бородавко Н. Дизайн національно ідентифікованих об'єктів візуальної комунікації в сучасній Україні як соціокультурна технологія. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2018. С. 109–114. DOI <https://doi.org/10.26565/2227-6521-2018-40-14>
7. Son N. D. Exploring User Cultural Identity in Shaping Reflective Design Style on Interactive User Interfaces. *Navigating the World of Multimedia – Innovation and Applications*. 2024. DOI: <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.1007184>
8. Liu F. Modify Your Design for Global Audiences: Crosscultural UX Design. *Nielsen Norman Group*. March 21, 2021. URL: <https://www.nngroup.com/articles/crosscultural-design/> (дата звернення: 16.04.2026).
9. Самулінас С., Житеньова Н. Інновації в UI/UX-дизайні як ключ до успішного просування вебресурсів. *Professional Art Education*. 2025. Том 6. № 1. С. 93–106. DOI <https://doi.org/10.34142/27091805.2025.6.01.09>
10. Rodinova N., Pylypchuk N., Domashenko S., Havrylyuk I., Androsovykh A. Ukrainian Economy in the Era of Digital Branding:

- Risks and Opportunities. *Futurity Economics & Law*. 2024. Vol. 4. No. 4. Pp. 4–24. DOI <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.12.25.01>
11. Shen J. Cross-cultural Design and the Role of UX. *Toptal*. December 19, 2016. URL: <https://www.toptal.com/designers/web/cross-cultural-design> (дата звернення: 16.04.2026).
 12. Удріс-Бородавко Н. Глокальний дизайн як міждисциплінарна модель проектної діяльності. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Том 7. № 1. С. 8–22. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.1.2024.300916>
 13. Kasemsarn K., Harrison D., Nickpour F. Applying Inclusive Design and Digital Storytelling to Facilitate Cultural Tourism: A Review and Initial Framework. *Heritage*. 2023. Vol. 6. Issue 2. P. 1411–1428. DOI <https://doi.org/10.3390/heritage6020077>
 14. Prastya M. W. A., Dellia P., Najib S., Kusumawati W., Ningsih L. S., Ningsih. N. Designing The UI/UX of a Website Introducing Traditional Culture Focusing on Dance Using the User-Centered Design Method. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications (JAIEA)*. 2024. Vol. 3. No. 3. Pp. 846–851 DOI: <https://doi.org/10.59934/jaiea.v3i3.525>
 15. Головка, О. А. Етнодизайн у медіа й рекламі. *Обрії друкарства*. 2025. 1(17), С. 266–279. DOI [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1\(17\).334099](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).334099)
 16. Сиваш І. О. Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : наук. журнал*. 2024. № 2. С. 131–138. DOI <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308373>
 17. Колеснікова А., Подлевський С., Осадча А. Етнодизайн в контексті цифрових технологій: роль комп'ютерної графіки у створенні візуальної ідентичності. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. Вип. 83. Том 2. С. 50–57. DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/83-2-7>
 18. Kirjakovski A. Rethinking perception and cognition in the digital environment. *Frontiers in Cognition*. 2023. Vol. 2. DOI: <https://doi.org/10.3389/fcogn.2023.1266404>
 19. Vytalov S., Petrova I., Goncharova O., Herchanivska P., Kravchenko A. Digital culture in the virtual space. *Multidisciplinary Reviews*. 2024. Vol. 7. 2024spe033. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe033>
 20. Lachner F., von Saucken C., Mueller F.'Floyd', Lindemann U. Cross-Cultural User Experience Design Helping Product Designers to Consider Cultural Differences. *Cross-Cultural Design Methods*,

- Practice and Impact*. 01 January 2015. Part I. LNCS 9180. P. 58–70. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-20907-4_6
21. Safronova A., Safronova O. Representing the national identity of Ukraine in graphic design. *Academia Polonica*. 2025. 71(4). P. 139–147. DOI <https://doi.org/10.23856/7116>
 22. Hudzenko O. Digital Transformation in Culture: Current Realities and Development Perspectives. *Skhid (EAST)*. 2023. Vol. 4. No. 3. P. 29–33. DOI [https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4\(3\).296605](https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4(3).296605)
 23. Cherniyavskiy V., Dubrivna A., Cherniyavskiy K., Galchynska O., Bilozub L. Digital art as new modern global trend in socio-cultural space of Ukraine. *Amazonia Investiga*, 2022. Vol. 11. No. 60. P. 150–155. DOI <https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.16>
 24. Удріс-Бородавко Н., Ткачук А. Системний підхід та українська ідентичність у дизайн-системі маркетингової комунікації книжкового видання. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2023. Том 6. № 2. С. 248–265. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.6.2.2023.292143>
 25. Новік Г. В., Гнатюк Л. Р., Ясенюк С. О. Дизайн-системи: аналіз впливу на цифрове та фізичне середовище. *Теорія та практика дизайну*. 2023. № 29–30. С. 180–188. DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.21>
 26. Hardabkhadze I. Design Thinking Transformation on the Platform of Digital Project Culture under the Influence of Industrialization. *Culture and Arts in the Modern World*. 2019. No. 20. P. 53–65. DOI <https://doi.org/10.31866/2410-1915.20.2019.172395>
 27. Nielsen J. History of the Graphical User Interface: The Rise (and Fall?) of WIMP Design. *UX Tigers*. Feb 23, 2024. URL: <https://www.uxtigers.com/post/gui-history>
 28. Manchi P. The UX & UI Reformation : How User Experience and Interface Design Evolved from Academic Research to Global Industry. *UX/UI Timeline Mathematical proved*. March 2025. URL: <https://www.uxuithesis.site/>
 29. Varchatiuk K. Web Histiry Chapter#1: Web Design Evolution. *Fireart Studio*. March 12, 2026. URL: <https://fireart.studio/blog/web-history-chapter-1-web-design-evolution/>
 30. Web Design History Timeline: Explore the timeline of milestones in the history of web design from 1990 to the present. *Web Design Museum*. URL: <https://www.webdesignmuseum.org/web-design-history>
 31. MacManus R. The history of web design, 1993–2012: season 5 launch. *Cybercultural*. January 13, 2026. URL: <https://cybercultural.com/p/history-of-web-design/>

32. The History of UI/UX Design : A Look Through Time at the Art of Interface Design. KNUT. October 10, 2023. URL: <https://www.knut.com/resources/the-history-of-ui-ux-design-a%C2%A0look-through-time-at-the-art-of-interface-design/>
33. Xu W. User-Centered Design (IX): A “User Experience 3.0” Paradigm Framework in the Intelligence Era. *Human-Computer Interaction* (cs. C). 24 Mar 2023. arXiv:2302.06681v6. DOI <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.06681>
34. Давидова В. 30 років ІТ в Україні Як це було. *Softserver.LIGA.net*. 26.08.2021. URL: https://project.liga.net/projects/it_history/
35. Мариненко А. Історія інтернету: від Ніколи Тесли до 2026 року. Gida Cloud. 13 Лис 2025. URL: <https://gigacloud.ua/articles/istoriya-vynyknennya-internetu-vid-nikoly-tesly-do-web-3-0/>
36. Biletska, O. Culture as a nation branding tool within the international interaction system. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. No 22. Pp. 22–33. DOI <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>
37. Pletsan, K. Theoretical and methodological principles of digitalisation of cultural space in the process of creative industry development in Ukraine. *Culture and Arts in the Modern World*. 2021. No 22. P. 85–102. DOI <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897>
38. Стебліна В. Як розвивався інтернет в Україні впродовж 26 років незалежності. 29 Серпня 2017. URL: <https://tokar.ua/read/19365/iak-rozvyvavsia-internet-v-ukraini-vpro/>
39. Компанія щасливих людей. Велике інтерв'ю засновника ELEKS Олексія Скрипника / Partner's Material. *Forbes.ua*. 02 сентября 2021. URL: <https://forbes.ua/ru/company/kompaniya-shchaslivikh-lyudey-velike-intervyu-zasnovnika-eleks-oleksiya-skrpnika-02092021-2337>
40. Іванова О. Трансформація графічного дизайну під впливом технології доповненої реальності: історія та сучасність. *Fine Art and Culture Studies*. 2023. № 4. С. 141–146. DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-19>
41. Антоненко І. В. Напрямки розвитку українського дизайну у контексті метавсесвіту. *European scientific congress : proceedings of XII International Scientific and Practical Conference*, Madrid, Spain, 25–27 December 2023. Barca Academy Publishing, Madrid, Spain, 2023. P. 395–400. URL: <https://sci-conf.com.ua/xii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-european-scientific-congress-25-27-12-2023-madrid-ispaniya-arhiv/>

42. *Ucraina libertatem*. Трансформація гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Київ. 11 листопада 2025 р.) / ред. кол. : О. В. Ковальчук (голова), М. І. Циганик, В. В. Карпов (відп. ред.) [та ін.]. Київ : Київ. століч. ун-т ім. Б. Грінченка, 2025. 311 с. URL: https://fomd.kubg.edu.ua/images/2024/FOMD_2025/1512202501.pdf
43. Салига П. Вплив цифрової нестабільності на дослідження дизайну інтерфейсів. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. Том 7. № 2. С. 289–302. DOI <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315463>
44. Grammarly as a Digital Writing Technology: Impacts and Future Implications. *Uniwriter*. (б.д.) URL: <https://www.uniwriter.ai/creative-writing/grammarly-as-a-digital-writing-technology-impacts-and-future-implications/>
45. About MacPaw: Our mission, vision, and core values. *MacPaw*. URL: <https://macpaw.com/about>
46. What Is the Brief History of Reface Company? *Canvas. Business Model*. July 12, 2025. URL: <https://businessmodelcanvastemplate.com/blogs/brief-history/reface-brief-history>
47. Red Dot Award: Ukraine's Banda becomes Agency of the Year. *Ukrinform*. 27.10.2018. URL: <https://www.ukrinform.net/rubric-society/2567483-red-dot-award-ukraines-banda-becomes-agency-of-the-year-photo-video.html>
48. Creativity in times of war: Outstanding branding projects from Ukraine. *Admind*. February 24, 2025. URL: <https://admindagency.com/creativity-in-times-of-war-outstanding-branding-projects-from-ukraine/>
49. Буняк В. Projector Foundation створила культурний проєкт «Шрифтова Абетка української ідентичності». *ДМ MEDIA SAPIENS*. 17 Серпня 2023. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/32721/2023-08-17-projector-foundation-stvoryla-kulturnyy-proiekt-shryftova-abetka-ukrainskoi-identychnosti/>
50. Slobzheninov A. Art Against War in Ukraine Museum. *Fonts in Use*. Jan 13th, 2023. URL: <https://fontsinuse.com/uses/51233/art-against-war-in-ukraine-museum>
51. Музей про війну, нішеві сайти для брендів: які проєкти принесли харків'янам Обус міжнародне визнання. *MC Money and Career*. 29.03.2024. URL: <https://mc.today/uk/muzej-pro-vijnu-nishevi-sajti-dlya-brendiv-yaki-proyekti-prinesli-harkiv-yanam-obys-mizhnarodne-viznannya/>

52. Стадник В. Агентство Saatchi & Saatchi Ukraine отримало дві нагороди Red Dot. *The Village Україна*. 16 серпня 2018. URL: <https://www.village.com.ua/village/business/news/275377-red-dot-award-sche-dva-ukrayinski-agentstva-otrimali-nagorodi>
53. Шрифтова абетка української ідентичності : офіційний сайт. URL: <https://abetkaua.com>
54. Дія : офіційний портал державних послуг України. URL: <https://diia.gov.ua/>
55. Міністерство цифрової трансформації України. Бренд Дія : керівництво з використання логотипу. Київ, 2025. URL: https://diia.gov.ua/img/diia-october-prod/sites/1/Diia_LOGO_GUIDE.pdf
56. Попов Д. Вебдоступність сайтів державних органів влади : звіт за результатами моніторингу 2023–2024 рр. Київ : Програма розвитку ООН в Україні, 2024. URL: https://bf.diia.gov.ua/storage/app/media/Docs/undp-ua-monitoring_basic_web_accessibility_-_2023-2024.pdf?utm_source=chatgpt.com
57. Міністерство цифрової трансформації України : офіційний сайт. URL: <https://thedigital.gov.ua>
58. BetterMe : офіційний сайт цифрової wellness-платформи. URL: <https://betterme.world/ua>
59. Ajax Systems. Оновлений дизайн застосунків Ajax – все для комфорту. 22 листопада 2022. URL: <https://ajax.systems/ua/blog/updated-design-of-ajax-applications/>

REFERENCES

1. Vasylytsiv, N. M., & Zastavnyi, V. S. (2024). Osoblyvosti tsyfrovoho produktu v umovakh tsyfrovoyi transformatsii biznesu [Features of a digital product in the conditions of digital transformation of business]. *Ekonomika ta suspilstvo*, (59). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-98> [in Ukrainian].
2. Naumkina, S. M., & Hedikova, N. P. (2025). Transformatsiia natsionalnoi identychnosti v umovakh tsyfrovoyi hlobalizatsii ta informatsiynykh voin [Transformation of national identity in the conditions of digital globalization and information wars]. *Politykus*, (5), 65–68. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-5.10> [in Ukrainian].
3. Ereso, N., & Mariam, N. (2025). Trends and research directions in graphic design for social values and cultural identity: A systematic literature review. *International Journal of Graphic Design*, 3(2), 340–364. <https://doi.org/10.51903/ijgd.v3i2.3101>

4. Udris-Borodavko, N. (2025). Strukturna model hrafichnoho dyzainu yak sotsiokulturnoho yavyscha [Structural model of graphic design as a sociocultural phenomenon]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 8(1), 8–20. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.1.2025.330434> [in Ukrainian].
5. Udris-Borodavko, N. (2024). Dzherela identychnosti: ukrainskyi naiv u suchasnomu hrafichnomu ta mizhvydovomu dyzaini [Sources of identity: Ukrainian naïve in modern graphic and interspecific design]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 7(2), 263–288. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315460> [in Ukrainian].
6. Udris-Borodavko, N. (2018). Dyzaïn natsionalno identyfikovanykh ob'ektiv vizualnoi komunikatsii v suchasniï Ukraini yak sotsiokulturna tekhnolohiia [Design of nationally identified visual communication objects in modern Ukraine as a sociocultural technology]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina*, 109–114. <https://doi.org/10.26565/2227-6521-2018-40-14> [in Ukrainian].
7. Son, N. D. (2024). Exploring user cultural identity in shaping reflective design style on interactive user interfaces. In *Navigating the World of Multimedia – Innovation and Applications*. IntechOpen. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.1007184>
8. Liu, F. (2021, March 21). Modify your design for global audiences: Crosscultural UX design. *Nielsen Norman Group*. <https://www.nngroup.com/articles/crosscultural-design/>
9. Samulinas, S., & Zhytienova, N. (2025). Innovatsii v UI/UX-dyzaini yak kliuch do uspishnoho prosuvannia vebresursiv [Innovations in UI/UX design as a key to successful promotion of web resources]. *Professional Art Education*, 6(1), 93–106. <https://doi.org/10.34142/27091805.2025.6.01.09> [in Ukrainian].
10. Rodinova, N., Pylypchuk, N., Domashenko, S., Havrylyuk, I., & Androsovykh, A. (2024). Ukrainian economy in the era of digital branding: Risks and opportunities. *Futurity Economics & Law*, 4(4), 4–24. <https://doi.org/10.57125/FEL.2024.12.25.01>
11. Shen, J. (2016, December 19). Cross-cultural design and the role of UX. *Toptal*. <https://www.toptal.com/designers/web/cross-cultural-design>
12. Udris-Borodavko, N. (2024). Hlokalnyi dyzaïn yak mizhdystyplinarna model proiektnoi diialnosti [Glocal design as an interdisciplinary model of project activity]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 7(1), 8–22. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.1.2024.300916> [in Ukrainian].

13. Kasemsarn, K., Harrison, D., & Nickpour, F. (2023). Applying inclusive design and digital storytelling to facilitate cultural tourism: A review and initial framework. *Heritage*, 6(2), 1411–1428. <https://doi.org/10.3390/heritage6020077>
14. Prastya, M. W. A., Dellia, P., Najib, S., Kusumawati, W., Ningsih, L. S., & Ningsih, N. (2024). Designing the UI/UX of a website introducing traditional culture focusing on dance using the user-centered design method. *Journal of Artificial Intelligence and Engineering Applications (JAIEA)*, 3(3), 846–851. <https://doi.org/10.59934/jaiea.v3i3.525>
15. Holovko, O. A. (2025). Etnodyzain u mediai reklamii [Ethnodesign in media and advertising]. *Obrii drukarstva*, 1(17), 266–279. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1\(17\).334099](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).334099) [in Ukrainian].
16. Syvash, I. O. (2024). Motyvy etnodyzainu v suchasni vizualni kulturi [Ethnodesign motifs in modern visual culture]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, (2), 131–138. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2.2024.308373> [in Ukrainian].
17. Koliesnikova, A., Podlevskiy, S., & Osadcha, A. (2025). Etnodyzain v konteksti tsyfrovyykh tekhnolohii: Rol komp'uternoi hrafiky u stvorenii vizualnoi identychnosti [Ethnodesign in the context of digital technologies: The role of computer graphics in creating visual identity]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 83(2), 50–57. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/83-2-7> [in Ukrainian].
18. Kirjakovski, A. (2023). Rethinking perception and cognition in the digital environment. *Frontiers in Cognition*, 2. <https://doi.org/10.3389/fcogn.2023.1266404>
19. Vytalov, S., Petrova, I., Goncharova, O., Herchanivska, P., & Kravchenko, A. (2024). Digital culture in the virtual space. *Multidisciplinary Reviews*, 7, 2024spe033. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe033>
20. Lachner, F., von Saucken, C., Mueller, F., & Lindemann, U. (2015). Cross-cultural user experience design: Helping product designers to consider cultural differences. In *Cross-cultural design methods, practice and impact (Part I, LNCS 9180, pp. 58–70)*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-20907-4_6
21. Safronova, A., & Safronova, O. (2025). Representing the national identity of Ukraine in graphic design. *Academia Polonica*, 71(4), 139–147. <https://doi.org/10.23856/7116>
22. Hudzenko, O. (2023). Digital transformation in culture: Current realities and development perspectives. *Skhid (EAST)*, 4(3), 29–33. [https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4\(3\).296605](https://doi.org/10.21847/2411-3093.2023.4(3).296605)

23. Cherniyavskiy, V., Dubrivna, A., Cherniyavskiy, K., Galchynska, O., & Bilozub, L. (2022). Digital art as new modern global trend in socio-cultural space of Ukraine. *Amazonia Investiga*, 11(60), 150–155. <https://doi.org/10.34069/AI/2022.60.12.16>
24. Udris-Borodavko, N., & Tkachuk, A. (2023). Systemnyi pidkhid ta ukrainska identychnist u dyzain-systemi marketynhovoї komunikatsii knyzhkovoho vydannia [Systemic approach and Ukrainian identity in the design system of book publication marketing communication]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 6(2), 248–265. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.6.2.2023.292143> [in Ukrainian].
25. Novik, H. V., Hnatiuk, L. R., & Yasenok, S. O. (2023). Dyzain-systemy: Analiz vplyvu na tsyfrove ta fizychne seredovyshche [Design systems: Analysis of influence on digital and physical environment]. *Teoriia ta praktyka dyzainu*, (29–30), 180–188. <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.21> [in Ukrainian].
26. Hardabkhadze, I. Design thinking transformation on the platform of digital project culture under the influence of industrialization. *Culture and Arts in the Modern World*, 2019. 20, 53–65. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.20.2019.172395>
27. Nielsen, J. (2024, February 23). History of the graphical user interface: The rise (and fall?) of WIMP design. *UX Tigers*. <https://www.uxtigers.com/post/gui-history>
28. Manchi, P. (2025, March). The UX & UI reformation: How user experience and interface design evolved from academic research to global industry. UX/UI Thesis. <https://www.uxuithesis.site/>
29. Varchatiuk, K. (2026, March 12). Web history chapter #1: Web design evolution. Fireart Studio. <https://fireart.studio/blog/web-history-chapter-1-web-design-evolution/>
30. Web Design Museum. (n.d.). Web design history timeline: Explore the timeline of milestones in the history of web design from 1990 to the present. <https://www.webdesignmuseum.org/web-design-history>
31. MacManus, R. (2026, January 13). The history of web design, 1993–2012: Season 5 launch. Cybercultural. <https://cybercultural.com/p/history-of-web-design/>
32. KNUT. (2023, October 10). The history of UI/UX design: A look through time at the art of interface design. <https://www.knut.com/resources/the-history-of-ui-ux-design-a-look-through-time-at-the-art-of-interface-design/>
33. Xu, W. (2023, March 24). User-centered design (IX): A “User Experience 3.0” paradigm framework in the intelligence era. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.06681>

34. Davydova, V. (2021, August 26). 30 rokov IT v Ukraini: Yak tse bulo [30 years of IT in Ukraine: How it was]. *LIGA.net*. https://project.liga.net/projects/it_history/ [in Ukrainian].
35. Marynenko, A. (2025, November 13). Istoriiia internetu: Vid Nikolı Tesly do 2026 roku [The history of the internet: From Nikola Tesla to 2026]. *GigaCloud*. <https://gigacloud.ua/articles/istoriya-vynyknennya-internetu-vid-nikoly-tesly-do-web-3-0/> [in Ukrainian].
36. Biletska, O. (2021). Culture as a nation branding tool within the international interaction system. *Culture and Arts in the Modern World*, (22), 22–33. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235887>
37. Pletsan, K. (2021). Theoretical and methodological principles of digitalisation of cultural space in the process of creative industry development in Ukraine. *Culture and Arts in the Modern World*, (22), 85–102. <https://doi.org/10.31866/2410-1915.22.2021.235897>
38. Steblina, V. (2017, August 29). Yak rozvyvavsia internet v Ukraini vprodovzh 26 rokiv nezalezhnosti [How the internet developed in Ukraine during 26 years of independence]. *Tokar.ua*. <https://tokar.ua/read/19365/iak-rozvyvavsia-internet-v-ukraini-vpro/> [in Ukrainian].
39. Forbes.ua. (2021, September 2). Kompaniya schastlivykh lyudey. Velikoye interv'y u osnovatelya ELEKS Alekseya Skrypnyka [A company of happy people. A big interview with ELEKS founder Oleksiy Skrypnyk]. <https://forbes.ua/ru/company/kompaniya-shchaslivykh-lyudey-velike-intervyu-zasnovnika-eleks-oleksiya-skripnyka-02092021-2337> [in Ukrainian].
40. Ivanova, O. (2023). Transformatsiia hrafichnoho dyzainu pid vplyvom tekhnolohii dopovnenoı realnosti: Istoriiia ta suchasnist [Transformation of graphic design under the influence of augmented reality technology: History and modernity]. *Fine Art and Culture Studies*, (4), 141–146. <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-19> [in Ukrainian].
41. Antonenko, I. V. (2023). Napriamky rozvytku ukrainskoho dyzainu u konteksti metavsesvitu [Directions of development of Ukrainian design in the context of the metaverse]. In European scientific congress: Proceedings of XII International Scientific and Practical Conference, Madrid, Spain (pp. 395–400). *Barca Academy Publishing*. <https://sci-conf.com.ua/xii-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-european-scientific-congress-25-27-12-2023-madrid-ispaniya-arhiv/> [in Ukrainian].
42. Kovalchuk, O. V., Tsyhanyk, M. I., & Karpov, V. V. (Eds.). (2025). *Ucraina libertatem. Transformatsiia humanitarnoi sfery ta kulturnoho*

- prostoru pid vplyvom viiny [Ucraina libertatem. Transformation of the humanitarian sphere and cultural space under the influence of war]. *Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University*. https://fomd.kubg.edu.ua/images/2024/FOMD_2025/1512202501.pdf [in Ukrainian].
43. Salyha, P. (2024). Vplyv tsyfrovoi nestabilnosti na doslidzhennia dyzainu interfeisiv [The impact of digital instability on interface design research]. *Demiurh: idei, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu*, 7(2), 289–302. <https://doi.org/10.31866/2617-7951.7.2.2024.315463> [in Ukrainian].
44. Uniwriter. (n.d.). Grammarly as a digital writing technology: Impacts and future implications. <https://www.uniwriter.ai/creative-writing/grammarly-as-a-digital-writing-technology-impacts-and-future-implications/>
45. MacPaw. (n.d.). About MacPaw: Our mission, vision, and core values. <https://macpaw.com/about>
46. Canvas Business Model. (2025, July 12). What is the brief history of Reface company? <https://businessmodelcanvastemplate.com/blogs/brief-history/reface-brief-history>
47. Ukrinform. (2018, October 27). Red Dot Award: Ukraine's Banda becomes Agency of the Year. <https://www.ukrinform.net/rubric-society/2567483-red-dot-award-ukraines-banda-becomes-agency-of-the-year-photo-video.html>
48. Admind. (2025, February 24). Creativity in times of war: Outstanding branding projects from Ukraine. <https://admindagency.com/creativity-in-times-of-war-outstanding-branding-projects-from-ukraine/>
49. Buniak, V. (2023, August 17). Projector Foundation stvoryla kulturnyi projekt "Shryftova Abetka ukrainskoi identychnosti" [Projector Foundation created the cultural project "Alphabet of Ukrainian Identity Fonts"]. *DM Media Sapiens*. <https://ms.detector.media/trendi/post/32721/2023-08-17-projector-foundation-stvoryla-kulturnyy-projekt-shryftova-abetka-ukrainskoi-identychnosti/> [in Ukrainian].
50. Slobzheninov, A. (2023, January 13). Art Against War in Ukraine Museum. Fonts in Use. <https://fontsinuse.com/uses/51233/art-against-war-in-ukraine-museum>
51. MC Today. (2024, March 29). Muzei pro viinu, nishevi saity dlia brendiv: Yaki projekty prynesly kharkiv'ianam Obys mizhnarodne vyznannia [A museum about the war, niche sites for brands: Which projects brought international recognition to Kharkiv-based Obys]. *MC Money and Career*. <https://mc.today/uk/muzej-pro-vijnu-nishevi-sajti-dlya-brendiv-yaki-proyekti-prinesli-harkiv-yanam-obys-mizhnarodne-viznannya/> [in Ukrainian].

52. Stadnyk, V. (2018, August 16). Ahentstvo Saatchi & Saatchi Ukraine otrymalo dvi nahorody Red Dot [Saatchi & Saatchi Ukraine agency received two Red Dot awards]. The Village Ukraina. <https://www.village.com.ua/village/business/news/275377-red-dot-award-sche-dva-ukrayynski-agentstva-otrimali-nagorodi> [in Ukrainian].
53. Shryftova abetka ukrainskoi identychnosti [Alphabet of Ukrainian identity fonts] [Official website]. (n.d.). <https://abetkaua.com> [in Ukrainian].
54. Diia: Ofitsiyni portal derzhavnykh posluh Ukrainy [Diia: Official portal of public services of Ukraine]. (n.d.). <https://diia.gov.ua/> [in Ukrainian].
55. Ministry of Digital Transformation of Ukraine. (2025). Brend Diia: Kerivnytstvo z vykorystannia lohotypu [Diia Brand: Logo usage guidelines]. https://diia.gov.ua/img/diia-october-prod/sites/1/Diia_LOGO_GUIDE.pdf [in Ukrainian].
56. Popov, D. (2024). Vebdostupnist saitiv derzhavnykh orhaniv vlady: Zvit za rezultatamy monitorynhu 2023–2024 rr. [Web accessibility of government websites: Report on the results of monitoring 2023–2024]. UNDP Ukraine. https://bf.diia.gov.ua/storage/app/media/Docs/undp-ua-monitoring_basic_web_accessibility_-_2023-2024.pdf [in Ukrainian].
57. Ministry of Digital Transformation of Ukraine. (n.d.). Ofitsiyni sait [Official website]. <https://thedigital.gov.ua> [in Ukrainian].
58. BetterMe. (n.d.). Ofitsiyni sait tsyfrovoi wellness-platformy [Official website of the digital wellness platform]. <https://betterme.world/ua> [in Ukrainian].
59. Ajax Systems. (2022, November 22). Onovleni dyzain zastosunkiv Ajax – vse dlia komfortu [Updated design of Ajax applications – everything for comfort]. <https://ajax.systems.ua/blog/updated-design-of-ajax-applications/> [in Ukrainian].

МЕЛЬНИК Мирослав Тарасович,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
ORCID ID: 0000-0002-0494-9403
5445941@ukr.net

ВИШИВАНКА ЯК СКЛАДОВА УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

***Анотація.** У статті проаналізовано вишиванку як важливий візуальний маркер української національної ідентичності в європейському культурному просторі. Досліджено історичну трансформацію українського традиційного костюма від елемента повсякденного та обрядового вжитку до символу культурної, соціальної та політичної самоідентифікації. Висвітлено роль вишиванки у процесах націєтворення XIX–XXI століть, зокрема в умовах імперських впливів, радянської ідеології та сучасних суспільно-політичних викликів. Розкрито функції традиційного костюма як засобу невербальної комунікації, носія семіотичних кодів і репрезентанта колективної пам'яті. Особливу увагу приділено актуальним практикам використання вишиванки в Україні та за її межами, її ролі у формуванні міжнародного іміджу держави та функціонуванню як інструменту культурної дипломатії та м'якої сили. Доведено, що вишиванка постає як динамічний культурний феномен, здатний адаптуватися до сучасних соціокультурних умов і сприяти консолідації українського суспільства.*

***Ключові слова:** вишиванка; національна ідентичність; український костюм; візуальна культура; культурна спадщина; символіка; мода; культурна дипломатія.*

Myroslav MELNYK,
Ph.D. of Art History, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Design,
Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv,
5445941@ukr.net

THE VYSHYVANKA IN THE CONSTRUCTION OF UKRAINIAN NATIONAL IDENTITY IN EUROPE'S CULTURAL LANDSCAPE

Abstract. *The article analyzes the vyshyvanka as an important visual marker of Ukrainian national identity within the European cultural space. It examines the historical transformation of Ukrainian traditional costume from an element of everyday and ritual use into a symbol of cultural, social, and political self-identification. The role of the vyshyvanka in nation-building processes from the nineteenth to twenty-first centuries is highlighted, particularly in the context of imperial influences, Soviet ideology, and contemporary socio-political challenges. The study reveals the functions of traditional costume as a means of nonverbal communication, a carrier of semiotic codes, and a representation of collective memory. Special attention is paid to current practices of wearing the vyshyvanka in Ukraine and abroad, its role in shaping the country's international image, and its functioning as an instrument of cultural diplomacy and soft power. It is argued that the vyshyvanka is a dynamic cultural phenomenon capable of adapting to modern sociocultural conditions and contributing to the consolidation of Ukrainian society.*

Keywords: *vyshyvanka; national identity; Ukrainian costume; visual culture; cultural heritage; symbolism; fashion; cultural diplomacy.*

Постановка проблеми. Питання національної ідентичності стають особливо актуальними в «тривожні» для нації часи. З одного боку, представникам нації необхідно стати більш патріотичними і згуртуватися аби вистояти, а з іншого – презентувати себе світовій спільноті, шукаючи співчуття, підтримки в боротьбі чи прихистку для біженців. Національний костюм відіграє в цих процесах важливу роль як один з найвиразніших візуальних маркерів. Костюм показує унікальність, красу і глибину національної

культури, мобілізуючи націю і спільноти, які її підтримують, до ознайомлення, глибшого розуміння і збереження цієї культури. Таким чином, дослідження вишиванки як важливої візуальної складової української ідентичності набуло особливої актуальності в контексті сучасних політичних подій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальність заявленої тематики підтверджується і тим, їй неодноразово присвячувалися міжнародні форуми і конференції. Наприклад, конференція «Європа і мода: питання ідентичностей та культур» (2018) мала на меті розширити існуючі знання про європейські національні культури, досліджуючи роль одягу в соціокультурних процесах. Конференція була зосереджена на європейській спадщині у сфері національних костюмів, методикам їх колекціонування та архівування, контекстуалізувала простори культурних взаємодій, конструювання національних та транснаціональних ідентичностей у європейському ландшафті [24]. На конференції «Ідентичність одягу» (2022) обговорювалося як за допомогою костюма, як частини невербальних комунікаційних систем, люди виражають різні аспекти ідентичності, в тому числі регіональної та національної, як переосмислюються колоніальні, етнічні, націоналістичні та релігійні маркери одягу [23].

Заявлена тема розглядалася багатьма закордонними і вітчизняними дослідниками. Джовіта Баран у статті «Носіння ідентичності: практика національної ідентичності через одяг, пов'язаний з ангажованими людьми, у сучасній Польщі» проаналізувала практики вираження різних бачень національної ідентичності шляхом спостереження за використанням одягу учасниками масових акцій і дійшла висновку, що одяг є потужною формою невербального спілкування та «повсякденної державності». На її думку, громадяни активно конструюють власні версії національної ідентичності, в тому числі й альтернативні домінуючій. Дослідниця показує як, окрім традиційного патріотичного вбрання, поляки використовують одяг для оскарження, переосмислення або зміцнення національної ідентичності через феміністичні, квірні та антинаціоналістичні символи, особливо під час маршів та протестів

для подолання кризи національної ідентичності, переоцінки значення польської нації та її ролі у публічному дискурсі [20].

Мілош Рашич у статті «Пошиття ідентичності: народний костюм у сучасному суспільстві» аналізує одяг як динамічний культурний артефакт, значення і функції якого постійно трансформуються. Дослідник переосмислює народний стрій як активний компонент сучасного культурного виробництва, що формується естетичною та економічною логікою, і доходить висновку, що народний одяг сьогодні функціонує у процесах культурної пам'яті, артикуляції ідентичності та економічного обміну як багатшаровий символ сучасної культурної динаміки [34].

Тріна Кларк у своїй праці «Роль моди та мистецтва у зціленні, деколонізації та культурній практиці корінних народів» розглядає одяг та костюмні аксесуари як інструменти культурного виживання та опору. Авторка простежує як дизайнери корінних народів використовують традиційний одяг при створенні нових модних форм для привертання уваги, боротьби за розширення прав і можливостей громад корінних народів [22].

Фаджрі Нур Таджуддін в дослідженні «Культурна та соціальна ідентичність в одязі має значення. Різні культури, різні значення» описує соціокультурний вимір стилю одягу в сфері формування особистої й громадської ідеології з семіотичної, комунікаційної, естетичної та релігійної точок зору. Різні характеристики ідентичності, які, на її думку, відрізняються в різних країнах і регіонах, проявляються у формі самобутнього традиційного одягу, легко впізнаваного ширшою спільнотою. Під впливом культурних цінностей, звичаїв та поглядів на життя, одяг має приховані значення та повідомлення, може справити потрібне враження: показати прихильність до спільноти або неприйняття її цінностей. Одяг не можна відокремити від соціального життя, він часто використовується як засіб комунікації, просування та навіть формування ідеології. Різні проблеми, які виникають у соціальному житті, можуть бути відображені через одяг, завдяки чому систематично формується комунікація між творцями одягу та його споживачами [31].

Вінтер Гріт у своїй статті «"Духовні обладунки": формування української ідентичності через вишиванку» досліджує як в останні роки вишита сорочка стала міжнародно визнаним символом «українськості». Вишиванка, на думку дослідниці, пов'язана з подвійною формою панування – колоніальним та гендерним. Сімейна пам'ять, історія українського опору та травми, а також вияв ідентичності об'єднані символом вишиванки [27].

У спільному дослідженні К. Дрос-Крюпе, А. Квіллієн і К. Саррі «Текстильні перехрестя: дослідження європейського одягу, ідентичності та культури через тисячоліття» окремий розділ присвячено Україні: «Наративні та матеріальні інструменти опору: мобілізація текстильних ремесел, спадщини та моди в контексті вторгнення в Україну (2022–2023)». Одним із визначних аспектів війни автори вважають те, як текстиль та одяг щодня з'являються в різних засобах масової інформації, мобілізовані як візуальні і семіотичні засоби для комунікації питань війни та національної ідентичності. Через щоденний вибір одягу українці виражають свою ідентичність та цінності, а європейці демонструють свою підтримку України [33, с. 339–363].

Серед останніх українських досліджень костюма в контексті національної ідентичності роботи А. Кікоть, О. Васкевич, Т. Попової, Є. Павліченка.

Антоніна Кікоть у статті «Український костюм у контексті формування національної ідентичності» зауважує, що національна ідентичність визначається не лише локалізацією в просторі, але й в часі [6, с. 145]. Український національний костюм за «ідеями, змістами та формами» дослідниця відносить до барокового стилю, виділяючи притаманні бароко урочистість і емоційність, пишність і орнаментальність, яскравість, яка «відбивається в чистих кольорах та їх поєднаннях» [6, с. 146].

Ольга Васкевич у своєму дослідженні «Етнокультурна спадщина як джерело формотворення в сучасному дизайні» акцентує на необхідності переходу від етнографічної стилізації до концептуального переосмислення форм, колористики, символіки і орнаментики народного мистецтва як ідеологічного підґрунтя дизайну [2, с. 1181–1182].

Тетяна Попова у статті «Жіночі образи Харківської області на початку ХХ століття: візуальний аспект української ідентичності», на базі архівних світлин, аналізує еклектичне поєднання народного стилю з модними елементами європейського костюму в одязі харків'янок і доходить висновків, що національний одяг з'єднав українську інтелігенцію і селянство, європейські й українські соціокультурні маркери [12].

Євген Павліченко в своєму дослідженні «Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності» подає концепцію та зміст візуального представлення національної ідентичності як процес символічного аналізу культурних кодів. На його думку, спосіб мислення кожної нації дає змогу їй виробити особливу форму візуальної культури, а візуальний образ по-різному співвідноситься із зовнішньою реальністю в різних історичних формах культури [11, с. 59]. Візуальна культура автором розуміється не як дзеркало, що відображає національну ідентичність, а як «багаторівневий майданчик для її інтерпретації, через який населення приходить до усвідомлення себе як членів певного суспільства» [11, с. 62].

Мета даної розвідки – охарактеризувати формування і прояви української національної ідентичності через вишиванку в контексті історичних і сучасних процесів націєтворення у європейському культурному просторі.

Методи дослідження. Вишиванці притаманні художньо-стильові ознаки та естетичні виміри, вона посідає важливе місце в предметній сфері художньої культури тому до її вивчення використано мистецтвознавчий підхід. Для дослідження національної ідентичності крізь призму костюма застосовано культурологічний підхід, в руслі якого використовуються метод історичної ретроспекції, кросс-культурний та семіотичний аналіз.

Виклад основного матеріалу. Після Французької буржуазної революції суспільства більшості європейських країн динамічно дистанціювалися від феодальних цінностей, активно змінювалися в результаті обуржуазнення і національного пробудження. Паралельно з формуванням національної ідентичності та різних форм та інституцій національної культури, велися пошуки візуальних

проявів національного в формах, кольорах, орнаментах, костюмах та інших знаково-символічних системах. Тенденція носити одяг, який представляв не лише соціальну, а й національну ідентичність, була помітна в різних верствах суспільства: від простолюду через міський середній клас і буржуазію вона поширювалася серед аристократії і королівських дворів.

В XIX столітті, коли почали розпадатися європейські імперії, питання національної ідентичності гостро постало в більшості країн, які здобували (чи сподівалися здобути) незалежність. Європейські національні костюми в цих процесах слугували потужними політичними інструментами. Хоча в більшості країн національний одяг засновувався на народних традиціях, він часто навмисно створювався як символ політичної солідарності, виникнувши з націоналістичних рухів XIX-го століття щоб представляти етнічну ідентичність, опір іноземному впливу та регіональну гордість, виступати проти імперських держав. Такий костюм служив для підкреслення (часто й створення) національної ідентичності, пріоритезуючи політичний символізм над повсякденною функціональністю.

Від найдавніших часів костюм, особливо традиційний (святковий і обрядовий) візуалізує ідентичність людини і, оформляючи та, доповнюючи її зовнішність, транслює цю ідентичність оточуючим. Костюм допомагає створити образ, містить багато символів, знаків, через які людина долучається чи дистанціюється від інших. Це не лише безпосередньо видимі знаки, а й широкий комплекс інших важливих понять, таких як сакральність, ментальність, табуованість, схвалення і заборони тощо [6, с. 146].

До XX століття, з його індустріалізацією й масовим виробництвом дешевих речей, костюм був цінним рухомим майном. В історичних архівах одяг, зазвичай, розміщувався на початку посмертних інвентаризацій або одразу після столового срібла та ювелірних виробів. Інвентаризації й заповіти ретельно перераховували одяг, навіть поношений, старий, перероблений, поїдений міллю тощо. Описувалося походження та тип тканин, їхні кольори, гудзики, оздоблення [21]. Все це могло бути дуже коштовним, а прості люди підходили до свого вбрання раціонально,

тому в народному костюмі кожна деталь мала своє значення й призначення. Знаки й символи на костюмі слугували щоб інформувати про статки й статус, додавати здоров'я і сил, притягувати удачу і відштовхувати «всьяке зло». З часом ці знаки стали символами культури народу, а в часи екзистенційних загроз – символами опору й боротьби за збереження нації. Візуальні коди ідентичності, в тому числі й національної, охоплюють не лише костюм (одяг, взуття, головні убори, аксесуари), а й інші аспекти зовнішнього вигляду людей (зачіска, макіяж), які передаються невербально. Вони включають також правила, які приписують або забороняють певні предмети одягу, кольори, сировину (наприклад, хутро, шовк), компоненти костюма, аксесуари тощо а також мову тіла, засоби вираження гендеру та віку, соціального статусу.

Одяг в Європі завжди мав важливе значення для індивідуальної та колективної ідентичності, політики, колоніалізму та пост-колоніалізму, культурного обміну, витіснення та привласнення, модних центрів і периферій, більш чи менш модних націй.

Розвиток міського одягу (особливо костюми знаті) в Європі з пізнього Середньовіччя визначався радше модою, ніж традиціями, але серед селян цей процес розпочався лише в середині ХХ століття. Національні костюми народів Європи з ХІХ століття можна умовно поділити на два основні типи: з одного боку перевідкриті традиційні етнічні стилі одягу попередніх періодів, а з іншого – нововинайдені костюми, які сприймалися як національні [26].

Перший тип національних костюмів формувався в тих європейських народів, де існували етнічні костюмні традиції, які мали довгу історію з глибшим корінням. Ці костюми, які колись носили феодальні вищі класи, викликали аристократичні та військові конотації, маючи престиж і вплив у своїх суспільствах протягом тривалого часу. Розквіт цих стилів одягу в Європі припав на ХVІ–ХVІІ століття, а до початку ХVІІІ століття вони поступово ставали немодними, вважалися провінційними та відходили на периферію використання. Але коли під час національного пробудження виникла потреба у створенні «справжнього національного

стилю», ці майже відкинуті традиційні стилі були знову відкриті та переосмислені [26].

Нововинайдені національні костюми були результатом компіляції. Джерелами запозичень були не лише традиції народного одягу, а й міжнародна мода попередніх історичних періодів. Традиційні історичні чи етнічні елементи новостворених національних костюмів зазвичай вибиралися з «золотого віку» нації. Переможці будували національну славу на гордості за свої імперські успіхи, переможені – плекали лірику «солодкого смутку» жалоби за пам'яттю героїчних, хоч і програних битв [26]. Таким чином, національний одяг підтримував романтичне міфотворення героїчного минулого нації (досить часто і дещо зміненого або вигаданого).

Певні характерні елементи костюма (типи одягу, крої, декоративні деталі), переосмислені та осучаснені, здебільш подавалися без глибшого розуміння або точної імітації оригіналів: фрагментів було достатньо, щоб створити уявлення про «ціле». Важливим джерелом натхнення стало також селянське народне мистецтво, яке задовільняло романтичний пошук «екзотики». Для європейських еліт етнографічне відкриття «terra incognita» сільських жителів у їхніх регіонах стало одкровенням, що було особливо показовим у Центральній та Східній Європі, де процвітало барвісте, та виразне народне мистецтво [26]. Декоративне народне мистецтво в цей час стало модним: його збирали, вивчали, виставляли в музеях і просували на ринок за допомогою популярних промислових виставок та всесвітніх ярмарків [8]. Часто найвищі кола еліти суспільства відігравали провідну роль у популяризації народного мистецтва та ініціюванні рухів з відродження кустарного виробництва, не лише «рятуючи» форми мистецтва, що зникали, але й дбаючи про соціальну допомогу в економічно депресивних регіонах. Художники стилю модерн незабаром інтегрували реконструйовані народні мотиви у свої дизайнерські твори, включаючи текстиль та модний одяг [8]. Ці витвори, після схвалення широкими суспільними колами, почали вважатися «автентичними».

Європейські еліти (в тому числі монархи та придворні, як і національні герої з простолюдю) використовували модифіковані

національні костюми, щоб заявити про відданість своїй країні та її народу. Монархи, які після буржуазних революцій почали втрачати безумовну підтримку своїх підлеглих, більше не могли підтримувати розкіш дворів, засновану на міжнародних традиціях барокових тріумфальних святкувань [26]. У придворних культурах зсув стилю від «міжнародного» (який з часів Людовика XIV значною мірою задавала Франція) до «регіонального/етнічного/національного» служив меті оновлення ролі монарха в нових політичних умовах. Королівські особи підтверджували своє почуття приналежності до власних (або підпорядкованих їм) націй шляхом свідомого впровадження національних елементів у дрес-код двору. Членів монарших сімей часто зображали у традиційному одязі різних коронних земель їхніх імперій. Ці зображення, призначені для конкретного регіону імперії, оздоблювалися національними атрибутами та через масово тиражовані гравюри ставали своєрідним засобом королівської пропаганди. Костюми певних особливих випадків: коронаційний, церемоніальний, військовий парадний тощо також включали національні елементи. Національний (етнічний) одяг нерідко з'являвся як маскарадний костюм на придворних балах. Таким чином, в більшості європейських країн, королівські двори відігравали провідну роль у процесі формування так званих «національних стилів» і своєрідного міфотворення навколо них [26].

На українських землях, де в XIX столітті не було незалежної національної держави, найбільший вплив на утвердження національної ідентичності (в тому числі й національного костюма) справляли культурні еліти. Наприклад, Тарас Шевченко у своїй манері вдягатися яскраво це демонстрував: ходив у смушевій шапці та кожусі у поєднанні з європейським костюмом, змінюючи існуючі правила, за якими одяг поділявся на міський та сільський, елітний та протонародний. Образ кобзаря став іконічним і для сільської хати і для кабінету інтелігента. Він популяризував модернізацію українського іміджу і його вигляд, який спочатку сприймався як акт епатажу, спричинив своєрідну культурну хвилю. У поміщицьких родин жінки почали включати в модний костюм вишиті сорочки та інші національні елементи. Яскравий

приклад – образи молоді Олени Пчілки, яка виглядала як елегантна аристократка, зорієнтована на європейський стиль і вміла дуже вдало поєднати останній з українськими мотивами [14].



Рисунок 1 – Олена Пчілка в українських традиційних строях, 1870-ті

Українські мотиви (названі тоді малоросійськими) стали модними навіть у Москві, де після гастролей театральної трупи Миколи Садовського в 1891 році під впливом яскравих образів Марії Заньковецької на деякий час серед її «поклонників» поширилася мода носити український народний костюм [10]. Звісно, для росіянок таке вдягання українського костюма тоді не мало ідеологічного значення і як модний тренд це явище тривало недовго.

У Києві розвинувся рух, який увійшов в історію як «хлопоманський». Хлопоманами були Володимир Антонович, Тадей Рильський, Микола Лисенко, Михайло Старицький та багато інших. Михайло Старицький протягом всього життя виглядав як «реклама українця для того часу, коли все українське штучно заховували» [10].

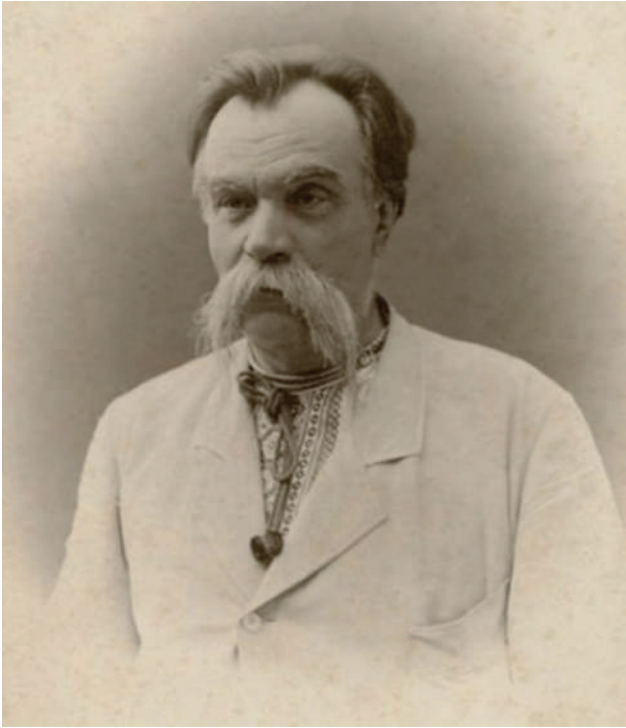


Рисунок 2 – Михайло Старицький, бл. 1900 р.

В тодішній російській імперії дворяни повинні були носити європейський костюм відповідно до їхнього соціального стану, а використання народного одягу могло стати підставою для підозри чи навіть арешту. Відома справа 1865 року «про носіння хлопоманського костюма», коли в Умані було заарештовано дворянина Амоса Свидницького за носіння вишитої сорочки і широких синіх суконних штанів «малоросійського крою» [10]. У 1896 р. майбутнього літературознавця Сергія Єфремова було виключено з Київської духовної семінарії «за неблагонадійність», одним з доказів якої було те, що «носив малоросійську сорочку» [10]. Це свідчить, що у часи національних репресій носіїв вишиванок могли засудити як політичних дисидентів

або буржуазних націоналістів, але ми не можемо стверджувати, що сама по собі вишита сорочка була причиною переслідувань, радше вона виступала приводом чи додатковим аргументом щоб «пришити справу». Наприклад, фольклорні колективи в народних костюмах гастролювали і отримували нагороди, пропагуючи українське мистецтво [18, с. 166]. Вишиванка могла й захищати від переслідувань. Наприклад, О. Янковенко описує історію зв'язкового УПА на Стрийщині, який, щоб відвести від себе підозру, одягав вишиту сорочку і прикидався, що йде на недільну службу до церкви – його сорочка не раз рятувала його від арештів [18, с. 166]. Сорочки політв'язні брали з собою у заслання, деякі їх там вишивали [18, с. 167].

Зборони та покарання лише більше загострювали протестне значення костюма. Український маляр і графік, етнограф і архітектор, засновник Миргородського краєзнавчого музею Опанас Сластіон, який в 1874–1882 рр. навчався у петербурзькій академії мистецтв, згадує, що українці за можливості носили українську одягу, яку ввели хлопомани, «аби “вони” знали, що “ми” існуємо й будемо існувати» [10], тобто для публічної демонстрації і утвердження власної національної приналежності.

Варто додати, що до ХХ століття в менталітеті українців помітне небажання засвоювати чужі культурні зразки, негативне ставлення до закордонної моди, висміювання її прихильників, що яскраво висвітлено в п'єсах М. Старицького «Не судилось» (1881), «За двома зайцями» (1883) та «По-модньому» (1887), де карикатурно зображені герої, що надто дбають про вбрання «хвисистої моди і застрянутого матеріалу», а всі позитивні персонажі носять національні костюми. Таке сприйняття моди переважало в українському селі та спричинило там панування багатьох елементів традиційного одягу як модних аж до кінця 1960-х років. Найімовірніше, що українці опиралися моді, бо в її змінах вбачали симптом соціального розладу, привнесений стрімким розвитком відносин купівлі-продажу [9, с. 126].

Села залишалися осередками стабільності, їхні жителі з недовірою ставилися до нововведень і змін, надаючи перевагу

звичному ладу життя та традиційному побуту, включаючи й одяг. Поступово, під впливом міської моди й появи фабричних матеріалів і виробів у сільській торгівлі, в побут селян входив міський костюм. Значний вплив на ці зміни мали трудові мігранти, які, працюючи в місті, зберігали зв'язок з «домом» і передавали нові тенденції своїм родичам і сусідам. Вже на початку XX ст. традиційний народний костюм поступово витіснявся або доповнювався європейським вбранням, поступово трансформуючись у своєрідний символізований образ минулого [12, с. 31]. Одночасно, завдяки соціально-економічним зв'язкам з селом, міське середовище також зазнавало впливу – в містах поширювалися елементи традиційної української візуальної ідентичності. В результаті з'являлись нові види одягу, варіанти його орнаментально-колеристичних композицій та технік в його оздобленні [12, с. 28–29]. В містах вибір українського вбрання став засобом передачі етнічної ідентифікації, яка підтримувала поширення української ідеї серед усіх соціальних верств, що сприяло об'єднанню нації [12, с. 33].

Комерційний інтерес, маркетинг і капіталізм також відіграв значну роль у розвитку української вишивки. Наприклад, в 1864 році Анрі Брокар заснував миловарню і продавав шматки мила, загорнутими у папір з візерунками вишивки хрестиком – маркетинговий трюк, завдяки якому не лише реалізувалася продукція, а й поширювалися квіткові мотиви та техніка вишивки хрестиком серед споживачів. Портрети українців (і особливо українок) кінця XIX-початку XX століть відображають популярність стилізованих відповідно до цієї нової моди вишиванок [33, с. 343].

До XX століття (в окремих регіонах до 1950–1960 років) вишита сорочка була предметом повсякдення, вміння вишивати вважалося необхідним для кожної «порядної дівчини» і значення цього ремесла, як і багатьох інших ремісничих практик, суспільною думкою ігнорувалося через їх асоціацію з домашньою «суто жіночою роботою» [27, с. 189]. Поступово вишита сорочка еволюціонувала від індивідуального предмета натільного захисту до вишиванки (тепер уже не обов'язково сорочки, не завжди натільної) як символу національної ідентичності.

У радянський період ставлення влади до традиційного українського костюма було неоднозначне. З одного боку – більшовики намагалися побудувати країну робочих і селян, а традиційний костюм якраз селянський. З іншого боку, вже в 1920-х стояло завдання відмежувати «нову совєцьку людину» від її «буржуазного минулого» і показати, що «життя стало краще». Перед етнографічними відділами і музеями по всьому СРСР постало завдання згладжування ідеологічних пасток між «відсталим» минулим національностей та радянським «прогресом». Виставки автентичних народних костюмів представляли труднощі у досягненні комуністичної мети: «живі пережитки» царизму здебільш виглядали розкішніше, ніж скромний одяг сучасників сталінізму.

Також комуністи хизувалися, що їхня нова держава багато-національна і Україна рівна серед «народів-братів». Для цього окупаційною владою підтримувалися і поширювалися не так автентичні, як «вигадані традиції» – спрощені, позбавлені знаково-символічного наповнення, але здатні чітко (щоб було видно з великої відстані, зі сцени, наприклад) маркувати представників кожної з республік. Вони активно використовувалися в концертах, в кінематографі, підчас офіційних масових парадів і запланованих владою «народних гулянь». Людей у традиційних костюмах зображали офіційно визнані і хвалені комуністами живописці й графіки, з їхніми зображеннями видавалися листівки, буклети і книги, як і спеціалізовані ілюстровані альбоми вишивок, костюмів та інших творів народного декоративно-ужиткового мистецтва [5].

Більше того, майже протягом всієї радянської окупації, влада схвалювала дизайн одягу «за народними мотивами», якому присвячувалися окремі розвороти в журналах мод. Ця тенденція поширювалася не лише в Україні, а й в усіх країнах так званого «соціалістичного табору» (в Східній Європі це повоєнні 1950–1990-ті), де народні традиції підтримувалися партією та навіть пропагувалися комуністичними лідерами. Неполітичний характер народної культури дуже добре вписувався в комуністичну пропаганду. Завдяки цьому народна культура підтримувалася більше, ніж будь-яка інша культурна діяльність, і з масивного фольклорного підґрунтя

сформувалася ефективна мережа фольклорних напрямів [35], які протиставлялися авангардним течіям «загниваючого Заходу».

Але жорстко контрольовані державні будинки мод виготовляли спрощені не лише технологічно, а й символічно машинні вишивки. Ці вишивки часто були кітчевими імітаціями традиційних, зводячи насичений обрядовістю процес створення вишиванки до знеособленого результату конвеєрного виробництва.

Втрата розуміння символіки та розмивання етнічної ідентифікації в костюмі – наслідок не лише «радянського минулого», а й урбанізаційних процесів та індустріалізації, покращення добробуту та інших чинників, які «звільнили» жінку від необхідності самій прости-шити-вишивати.

Цінність ручної роботи залишалася високою, свідченням чого є те, що вишиванки обмінювали на їжу під час голодоморів (1932–1933, а також 1921–1923 та 1946–1947 років), також люди продавали свої вишиванки в надії забезпечити собі кошти на виїзд за межі Радянського Союзу.

Виїхавши з України, представники діаспори плекали вишиванки як символ єдиної української нації, засіб продемонструвати патріотичні зв'язки з батьківщиною, взаємодіючи з її культурою через дещо утопічний націоналізм, пов'язаний з уявним поняттям дому. В українській діаспорі різні об'єднання і релігійні служби діяли та продовжують діяти як культурні посередники такої взаємодії, допомагаючи членам долати травми від їхнього переміщення.

Вишиванка продовжувала займати суперечливе й неоднозначне становище в націоналістичному вираженні протягом усього радянського періоду. До 1960-х років та в часи хрущовської культурної відлиги низка «рухів опору» використовувала вишиванки щоб продемонструвати свою відданість Україні. «Шістдесятники», як і попередні покоління українських націоналістів у XIX столітті та 1920-х роках, складалися переважно з інтелектуалів та митців. Вони привносили мотиви національної культури до своїх розписів, мозаїк, живописних полотен, колекцій костюмів тощо [27, с. 193]. Вишиванки використовувалися дисидентами до розпаду радянського союзу, іноді в їхні

орнаменти з певним викликом включали зображення тризубів чи жовто-блакитні поєднання кольорів.

Після розпаду СРСР створене, контрольоване і фінансоване колись державою професійне мистецтво «народного спрямування» почало розчинятися в економічних проблемах. Створити систему продовження народних традицій на нових принципах самофінансування вдалося не скоро і не всюди.

В незалежній Україні вишиванка, перетворившись з повсякденного предмета минулих поколінь на символ збереження, самоствердження і демонстрації української ідентичності [27, с. 179], «політизацію» еволюціонувала з індивідуального предмета до рівня національного та міжнародного символу [27, с. 189].

В ХХІ столітті використання вишиванки змінювалося з часом, відображаючи відмінності у тому, як її сприймали українці, їхні союзники, а також ті, хто намагається очорнити або заперечити існування української нації. Наприклад, новотвір «вишиватник» використовується як інструмент знецінення патріотичних сил або тролінгу патріотичних намірів. Слово «ватник», яке з'явилося у 2011 році та набуло поширення в часи Революції Гідності, позначало пустоголових совково-орієнтованих персонажів. Вишиватниками називали не надто освічених і надто полум'яних патріотів України, в яких відсутнє критичне мислення [19, с. 281].

Показовим з точки зору протестного символізму української вишиванки є її сприйняття в Криму до і після окупації. Так, у 1999 році перша серед кримських художників почесне звання «Заслужений художник АР Крим» отримала майстриня з української вишивки Віра Роїк. У 2006 році президент Віктор Ющенко відзначив її званням Героя України з врученням ордена. Вона стала почесною громадянкою Сімферополя, де в 2012 році було урочисто відкрито Музей української народної вишивки її імені. 2013 року, за ініціативи Міністерства культури АР Крим, розпочалася підготовка до створення Рушника Єднання (який, на основі шевченківського мотиву Віри Роїк, мали вишивати представники близько двадцяти різних етнічних громад, що проживали тоді у Криму). У лютому 2014 року реалізацію цього проекту перервала

окупація Криму [4], після якої, очевидно, вбачаючи в українських традиційних вишивках «підривний потенціал», російська влада перетворила музей Віри Роїк на невелику виставку «кримської вишивки» при Кримському етнографічному музеї [13]. Щоправда 2020 року «міська рада» Сімферополя, серед 29 нових назв вулиць, одній все ж дала ім'я Віри Роїк [7].

В 2015 році Севастопольська гімназія імені Лесі Українки ушавилася тим, що випускний клас разом зі своїми вчителями одягнув вишиванки на Останній дзвоник.



**Рисунок 3 – Випускники класу української мови
у Севастопольській гімназії імені Лесі Українки, 2015 р.**

В Україні це сприйняли як символ незгоди з російським імперіалізмом, знак протесту проти окупації Криму [27, с. 197].

На хвилі Революції Гідності в 2015 році вишиванка стала трендом глобальної моди – міжнародного визнання досягла дизайнерка Віта Кін, чий успіх надихнув багатьох українських дизайнерів і бренди на створення модних колекцій на основі переосмислення національного костюма.

Поширенню вишиванки сприяє Національний день вишиванки, який з 2006 року започаткували студенти Чернівецького національного університету як флешмоб і який святкується щороку у третій четвер травня. Варто відзначити, що аналогічні свята запроваджені в Румунії і Молдові. Всесвітній день румунської блузи (*Ziua Universală a Iei*) започаткований онлайн-спільнотою «*La Blouse Romaine*» у 2013 році і відзначається щорічно 24 червня, що збігається з традиційним народним святом середини літа. Цей день вшановує іа, традиційну румунську вишиту блузку, популяризуючи її як символ культурної ідентичності та майстерності в усьому світі [30]. В Молдові Національний день традиційного костюма (в останню неділю червня) був офіційно заснований Рішенням Парламенту 2015 року. «Мистецтво румунської блузи» як елемент культурної ідентичності Румунії та Республіки Молдова номіноване для включення до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО [30], куди від України внесені петриківський декоративний живопис (2013), косівська мальована кераміка (2019), кримськотатарський орнамент орьнек (2021) та «українська традиція і мистецтво оздоблення яєць» (2024) [15].

В Україні до Дня вишиванки в 2017 році запустили проект «Народжені у вишиванках – непереможні» – всеукраїнську благодійну акцію, в межах якої новонародженим у пологових будинках дарують їхні перші вишиті сорочки. Акція спрямована на популяризацію національних традицій, підтримку культурної ідентичності та єднання українців [16].

Після Євромайдану, і особливо після повномасштабного вторгнення, вишиванка слугує засобом мобілізації солідарності з Україною по всьому світу – від Тайваню до Великої Британії та Ізраїлю. Міжнародна підтримка особливо активна в мережі Інтернет, як платформі для підвищення обізнаності та заохоченні пожертв і донатів [33, с. 351]. Одним з прикладів цього є проект «Тайвань підтримує Україну» (2022) – збір коштів через продаж цифрових наліпок з візерунком вишивки «Україна+Тайвань», що містить зображення вічного вогню та дороговказної зірки, які символізують хоробрість, рішучість та «прагнення до свободи» [32].



Рисунок 4 – Проект «Тайвань підтримує Україну», 2022 р.

До повномасштабного вторгнення Україна асоціювалася в європейців з низькооплачуваними покоївками, шлюбними агенціями, корупцією чиновників та «бандами з поголеними головами, що блукають одним великим пострадянським Чорнобилем» [33, с. 346]. Після 22 лютого 2022 року сумнозвісні події в Україні привернули увагу всього світу також до української культури й традиційного костюма зокрема. Одяг щодня з'являється в різних засобах масової інформації як візуальний та семіотичний засіб комунікації. Перше матеріальне втілення опору російському вторгненню – це речі в кольорах українського прапора. Як кольоровий маркер вони з'являються на мітингах на підтримку зусиль країни захищатися, у публічних виступах політиків і знаменитостей (в жовто-блакитних костюмах або з такими аксесуарами), в оформленні знакових туристичних місць, обкладинок журналів, вітрин торгових точок тощо [33, с. 339–340].

З перших днів війни президент Володимир Зеленський відмовився від традиційного ділового костюма та переодягнувся

в армійські оливково-зелені й чорні речі на знак солідарності із воїнами, які відбивають російську агресію на фронті. Його вбрання було настільки незвичайним, що дратувало багатьох політиків і журналістів, особливо американських [3]. Зеленський не підлаштувався під вимоги політичного потоку, але змінював воєнний гардероб на ретельно відібрані вишиванки під час відзначення певних подій. Наприклад, він був одягнений у військово-зелену вишиванку з дубовим листям у Всесвітній день вишиванки 2022 року. Пізніше цю сорочку продали на благодійному аукціоні за 100 000 доларів [17].



**Рисунок 5 – Володимир Зеленський у вишиванці,
що була продана на аукціоні.**

Скріншот із відео пресслужби Президента України, 2022 р.

Виключення, які робить Зеленський на користь вишиванки, а не класичного костюма, є потужною демонстрацією ролі м'якої сили у міжнародній дипломатії. Його поєднання військового одягу з традиційним показують майстерне відчуття комунікації, виражаючи єдність між різними шарами українського суспільства та культури. Він постає як сучасний лідер

з чітко визначеною національною ідентичністю, вкоріненою в українські традиції.

Військові вишиванки президента України, переважно в мілітарній колористиці, наповнені глибокими символічними значеннями, посилюють його імідж візуальною послідовністю. Ті, хто підтримує Україну прийняли подібний тип воєнізованого одягу. 2022 року президент Франції Макрон, королева Іспанії Летиція, президентка Європейської комісії Урсула фон дер Ляєн, президент Литви Гітанас Науседа та багато інших політиків одягли вишиванки на знак солідарності та підтримки [33, с. 342]. Це видиме визнання та згуртування довкола України також допомагає доносити до європейців знання про український стиль.

В Європі вишиванка, крім українського національного патріотичного одягу, поступово стає міжнародним символом українського опору [33, с. 347]. Цей культурний зсув також спонукає європейців глибше пізнати цінності та символи, пов'язані з українською національною ідентичністю, чому сприяють численні проекти. Наприклад, Міжнародний комітет з Музеїв та колекцій костюмів, моди і текстилю (ICOM-CC) запустив цифрову виставку «Спадщина народного костюма з України», експонуючи предмети з музейних колекцій Музею цивілізацій Європи та Середземномор'я в Марселі (Франція) Українського фольклорного товариства імені Івана Сенюка в Кулі (Сербія), Музею етнографії в Будапешті (Угорщина), Етнографічного музею Северин Удзела (Краків, Польща), Королівського музею Онтаріо (Канада), щоб продемонструвати багатство української культури [25]. Залишається лише сподіватися, що численні ініціативи та зростання зацікавленості у дослідженні української самобутності принесуть європейцям більше обізнаності про історію та культуру України і будуть підтримуватися після української перемоги.

Висновки. Вишиті сорочки були частиною культурної ідентичності української нації щонайменше з XIX століття, коли в Європі активізувалися процеси націєтворення. В той час як європейські монархи «винаходили» і пропагували національні костюми керованих ними народів, на українських землях цю місію на себе взяли представники творчої інтелігенції. В радянський період

вишиванка відігравала неоднозначну роль: з одного боку, побутова річ в селян і символ одного з народів багатонаціональної країни, а з іншого – пережиток минулого, символ «буржуазного націоналізму». Радянська влада всіляко намагалася зберегти народні ремесла, але нейтралізувати закладені в них сенси, тому найпоширенішими були усереднено-бутафорні сценічні версії українського костюма. Щоразу, після здобуття незалежності, протестів на українських Майданах і повномасштабного воєнного вторгнення інтерес до вишиванки зростав не лише всередині країни, а й в європейському та американському культурних просторах. Війна зробила Україну та її культуру більш помітними, проливаючи світло і на традиційний український костюм. Президент Володимир Зеленський показав як його одяг може стати стратегічним інструментом вираження незламності народу та пропагування його національної ідентичності для формування прихильності й залучення міжнародної підтримки. Увагу до української культури і вишиванки зокрема слід підтримувати і використовувати як форму м'якої сили для пом'якшення воєнних труднощів та наближення перемоги українців.

Важливим напрямком подальших досліджень заявленої теми може стати вивчення креативного потенціалу і стратегій просування символів і знаків української ідентичності в сучасну європейську моду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Базильська, Т. О. Глобалізація та локальна ідентичність у сучасному дизайні: баланс між традицією та інноваціями. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 3. С. 17–23. <https://doi.org/10.32782/uad.2025.3.2>
2. Васкевич О. Етнокультурна спадщина як джерело формотворення в сучасному дизайні. *Народознавчі зошити*. 2025. № 5 (185). С. 1180–1187. <https://doi.org/10.15407/nz2025.05.1180>
3. Вендлінг М. Як і чому костюмне питання відправило відносини України та США на дно. *BBC News Україна*. 2025. 3 березня. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c0mwrqex81ro>
4. Віра Роїк у Криму: вишивка й тяглість традиції. *Представництво Президента України в Автономній Республіці Крим*. 2025. 25.04.

- URL: <https://ppu.gov.ua/press-center/vira-roik-u-krymu-vyshyvka-y-tiahlist-tradytsii/>
5. Захарчук-Чугай Р. В. Українська народна вишивка. Західні області УРСР. АН УРСР. Ін-т мистецтвознавства, фольклору та етнографії імені М. Т. Рильського. Львів. Київ. Наукова думка. 1988. 190 с.
 6. Кікоть А.. Український костюм у контексті формування національної ідентичності. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2023. № 45. С. 145–151.
 7. Конашевич С. Окупаційна «ревізія» українських символів у Криму. *Голос Криму. Культура*. 2022. 21.06. URL: <https://culture.voiccrimea.com.ua/uk/okupatsijna-reviziiia-ukrainskykh-symvoliv-u-krymu/>
 8. Мельник М. Т. Мистецтво і мода кінця XIX – початку XX століть: стиль модерн і пошуки української національної ідентичності. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 2. С. 42–47. <https://doi.org/10.32782/uad.2025.2.6>
 9. Мельник М. Т. Мода в контексті художніх практик XX століття. Дис. ... канд. мистецтвознавства. Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ. 2008. 190 с.
 10. Олійник М. Корифеї українського стилю. *Національна академія наук України*. 2021. 14.09. URL: <https://old.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=8162>
 11. Павліченко Є. Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності. *Питання культурології*. 2023. № 42. С. 57–65. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293704>
 12. Попова Т. Жіночі образи Харківської області на початку XX століття: візуальний аспект української ідентичності. *HUDPROM: Журнал українського мистецтва та дизайну*. 2025. № 27 (1), С. 24–37. <https://doi.org/10.61993/2786-7285.2025.01.03>
 13. Притула В. Вишиті скарби Віри Роїк: «кримська школа» української вишивки. *Крим. Реалії*. 2025. 15 травня. URL: <https://ua.krymr.com/a/vyshyti-skarby-viry-royk-krymska-shkola-ukrayinskoiy-vyshyvky/33413853.html>
 14. Скрипка Т. Олена Пчілка: як одягалася інтелектуальна еліта України. *Локальна історія*. 2023. 22 лютого. URL: <https://localhistory.org.ua/texts/statti/olena-pchilka-iak-odiagalasia-intelektualna-elita-ukrayini/>
 15. Українську традицію і мистецтво оздоблення яєць визнано культурним надбанням людства. *Міністерство культури України*. 2024.03.12.

- URL: <https://mincult.gov.ua/news/ukrayinsku-tradycziyu-i-mystecztvo-ozdoblennya-yayecz-vyznano-kulturnym-nadbannym-lyudstva/>
16. Шот М. Народжені у вишиванках – непереможні. *Урядовий кур'єр*. 2023. 18 травня. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/narodzheni-u-vishivankah-neperemozhni/>
 17. Яворович Т. Мілітарі-вишиванку Зеленського продали на аукціоні у США за 100 тисяч доларів. *Суспільне. Новини*. 2022. 5 червня. URL: <https://suspilne.media/246794-militari-visivanku-zelenskogo-prodali-na-aukcioni-u-ssa-za-100-tisac-dolariv/>
 18. Яковенко О. Вишиванки у фондовому зібранні меморіального комплексу: джерелознавчий зріз і музейний контент. *Військово-історичний меридіан*. Вип. 4 (22). Національний музей історії України у Другій світовій війні. Ін-т історії України НАН України. К., 2018. С. 159–172.
 19. Яценко Н. О. Суспільно-політична термінологія в просторі сучасної української мови. *Термінологічний вісник*. 2021. Вип. 6. С. 276–283. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001494037>
 20. Baran J. “Wearing Identity: Practising National Identity Through Engaged Clothes in Contemporary Poland”. *Nations and Nationalism*. 2025. P. 1–16. <https://doi.org/10.1111/nana.70046>
 21. Biedrońska-Słota B., Molenda M. Kontusz. Kontusz był symbolem Polski. Szlachcice obawiali się, że kiedy zniknie, zaniknie polska mowa. *National Geographic*. 2024. 30.01. URL: <https://www.national-geographic.pl/historia/kontusz-szlachcice-obawiali-sie-ze-kiedy-zniknie-zaniknie-polska-mowa-240129093716/>
 22. Clark T. The Role of Fashion and Art in First Nations Healing, *Decolonisation, and Cultural Practice*. *Genealogy*. 2025 # 9 (1). 5. <https://doi.org/10.3390/genealogy9010005>
 23. Clothing Identities Conference. *Euroweb*. 2022. 11.04. URL: <https://euroweb.uw.edu.pl/meetings-events/events/clothing-identities-conference/>
 24. Europe and Fashion: Questioning Identities and Cultures. *European Fashion Heritage Association*. 05.10.2018. URL: <https://fashionheritage.eu/europe-and-fashion-questioning-identities-and-cultures/>
 25. Folk Costume Heritage From Ukraine, about the project. *ICOM International Committee for Museums and Collections of Costume, Fashion and Textiles*. URL: <https://costume.mini.icom.museum/folk-costume-heritage-from-ukraine-2/folk-costume-heritage-from-ukraine-the-project/> (дата звернення 26.04.2026)

26. Fülemile A. Monarchs in National Dress – Sartorial Expressions of National Image in the Representational Practices of 19th-century European Courts. *Acta Ethnographica Hungarica*. 2021. Volume 66. Issue 2. P. 439–495. <https://doi.org/10.1556/022.2021.00038>
27. Greet W. “Spiritual Armour”: Crafting Ukrainian Identity through Vyshyvanka. *Czech Journal of International Relations*. 2024. #59 (1), P. 177–210. <https://doi.org/10.32422/cjir.776>
28. Kutsenko M. Ukrainian Embroideries: Catalog. Melbourne. Spectrum Publications. 1977. 119 pp.
29. Melnyk M. Traditional Ukrainian Costume in the context of National Liberation and Soviet Occupation in 1920s. *Cherkasy University Bulletin Historical Sciences Cherkasy University Bulletin Historical Sciences*. 2019. P. 109–115. DOI: 10.31651/2076-5908-2019-1-109-115
30. National day of the traditional costume. *Culture and Cultural Heritage*. URL: <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/-/national-day-of-the-traditional-costume> (дата звернення 24.04.2026)
31. Nur Tajuddin F. Cultural and Social Identity in Clothing Matters “Different Cultures, Different Meanings”. *European Journal of Behavioral Sciences*. 2018. Volume 1. Issue 4. P. 67–72. DOI: <http://doi.org/10.33422/EJBS.2018.07.67>
32. Taiwan Stands With Ukraine. X. 2022. 22.05. URL: <https://x.com/stwithukrainetw/status/1528216876861431809>
33. Textile Crossroads: Exploring European Clothing, Identity, and Culture across Millennia. Anthology of COST Action “CA 19131 – EuroWeb”. Kerstin Droß-Krüpe, Louise Quillien, & Kalliope Sarri, Editors. Zea Books, Lincoln, Nebraska. 2024. DOI: 10.32873/unl.dc.zea.1801
34. Rašić M. Tailoring Identity: Folk Costume in Contemporary Society. *Etnoantropološki Problemi Issues in Ethnology and Anthropology*. 2026. #20 (4). P. 1073–1097. <https://doi.org/10.21301/eap.v20i4.5>
35. Stefanikova Z. Slovak national costume and its role in the ethno-identification process. *Civilisations*. 1993. #42-2. URL: <http://journals.openedition.org/civilisations/2369>

REFERENCES

1. Bazaniiska, T. O. (2025). Hlobalizatsiia ta lokalna identychnist u suchasnomu dyzaini: Balans mizh tradytsiieiu ta innovatsiiamy. *Ukrainskyi mystetstvotvoznachnyi dyskurs*, 3, 17–23. <https://doi.org/10.32782/uad.2025.3.2> [in Ukrainian].

2. Vaskevych, O. (2025). Etnokulturna spadshchyna yak dzherelo formotvorennia v suchasnomu dyzaini. *Narodoznavchi zoshyty*, 5(185), 1180–1187. <https://doi.org/10.15407/nz2025.05.1180> [in Ukrainian].
3. Vendlinh, M. (2025, March 3). Yak i chomu kostiumne pytannia vidpravlylo vidnosyny Ukrainy ta SShA na dno. *BBC News Ukraina*. <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c0mwrqex81ro> [in Ukrainian].
4. Vira Roik u Krymu: Vyshyvka y tiahlist tradytsii. (2025, April 25). *Predstavnytstvo Prezydenta Ukrainy v Avtonomnii Respublitsi Krym*. <https://ppu.gov.ua/press-center/vira-roik-u-krymu-vyshyvka-y-tiahlist-tradytsii/> [in Ukrainian].
5. Zakharchuk-Chuhai, R. V. (1988). *Ukrainska narodna vyshyvka. Zakhidni oblasti URSR*. Naukova dumka. [in Ukrainian].
6. Kikot, A. (2023). Ukrainskyi kostium u konteksti formuvannia natsionalnoi identychnosti. *Ukrainska kultura: Mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, 45, 145–151. [in Ukrainian].
7. Konashevych, S. (2022, June 21). Okupatsiina “reviziia” ukrainskykh symboliv u Krymu. *Holos Krymu. Kultura*. <https://culture.voicetrimea.com.ua/uk/okupatsijna-reviziiia-ukrainskykh-symboliv-u-krymu/> [in Ukrainian].
8. Melnyk, M. T. (2025). *Mystetstvo i moda kintsia XIX – pochatku XX stolit: Styl modern i poshuky ukrainskoi natsionalnoi identychnosti. Ukrainskyi mystetstvoznavchyi diskurs*, 2, 42–47. <https://doi.org/10.32782/uad.2025.2.6> [in Ukrainian].
9. Melnyk, M. T. (2008). *Moda v konteksti khudozhnikh praktyk XX stolittia* (Candidate dissertation). Kyiv National University of Culture and Arts. [in Ukrainian].
10. Oliinyk, M. (2021, September 14). Koryfei ukrainskoho styliu. *Natsionalna akademiia nauk Ukrainy*. <https://old.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=8162> [in Ukrainian].
11. Pavlichenko, Ye. (2023). Suchasna vizualna kultura yak zasib reprezentatsii natsionalnoi identychnosti. *Pytannia kulturolohi*, 42, 57–65. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.42.2023.293704> [in Ukrainian].
12. Popova, T. (2025). Zhinochi obrazy Kharkivskoi oblasti na pochatku XX stolittia: Vizualnyi aspekt ukrainskoi identychnosti. *HUDPROM: Zhurnal ukrainskoho mystetstva ta dyzainu*, 27(1), 24–37. <https://doi.org/10.61993/2786-7285.2025.01.03> [in Ukrainian].
13. Prytula, V. (2025, May 15). Vyshyti skarby Viry Roik: “Krymska shkola” ukrainskoi vyshyvky. *Krym.Realii*. <https://ua.krymr.com/a/vyshyti-skarby-viry-royik-krymska-shkola-ukrayinskoyi-vyshyvky/33413853.html> [in Ukrainian].

14. Skrypka, T. (2023, February 22). Olena Pchilka: Yak odiahalasia intelektualna elita Ukrainy. Lokalna istoriia. <https://localhistory.org.ua/texts/statti/olena-pchilka-iak-odiagalasia-intelektualna-elita-ukrayini/> [in Ukrainian].
15. Ukrainsku tradytsiiu i mystetstvo ozdoblennia yaiets vyznano kulturnym nadbanniam liudstva. (2024, December 3). Ministerstvo kultury Ukrainy. <https://mincult.gov.ua/news/ukrayinsku-tradycziyu-i-mystecztvo-ozdoblennya-yayecz-vyznano-kulturnym-nadbannyam-lyudstva/> [in Ukrainian].
16. Shot, M. (2023, May 18). Narodzheni u vyshyvankakh – neperemozhni. Uriadovi kurier. <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/narodzheni-u-vishivankah-neperemozhni/> [in Ukrainian].
17. Yavorovych, T. (2022, June 5). Military-vyshyvanku Zelenskoho prodaly na auktsioni u SSHA za 100 tysiach dolariv. Suspilne. Novyny. <https://suspilne.media/246794-militari-visivanku-zelenskogo-prodali-na-aukcioni-u-ssa-za-100-tisac-dolariv/> [in Ukrainian].
18. Yakovenko, O. (2018). Vyshyvanky u fondovomu zibranni memorialnoho kompleksu: Dzhereloznavchyi zriz i muzeinyi kontent. Viiskovo-istorychnyi merydian, 4(22), 159–172. [in Ukrainian].
19. Yatsenko, N. O. (2021). Suspilno-politychna terminolohiia v prostori suchasnoi ukrainskoi movy. Terminolohichniy visnyk, 6, 276–283. <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001494037> [in Ukrainian].
20. Baran, J. (2025). Wearing identity: Practising national identity through engaged clothes in contemporary Poland. Nations and Nationalism, 1–16. <https://doi.org/10.1111/nana.70046>.
21. Biedrońska-Słota, B., & Molenda, M. (2024, January 30). Kontusz był symbolem Polski. Szlachcice obawiali się, że kiedy zniknie, zaniknie polska mowa. National Geographic. <https://www.national-geographic.pl/historia/kontusz-szlachcice-obawiali-sie-ze-kiedy-zniknie-zaniknie-polska-mowa-240129093716/>
22. Clark, T. (2025). The role of fashion and art in First Nations healing, decolonisation, and cultural practice. Genealogy, 9(1), Article 5. <https://doi.org/10.3390/genealogy9010005>
23. Clothing Identities Conference. (2022, April 11). EuroWeb. <https://euroweb.uw.edu.pl/meetings-events/events/clothing-identities-conference/>
24. Europe and fashion: Questioning identities and cultures. (2018, October 5). European Fashion Heritage Association. <https://fashionheritage.eu/europe-and-fashion-questioning-identities-and-cultures/>

25. Folk costume heritage from Ukraine: About the project. (n.d.). ICOM International Committee for Museums and Collections of Costume, Fashion and Textiles. Retrieved April 26, 2026, from <https://costume.mini.icom.museum/folk-costume-heritage-from-ukraine-2/folk-costume-heritage-from-ukraine-the-project/>
26. Fülemile, A. (2021). Monarchs in national dress – Sartorial expressions of national image in the representational practices of 19th-century European courts. *Acta Ethnographica Hungarica*, 66(2), 439–495. <https://doi.org/10.1556/022.2021.00038>
27. Greet, W. (2024). Spiritual armour: Crafting Ukrainian identity through vyshyvanka. *Czech Journal of International Relations*, 59(1), 177–210. <https://doi.org/10.32422/cjir.776>
28. Kutsenko, M. (1977). *Ukrainian embroideries: Catalog*. Spectrum Publications.
29. Melnyk, M. (2019). Traditional Ukrainian costume in the context of national liberation and Soviet occupation in 1920s. *Cherkasy University Bulletin Historical Sciences*, 109–115. <https://doi.org/10.31651/2076-5908-2019-1-109-115>
30. National day of the traditional costume. (n.d.). Culture and Cultural Heritage. Retrieved April 24, 2026, from <https://www.coe.int/en/web/culture-and-heritage/-/national-day-of-the-traditional-costume>
31. Nur Tajuddin, F. (2018). Cultural and social identity in clothing matters: Different cultures, different meanings. *European Journal of Behavioral Sciences*, 1(4), 67–72. <https://doi.org/10.33422/EJBS.2018.07.67>
32. Taiwan stands with Ukraine. (2022, May 22). X. <https://x.com/stwithukrainetw/status/1528216876861431809>
33. Droß-Krüpe, K., Quillien, L., & Sarri, K. (Eds.). (2024). *Textile crossroads: Exploring European clothing, identity, and culture across millennia*. Zea Books. <https://doi.org/10.32873/unl.dc.zea.1801>
34. Rašić, M. (2026). Tailoring identity: Folk costume in contemporary society. *Etnoantropološki Problemi*, 20(4), 1073–1097. <https://doi.org/10.21301/eap.v20i4.5>
35. Stefanikova, Z. (1993). Slovak national costume and its role in the ethno-identification process. *Civilisations*, 42(2). <http://journals.openedition.org/civilisations/2369>

ГОЛУБ Олена Євгенівна,
мистецтвознавиця, художниця
ORCID ID: 0000-0001-9059-548X
olgol588@gmail.com

ПОСТЧОРНОБИЛЬСЬКИЙ СИНДРОМ У МИСТЕЦЬКІЙ РЕФЛЕКСІЇ

Есей мисткині Олени Голуб глибоко й проникно розкриває сферу творчого самоаналізу й роздумів, пов'язаних з переживаннями катастрофічних подій в Україні періоду 1986–2026 років. Художниця рефлексує, уважно вдивляючись у власні твори, і знаходить нові точки перетину між індивідуальним простором і соціумом. Її погляд вихоплює найбільш експресивні моменти з трагічних подій аварії на ЧАЕС, пандемії Covid-19, жахів російсько-української війни. Світогляд мисткині формувався як спротив неминучості апокаліптичних тенденцій і демонструє унікальний досвід долаття травматичних ситуацій завдяки різноманітним засобам сучасного мистецтва.

Ключові слова: Чорнобиль, художня рефлексія, екологічна катастрофа, сучасне мистецтво

Olena HOLUB
Art Critic, Artist
olgol588@gmail.com

POST-CHORNOBYL SYNDROME IN ARTISTIC REFLECTION

The essay by artist Olena Holub deeply and insightfully explores the sphere of creative self-analysis and reflections related to the experience of catastrophic events in Ukraine during the period from 1986 to 2026. The artist engages in reflection through careful observation of her own works, discovering new points of intersection between individual space and society. Her perspective captures the most expressive moments of tragic events, including the Chornobyl nuclear disaster, the COVID-19 pandemic, and the horrors of the Russian-Ukrainian war. The artist's worldview was shaped as a form of resistance to the inevitability of apocalyptic tendencies and

demonstrates a unique experience of overcoming traumatic situations through diverse means of contemporary art.

Keywords: *Chornobyl, artistic reflection, ecological catastrophe, contemporary art.*

Ніколи не брала участь у виставках, присвячених роковинам Чорнобильської катастрофи, хоча мої друзі з групи «Стронцій-90» запрошували разом з ними показати роботи у київському музеї Чорнобилю. Тоді я не могла в уяві сумістити спокій музейних експонатів з постійним переживанням катастрофи, яке то відпускало біль, то загострювало, але ніяк не завершувалось і не знаходило певного фіксованого зображення, не вкладалося в календарні дати. Непомітно минуло сорок років з дня трагедії, і це не тільки офіційно позначена дата, а й стосується мене особисто та членів сім'ї. Мій син Андрій – ровесник події, дочка Ганна – на дванадцять років старша, а, щодо моїх творів – то майже в кожному з них є відлуння тої аварії світового масштабу. Вирішила розглянути послідовно свої роботи, з гори свого віку, уважно, як і слід мистецтвознавцеві та одному з свідків свого часу. Шанобливо згадую друзів-ліквідаторів, життя яких невідворотно перервалися через канцерогенне опромінення. Вони до останнього подиху несли людям важливі меседжі у своїх роботах, як от фотодокументи однокласника й журналіста Олександра Наумова [1], твори майстра трансгресивного художнього методу Юрія Косіна [2] та багатьох інших. Не те, щоб настав спокій по відношенню до чорнобильської теми, а, скоріше, навпаки, ще більше загострились риси того жакіття, суголосні з катастрофічністю подальших лихоліть періоду ковіду, а потім російсько-української війни.

26 квітня 1986 року ми дізнались про аварію від тих, хто безпосередньо брав участь у приборканні вогню та знав правду. Більшість мали слухати фейкові партійні новини, що немає ніякої загрози здоров'ю людей у Києві і всім треба йти на радісне святкування першотравня з червоними прапорами й штучними квітами. Наша сім'я мала свою точку зору, як і сусіди-фізики, тож

ми позакривали вікна й берегли дітей. Невдовзі зібрали речі, закутали синочка в пелюшки, та поїхали на потязі до моєї бабусі Килини й родичів в Луганську область. Що й казати, було нелегко та не радісно, хоча квітнули навкруги сади й намагалися милувати око тюльпани. І все ж я знайшла час, щоб доторкнутися фарбами до паперу й стисло висловити наболіле. З того року залишилась лише одна робота, ретельно зображене яблуневе дерево, що оцвіло. Я ніби шукала розраду у кожного зеленого листочка, йшла повільно оком за стовбуром і гілочками, не впускаючи в мозок ніяких думок, стримуючі бурхливі почуття. Документ фрустрації, зворотного боку побачених надлюдських страждань, з безмежним і безсилим співчуттям до загинув у пеклі. Підписаний: м. Сватове, 1986, як закодований зміст послання для самої себе у майбутньому, коли буде потрібна надія на звільнення міста від окупації ворогами, на відродження садів і нашої землі.



Рисунок 1 – Голуб Олена. Яблуня. Папір, гуаш, 40 × 30, 1986

Більше слів не було, і ще довго не було ні живопису, ні графіки. У київській коловерті – редакційна робота з книжками у видавництвах «Мистецтво», «Молодь», «Веселка», дитсадок, школа. Аж раптом відпочинок – отримала лікарняний через травму (відрізало дверцятами таксі край лівого мізинця). Тож Бог дав можливість

зосередитись в тиші на необхідних думках, і в 1991 році спонтанно з'явився незвичний за виконанням триптих «Вікна». Я змогла відірватися від земного й охопити поглядом часо-простір, де минуле й сьогодення перепліталися у вигляді складного орнаменту, який обрамляв, ніби краї вікна, вихід до неба і далі, у Всесвіт.



Рисунок 2 – Голуб Олена. Вікна – I–III. К., гуаш, 40 × 30 (3), 1991

В роботах поєднала умоглядність з майже міметичним зображенням хмар, сонця й місяця, підкреслюючи необхідну для світової гармонії єдність світу ідей із світом реального життя, що спостерігається оком. З тих пір керуюсь тодішнім осяянням у передачі будь яких тем і сюжетів. Так, у подальшому живописі мене захопили постаті, що відтворюють стан замисленості. Ці герої разом зі мною ніби задають складні питання: що призвело до катастрофи, з якої причини держава не змогла її запобігти, і взагалі, чому так влаштований світ, чи є Бог та як перемогти диявола, і т.д.? Проблем так багато, що їх не спроможний охопити людський мозок. Навіть знані науковці й інженери роблять помилки, наслідком яких трапляються аварії, не говорячи про пересічних громадян, які повсякчас помиляються навіть у побутових справах, неправильному харчуванні тощо. У моїх роботах 1990-2000-х бачу чималу іронію з приводу недосконалості, але не цілком нищівну.



Рисунок 3 – Голуб Олена. Тітонька. К., о., 50 × 70. 1994

Співчуваю наївності і беззахисності, неспроможності протидіяти потужним механізмам влади та силам природи. Такою доброю й трохи кумедною є портрет моєї тітоньки, маминої сестри, що збирає врожай соняшників. Над нею символічно здіймається дим на тлі палаючого заходу сонця, що асоціюється з далеким відгомном чорнобильської катастрофи, яка охоплює все небо над планетою.



Рисунок 4 – Голуб Олена. Погляд. К., о., 65 × 50, 1995

Шукаючи образ катастрофи, створила картину «Погляд», де реальність перейшла у фантазмагорію, інверсію звичного перебігу подій. Тут річка не просто вийшла з берегів, а опинилась у палаючому небі, несучи човен із зниклою людиною, на що з жахом дивиться незрозуміла міфічна істота, ніби лісовичок, у якого волосся стало дибки, який зазвичай мав бути зеленим, але почервонів від екстремальної напруги.

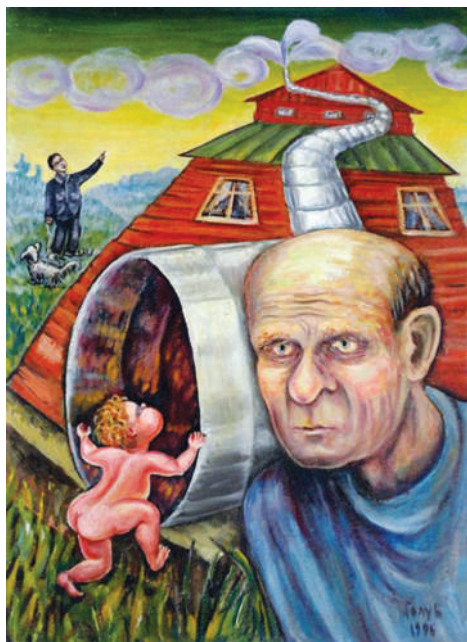


Рисунок 5 – Голуб Олена. Нова труба. К., о., 70 × 50, 1996

Без сумніву, що катастрофа показала величезну руйнівну силу атомної енергії та ще більшу небезпеку від неспроможності контролювати її. У творчості митців мого покоління (і не тільки) відбувся, напевно, масовий зсув у свідомості при спробах адекватно осмислити подію. Мало хто залишився на колії соціалістичного реалізму, натомість помітно збільшилось зацікавлення сюрреалізмом та апологетикою абсурду. Згадуючи про написання картини

«Нова труба», можу сказати, що спиралась на сни-хорори, що майже не давали спати. Тоді я страшенно переживала смерть трирічної доньки моїх друзів-художників. Маленька Катруся померла від лейкемії, хоч як її не намагались врятувати. Останніми її словами були: «Тато, а де моя кров?..» На картині вона зазирає, ніби у безодню, в якусь незбагненну трубу. Абсурдність її в тім, що з одного боку, ніби її призначенням було водовідведення, а з другого видно, що то димар. Перехожий з песиком вказує на явну похибку конструкції, а чоловік, який натужно морщить чоло у роздумах, ніяк не збагне, що взагалі відбувається у Всесвіті. Так персонаж, демонструючи спроби раціонального осмислення, акцентує його неможливість, залишаючи трактувати сюжет як довільну пародію на будівлю й функціонування могутньої залізобетонної атомної електростанції. Прикметно, нещодавно я прочитала уривок з книги Оксани Семенік, де вона процитувала спогад нашої улюбленої художниці-провидиці Марії Примаченко. Мені здалося, що нам наснився майже однаковий сон, змальований у картині: «Снилось, ніби колись буде стирчати з нашої хати димоход височенний до неба. І димить дуже» [3]. Благенькі дерев'яні хатки, хилиткі паркани тощо, із марень про моє повоєнне, без розкошів, дитинство, нерідко з'являються у моїх роботах як алегорія людської недосконалості.

Свою нікчемність ніби намагається подолати герой картини «Рибалка». Вдягнений у якийсь дрантя, взутий у зношені резинові кеди, він поглядом десь у височині, ніби сам Гітлер планує щось грандіозне й таке ж приречене на поразку. Точніше ілюструє його думки блакитне місто в далечині, ніби ним створене, де майорить «димоход височенний до неба», та ще й не один, а декілька. А поруч з ним – замучена спіймана риба, що хапає повітря ротом, подруга, що відпочиває у маленькому човнику і видно, що мерзне, – ніякого добра від такого мрійника.

Портрет задумливого мрійника Валерія Голейка, який подарував глядачам чимало позитивних меседжів у вигляді різнобарвних безжурних картин, ніби протиставляється невдалому рибалці. Спільним нашим захопленням була харизматична особистість



Рисунок 6 – Голуб Олена. Рибалка. П., о., 80 × 100, 2001



Рисунок 7 – Художник Валерій Голейко. П., о., 70 × 55, 2002

Вудона Баклицького, з яким ми спілкувалися у різні роки. Валерій запросив його до групи «Стронцій-90», мені надав деякі матеріали про відомого майстра для книги «Свято непокори та будні андеграунду» [4], в якій його з вдячністю згадую. Ідея створеної

групи мені подобалась, але з її втіленням була не згодна. Тому пропонувала свою концепцію для проєктів з екологічною тематикою, де акцентувалось не на милуванні красою природи, а на етичних аспектах людської відповідальності, як от у проєктах «Люди і звірі» [5] та «Короткі історії» [6]». Попри деякі розбіжності у поглядах, ми разом з ним та нашими однодумцями, брали участь у спільних виставках, в Українському домі та у бельгійському проєкті «Бердінвест» [7]. Портрет, окрім певної зовнішньої схожості, передає мою концептуальну інтерпретацію діяльності митця з певним критичним ставленням до деяких його проявів. Стилістичні елементи авангарду минулого століття оповідають про головний предмет наших дискусій – яким має бути авангард сьогодення.



Рисунок 8 – Голуб Олена. Червона ворона. П., о., 45 × 65, 2003

Іронічний погляд, у буквальному сенсі, втілений у моїй серії картин «Червона ворона». Близько десяти її авторських варіацій «розлетілися» на Андріївському узвозі, за часів моєї участі в об'єднанні «Біла ворона» [8]. В абсурдному світі, яким він став ще абсурднішим після Чорнобилю, найбільш адекватним поглядом виявляється недовіра до реальності, іронія, а часом гумор та

сарказм. Так дивиться червоний, неіснуючий насправді птах, деє між містом і дикою природою, біля калинового куща, народного українського символу, на шляху до невідомого майбутнього.



Рисунок 9 – Голуб Олена. У просторі Дюбюффе – 17. 2005

Високо над засніженим містом, ніби з пташиного польоту, відбувається сюрреалістичне дійство в сюжеті цифрової композиції. Культурологічна конотація до відомого твору авангардиста Марселя Дюшана 1917 року налаштовує сприйняття твору на рівень гри з реальністю, в дусі дадаїзму. Славнозвісний реді-мейд, тобто звичайний пісуар, своїм побутовим призначенням повністю знімає пафос з ікони соціалістичної держави, портрета Юрія Гагаріна, вкупі з іншими сумнівними досягненнями, як у космосі, так і на землі. Подія Чорнобильської трагедії, яка залишила після

себе тисячі жертв, різко контрастує з веселою пропагандистською посмішкою «ікони». Базовою частиною фото інсталяції є помаранчевий двигун, який я сфотографувала на Хрещатику під час Помаранчевої революції, яскравий символ життєдайних сил України.



Рисунок 10 – Голуб Олена. У просторі Дюбюффе – 15. 2005

Таємничий вміст відрізка покинутої в недобудові труби вкотре привертає мою художню увагу. В її темряві побачила, ніби палають живо постаті вогнеборців у страшну ніч 26 квітня, хоча на момент зйомки минуло майже двадцять років з того рокового дня. Роботи серії «У просторі Дюбюффе» експонувались на спільній виставці разом з соціально загостреними колажами Ніколетти Монталбетті, у Французькому культурному центрі, спочатку в Києві, потім у філіях Донецьку, Дніпра й Одеси [9]. Ім'я знаменитого представника арт-брюту не випадково з'явилося у назві нашого проекту. Воно для нас слугувало об'єднуючим символом мистецтва великого міста, адже чимало наших цифрових композицій були присвячені

загальним проблемам урбаністики й цивілізації. Французька медіа-художниця починала разом з маестро свою мистецьку кар'єру, два роки працюючи його асистенткою. Я ж просто високо шанувала творчість Дюбюффе за новаторство, та, чи не вперше в Україні, опублікувала статтю про його твори з грубого асфальту та перші графіти 1970-х на вулицях, в журналі «Ранок». Ми ще довгі роки листувались з незабутньою талановитою Ніколеттою.



Рисунок 11 – Голуб Олена. При-сутність – 3. 2005

Серед портретів задумливих персонажів – моє власне дитяче обличчя, сказати б автопортрет, але знімок зробив мій тато, у період навчання на факультеті журналісти КНУ, для заліку по фотографії. Майже через півстоліття я обробила кадр фотошоп-програмою і створила одну з композицій серії «При-сутність». Аркуші мають екзистенційні акценти у співставленні внутрішнього стану людини і його оточення, соціального і природного, тривалого й миттєвого. Швидкоплинне перебування людини на планеті Земля потребувало осмислення у багатьох векторах – сутності існування у соціумі, комфортності, пов'язаною з екологією тощо. Візуалізувати було не просто, не однозначно, але вважалось вкрай необхідним.

«Автопортрет на тлі Києва» підкреслює особисту відповідальність кожного за те, що відбувається навколо. Робота, перенесена на тривимірний об'єкт, брала участь у міжнародному екологічному проєкті у м. Борглун (Бельгія), 2005. Нам запропонували виготовити арт-об'єкти, художньо оздобивши шпаківні, призначені для птахів, приліт яких навесні символізував виживання життя. Масштабний перформанс, під патронатом принцеси Астрід, за участі представників з різних країн відбувся у великому саду, коли яблуні вкрились квітами, і до кожного дерева кріпилась робота одного автора [10].



Рисунок 12 – Голуб Олена. При-сутність – 1. 2004

У роботах серії «При-сутність» чимало асоціацій між зруйнованими предметами та руйнуванням планети в цілому, яку багатьом з нас так хочеться захистити, аби вільно дихати повітрям, разом з птахами, звірями і всіма добрими сусідами.

Потужним художником, хто шукав візуальне втілення своєї особистої стурбованості про чистоту й безпеку довкілля, був Вудон Баклицький, батько двох доньок, про майбутнє яких він не раз замислювався, як і про долю всього людства. Протягом життя він створив чимало чудових пейзажів, замальовуючи береги Дніпра,



Рисунок 13 – Голуб Олена. При-сутність – 10. 2006



Рисунок 14 – Голуб Олена. При-сутність – 16. 2006

гори Карпат, ліси й луки, портретів вродливих жінок, виробивши свій неповторний стиль, на межі постімпресіонізму й експресіонізму. Після Чорнобильської аварії його художня мова набула рис умоглядності, пов'язаної з необхідністю передавати передовсім меседжі на умовному, сакральному рівні. Вудон створив неповторну за виразністю «Чорнобильську мадонну» та її особливі варіанти, ті інші картини, як «Економіка», «Чорне сонце Чорнобиля» з думками про краще майбутнє цивілізації. Я, скільки змогла, розповіла про художника та його митця-побратима Миколу Трегуба у своїй

книзі. Окрім того, написала портрети своїх друзів, по пам'яті. Портрет Миколи – у 1998, який, хоч і не був свідком катастрофи, але передчував, і виплескував фрагменти апокаліптичних видінь у картини. Набагато пізніше створила портрет Вудона – у 2010. Треба сказати, що бажання з'явитися на полотні обидва висловили у снах (от так і спілкуються абстракціоністи-сюрреалісти!)

Так вийшло, що я побачила спочатку живі очі Вудона, коли познайомилась з дочкою Іванною та її донечкою Антоніною. Глянула на внучку й ахнула – ну точно на мене подивився дідусь-художник. А потім наснився, яким я його пам'ятаю, веселий, завзятий, у майстерні з новими картинами, так і сказав: «Намалюй мій портрет». Тож на полотні змалювала не тільки обличчя митця, а й, так



Рисунок 15 – Голуб Олена. Портрет В. Баклицького з онуками.
П.,о., 65 × 45, 2010

би мовити, продовження його існування в рисах онуки. Малюючи звивисту експресію бороди, непомітно вплела тоненьку постать якогось літаючого хлопчика, як згодом виявилось, онука (тобто синочка, який народився у Іви через декілька років). По завершенні роботи хлопці перестали приходити у мої сни, заспокоїлись.

В тому ж році розпочала серію цифрових колажів «Схід дерев'яного сонця», задум і втілення якої витікає з невимовних процесів підсвідомості, тож важко словами передати карколомні наративні перетворення антропоморфних персонажів. Загалом, можна сказати, що це алегорія подій високої емоційної напруги, що виникають у взаємодії персонального й суспільного. Ірреальний світ, змодельований дерев'яними скульптурами і фактурами, із своїм сонячним диском, унаочнює сутність існуючої реальності, сповненої сплесків радості та смутку, катастроф і періодів спокою. Десь на аркуші з'являється пророче видіння, як під ногами величної скульптури починається розпалювання вогню якимись дрібними деперсоналізованими істотами. Десь бачимо реальну трагедію знищення людської краси й індивідуальності шаленим полум'ям катастрофи-війни. А можна зупинити мить на спогляданні сходу (або заходу) сонця, що, разом з водою, без упину, підтримує плін життя.

Травма пережитої катастрофи, притлумлена роками, все одно вискакує зненацька, як чортеня, і позначає себе знайомими до болю символами та логотипами. Таких чимало у моїй серії «Бронзова



Рисунок 16 – Голуб Олена. Схід дерев'яного сонця – 5. 2010



Рисунок 17 – Голуб Олена. Схід дерев'яного сонця – 7. 2010



Рисунок 18 – Голуб Олена. Схід дерев'яного сонця – 14. 2011



Рисунок 19 – Голуб Олена. Схід дерев'яного сонця – 17. 2011



**Рисунок 20 – Голуб Олена. Бронзова доба,
асфальтовий період – 9. 2017**

доба, асфальтовий період». Трикутник радіаційної небезпеки колажно розташований в якості постаменту старовинного бронзового пам'ятника одному архітектору. Його горда, сповнена гідності, постава, ледь тримає рівновагу, контрастує з оточенням, тим майбутнім, де він опинився і куди спрямований його погляд. А навкруги – руйнація, антипод будівничої справи, металобрухт, шкідливе повітря. І все ж таки мелодія, в унісон світлим задумам, спрямована вгору, ніби звертається до вищої справедливості.

В кожному аркуші – маленька фігурка музики, ще із старовинного бронзового віку, який мандрує країнами й історичними періодами, та грає про все, що бачить. Так створюється колаж, співставляється майже несумісне та показує несподіваний ракурс зображень. От наукове блискуче приладдя втрачає сенс поруч з напівзітлілим викинутим диваном на березі моря. Прикро, коли науковий раціоналізм програє руйнівним силам природи. Але птах-віщун бачить далі, коли минуть лихоліття і сонце знову зійде після темної ночі.

Домінанта серії – позбавити штучного пафосу залишки радянщини з нашого побуту, вигнати з думок і вчинків. Музика іронізує з бронзи міських скульптур й демонструє намальовану



Рисунок 21 – Голуб Олена. Бронзова доба,
асфальтовий період – 5. 2017



Рисунок 22 – Голуб Олена. Бронзова доба,
асфальтовий період – 4. 2017

іронічну посмішку наприкінці колії, де мала бути зображеною мета комуністичого устрою, ніби виграє «наш паравоз вперьод леті, в камуне астановка».



**Рисунок 23 – Голуб Олена. Бронзова доба,
асфальтовий період – 3, 2017**

Розмірковуючи про причини катастрофи 1986 року, зазначу, що їх, безумовно, не одна. Найчастіше аварію називають техногенною, як скажімо, на Фукусімській АЕС у 2011 році, від цунамі. Тут головними винуватцями вважаються наукові та інженерні похибки, які не передбачили всіх можливих змін в роботі складних конструкцій, тобто підкреслюється людський фактор. Щодо нашого випадку, додається ще й ідеологічний фактор, який доволі часто втручався в діяльність людей, спрямовуючи не на корисну доцільність, а насамперед заради виконання партійних настанов, які нерідко суперечили здоровому глузду. Так, дуже шкідливими було замовчування масштабів катастрофи для населення та перешкоджання захисту від радіації на побутовому рівні, особливо у перші місяці після аварії, повільній евакуації мешканців Прип'яті, Чорнобилю та сіл з 30-кілометрової зони. Цифровий колаж «Бронзова доба, асфальтовий період – 3» іронізує над вадами радянщини, та, зокрема, над плакатним слоганом «верной дорогой ідьоте, товарищі». В композиції також закладена думка, що радянський лад продовжив імперську політику ще царя Миколи II, частину пам'ятника якому я сфотографувала у дворі

Національного музею «Київська картинна галерея, милуючись» позеленілою бронзою. Один принт цієї роботи, з двадцяти примірників лімітованої серії, придбав американський колекціонер на виставці 2024 року в «Торанс Арт Музеї».



Рисунок 24 – Голуб Олена. Подарунки скульптора Груші – 6, 2019

У співавторстві з талановитим скульптором і графіком Григорієм Столбченком, який рано пішов з життя, народилась серія «Подарунки скульптора Груші», Подарунком була його згода використовувати свій доробок у колажах, які ми планували творити разом, але, на жаль, довелося самій втілювати задум. Мені дуже імпонували його саркастичні й декомуністичні роботи. Фотографії гротескних брутальних персонажів грають головну роль у серії, що з сарказмом змальовує руйнівну й безвідповідальну діяльність. Сюди потрапила весела діжкоподібна русалка, що граючись, губить корабель з людьми.

В цифровому аркуші – лікар-науковець, що краще за всіх знає, в чому полягає користь застосованого ним метода для пацієнта, хоча той через нього й помер. Точнісінько так говорить нині окупант-«асвабадитель» про користь убивств мирного населення задля їхнього ж блага.

Так і Чорнобильську АЕС колись будували, аби краще жилося.



Рисунок 25 – Голуб Олена. Подарунки скульптора Груші – 7. 2019



Рисунок 26 – Голуб Олена. Моя бабуся Килина. П.,акрил, 43 × 67, 2019

Знаходячись посеред катаклізмів, лихоліть і болісних втрат, згадуєш світлі моменти батьківського плекання й любові, спираєшся на невмирущу силу свого роду. Портрет бабусі Килини, маминої мами, створила на пам'ять для моїх близьких. Перший

варіант 1981 року, на жаль, згорів під час пожежі в нашій квартирі. Тоді картина зберігалась у коридорі біля входу, і бабуся ніби першою почала зупиняти вогонь. Швидко приїхали пожежники, і далі в кімнатах всі картини не постраждали. Вона – наша праматір, яка подарувала життя трьом дочкам, виховала п'ятеро внучок, піклувалась про правнуків, берегиня й захисниця роду. Куховарила, шила дівчаткам гарні сукні, доглядала за садом-городом, маленька, але прудка й моторнана, поспішала іноді так, що, було, перечепиться та упаде, але хутко підводилась і прямувала далі. Вишивала на білому полотні візерунки-ришельє для фіранок і скатертин, модних тоді комірців тощо, і я, дитинчам, заплутувалась у білих сувоях, що розкручувались по всій хаті. Так я і зобразила, ніби вона притримує полотно, виглядаючи на краю дороги, чи не приїде хто з нащадків. Аналізуючи зараз особливості письма картини, звернула увагу на те, що руки бабуся тримає, як , у молитві, заступниця Оранта в Київському Софійському соборі, але долонями не назовні, а всередину. Такий жест притаманний іншій іконографії, захисниці Одігітрії, де Богородиця притримує рукою маленького Ісуса і вказує на нього, як на дороговказ до істини, життя й спасіння. Тож я підсвідомо сумістила два іконографічних жести, таким чином надаючи улюбленій бабусі всіх найкращих сакральних повноважень, які знала. А ще придивилась, ніби косий дощ іде. Тільки чому краплі червоні? Тому що то кров.

Притлумнена травмованість переживаннями давнини могла б заснути у комфортні та спокої і не прокидатися. Але нове випробування для нас і народів світу дало резонанс, на одній хвили з катастрофічністю Чорнобилью. Вірус Covid-19 такий саме невидимий, як і випромінювання напіврозпаду радіоактивних елементів. Раптом всі почали хворіти, один за одним помирали сусіди у багатоквартирному будинку. Рятуюмось, хто вижив, у захисних масках, стримуємо бажання обійматися з друзями. В центрі цифрової композиції з серії «Ізоляція» – містичний африканський тотем (синонім незрозумілого походження хвороби). Ми з подругою спілкуємося, як два паперових віддалених портрети, за уявними меблями. Дія відбувається у захмарному просторі, відірвана



Рисунок 27 – Голуб Олена. Ізоляція – 1. 2019

від колишнього нормального існування. Колажно задіяна у сцені звивиста труба – родичка тої, що на моїй картині 1996 року «Нова труба», з однаковою абсурдністю.

Наступні сюжети з «Ізоляції» прямо цитують фотографії, зроблені з експонатів виставки ARTEFACT: Chernobyl 33, що відбулась у 2019 році на Річковому вокзалі у Києві [11]. У своїх композиціях я колажно поєдную, не у просторі, а в часі, дві катастрофічні події. В аркуші «Дух кімнати» зображено спорожнілу кімнату, куди недвозначно зазирають різнобарвні черепи – символи смерті. Людина, яка щойно ходила у приміщенні, ніби випарувалася, залишивши по собі маленькі хмарки. Сліди на підлозі – задокументовані свідчення крокування особи, що зазнала сильного радіаційного випромінювання, які проявилися яскравим світінням у темряві.

В аркуші «Забуті вітрини» підлога, як і годиться у сюрреалістичному світі, невимушено перемістилася знизу до гори. Кімната говорить про безлюддя, підкреслене двома манекенами у вітрині недооформленого магазину, які ніби знущаються з уяви, прикро нагадуючи людей.



Рисунок 28 – Голуб Олена. Дух кімнати. Ізоляція – 4. 2019



Рисунок 29 – Голуб Олена. Забуті вітрини. Ізоляція – 3. 2019

Проект «Чорнобиль-33» справив на мене, як і на численних відвідувачів, незабутнє враження, продемонструвавши потужну виразність сучасного мистецтва із залученням нових технологій, таких як технології медіа-арту, VR та AR-технології, параметрична архітектура, лазерні та проекторні інсталяції, кінект. Тридцять треті роковини аварії завдяки їй змусили переосмислити роль катастрофи для української нації.



Рисунок 30 – Голуб Олена. Кроки до відродження – 2. 2023

Новим прикритим тригером до появи симптоматики переживань часів Чорнобилю стала російсько-українська війна, особливо широкомасштабний наступ агресора з 24 лютого 2022 року. Численні фотографії руйнувань, спричинених бомбардуванням, стали прикметною ознакою часу. Пригадую, як мій однокласник, журналіст і полковник міліції Саша Наумов, який брав участь у ліквідації наслідків аварії, а потім їздив туди як сталкер,

показував мені свої фото з поїздок (понад 10000 таких кадрів зберігається на зазначеному сайті). Я дивилась на незчисленні фіксації зруйнованих стін, поламаних меблів, повалених парканів тощо, з великим співчуттям. Втім, полегшено переводила погляд на ошатні вулиці в центрі міста, де ми згадували наші веселі шкільні роки, милувалась доглянутими охайними скверами, золотими куполами соборів. Тепер, на четвертий рік війни, бачу в столиці так багато руйнувань, ніби розрісся пост-чорнобильський хаос на всю Україну.



Рисунок 31 – Голуб Олена. Кроки до відродження – 3, 2023

Світ співчуває нам, намагається підтримати, досягти перемог. Відомий британський майстер стріт-арту Бенксі, створив нові роботи на зруйнованих війною стінах будинків у Києві, Ірпені, Горенці, Бородянці. У своїх колажах я апропріювала фрагменти

його розписів для створення серії «Кроки до відродження». В третьому аркуші, до того ж, цитую власний, Олени Голуб, живопис, та Лариси Пішої. Мое фото, зроблене донькою Ганною, з пальмовою гілкою на плечах, на всіх аркушах грає роль провісника перемоги й настання миру, являючи різновид фото-перформансу, а також



Рисунок 32 – Голуб Олена. Жахи російсько-української війни – 1. 2025



Рисунок 33 – Голуб Олена. Жахи російсько-української війни – 4. 2026

співзвучне всім моїм творам, в яких звучить відлуння Чорнобилю та великої Війни [12].

Полум'я сорокарічної давнини ніби з новою силою вдерлося на наші землі. Потворні окупанти своїми руйнівними й жорстокими вчинками нагадують найгірших персонажів відомих фільмів-хорорів. Але наша реальність набагато жахливіша тим, що ніхто, як актори у гримі зомбі чи хижого інопланетянина, не вийде з кадру й не покине сцену. Війна триватиме доти, поки ми не переможемо і не знищимо ворога остаточно. В серії «Жахи російсько-української війни» я показала вигаданих потвор, помічених Z-символікою серед українських міст, сіл та пейзажів, якими після війни неодмінно будуть милуватися наші нащадки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Чорнобильський слід. Фотоколекція Олександра Наумова. URL: <https://www.naumov86.org.ua/>
2. Ліцкевич О. Показати невидиме: інтерв'ю з Юрієм Косіним, який вже 35 років фотографує Чорнобиль. 28 квітня 2021. URL: https://suspilne.media/126363-pokazati-nevidime-intervu-z-uriem-kosinim-akij-vze-35-rokiv-fotografue-cornobil/?fbclid=IwAR0dM40Xsw6v3ZH9cdvCabbnFEGfHRW2c_aU8RKULJ1j-7jQhnN2DfEwjQE
3. Семенік О. Марія Примаченко без міфів. К. : Віхола. 2025. 200 с.
4. Голуб О. Свято непокори та будні андеграунду. Життєписи двох не визнаних за життя художників, з коментарями. Київ : Антиквар, 2017. 270 с. URL: <https://elib.nlu.org.ua/object.html?id=12532>
5. Титаренко О. Люди і звірі або почни день з пороку. *День*. 2001. № 36. 23 лютого. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/kultura/lyudi-i-zviri>
6. Бажал І. Якщо думки втілюються в образах – виходить картина. Якщо образи втілюються в слова – виходить оповідання... *Дзеркало тижня*. 2002. 26 квітня. URL: <http://www.dt.ua/articles/28072>
7. Birdinvest, Jo Dilo. The Nestingboxproject. Borgloon. Catalogue. Belgium. 2005. pp. 42–68
8. Голуб О. «Біла ворона»: перезавантаження візій наприкінці 1980-х – у 90-х. Образотворче мистецтво. 2018. № 2. С. 18–21.
9. Омельчук Ю. Україна-Франція: «У просторі Дюбюфе». *Культура і життя*, 2006. № 3–4, 25 січня.
10. Лобановська А. Олена Голуб: «В п'ять років я мріяла врятувати людство від хвороб» *Kyivdaily*. 2024. 8 лютого URL: <https://kyivdaily.com.ua/>

- olena-golub/?fbclid=IwAR2SNQIET6IXZeXgsPT13yHPr19BrQd8r9YxwxMYXdUi1K4qgHYyvWOQFYQ
11. ARTEFACT: Chernobyl 33. *Український культурний фонд*. 2019. URL: <https://ucf.in.ua/archive/5eeb7501b79e06017231b973>
 12. Golub (Holub), Olena. Ukrainian Art in Times of War: 2014-Digital collection of works by Ukrainian artists. *Princeton University Library*. URL: <https://dpul.princeton.edu/ukrainian-art/feature/golub-holub-olena>

REFERENCES

1. ARTEFACT: Chernobyl 33. (2019). *Ukrainian Cultural Foundation*. <https://ucf.in.ua/archive/5eeb7501b79e06017231b973> [in Ukrainian].
2. Bazhal, I. (2002, April 26). Yakshcho dumky vtiliuiutsia v obrazakh – vykhodyt kartyna. Yakshcho obrazy vtiliuiutsia v slova – vykhodyt opovidannia... *Dzerkalo Tyzhnia*. <http://www.dt.ua/articles/28072> [in Ukrainian].
3. Birdinvest, & Dilo, J. (2005). The Nestingboxproject. In Catalogue (pp. 42–68). Borgloon, Belgium.
4. Chornobylyskiy slid: Fotokolektsiia Oleksandra Naumova. (n.d.). <https://www.naumov86.org.ua/> [in Ukrainian].
5. Golub, O. (2017). Sviato nepokory ta budni andehraundu: Zhyttiepysy dvokh ne vyznanykh za zhyttia khudozhnykiv, z komentariamy. *Antykvary*. <https://elib.nlu.org.ua/object.html?id=12532> [in Ukrainian].
6. Golub, O. (2018). “Bila vorona”: Perezavantazhennia vizii naprykintsi 1980-kh – u 90-kh. *Obrazotvorche mystetstvo*, 2, 18–21. [in Ukrainian]
7. Golub (Holub), O. (n.d.). Ukrainian art in times of war: 2014–Digital collection of works by Ukrainian artists. *Princeton University Library*. <https://dpul.princeton.edu/ukrainian-art/feature/golub-holub-olena>
8. Litskevych, O. (2021, April 28). Pokazaty nevydyme: Interv’iu z Yuriem Kosynym, yakyy vzhe 35 rokiv fotohrafuie Chornobyl. *Suspilne*. <https://suspilne.media/126363-pokazati-nevidime-intervu-z-uriem-kosynim-akij-vze-35-rokiv-fotografue-cornobil/> [in Ukrainian].
9. Lobanovska, A. (2024, February 8). Olena Holub: “V p’iat rokiv ya mriiala vriatuvaty liudstvo vid khvorob”. *Kyiv Daily*. <https://kyivdaily.com.ua/olena-golub/> [in Ukrainian].
10. Omelchuk, Yu. (2006, January 25). Ukraina–Frantsiia: “U prostori Diubiufe”. *Kultura i zhyttia*, 3–4. [in Ukrainian]
11. Semenik, O. (2025). Mariia Prymachenko bez mifiv. Vikhola. [in Ukrainian].
12. Tytarenko, O. (2001, February 23). Liudy i zviri abo pochny den z poroku. *Den*, 36. <https://day.kyiv.ua/uk/article/kultura/lyudi-i-zviri> [in Ukrainian].

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

Карпов Віктор Васильович – доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, ORCID ID: 0000-0002-3446-9187, v.karpov@kubg.edu.ua

Брильов Сергій Володимирович – старший викладач кафедри дизайну, Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, ORCID ID: 0000-0003-0158-2359, s.brylov@kubg.edu.ua

Хлібосолов Ігор Олексійович – доцент кафедри гуманітарних наук Київської муніципальної академії естрадного та циркового мистецтв, ORCID ID: 0009-0003-0493-0109, i.khlibosolov@kmaesm.edu.ua

Лихолат Олена Віталіївна – кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, ORCID ID: 0000-0002-7819-0903, o.lykholat@kubg.edu.ua

Марченко Аліна Анатоліївна – кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, ORCID: 0000-0003-2372-9294, a.marchenko@kubg.edu.ua

Мельник Мирослав Тарасович – історик моди, кандидат мистецтвознавства, доцент, доцент кафедри дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, ORCID ID: 0000-0002-0494-9403, 5445941@ukr.net

Голуб Олена Євгенівна – мистецтвознавця, художниця, членкиня Спілки художників України, лауреатка премії ім. Платона Білецького, ORCID ID: 0000-0001-9059-548X, olgol588@gmail.com

Наукове видання

УКРАЇНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ В КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ЄВРОПИ

Колективна монографія

Дизайн обкладинки В. Савельєва
Верстка Т. Клименко
Технічне редагування О. Гринюк

Підписано до друку 06.07.2026. Формат 60×84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Warnock. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 12,56. Наклад 300. Замовлення № 0626-63.
Ціна договірна. Віддруковано з готового оригінал-макета.

Українсько-польське наукове видавництво “Liha-Pres”
79000, м. Львів, вул. Технічна, 1
87-100, м. Торунь, вул. Лубічка, 44
Телефон: +38 (050) 658 08 23
E-mail: editor@liha-pres.eu

Свідцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6423 від 04.10.2018 р.