УДК 7.05:316.772-028.22]-045.48
DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/85-3-14

Наталя УДРІС-БОРОДАВКО,
orcid.org/0000-0003-1831-5476
кандидат соціологічних наук, доцент,
завідувачка кафедри графічного дизайну
Київського національного університету культури і мистецтв
(Київ, Україна) udris.nata@ukr.net

КУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

В статті вивчаються експерименти дизайнерів і теоретичні дослідження науковців, які розглядають графічний дизайн в контексті збереження і трансляції культурного розмаїття за умов глобалізації. Застосовано методи аналізу та синтезу, в результаті чого порівнюються доробки науковців, освітян і дизайнерів країн африканського континенту, Лівану, Саудівської Аравії, Китаю, представників корінних народів Америки. Всі наведені теоретичні підходи і практичний досвід узагальнено зводяться до того, що, по-перше, введення традиційних культурних символів у сучасний графічний дизайн сприяє захисту спадщини традиційної культури; по-друге, розвиток та розширення традиційних візуальних символів у графічному дизайні дозволяє створити проєкти в ідентичності певного етносу з характерною перевагою на міжнародному рівні; по-третє, від дизайнерів очікується розгалужене розуміння традиційної культури та варіювання джерелами натхнення, із застосуванням взаємодії нових медіа і технологій в дизайні, взаємовпливів і комбінацій матеріалів, технік виготовлення, зображень і типографії, властивих культурам Заходу і Сходу; по-четверте, дизайн-освіта потребує введення мотиваційних схем для модернізації здобувачами своєї культури шляхом поєднання впливів локального і глобального. Визначені настанови цілком відповідають Цілям сталого розвитку, затверджених ООН у 2015 р. та демонструють, що звернення до культурного контексту ідентичності розуміється провідними графічними дизайнерами не як втеча від проблеми глобалізму, а як свідомо обраний механізм трансляції культурного розмаїття задля гармонізації культурної гібридності. В контексті розбудови українського графічного дизайну наведені приклади та висновки сприяють підтвердженню або кореляції обраних дизайнерами проєктних стратегій, а також підтверджують вагомість освітніх практик щодо впровадження традиційної української культури в сучасний дизайн з урахуванням актуальних трендів.

Ключові слова: *графічний дизайн, візуальні комунікації, дизайн, глобалізація, локалізація, ідентичність, традиційна культура, культурне розмаїття, цілі сталого розвитку, культурна гібридізація.*

Natalia UDRIS-BORODAVKO,
orcid.org/0000-0003-1831-5476
PhD in Social Sciences, Associate Professor,
Head of the Graphic Design Department
Kyiv National University of Culture and Arts
(Kyiv, Ukraine) udris.nata@ukr.net

CULTURAL IDENTITY OF GRAPHIC DESIGN IN THE MODERN CONDITIONS OF GLOBALIZATION: INTERNATIONAL EXPERIENCE

The article examines the experiments of designers and theoretical research by scholars who consider graphic design in the context of preserving and transmitting cultural diversity in the context of globalization. The article uses the methods of analysis and synthesis to compare the works of scientists, educators and designers from the African continent, Lebanon, Saudi Arabia, China, and representatives of the indigenous peoples of the Americas. All of the above theoretical approaches and practical experience are summarized as follows: first, the introduction of traditional cultural symbols into modern graphic design contributes to the preservation of the heritage of traditional culture; second, the development and expansion of traditional visual symbols in graphic design allows creating projects in the identity of a particular ethnic group with a distinct international advantage; thirdly, designers are expected to have a broad understanding of traditional culture and varying sources of inspiration, using the interaction of new media and technologies in design, the interplay and combination of materials, production techniques, images and typography inherent in the cultures of the West and the East; fourthly, design education requires the introduction of motivational schemes for students to modernize their culture by combining the influences of the local and global. These guidelines are fully in line with the Sustainable Development Goals approved by the UN in 2015 and demonstrate that the appeal to the cultural context of identity is understood by leading graphic designers not as an escape from the problem of globalism, but as a consciously chosen mechanism for broadcasting cultural diversity to harmonize cultural hybridity. In the context of the development of Ukrainian graphic design, the examples and conclusions presented here help to confirm or correlate the design strategies chosen by designers, as well as confirm the importance of educational practices for the introduction of traditional Ukrainian culture into modern design, taking into account current trends.

Key words: *graphic design, visual communications, design, globalization, localization, identity, traditional culture, cultural diversity, sustainable development goals, cultural hybridization.*

Постановка проблеми. З метою синхронізації прогресивного розвитку сучасного глобального світу у 2015 р. були затверджені Цілі сталого розвитку періодом до 2030 р., і кожна зі 170 країн-членів ООН індивідуальними законотворчими процедурами підтримала впровадження цього проєкту в свої державні політики. Європейська комісія також сформулювала цілі на 2024–2029 рр., в яких представлено сім пріоритетів, що повністю корелюються з ЦГР. Структурними задачами визначених цілей є посилення зусиль щодо захисту та збереження світової культурної та природної спадщини, сприяння соціальній справедливості, регіональній єдності та забезпечення рівних можливостей для всіх. Окрім багатьох інших аспектів, це стосується культурного розмаїття, його збереження та відтворення в сучасних культурних формах.

Саме на такому концептуальному фундаменті здійснюються одночасні експерименти дизайнерів і теоретичні дослідження науковців, результатом чого стають обґрунтовані рекомендаційні моделі щодо впровадження культурного контексту в сучасні проєкти. Актуальним постає синтез наявного досвіду з метою виявлення ефективності стратегій і тактичних кроків у розвитку дизайну з проявленою культурною ідентичністю.

Аналіз досліджень. Науковим підгрунтям цієї статті є публікації, в яких аналізується сучасне розуміння культури, її глобальних та локальних контекстів (О. Копієвська), місце дизайну в культурі (С. Прищенко), тема ідентичності (Л. Нагорна, М. Кос, Є. Бистрицький, Л. Кіпнг'єтич) та кореляція її з проєктною діяльністю (Х. Гімено-Мартінес, С. Ред Вінг, Е. Танстолл). Обґрунтування важливості теми статті міститься в теоретичних доробках про дизайн та, зокрема, графічний дизайн в контексті комплексної соціально-відповідальної діяльності, яка сьогодні зорієнтована не лише на вирішення вузьких утилітарних інформаційно-комунікативних задач, але й має широкий вплив на соціокультурні процеси (автори Д. Норман, В. Папанек, Б. Мау, С. Керні, І. Рижова). Крім цього, тема статті, а саме відтворення національної ідентичності в дизайні та звернення до культурної спадщини розкривається публікаціями українських науковців В. Косіва, Є. Антоновича, В. Титаренко, Ю. Легенького, А. Руденченко, І. Сиваш та інших. Здебільшого роботи розкривають творчість відомих українських графіків XX ст. та, в меншому ступені, синтезують досвід сучасних дизайнерів.

Науково-практична розбудова українського графічного дизайну з проявленою культурною ідентичністю мусить розвиватися в резонансі зі світовим досвідом. Тому вагомими стають матеріали науковців, що є представниками, а отже, знавцями, певних культур та аналізують проєкти дизайнерів-носіїв цих же локальних культур. З огляду на відсутність в українському доробку публікацій, що синтезують такий досвід, стаття постає актуальною і своєчасною.

Мета статті полягає у вивченні розроблених зарубіжними дизайнерами і вченими концепцій та їхніх обґрунтувань щодо відтворення культурного розмаїття в сучасних формах графічного дизайну.

Виклад основного матеріалу. Осмислення культурної ідентичності в різних видах дизайну та пошук методики створення локального дизайну стає темою багатьох науково-практичних розвідок. Здебільшого вони стосуються звернення у проєктній діяльності до традиційних культур конкретного етносу.

Автори Адам Йо та Фан Цао (Yeo, & Cao, 2021) в статті про творчий дослідницький процес для сучасного африканського графічного дизайну на прикладі Кот-д'Івуару обґрунтовують пошук національного стилю, зокрема в графічному дизайні, на базі аналітики основних видів традиційної культури етносу. Сформовані засади інтернаціонального стилю в графічному дизайні ставлять перед дизайнерами проєктів з культурної ідентичністю на основі традицій виклик. Дослідники констатують, що з глобалізацією і культурним вторгненням західних держав традиційна культура поступово занепала, а більшість африканських дизайнерів надихається західними системами дизайну на шкоду своїй власній культурі.

Застосування традиційної культурної символіки – важливий спосіб формування національного стилю візуалізації на основі місцевої культури. В цьому сенсі автори розглядають культурні практики, звички та звичаї, уявлення та думки людей, художнє вираження, знаки соціальної та культурної приналежності, в яких «кожен житель Кот-д'Івуару впізнає себе і який становить набір образів, форм і символів і представляє графічне багатство, яке стане ресурсом елементів для сучасного графічного дизайну» (Yeo, Cao, 2021: 212). Введення традиційних культурних символів у сучасний графічний дизайн сприяє захисту спадщини традиційної культури. Це повертає традиційну культуру в повсякденне життя людей і дозволяє їй омолодитися. Найкращий захист, на думку авторів, – це не розміщення її в музеї, але сприяння функціонуванню у новому художньому і дизайнерському творі. Лише постійно впроваджуючи інновації та вдосконалюючи роботу, можна ефективно захистити традиційні культурні сим-

воли. Крім того, на думку A. Yeo та F. Cao, розвиток або розширення традиційних візуальних символів у графічному дизайні дозволяє проєктування у стилі певного етносу з характерною перевагою на міжнародному рівні.

Графічний дизайнер, типограф і викладач Сакі Мафундіква як представник однієї з країн, що проходять період культурної деколонізації, впродовж кількох десятиріч реалізовує ідею формування автентичного дизайну в концепції деколонізації Африки від західного світу. Отримані в Америці фахова освіта та науковий ступінь разом з практичним досвідом забезпечили наукове обґрунтування системного підходу до формування школи локального дизайну. У 1998 р. С. Мафундіква заснував Зімбабвійський інститут візуальних мистецтв (ZIVA), у 2004 р. написав і видав книгу під назвою «Африканські алфавіти: історія письма в Африці» та спродюсував документальний фільм «Шунгу: стійкість народу», презентований в Амстердамі у 2010 р. У своєму виступі 2013 р. на всесвітньо відомій конференції Ted Talks він казав: «Також настав час для того, щоб дизайнери Африки припинили дивитися назовні. Вони довго дивилися назовні, але те, що вони шукали, було прямо тут, усередині них» (Винахідливість та краса, 2013). С. Мафундіква надихнув багатьох своїх студентів займатися мистецтвом і дизайном як професійним кар'єрним видом діяльності. При цьому його ключовим слоганом є «Ми краще знаємо, куди йдемо, коли знаємо, звідки походимо» (When Africa, 2016). На його думку є очевидним, що Африка може запропонувати своїй, африканській, дизайнерській спільноті набагато більше, ніж будь-який інший континент чи країна.

Послідовники С. Мафундікви реалізовують його настанови в створенні айдентики та інших видах графічного дизайну. Такі дизайнери, як Нонтокозо Тшабалала та Осмонд Цума в створеній у 2016 році студії Mam'Gobozi Design Factory в Південній Африці, проєктують з метою виявлення та впевненого позиціонування африканської ідентичності. Вони зосереджуються на створенні проєктів, які «не тільки добре виглядають, але розмовляють з серцем і відзначають африканську самобутність. Наша філософія ґрунтується на вченнях професора Сакі Мафундікви, щоб дивитися всередину. Як творці з африканського континенту, ми більше не хочемо підтримувати західні способи дизайну. Ми хочемо відзначити багатьох, хто був перед нами, хто нагадує нам про нашу велич і величезну творчість, яку зберігає наш континент» (Mam'Gobozi Design Factory, 2025). Проєкти творчої групи демонструють численні методики переосмислення традиційної спадщини, яка невичерпно надає різноманітні результати.

Аналогічною мотивацією керується інша африканська дизайнерка Karabo Poppy Moletsane (Karabo Poppy Moletsane, 2025). Вона створює свої проєкти шляхом поєднання традиційної і сучасної естетики Африки, чим поширює етнічну культуру, з якої походить, збагачує візуальні рішення в дизайні та публічно декларує важливість такого підходу до проєктування як соціально відповідальної діяльності.

Представлниця корінних народів Америки дизайнерка Саді Ред Вінг під впливом та за допомогою антолога Е. Танстолл пропагує дизайн в рамках деколонізації корінних народів Америки. На підставі свого магістерського дослідження (Learning the Traditional Lakota, 2016) вона проводить публічні гостьові лекції, в яких виступає проти культурної апропріації та демонструє авторські проєкти на основі традиційної культури корінних народів Америки. Вона позиціонує себе як візуального комунікатора, яка в рамках своєї соціальної відповідальності практикує візуальний суверенітет від типових спаплюжених візуальних образів, іншими словами, вона деколонізує стереотипні репрезентації культурної спадщини. «Візуальні комунікатори корінних народів мають можливість надати корінним американцям поважне обличчя у світі, розкриваючи племінні візуальні мови у візуальній комунікації» (F`k the stereotype, 2016). Дизайнерка здебільшого працює з семантикою традиційних знаків, що мають абстрактну геометричну природу, і на своєму сайті детально описує значеннєву легенду розроблених знаків та постерів (Sadie Red Wing, 2016).

Ліванські дослідники М. Хоурі та Т. Хоурі розглядають традиційну культуру своєї країни як відкриту та недостатньо використану платформу для творчості в сучасному графічному дизайні та наполягає на поєднанні культури і дизайну через взаємодію в межах місцевої спільноти з метою вивчення особливостей культури та розширення ролей дизайнерів як членів соціальної спільноти. Автори пропонують трансформувати ліванську дизайн-освіту введенням мотиваційних схем для модернізації здобувачами своєї культури шляхом поєднання впливів локального і глобального (Сходу і Заходу), створення унікальних культурних ознак проєктів, спеціалізації на автентичній типографії (каліграфія, шрифти, летеринг), реалізації проєктів, інтерактивних з місцевими громадами. При цьому автори не пропонують ізолюватися від культурних гібридизацій, а навпаки, трактують модернізацію через взаємодію нових

медіа і технологій в дизайні, взаємовпливи комбінацій матеріалів, технік виготовлення, зображень і типографії, властивих культурам Заходу і Сходу (Khoury, Khoury, 2017).

За результатами опитування дизайнерів Саудівської Аравії щодо настанови на створення дизайну з ідентичністю та прийомів реалізації такого завдання (Wasmeh M. Aleshawie, 2019: 59), більшість з них в своїх розробках звертається до ісламської типографії (95,2%) та декоративних елементів, зокрема рослин та геометричних модулів (82,8%); половина використовує згадки про спосіб життя, зокрема кухню, одян, поведінку під час роботи та відпочинку (55,6%) та архітектурні символи (50,8%), такі як відомі архітектурні, історичні пам'ятки та цікаві сучасні. Третина опитаних дизайнерів (34,9%) використовують зображення тварин і рослини. Близько чверті опитаних використовує символіку відомих подій (25,4%), в також публічних персон і знакових персонажів (19%). Усі перераховані елементи можуть бути застосовані в дизайні для забезпечення культурної ідентичності та можуть бути ефективними різною мірою відповідно до повідомлення, яке доставляється, і мети, до якої мають застосовуватися використані символи (Wasmeh M. Aleshawie, 2019: 60). Наведені дані свідчать про розгалужене розуміння дизайнерами культури та варіювання джерелами натхнення. Хоча більшість схиляється саме до шрифтової та каліграфічної ідентичності, а також орнаментальних мотивів.

Модель, представлена китайським вченим К. Ліанг, проста у розумінні та має універсальний характер, оскільки базується на узагальненні наукового трактування матеріального і духовного взагалі, та національної культури зокрема. Автор ґрунтує свою модель на теорії китайського вченого міжнародного рівня, професора Панг Пу. Згідно цієї теорії, культура має структуру з трьох рівнів: матерія, розум і матерія, серце (Liang, 2014). На думку професора Панг Пу, структура культури включає наступні три аспекти. Перший аспект – це зовнішній шар, що стосується матерії, яка проявляється матеріальним продуктом і є видимою для людини. Другий аспект – це середній шар, що стосується поєднання серця і матерії, яка включає емоції людини, приховані у зовнішньому шарі матерії. Третій аспект – це серцевина, яку можна пов'язати із загальним культурним психічним станом, який еквівалентний духовній культурі і включає ціннісну концепцію, спосіб мислення, естетичні та моральні настрої, релігійні емоції, національний характер тощо.

На основі цього К. Ліанг пропонує трирівневу модель: форма, значення, дух (Liang, 2014: 149-151). Стисла теоретична характеристика кожного рівня полягає в наступному:

1. *Форма*. Це найбільш поверхневий культурний шар, який відповідає рівню «матерія». Можна описати це як суто візуальні ознаки артефактів матеріальної народної культури – матеріали, кольорова гама, орнаменти, стилізація, форма, пропорції, ефекти художніх і технічних прийомів і т.п.

2. *Значення*. Цей рівень пов'язаний із традиційним для культури трактуванням графічних зображень, із знаково-символічною системою, яка лежить в основі усього народного мистецтва. Значення символів не пов'язані безпосередньо із зовнішнім виглядом артефакту, його елементів або самими знаковими формами. Сенс вкладали люди та передавали це через покоління самим мистецьким процесом.

3. *Дух*. Це найскладніший рівень проектування. В його основі – філософія буття, притаманна певному етносу, весь комплекс ознак, які складають «національний характер».

Такий підхід покладено нами в основу методики створення проєктів графічного дизайну з українською ідентичністю, широко представленої в книзі «Графічний дизайн з українським обличчям» (Удріс-Бородавко, 2023).

На останок зазначимо, що зв'язок між культурою та культурною ідентичністю виявляє незмінно міцні зв'язки між членами певного суспільства. Однак більшість сучасних націй є складними з погляду культурних традицій утвореннями, у кожному суспільстві може існувати різноманітна культурна ідентичність, нація може мати різні культури зі змішаними компонентами (Schwartz, 2012). Методика графічних дизайнерів мусить полягати у формуванні складної знакової системи, яка базується на евристичному методі комбінування значень та візуальних характеристик.

Висновки. В статті розглянуті обґрунтування ідеї проєктування графічного дизайну на основі культурної спадщини, створення проєктів, які презентують ідентичність того чи іншого етносу, народу, нації. На основі представленого матеріалу можна зробити висновок, що напротивагу застереженням, що глобалізація спричинить культурну гомогенізацію, втрату унікальних культурних ідентичностей, зокрема у дизайні, усвідомленою відповіддю багатьох сучасних дизайнерів, проєктних і дослідницьких груп полягає у зосередженні на збереженні та просуванні унікальної культурної естетики як противазі тяжінню до єдиного глобального стилю. Це цілком відповідає Цілям сталого розвитку та демонструє, що звернення до культурного контексту ідентичності розуміється провідними графічними дизайнерами не як втеча

від проблеми глобалізму, а як свідомо обраний механізм трансляції культурного розмаїття задля гармонізації культурної гібридності.

В контексті розбудови українського графічного дизайну наведені приклади та висновки сприяють підтвердженню або кореляції обраних дизайнерами проєктних стратегій, а також підтверджують вагомість освітніх практик щодо впровадження традиційної української культури в сучасний дизайн з урахуванням актуальних трендів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Винахідливість та краса давніх африканських алфавітів. URL: https://www.ted.com/talks/saki_mafundikwa_ingenuity_and_elegance_in_ancient_african_alphabets/transcript?language=uk
2. Удріс-Бородавко, Н. Графічний дизайн з українським обличчям. ArtHuss. 204 с.
3. F`k the stereotype. Revitalizing indigenous perspective in design. https://www.sadieredwing.com/f-the-stereotype
4. Karabo Poppy Moletsane. https://www.behance.net/Karabo_Poppy
5. Khoury, M., Khoury T. Cultural identity crisis within contemporary graphic design case study: Lebanon. URL: https://www.academia.edu/109344208/Cultural_identity_crisis_within_contemporary_graphic_design_case_study?nav_from=a847db1f-f32c-46b1-9076-3066bee3da0e
6. Learning the Traditional Lakota Visual Language through Shape Play. URL: https://issuu.com/sadieredwing/docs/srw_thesis_2016/1
7. Liang X. Regional Culture Expressed in Modern Architecture Design. *Cross-Cultural Communication*. 2014. Vol. 10, No. 6. P. 148–151. URL: http://www.cscanada.net/index.php/ccc/article/view/5824/6556
8. Mam'Gobozi Design Factory. https://mamgobozidesign.com/copy-of-mamgobozi-design-factory
9. Sadie Red Wing. https://www.sadieredwing.com/
10. Schwartz H. A Primer on Communication Studies. 4th ed. New Jersey: PERSON, 2012, pp.300-303.
11. Wasmeh M. Aleshawie. Cultural Identity in Graphic Design American. *International Journal of Contemporary Research*. 2019. Vol. 9, No. 4, December, p.50-63. URL: https://www.aijcrnet.com/journals/Vol_9_No_4_December_2019/6.pdf
12. When Africa meets design. https://www.grapheine.com/en/graphic-design-en/africa-design
13. Yeo A., Cao F. A Creative Research Process for a Modern African Graphic Design Identity; The Case of Ivory Coast. Art and Design Review, 2021, 9, 210-231. https://doi.org/10.4236/adr.2021.92017

REFERENCES

1. Vynakhidlyvist ta krasa davnikh afrykanskykh alfavitiv [The ingenuity and beauty of ancient African alphabets] (2013). URL: https://www.ted.com/talks/saki_mafundikwa_ingenuity_and_elegance_in_ancient_african_alphabets/transcript?language=uk [in Ukrainian].
2. Udris-Borodavko, N. (2023). Hrafichnyi dyzain z ukrainskym oblychchiam [Graphic design with a Ukrainian face]. ArtHuss. 204 [in Ukrainian].
3. F`k the stereotype. Revitalizing indigenous perspective in design (2016). URL: https://www.sadieredwing.com/f-the-stereotype
4. Karabo Poppy Moletsane (2025). URL: https://www.behance.net/Karabo_Poppy
5. Khoury, M. P., & Khoury, T. E. (2017). Cultural identity crisis within contemporary graphic design case study: Lebanon. URL: https://www.academia.edu/109344208/Cultural_identity_crisis_within_contemporary_graphic_design_case_study?nav_from=a847db1f-f32c-46b1-9076-3066bee3da0e
6. Learning the Traditional Lakota Visual Language through Shape Play (2016). https://issuu.com/sadieredwing/docs/srw_thesis_2016/1
7. Liang X. Regional Culture Expressed in Modern Architecture Design. *Cross-Cultural Communication*. 2014. Vol. 10, No. 6. P. 148–151. URL: http://www.cscanada.net/index.php/ccc/article/view/5824/6556
8. Mam'Gobozi Design Factory, (2025) URL: https://mamgobozidesign.com/copy-of-mamgobozi-design-factory
9. Sadie Red Wing (2016). URL: https://www.sadieredwing.com/
10. Schwartz, H. (2012). A Primer on Communication Studies. 4th ed. New Jersey: PERSON, pp.300-303
11. Wasmeh M. Aleshawie (2019). Cultural Identity in Graphic Design American International Journal of Contemporary Research, Vol. 9, No. 4, December, p.50-63. URL: https://www.aijcrnet.com/journals/Vol_9_No_4_December_2019/6.pdf
12. When Africa meets design (2016). URL: https://www.grapheine.com/en/graphic-design-en/africa-design
13. Yeo, A., & Cao, F. (2021). A Creative Research Process for a Modern African Graphic Design Identity; The Case of Ivory Coast. Art and Design Review, 9, 210-231. https://doi.org/10.4236/adr.2021.92017