

МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО

УДК 7.012'06:17.035.3:[17.022.1-028:008

DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/77-3-6

Анастасія НОГА,
orcid.org/0009-0003-3346-4047
аспірант кафедри графічного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну,
асистент
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
(Київ, Україна) nanastasiya97@gmail.com

СУЧАСНИЙ ЕТНОДИЗАЙН В АЙДЕНТИЦІ

Сучасний етнотдизайн виступає як важлива складова візуальної комунікації, інтегруючи традиційні елементи культурної спадщини у сучасні дизайнерські рішення. У контексті глобалізації та інформаційного суспільства збереження та популяризація національної ідентичності стає особливо значущим. Етнотдизайн сприяє збереженню культурних цінностей та підвищенню естетичної цінності продуктів і брендів. Однак впровадження етнотдизайну в айдентику стикається з певними труднощами, серед яких відсутність уніфікованих методик і стандартів, що ускладнює розробку ефективних дизайн-рішень, та ризик поверхневого використання етнічних мотивів, що може призвести до викривлення їх справжнього значення та втрати автентичності.

У статті розглядаються роботи сучасних дослідників, таких як Є. Антонович, Р. Захарчук-Чугай, В. Бітаєв та інших, які досліджують етнотдизайн та айдентику. Особлива увага приділяється важливості етнічного відродження через зростаючий інтерес населення до власної історії, культури та традицій, що проявляється у відновленні унікальних культурних особливостей через мистецькі та культурні практики.

Період національного відродження у першій третині ХХ століття та сучасні тенденції використання етнічних мотивів у дизайні підкреслюють важливість гармонійного поєднання традиційних елементів із сучасними потребами та трендами. У висновках наголошується на значенні етнотдизайну як чинника культурної самоідентифікації, вираження національної гордості та підтримки морального духу суспільства, особливо у контексті подій, пов'язаних із війною, що розпочалася у 2022 році.

Сучасний український етнотдизайн відзначається різноманіттям стилів та напрямків, що дозволяє створювати унікальні дизайнерські рішення для широкого спектру продуктів та послуг. Це можуть бути як традиційні ремесла, такі як вишивка та кераміка, так і сучасні інноваційні рішення, включаючи цифрові медіа та інтерфейси користувачів. Важливою є також роль освітніх програм та майстер-класів, що сприяють популяризації етнотдизайну серед молоді та підвищенню рівня знань про національну спадщину.

Досягнення в галузі етнотдизайну демонструють, що збереження культурної спадщини та її адаптація до сучасних потреб може бути успішною завдяки креативному підходу та глибокому розумінню культурних контекстів. Використання етнічних мотивів у дизайні сприяє створенню продуктів з високою доданою вартістю, що мають не лише естетичну, але й символічну значущість. Це дозволяє підвищити конкурентоспроможність українських брендів на міжнародному ринку, зберігаючи при цьому національну ідентичність.

Ключові слова: етнотдизайн, айдентика, фірмовий стиль, сучасний етнотдизайн, культурна спадщина, бренд.

Anastasiia NOHA,
orcid.org/0009-0003-3346-4047
Postgraduate at the Department of Graphic Design
Kyiv National University of Technologies and Design,
Assistant
Open International University of Human Development "Ukraine"
(Kyiv, Ukraine) nanastasiya97@gmail.com

MODERN ETHNO DESIGN IN IDENTITY

Modern ethnodesign serves as an important component of visual communication, integrating traditional elements of cultural heritage into contemporary design solutions. In the context of globalization and the information society, preserving and popularizing national identity becomes particularly significant. Ethnodesign helps preserve cultural values and enhance the aesthetic value of products and brands. However, the implementation of ethnodesign in branding faces certain challenges, including the lack of unified methods and standards, which complicates the development of

effective design solutions, and the risk of superficial use of ethnic motifs, which can lead to distortion of their true meaning and loss of authenticity.

The article examines the works of contemporary researchers such as E. Antonovich, R. Zakharchuk-Chuhay, V. Bitayev, and others who study ethnodesign and identity. Special attention is paid to the importance of ethnic revival due to the growing interest of the population in their own history, culture, and traditions, manifested in the revival of unique cultural features through artistic and cultural practices.

The period of national revival in the first third of the 20th century and modern trends in the use of ethnic motifs in design highlight the importance of harmoniously combining traditional elements with contemporary needs and trends. The conclusions emphasize the significance of ethnodesign as a factor of cultural self-identification, expression of national pride, and support of the moral spirit of society, especially in the context of events related to the war that began in 2022.

Modern Ukrainian ethnodesign is characterized by a variety of styles and directions, allowing for the creation of unique design solutions for a wide range of products and services. These can include traditional crafts such as embroidery and ceramics, as well as modern innovative solutions, including digital media and user interfaces. The role of educational programs and workshops is also important in promoting ethnodesign among young people and increasing knowledge about national heritage.

Achievements in the field of ethnodesign demonstrate that the preservation of cultural heritage and its adaptation to modern needs can be successful thanks to a creative approach and a deep understanding of cultural contexts. The use of ethnic motifs in design contributes to the creation of products with high added value, which have not only aesthetic but also symbolic significance. This allows increasing the competitiveness of Ukrainian brands in the international market while preserving national identity.

In this context, ethnodesign acts not only as a means of visual communication but also as a powerful tool of cultural diplomacy, promoting Ukrainian culture abroad. Considering modern challenges and societal needs, it is important to continue research in this field and support initiatives aimed at preserving and developing national cultural heritage.

Key words: ethno-design, identity, corporate style, modern ethno-design, cultural heritage, brand.

Постановка проблеми. Сучасний етнодизайн є важливою складовою візуальної комунікації, яка інтегрує традиційні елементи культурної спадщини у сучасні дизайнерські рішення. В умовах глобалізації та інформаційного суспільства, збереження та популяризація національної ідентичності набуває особливого значення. Етнодизайн не лише сприяє збереженню культурних цінностей, але й підвищує естетичну цінність продуктів та брендів.

Існує низка проблем, пов'язаних із впровадженням етнодизайну в айдентіку. Перш за все, це відсутність уніфікованих методик та стандартів, що ускладнює процес розробки ефективних дизайн-рішень. Крім того, існує ризик поверхневого використання етнічних мотивів, що може призвести до викривлення їхнього справжнього значення та втрати автентичності.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю систематизації знань про сучасний етнодизайн, визначенням його ролі в формуванні національної айдентики та розробкою методологічних підходів для інтеграції етнічних елементів у сучасний дизайн. Вирішення зазначених проблем сприятиме збереженню та розвитку культурної спадщини, а також підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних брендів на міжнародному ринку.

Аналіз досліджень. На сьогоднішній день проблемами етнодизайну займаються сучасні дослідники Є. Антонович і Р. Захарчук-Чугай, В. Бітаєв, В. Даниленко, В. Косів, Л. Соколюк, О. Хмельов-

ський. К. Гончар досліджує образотворчий фольклор у сучасному культуротворчому процесі, а Б. Матвійчук – естетичні виміри культуротворчого потенціалу. Також можна виділити таких дослідників як В. Бутенко, І. Бондар, Л. Оршанський, А. Руденченко, Р. Силко, І. Сиваш, Тименко В.П, Є. Антонович, І. Удріс, Н. Чупріна, Ж. Мат'єс, Ж.-Е. Больє, П. Лара-Бетанкур, Д. Преторіус. Г. Ліс-Маффі, К. Фаллан, Т. Кара-Васильєва, О. Лагутенко, М. Селівачов, Л. Соколюк, В. Шейко, Р. Яців та ін.

Проблемами айдентики та фірмового стилю займалися такі науковці Н. Удріс, А. Антонович, С. Геренко, О. Колісник, В. Дубрівна, Д. Аакер, Т. Діброва, К. Симоненко та інші.

Також протягом останніх десятиліть розвиток етнодизайну в Україні був предметом значного наукового інтересу, що відображено у низці фундаментальних досліджень та публікацій. Вивчення цих робіт дозволяє глибше зрозуміти динаміку та специфіку етнодизайнерських практик в контексті української культури, їхній вплив на формування національної ідентичності та відповідь на глобалізаційні виклики.

Антонович Є. у своїй роботі «Етноренесанси в культурі ХХ ст. та їхні етнодизайнерські виміри». наголошує на значущості етноренесансів у ХХ столітті та їх впливі на розвиток етнодизайну. Автор аналізує, як етнічні мотиви та культурні елементи інтегруються в сучасний дизайн, сприяючи відродженню національної культури і самобутності. Етностиль у контексті етнокультурної,

національної та глобалізаційної парадигм (Антонович Є., 2015: 7–11).

Також Антонович Є., разом з Удріс І., у своїй монографії «Українське мистецтвознавство кінця XIX – початку XX століття: дослідження національних форм вітчизняного образотворчого мистецтва» 2015 року розглянули засади формування об'єктивних уявлень про національні форми української образотворчості в працях вітчизняних фахівців кінця XIX – початку XX ст. (Антонович Є., Удріс І. 2015).

Удріс Н. в своїй роботі «Національний графічний дизайн початку XXI століття (до проблеми становлення) 2004 року, вважала що твердження «абсолютна гармонія природи, людства та техніки, динамічна рівність між минулим, теперішнім та майбутнім» – мають стати вагомим орієнтиром при формуванні національної моделі українського графічного дизайну (Удріс Н. С. 2004: 332–333).

Геренко С. в «Розвиток графічного дизайну і реклами в Україні» 2009–2015 рр. Молодий вчений. 2016, розглядає тенденції розвитку сучасної реклами, як це впливає на дизайн проектування (Геренко С. 2016: 592–595).

Мета статті Метою даної наукової статті є дослідження сучасного етнодизайну як складової айдентики, виявлення його ролі та значення у формуванні національної ідентичності.

Виклад основного матеріалу. Етнічне відродження сьогодні спостерігається через зростаючий інтерес населення до вивчення власної історії, культури та традицій, що проявляється у зусиллях відновити унікальні культурні особливості через мистецькі та культурні практики. Важливість етнічного самовизначення підкріплюється через обережне впровадження традиційних елементів та контрольоване культурне обміння. Оновлення та активне використання ключових аспектів національної культури відповідають потребам сучасного розвитку і відіграють значну роль у збереженні національної ідентичності. Відчуття етнічної приналежності у сучасних суспільствах виступає як важливий компенсаторний механізм, підкріплюючи ідентичність через естетичні вираження та стильові визначення, що є відображенням культурних та соціальних процесів.

Є. Антонович висвітлює ідею, що національна культура, об'єднуючи досягнення українського народу, вимагає соціокультурної організації, яка б сприяла гармонійному розвитку особистості, її соціалізації та етнокультурній ідентифікації. Національна культура, з її глибоким виховним та освітнім потенціалом, стає ключовим фактором у розвитку людини. У XXI столітті важливим

завданням стає пошук українського національного стилю, що включає розробку унікальних художньо-проектних рішень, заснованих на національних культурних традиціях (Федь В., Крикун І., Антонович Є., 2015: 534–539).

Світові лідери у сфері дизайну, інтегруючи етнічні елементи у свої продукти, не лише підкреслюють національну ідентичність, але й сприяють культурній інтеграції на глобальному рівні, тим самим об'єднуючи суспільство навколо спільних цінностей. Зацікавленість у народній культурі перетворюється з тимчасового тренду на довготривалу стратегію, що відображає культурну політику компаній та держав. Від кінця XX століття спостерігається посилення етнічних мотивів у дизайні, що охоплює як графічний, так і веб-дизайн, упаковку, моду та інші сфери (Федь В., Крикун І., Антонович Є., 2015: 534–539).

В Україні інтерес до народних мотивів активно розвивався з кінця XIX століття, проходячи через різні історичні етапи. Після здобуття незалежності дизайнери мали можливість вільно експериментувати, створюючи власні стилі та концепції. Проте, пошуки національного стилю часто обмежувалися зовнішніми атрибутами, ігноруючи глибшу інтеграцію елементів народної культури. Сучасні тенденції вказують на необхідність більш витонченого підходу до використання етнічних мотивів, що вимагає від дизайнерів глибшого розуміння культурної спадщини та її адаптації до сучасних потреб і трендів (Федь В., Крикун І., Антонович Є., 2015: 534–539).

Серед актуальних прикладів можна назвати використання вишивки у сучасній моді, адаптацію народних орнаментів у графічному дизайні та декоруванні інтер'єрів. Важливим є також інтеграція народних мотивів у цифровий дизайн, що дозволяє поширювати українську культуру в глобальному масштабі через інтернет та соціальні мережі.

У першій третині XX століття період національного відродження супроводжувався значним інтересом до української культури у різних сферах, таких як промисловість, видавнича справа, реклама і навіть дизайн валюти. Видатні митці, зокрема Г. Нарбут, В. Кричевський, М. Бойчук, створювали роботи, які не лише відповідали високим професійним та дизайнерським стандартам, але й відображали глибоке занурення в національну культуру, виконуючи при цьому практичні функції. Сучасний підхід до етнодизайну спрямований на створення продуктів, які б не тільки підвищували обізнаність та цінність національної культури серед широкого загалу споживачів, але

й слугували засобом розвитку художньо-проектної культури та національної ідентичності (Скляренко Г., 2009: 67–78).

Етномотиви все частіше використовуються для створення продуктів, які одночасно відображають національну спрямованість та універсальність, сприяючи тим самим інтеграції української культури на міжнародному рівні та всередині країни (Скляренко Г., 2009: 67–78).

Дизайнери на сьогоднішній день намагаються створити концептуальні та сучасні продукти, що гармонійно поєднують нову візуальну мову з архетипами народної культури. Вони прагнуть застосувати раціональний підхід у вирішенні комунікаційних задач, де концептуалізм реалізується через створення цілісної ідеї, її візуалізацію та відповідність запитам замовника.

Після подій Революції Гідності у 2013–2014 роках в Україні спостерігається значне зростання національної ідентичності, що відбилося на збільшенні популярності продукції з етнічними мотивами. Українські бренди активно інтегрують етнічні елементи в дизайн своїх товарів, пропонуючи високоякісні вироби, які несуть у собі культурне значення та сприяють об'єднанню українців. Розвиток дизайну в країні проходить на фоні різноманітних викликів, включаючи політико-економічні умови, і відбувається без централізованої державної підтримки (Скляренко Г., 2009: 67–78).

Проте, саме ці виклики спонукають дизайнерів до творчих пошуків і новаторських рішень. Підприємці та митці використовують краудфандингові платформи, соціальні мережі та онлайн-магазини для просування своїх виробів, що дозволяє залучати широку аудиторію і розвивати власні бренди. Зростає кількість колаборацій між дизайнерами та народними майстрами, що сприяє збереженню і розвитку традиційних ремесел. Важливим аспектом є також проведення фестивалів, виставок та ярмарків, де представлені вироби з етнічними мотивами, що популяризує українську культуру як всередині країни, так і за її межами (Скляренко Г., 2009: 67–78).

Тим не менш, суспільний попит на національний продукт та бажання виражати культурну приналежність спонукають до появи нових виробників та брендів, які переосмислюють народну спадщину.

На сьогоднішній день етнодизайн в айдентичі українських брендів відіграє ключову роль у створенні унікального іміджу та позиціонуванні на ринку. Він дозволяє вирізнитися серед конкурентів, привертати увагу цільової аудиторії та

встановлювати емоційний зв'язок з клієнтами. Цей підхід передбачає інтеграцію національних мотивів, символів і традицій у дизайн продукту або бренду. Це сприяє зміцненню зв'язку з культурною спадщиною країни, підвищенню впізнаваності та привабливості продукції для споживачів. Етнодизайн може включати використання національних орнаментів, традиційних кольорів і місцевих ремесел.

Кожна компанія чи бізнес має власний фірмовий стиль, або корпоративну ідентичність. Важливо, щоб він був впізнаваним і відмінним, виділяючи компанію серед конкурентів. Бути універсальним – це і є поняття айдентики. Створення тематичних речей, таких як візитки, пакувальні обгортки, конверти, картонні коробки та інші дрібні предмети – це те, що називається айдентикою. До цього належить розробка логотипу, слогану, що запам'ятовується, ретельно підбраної кольорової гама та шрифтів. Також до цього поняття входить поліграфія та дизайн інтер'єру офісу.

Походження терміну «айдентика» можна віднести до англійського слова «identification», що означає «ідентичність». Хоча визначення є очевидним, цікаво розглянути фундаментальне значення та суть його застосування в бізнес-середовищі.

Юлія Кулінка та Любов Романко, автори спекурсу «Основи айдентики», визначають айдентіку як візуальний елемент ренду, який спрямований на підвищення його впізнаваності та створення враження цілісності. Айдентика також називається «фірмовий стиль» або «фірмовий стиль компанії», «brand ID» або «корпоративний ідентифікатор». Вона містить всі елементи, пов'язані з візуалізацією бренду, починаючи з логотипу і закінчуючи найменшим документом, використовуваним компанією (Ю. Кулінка, Л.П. Романко, 2017: 94–196).

Розробка фірмового стилю є важливою частиною маркетингової стратегії будь-якого підприємства, що допомагає встановити впізнаваність бренду та зміцнити стосунки з клієнтами. Великий внесок у розвиток фірмового стилю зробили такі графічні дизайнери, як Пол Ренд, Сол Басс, Массімо Віньеллі, Мілтон Глейзер, Майкл Берут тощо. Ці дизайнери створили одні з найбільш відомих логотипів для великих компаній, і їхня робота впливає на сферу фірмового дизайну до сьогодні (Бітаєв В., 1999: 9–14). Вони створили одні з найбільш відомих логотипів для великих компаній, і їхня робота протягом багатьох років впливає на сферу фірмового дизайну (Даниленко В., 2005: 244).

В Україні розвиток етнодизайну зазнав значного поштовху та зростання популярності на

тлі подій, пов'язаних із війною, що розпочалася у 2022 році. Цей період характеризується не лише збільшенням уваги до національної ідентичності та культури, але й посиленням прагнення українців до вираження солідарності, єдності та підтримки через використання етнічних мотивів у повсякденному житті.

У цей складний час українські дизайнери та бренди активно впроваджують елементи народного мистецтва в свої колекції, перетворюючи традиційні мотиви на сучасні модні тренди. Етнودизайн стає засобом культурної самоідентифікації та виразу національної гордості, що відображається не лише в одязі, аксесуарах, ювелірних виробках, але й у предметах інтер'єру, упаковці, графічному дизайні та мистецтві. Вироби з етномотивами набувають особливої символічної ваги, стаючи невід'ємною частиною візуального протистояння агресії та способом підтримки морального духу українського народу. Використання візерунків, кольорів та символів, що мають глибоке історичне та культурне коріння, сприяє зміцненню внутрішньої єдності та підкреслює унікальність української культурної спадщини.

Особливо популярними стають предмети, що несуть в собі патріотичні та бойові символи, переосмислені через призму сучасного етнودизайну. Це не тільки відновлює інтерес до вивчення національних традицій, але й допомагає залучити увагу міжнародної спільноти до культури та історії України, розширюючи підтримку та солідарність з країною на глобальному рівні.

Висновок. Сучасний етнودизайн відіграє ключову роль у формуванні національної ідентичності та збереженні культурної спадщини України. Він інтегрує традиційні елементи народного

мистецтва в сучасні дизайнерські рішення, підкреслюючи унікальність та багатство української культури. В умовах глобалізації та посилення національної самосвідомості, етнодизайн стає потужним інструментом культурної самоідентифікації, вираження національної гордості та підтримки морального духу суспільства.

Дослідження та впровадження етнодизайну в різних сферах дизайну, таких як графічний, продуктовий, інтер'єрний та цифровий дизайн, сприяє популяризації української культури не лише в Україні, але й за її межами. Використання народних орнаментів, традиційних кольорів та місцевих ремесел у дизайнерських продуктах підвищує їх естетичну та емоційну цінність, робить їх більш привабливими для споживачів та допомагає вирізнятися серед конкурентів.

Значення етнодизайну особливо зросло в контексті подій, пов'язаних з війною, що розпочалася у 2022 році. У цей складний період етнодизайн став важливим засобом культурного протистояння агресії та способом вираження солідарності, єдності та підтримки українського народу. Переосмислення традиційних мотивів через призму сучасних модних трендів та їх використання у різних сферах життя сприяє зміцненню національної ідентичності та привертає увагу міжнародної спільноти до української культури.

Таким чином, розвиток та активне використання етнодизайну відповідає сучасним потребам суспільства, сприяє гармонійному розвитку особистості, соціалізації та етнокультурній ідентифікації. Він є важливим чинником у збереженні національної ідентичності та культурної спадщини України, а також підвищенні її впізнаваності та привабливості на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонович Є., Захарчук-Чугай Р. Українське народне декоративне мистецтво. Київ: Знання, 2012. 342 с.
2. Антонович Д., Українська культура. Київ: Либідь, 1993. 592 с.
3. Антонович Є., Етноренесанси в культурі ХХ ст. та їхні етнодизайнерські виміри. Етнодизайн: європейський вектор розвитку і національний контекст: збірн. наук. праць / за ред. Є. Антоновича. Полтава: ПНПУ, 2015. Кн. 1. С. 7–11.
4. Антонович Є., Удріс І. Українське мистецтвознавство кінця ХІХ – початку ХХ століття: дослідження національних форм вітчизняного образотворчого мистецтва. Кривий Ріг: Вид. Р. Козлов, 2015. 300 с.
5. Бітаєв В., Естетична природа українського менталітету: соціокультурний аспект // Вісник ДАКККиМ: збірн. наук. праць. 1999. № 3. С. 9–14.
6. Гончар К., Образотворчий фольклор у сучасному культуротворчому процесі: традиції і новаторство: дис. канд. мист. 26.00.01. Інст. проблем сучасного мистецтва НАМ України. Київ, 2015. 224 с.
7. Гнатюк Л. Р., Поліщук Я. І., Музиченко О. А., Етнодизайн в інтер'єрі готельно-ресторанних комплексів. Теорія та практика дизайну: зб. наук. пр. Вип. 7. Серія: Мистецтвознавство. Київ: НАУ, 2015. С. 46–52.
8. Геренко С. С., Розвиток графічного дизайну і реклами в Україні 2009–2015 рр. Молодий вчений. 2016. № 5. С. 592–595.ред.),
9. Даниленко В., Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури: монографія. Харків: ХДАДМ, Колорит, 2005. 244 с.

10. Ковальчук М.О., Колесник Н.Є. Графічний дизайн та комп'ютерна графіка: монографія. Житомир, ТОВ «505» 2020. 440 с.
11. Кара-Васильєва Т., Історія мистецтва ХХ століття: концепція, нові підходи й оцінки. Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії : зб. наук. пр. Київ : ІМФЕ ім. М. Т. Рильського НАН України, 2007. Вип. 7. С. 53–64.
12. Кара-Васильєва Т., Формування дизайну в Україні художниками авангарду. Нариси з історії українського дизайну ХХ ст. : збірн. Статей . Київ: Фенікс, 2012. С. 33–34.
13. Кара-Васильєва Т., Формування дизайну в Україні художниками авангарду. Нариси з історії українського дизайну ХХ століття : зб. ст. Київ : Фенікс, 2012. С. 111–122.
14. Ковальчук М.О., Колесник Н.Є. Психолого-педагогічні особливості кольору в дизайні: монографія. Житомир: ТОВ «505», 2020. 284 с.
15. Ложкіна А., Перманентна революція. Мистецтво України ХХ – початку ХХІ століття. – Київ: ArtHuss, 2019. – 544 с.
16. Скляренко Г. М., Українське мистецтво другої половини ХХ століття: регіональні проблеми та загальний контекст. Студії мистецтвознавчі. 2009. № 1. С. 67–78.
17. Удріс Н. С., Національний графічний дизайн початку ХХІ століття (до проблеми становлення). Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції : зб. наук. пр. / редкол.: М. П. Ліфінцев (гол. С. А. Антонович (упоряд. і відп. ред.), А. В. Чебикін та ін. Київ : Інститут реклами, 2004. Вип. 3. С. 332–333.
18. Федь В., Крикун І. Етнодизайн як синтез традиційно-інноваційних засобів конструювання культуротворчого буття людини. Етнодизайн: європейський вектор розвитку і національний контекст: зб. наук. пр. / упоряд. і відп. ред. С. Антонович. Полтава : ПНПУ, 2015. Кн. 2. С. 534–539.
19. Чегусова З. Роль символу, знаку, міфу в професійному декоративному мистецтві України на межі ХХ–ХХІ ст. Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії. 2008. № 8. С. 146–151.
20. Ю. Кулінка, Л.П. Романко. Основи айдентики: методичний посібник. Кривий Ріг ДВНЗ «КДПУ», 2017. С. 94–196.

REFERENCES

1. Antonovych Ye., Zakharchuk-Chuhai R. (2012) *Ukrainske narodne dekoratyvne mystetstvo*. [Ukrainian Folk Decorative Art.] Kyiv: Znannia, 342 s. [in Ukrainian].
2. Antonovych D., (1993) *Ukrainska kultura* [Ukrainian Culture] Kyiv : Lybid, 592 s. [in Ukrainian].
3. Antonovych Ye., (2015) *Etnorenesansy v kulturi XX st. ta yikhni etnodyzainerski vymiry* [Ethnorenascences in the Culture of the 20th Century and Their Ethnodesign Dimensions.] *Etnodyzain: yevropeyskyi vektor rozvytku i natsionalnyi kontekst* : zbirn. nauk. prats / za red. Ye. Antonovycha. Poltava : PNP, Kn. 1. S. 7–11. [in Ukrainian].
4. Antonovych Ye., Udris I. (2015) *Ukrainske mystetstvoznavstvo kintsia XIX – pochatku XX stolittia: doslidzhennia natsionalnykh form vitchyznianoho obrazotvorchoho mystetstva* [Ukrainian Art Studies of the Late 19th – Early 20th Centuries: Research of National Forms of Domestic Fine Art]. *Kryvyi Rih : Vyd. R. Kozlov*, 300 s.[in Ukrainian].
5. Bitaiiev V. (1999) *Estetychna pryroda ukrainskoho mentalitetu: sotsiokulturnyi aspekt* [The Aesthetic Nature of the Ukrainian Mentality: Socio-Cultural Aspect.] // *Visnyk DAKKKiM*: zbirn. nauk. prats. №3. S. 9–14. [in Ukrainian].
6. Honchar K. (2015) *Obrazotvorchyi folklor u suchasnomu kulturotvorchoomu protsesi: tradytsii i novatorstvo* [Visual Folklore in the Modern Cultural Process]: *tradytsii i novatorstvo: dys. kand. myst. 26.00.01. Inst. problem suchasnoho mystetstva NAM Ukrainy*. Kyiv, 224 s.[in Ukrainian].
7. Hnatiuk L. R., Polishchuk Ya. I., Muzychenko O. A., (2015) *Etnodyzain v interieri hotelno-restorannykh kompleksiv* [Ethnodesign in the Interior of Hotel and Restaurant Complexes. Theory and Practice of Design]: *Teoriia ta praktyka dyzainu* : zb. nauk. pr. Vyp. 7. Seriia: *Mystetstvoznavstvo*. Kyiv : NAU, С. 46–52. [in Ukrainian].
8. Herenko S. S. (2016) *Rozvytok hrafichnoho dyzainu i reklamy v Ukraini 2009–2015 rr* [Development of Graphic Design and Advertising in Ukraine in 2009–2015]. *Molodyi vchenyi*. № 5. S. 592–595.red.[in Ukrainian].
9. Danylenko V. (2005) *Dyzain Ukrainy u svitovomu konteksti khudozhno-proektnoi kultury: monohrafiia*. Kharkiv [Design of Ukraine in the World Context of Artistic and Project Culture]: monohrafiia. Kharkiv: KhDADM, Koloryt, 244 s. [in Ukrainian].
10. Kovalchuk M.O., Kolesnyk N.Ie. (2020) *Hrafichnyi dyzain ta kompiuterna hrafika* [Graphic Design and Computer Graphics]: monohrafiia. Zhytomyr, TOV «505» 440 s. [in Ukrainian].
11. Kara-Vasyliieva T. (2007) *Istoriia mystetstva KhKh stolittia: kontseptsii, novi pidkhody y otsinky* [History of Art of the 20th Century: Concept, New Approaches and Evaluations]. *Ukrainske mystetstvoznavstvo: materialy, doslidzhennia, retsenzii* : zb. nauk. pr. Kyiv : IMFE im. M. T. Rylskoho NAN Ukrainy, Vyp. 7. S. 53–64. [in Ukrainian].
12. Kara-Vasyliieva T. (2012) *Formuvannia dyzainu v Ukraini khudozhnykamy avanhardu* [Formation of Design in Ukraine by Avant-Garde Artists] *Narysy z istorii ukrainskoho dyzainu KhKh st.* : zbirn. Statei . Kyiv: Feniks, S. 33–34 [in Ukrainian].
13. Kara-Vasyliieva T. (2012) *Formuvannia dyzainu v Ukraini khudozhnykamy avanhardu*. [Formation of Design in Ukraine by Avant-Garde Artists]. *Narysy z istorii ukrainskoho dyzainu KhKh stolittia* : zb. st. Kyiv : Feniks, S. 111–122. [in Ukrainian].
14. Kovalchuk M.O., Kolesnyk N.Ie. (2020) *Psykhologo-pedahohichni osoblyvosti koloru v dyzaini* [Psychological and Pedagogical Features of Color in Design]: monohrafiia. Zhytomyr: TOV «505», 284 s. [in Ukrainian].

15. Lozhkina A. (2019) *Permanentna revoliutsiia [Permanent Revolution]*. Mystetstvo Ukrainy KhKh – pochatku KhKhI stolittia. – Kyiv: ArtHuss, 544 c. [in Ukrainian].
16. Skliarenko H. M., (2009) *Ukrainske mystetstvo druhoi polovyny KhKh stolittia [Ukrainian Art of the Second Half of the 20th Century]: rehionalni problemy ta zahalnyi kontekst*. Studii mystetstvoznavchi. № 1. S. 67–78. [in Ukrainian].
17. Udris N. S., (2004) *Natsionalnyi hrafichniy dyzain pochatku KhKhI stolittia (do problemy stanovlennia) [National Graphic Design of the Early 21st Century (on the Problem of Formation)]*. Reklama i dyzain v umovakh hlobalizatsii vyshchoi osvity ta informatsiinoi intehratsii : zb. nauk. pr. / redkol.: M. P. Lifintsev (hol. Ye. A. Antonovych (uporiad. i vidp. red.), A. V. Chebykin ta in. Kyiv : Instytut reklamy, Vyp. 3. S. 332–333. [in Ukrainian].
18. Fed V., Krykun I. (2015) *Etnodyzain yak syntezy tradytsiino-innovatsiinykh zasobiv konstruiuvannia kulturotvorchoho buttia liudyny [Ethnodesign as a Synthesis of Traditional and Innovative Means of Constructing the Cultural Life of a Human]* Etnodyzain: yevropeiskyyi vektor rozvytku i natsionalnyi kontekst: zb. nauk. pr. / uporiad. i vidp. red. Ye. Antonovych. Poltava : PNP, Kn. 2. S. 534–539. [in Ukrainian].
19. Chehusova Z. (2008) *Rol symvolu, znaku, mifu v profesiinomu dekoratyvnomu mystetstvi Ukrainy na mezhi XX–XXI st. [The Role of Symbol, Sign, Myth in the Professional Decorative Art of Ukraine at the Turn of the 20th–21st Centuries.]* *Ukrainske mystetstvoznnavstvo: materialy, doslidzhennia, retsenzii*. № 8. S. 146–151. [in Ukrainian].
20. Yu. Kulinka, L.P. Romanko. (2017) *Osnovy aidentyky: metodychnyyi posibnyk. [Fundamentals of Identity: methodical manual]*. Kryvyi Rih DVNZ «KDPU», S. 94–196 [in Ukrainian].