

Advertising signs significantly contribute to the processes of creating and transforming urban space, shaping not only the city's aesthetic but also its cultural code and identity. Effective urban planning must account for the impact of visual advertising, ensuring that it complements rather than conflicts with the architectural and cultural heritage of the city.

*Key words:* city identity, cultural code, advertising inscription, traditions, heritage, symbolism, advertising design.

Надійшла до редакції 22.05.2024 р.

УДК [004.928:004.912]:7.012

## РЕТРОСПЕКЦІЯ РОЗВИТКУ КІНЕТИЧНОЇ ТИПОГРАФІКИ ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В ДИЗАЙНІ

**Віктор Ходосов** – аспірант, Київська державна академія  
декоративно-прикладного мистецтва і дизайну ім. М. Бойчука, Київ  
<https://doi.org/0009-0009-7883-8405>

DOI

victor.khodosov@gmail.com

Досліджується еволюція та широке застосування кінетичної типографіки, форми моушн-дизайну, яка анімує текст для створення динамічних візуальних ефектів. Ці ефекти значно покращують передачу інформації та емоційний вплив на глядача, роблячи контент більш привабливим та зрозумілим. Кінетична типографіка поєднує в собі принципи традиційної типографіки, анімації та кінематографу, що надає нові можливості для візуальної комунікації та креативного самовираження. Дослідження охоплює історичні віхи розвитку кінетичної типографіки, починаючи від її зародження у ХХ ст. до сучасних досягнень. Розглядаються технологічні інновації, серед яких комп'ютерна анімація та програмне забезпечення для моушн-дизайну, які значною мірою сприяли її розвитку. Підкреслюється зростаюча популярність кінетичної типографіки та її ефективність у різних медіа, включаючи кіно, телебачення, рекламу, музичні відео, веб-дизайн та цифрові інтерфейси. Аналіз включає внески відомих дизайнерів та дослідників, таких як Саул Басс, який зробив значний вплив на розвиток цього напрямку. Висвітлюються творчі та технічні інновації, що дозволяють використовувати кінетичну типографіку для створення унікальних і вражаючих візуальних повідомлень. Особливу увагу приділено ролі кінетичної типографіки в сучасному дизайні, де вона слугує потужним інструментом для залучення аудиторії та підвищення ефективності комунікації. Робота має на меті охарактеризувати основні етапи розвитку кінетичної типографіки через ретроспективний аналіз, пропонуючи глибоке уявлення про її значущість та потенціал у сучасній практиці дизайну; розглядає майбутні перспективи розвитку цього динамічного напрямку.

*Ключові слова:* моушн-дизайн, моушн-графіка, анімація тексту, комп'ютерна анімація, типографіка, кінетична типографіка, мультимедійний дизайн.

*Постановка проблеми.* Кінетична (анімована) типографіка – це різновид моушн-дизайну, що використовує рух тексту в часі, створюючи динамічні візуальні ефекти, які покращують передачу інформації і здійснюють емоційний вплив на глядача. Цей напрям дизайну поєднує принципи традиційної типографіки, анімації та кінематографу, створюючи нові можливості для візуальної комунікації.

Німецький копірайтер та дизайнер Б. Бернхарт (Benjamin Barnhart) у своїй статті дає більш розгорнуте визначення цього виду дизайну. Кінетична типографіка – це техніка анімації, що поєднує елементи руху з текстом, тому її також іноді називають моушн-типографікою. Не існує єдиного способу анімації тексту, написи можуть зменшуватися або збільшуватися за масштабом, змінювати позицію на сторінці, набувати різної кольорової заливки, деформуватися або підлягати будь-якій комбінації цих творчих прийомів, які може використовувати графічний дизайнер. Текстові анімації можуть бути короткими та простими, або більш детальними та складними [1].

Використання даного типу графіки щодня набуває все більшої популярності, адже її динамічність є вагомим перевагою у порівнянні зі статичним титруванням. Рухомий текст привертає більше уваги порівняно зі статичним, що робить його ефективним інструментом для трансляції важливих повідомлень. Також анімація тексту допомагає глядачам краще запам'ятовувати інформацію, оскільки поєднання руху і візуальних ефектів стимулює когнітивні процеси. Кінетична типографіка може створювати помітний емоційний вплив, підсилюючи зміст і роблячи його більш виразним. Вона відкриває широкі можливості для креативності та інновацій у візуальній комунікації, дозволяючи дизайнерам експериментувати з новими ідеями і підходами.

Слід зазначити, що розвиток кінетичної типографіки відбувається синхронізовано з розвитком кіно та телебачення, реклами та маркетингу, мобільних додатків та інших інтерфейсів тощо. За останні

сімдесят років можна констатувати надзвичайний прогрес цих напрямів, який потребує ретельного мистецтвознавчого аналізу. Тому в даній статті вперше розглядаються основні історичні етапи становлення та розвитку кінетичної типографіки.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* У 2020 р. дослідники малайзійського університету технологій опублікували статтю «Використання типографіки в дизайні інтерфейсу мультимедійних засобів навчання». У ній розглядається як викладачі з різних дисциплін, особливо не з креативних галузей, застосовують принципи типографіки для створення ефективного дизайну інтерфейсу. Типографіка, як ключовий елемент візуальної комунікації, сприяє підвищенню ефективності навчання завдяки зручному та інтуїтивно зрозумілому інтерфейсу. Автори акцентують увагу на важливості консистентності, ієрархії, контрасту, балансу та гармонії у типографіці для оптимізації користувацького досвіду і покращення навчальних результатів [11].

У тому ж році опублікована робота від хорватських науковців під назвою «Кінетична типографіка – фігура та технологія», де основна увага приділяється вибору шрифту, кольору та розміру символів, а також тла анімації. Різні програмні інструменти, включаючи обробку, дозволяють створювати анімовану типографіку, яка може бути інтерактивною та залучати користувача до процесу створення. Це дослідження підкреслює важливість динамізму та взаємодії у кінетичній типографіці для привернення уваги та ефективної передачі повідомлень [6].

2024 році китайські дизайнери-дослідники З. Ліу, Ї. Менг та інші у статті «Динамічна типографія: оживлення тексту за допомогою розповсюдження відео» приділили увагу дослідженню й розробці кінетичної типографіки, де текст «оживає» за допомогою анімації. Автори пропонують автоматизовану схему анімації тексту, що деформує літери для передачі семантичного значення і додає рух на основі підказок користувача. Використовуючи векторні графічні уявлення та нейронні поля зміщення, метод забезпечує збереження читабельності та структурної цілісності тексту протягом анімації [5].

Нових досліджень за даною темою на теренах України не виявлено. Також загальносвітова кількість робіт про кінетичну типографіку досить низька, що дає можливість для відкриття великої кількості нової інформації та наукового розвитку даного напрямку дизайну.

*Мета роботи* – охарактеризувати основні етапи становлення та розвитку кінетичної типографіки на основі ретроспективного аналізу її застосування в дизайні.

*Вклад основного матеріалу.* Типографіка – це мистецтво і техніка оформлення тексту, що включає вибір і використання шрифтів, розташування текстових елементів на сторінці або екрані, а також забезпечення читабельності, естетичної привабливості та ефективного передавання інформації. Типографіка охоплює різноманітні аспекти, від вибору шрифту до розміру міжрядкових інтервалів, і має велике значення як у друкованих виданнях, так і цифрових медіа.

Першою в світі анімацією тексту вважається робота Георгія (Джорджія) Ковальського, відомого також як G. W. Bitzer. Він був одним із піонерів кінематографу і тісно співпрацював з Д. Гріффітом у ранні роки американського кіно. Його анімація тексту використана в німому фільмі 1903 р. «The Great Train Robbery» (Велике пограбування потяга) (рис. 1), який вважається однією з перших спроб кінематографу використати анімований текст для підсилення візуальної оповіді [3].

У перших німих фільмах титри і міжтитри часто використовувалися для передачі діалогів і важливих повідомлень. Рух тексту, такий як поява і зникнення, став одним із перших прикладів анімації тексту.

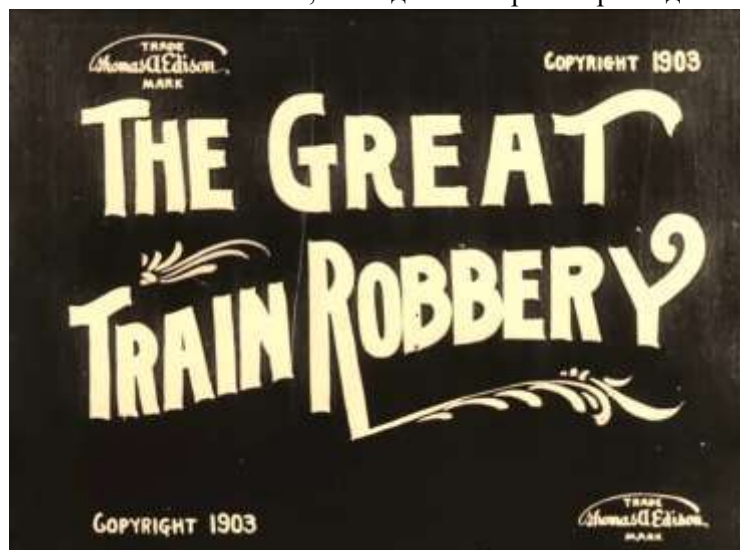


Рис. 1. Г. Ковальський, Титри фільму «The Great Train Robbery», 1903, США.

Важливо зазначити, що ці ранні експерименти з анімацією тексту були доволі простими і не настільки розвиненими як сучасна кінетична типографіка. Тим не менш, вони заклали основи для подальшого розвитку цього напрямку в кіно, телебаченні та мультимедіа.

Відповідно, можна виділити *перший етап* розвитку кінетичної типографіки, який доцільно назвати періодом ранніх експериментів, коли почали вперше давати значення тому як має виглядати текст у сцені і яким чином він може впливати на візуальний досвід глядача.

У 1920-1930-х роках авангардні художники, серед яких Ласло Мохой-Надь, експериментували з рухомими зображеннями та текстом, створюючи анімаційні фільми, що поєднували графіку і текст. Ласло Мохой-Надь (ориг. László Moholy-Nagy) був угорським художником, фотографом і викладачем, відомим своєю роботою в галузі авангардного мистецтва і дизайну. Він був однією з ключових фігур у Баугаузі – німецькій школі мистецтва, дизайну і архітектури, яка зробила значний внесок у розвиток сучасного дизайну [9]. Мохой-Надь експериментував із різними медіа і техніками, включаючи кінетичну типографіку та анімацію. Першим відомим експериментом став фільм «Телевізійна Типографіка» (ориг. Telegraphic Typography, 1922), де митець досліджував можливості використання типографіки в нових медіа, таких як телебачення. Він розглядав текст як динамічний елемент, який може змінюватися і рухатися на екрані [8].

«Тиждень великого міста» (ориг. Großstadt-Zigeuner, 1932) – один із перших фільмів, де Мохой-Надь використовував анімований текст і графіку для створення динамічної візуальної композиції. У цьому фільмі він експериментував із рухомим текстом, що відображав темп і ритм великого міста. Переглянувши рисунок нижче можна переконатись наскільки революційними були дизайнерські рішення митця в ті роки.



Рис. 2. Л. Мохой-Надь. Кадри фільму «Тиждень великого міста» 1932, Німеччина [7].

Експерименти Ласло Мохой-Надя мали значний вплив на розвиток кінетичної типографіки та дизайну загалом. Його ідеї про поєднання тексту, зображення і руху стали основою для багатьох сучасних дизайнерських практик. Сьогодні анімована типографіка є важливою складовою дизайну, анімації та цифрових медіа, і в основі багатьох сучасних форм лежать експерименти і концепції, розроблені саме Мохой-Надем. Отже, далі можемо окреслити *другий етап* розвитку анімованої типографіки – період експериментів авангардних художників, коли почали створювати динамічні візуальні композиції, що поєднували текст і графіку. Ці роботи заклали основу для подальшого розвитку кінетичної типографіки.

У 1950-1960-х роках американський графічний дизайнер Сол Басс (ориг. Saul Bass) став відомим своїми інноваційними заставками для фільмів, що містили елементи кінетичної типографіки. Його роботи, зокрема заставка до фільмів «Чоловік із золотою рукою» (The Man With the Golden Arm) (1955 р.), «Вертиго» (Vertigo) (1958 р.), «Анатомія вбивства» (Anatomy of a Murder) (1959 р.) та «Психоло» (Psycho) (1960 р.) мали великий вплив на подальший розвиток анімованого тексту в кіно [10].

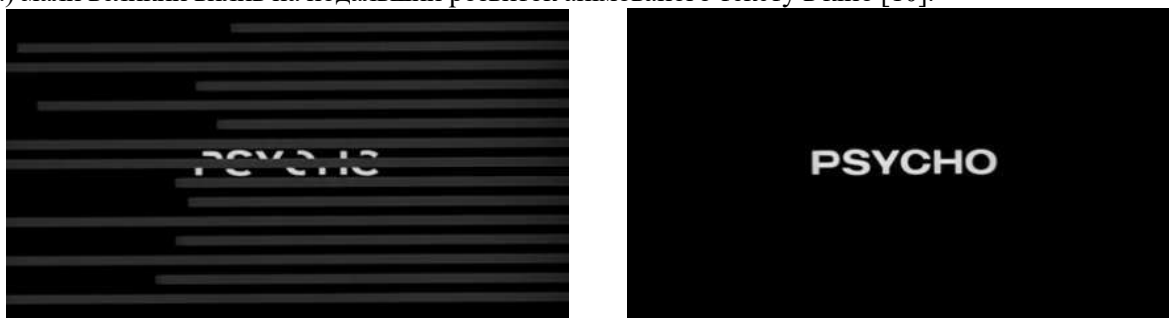


Рис. 3. С. Басс, Анімована заставка до фільму «Психоло», 1960, США [2].

Сол Басс змінив підхід до створення титрів у фільмах, перетворивши їх на невід'ємну частину кінооповіді. Його інноваційний підхід до графічного дизайну, використання кінетичної типографіки і абстрактних форм залишили значний вплив на подальший розвиток кінематографа і дизайну. Його роботи продовжують впливати на сучасних дизайнерів і кінематографістів, а його стиль залишається актуальним до сьогодні. Басс показав, що титри можуть бути не лише текстовим переліком, а самостійним художнім твором, здатним передати настрій і теми фільму ще до його початку.

*Третій етап* розвитку кінетичної типографіки по праву можна назвати періодом Сола Басса, оскільки він використовував рухомий текст та графіку для передачі настрою і стилю фільму, що стало проривом в усіх категоріях дизайну.

*Наступні етапи* розвитку анімованої текстової графіки можна назвати *новітніми*, проте і тут слід уточнити декілька важливих періодів в історії їх розвитку.

У 1960-1980-х роках розвиток технологій спричинив значне розширення можливостей кінетичної типографіки. Поява комп'ютерної графіки відкрила нові обрії для дизайнерів, дозволяючи створювати складніші та ефектніші анімації тексту. У той період кінетична типографіка почала активно використовуватися не лише в кіно, але й телебаченні, рекламі та музичних кліпах. Приклади включають інтро до телешоу, рекламні ролики та музичні відео, що використовували рухомий текст для підсилення візуального впливу і донесення інформації. Завдяки можливості створювати більш динамічні та інтерактивні візуальні елементи, кінетична типографіка стала важливим інструментом у візуальній комунікації того періоду.

У 1990-х роках із розвитком цифрових технологій і програмного забезпечення, серед яких Adobe After Effects, кінетична типографіка стала доступнішою і популярнішою серед дизайнерів. Це програмне забезпечення дозволило створювати анімований текст із високим рівнем деталізації та інтерактивності. Кінетична типографіка стала важливим інструментом у веб-дизайні і мультимедійному контенті, дозволяючи покращити візуальну комунікацію і привернути увагу аудиторії. Тоді ж з'явилися численні інтернет-сайти, рекламні банери та онлайн-відео, що використовували кінетичну типографіку для створення захоплюючих і динамічних візуальних ефектів. Це дало поштовх розвитку навчальних програм і курсів із кінетичної типографіки, що дозволило розширити коло професіоналів, що використовували ці техніки у своїх роботах.

*Сучасний етап* розвитку кінетичної типографіки характеризується інтеграцією з іншими формами медіа і технологіями, такими як віртуальна і доповнена реальність. Це дозволяє створювати ще більш захоплюючі і інтерактивні візуальні проекти. Наприклад, кінетична типографіка використовується у мобільних додатках і веб-сайтах, де текст реагує на дії користувачів, створюючи динамічний і персоналізований досвід. У фільмах і відеоіграх кінетична типографіка допомагає створювати вражаючі вступні заставки і титри, що інтегруються з іншими візуальними елементами щоб покращити загальне враження. Також кінетична типографіка активно використовується в соціальних медіа та цифровому маркетингу для створення привабливого контенту, який може легко поширюватися серед користувачів. Сучасні інструменти і технології дозволяють дизайнерам експериментувати з новими формами і стилями, розширюючи можливості кінетичної типографіки та її вплив на візуальну комунікацію в різних галузях.

За останні п'ять років кінетична типографіка продовжувала розвиватися завдяки новим технологіям і креативним підходам, що значно розширили її можливості. Сучасні експерименти з кінетичною типографікою можна побачити в різних галузях, включаючи веб-дизайн, рекламу, музичні відео, мобільні додатки та віртуальну і доповнену реальність. Сучасні веб-сайти активно використовують кінетичну типографіку для створення інтерактивного і захоплюючого користувацького досвіду, де текст може з'являтися і зникати, змінювати розмір, колір і положення на сторінці залежно від дій користувача. Популярним прийомом став паралакс-ефект, де текст і зображення рухаються з різною швидкістю під час прокрутки сторінки, створюючи ілюзію глибини і тривимірного простору.

У сучасних рекламних кампаніях кінетична типографіка використовується для створення привертаючих увагу анімацій у соціальних медіа. Рекламні ролики з анімованим текстом стали звичним елементом в Instagram, Facebook і TikTok. У відеороликах для YouTube та інших платформ кінетична типографіка використовується для підсилення ключових повідомлень і створення більш динамічного контенту. У музичних відео кінетична типографіка часто використовується для створення «ліричних відео», де текст пісні анімований у синхронізації з музикою, що додає додатковий візуальний шар до музики. Деякі сучасні музичні кліпи активно використовують анімований текст як основний елемент візуального ряду, що доповнює загальний настрій і тему композиції.

Кінетична типографіка активно використовується в дизайні інтерфейсів мобільних додатків для створення анімаційних переходів, повідомлень та сповіщень, що покращує користувацький досвід, роблячи додатки більш інтуїтивними і приємними у використанні. У додатках для формування контенту

кінетична типографіка використовується для створення інтерактивних історій з анімованим текстом, що допомагає виділяти повідомлення і привертати увагу аудиторії. У додатках доповненої реальності кінетична типографіка використовується для накладення анімованого тексту на реальні об'єкти або сцени, що може бути корисно для створення інтерактивних навчальних матеріалів, туристичних гідів або рекламних кампаній. У VR-середовищах кінетична типографіка застосовується для створення інтерактивних елементів інтерфейсу, інструкцій і підказок, що допомагає користувачам орієнтуватися і взаємодіяти з віртуальним світом. У сучасних інтерактивних відео та фільмах кінетична типографіка використовується для покращення оповідання, виділення важливих моментів і залучення глядачів до взаємодії з контентом, включаючи інтерактивні підказки, анімовані субтитри і текстові вставки.

*Висновки.* Отже, розвиток кінетичної типографіки пройшов через кілька важливих етапів, кожен з яких зробив значний внесок у її еволюцію і розширення можливостей. У процесі дослідження виокремлено і охарактеризовано основні з них:

*Перший етап* доцільно назвати періодом раних експериментів, коли на початку XIX ст. митці лише починали усвідомлювати як має виглядати текст у сцені і яким чином він може впливати на візуальний досвід глядача.

*Другий етап* в анімації тексту розпочався ще в епоху німого кіно, коли текст використовувався для передачі діалогів і важливих повідомлень, а вплив авангардного мистецтва в 1920-1930-х роках заклав основу для майбутніх експериментів з поєднанням тексту і графіки.

*Третій етап* у 1950-1960-х роках характеризується досягненням нового рівня розвитку кінетичної типографіки завдяки інноваційним підходам до створення динамічних і виразних титрів у кіно та використанню рухомого тексту і графіки, що допомогло передавати настрій і стиль фільму.

*Новітні етапи* – у 1960-1980-х роках із розвитком комп'ютерної графіки кінетична типографіка почала активно використовуватися в телебаченні, рекламі та музичних кліпах, ставши важливим інструментом візуальної комунікації; – у 1990-х роках із розвитком цифрових технологій і програмного забезпечення кінетична типографіка стала доступнішою і популярнішою серед дизайнерів, почала активно використовуватися у веб-дизайні та мультимедійному контенті, що дозволило покращити візуальну комунікацію і привернути увагу аудиторії.

*Сучасний етап* розвитку кінетичної типографіки характеризується інтеграцією з іншими формами медіа і технологіями, такими як віртуальна і доповнена реальність. Це дозволяє створювати більш захоплюючі та інтерактивні візуальні проекти, розширюючи можливості впливу кінетичної типографіки на візуальну комунікацію в різних галузях.

#### Список використаної літератури

1. Barnhart B. Kinetic typography: the what, why, and how. Published 25 March 2024. URL: <https://www.linearity.io/blog/kinetic-typography/>
2. Bass S. Psycho (1960) title sequence. URL: <https://youtu.be/aj6aBuC1Lb8?si=i0NVrUecFoc65-AL>
3. Bitzer G. W. Billy Bitzer: His Story. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1973. Internet Archive, San Francisco, CA. Retrieved 1 September 2021.
4. Frantz M. Changing Over Time: The Future of Motion Graphic, 2003. URL: <https://benjaminhallwriting.wordpress.com/2014/10/28/changing-over-time-the-future-of-motion-graphics/>
5. Liu Z., Meng Y., Ouyang H., Yu Y., Zhao B., Cohen-Or D., Qu H. Dynamic Typography: Bringing Text to Life via Video Diffusion Prior. Published by ar XivLabs, 2024.
6. Loknar N. S., Bratic D., Agić A. Kinetic Typography – Figuration and Technology. Published by the University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, Department of Graphic Engineering and Design, 2020.
7. Moholy Nagy L. Großstadt Zigeuner, 1932. URL: <https://youtu.be/Ri8ivFosyc0?si=Xt1hsYqdL06YFgFL>
8. Moholy-Nagy L. Experiment in totality. Published by Harper & Brothers, 1950.
9. Schjeldahl, Peter (March 8, 1970). «Moholy-Nagy Champion of a Doomed and Heroic Cause». The New York Times. Retrieved March 25, 2019. URL: <https://www.nytimes.com/1970/03/08/archives/moholynagy-champion-of-a-doomed-and-heroic-cause.html>.
10. Sulaiman S., Radzi M., Kamaruddin N., Ali W. Typography Usage in Multimedia Teaching Aid Interface Design. Published by Atlantis Press, 2020.
11. 11.Times Los Angeles (27 April 1996). «Saul Bass, 75, Logo and trademark designer». URL: <https://www.sun-sentinel.com/1996/04/27/saul-bass-75-logo-and-trademark-designer/>

#### Reference

1. Barnhart B. Kinetic typography: the what, why, and how. Published 25 March 2024. URL: <https://www.linearity.io/blog/kinetic-typography/>
2. Bass S. Psycho (1960) title sequence. URL: <https://youtu.be/aj6aBuC1Lb8?si=i0NVrUecFoc65-AL>
3. Bitzer G. W. Billy Bitzer: His Story. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1973. Internet Archive, San Francisco, CA. Retrieved 1 September 2021.

4. Frantz M. Changing Over Time: The Future of Motion Graphic, 2003. URL: <https://benjaminhallwriting.wordpress.com/2014/10/28/changing-over-time-the-future-of-motion-graphics/>
5. Liu Z., Meng Y., Ouyang H., Yu Y., Zhao B., Cohen-Or D., Qu H. Dynamic Typography: Bringing Text to Life via Video Diffusion Prior. Published by ar XivLabs, 2024.
6. Loknar N. S., Bratić D., Agić A. Kinetic Typography – Figuration and Technology. Published by the University of Novi Sad, Faculty of Technical Sciences, Department of Graphic Engineering and Design, 2020.
7. Moholy Nagy L. Großstadt Zigeuner, 1932. URL: <https://youtu.be/Ri8ivFosyc0?si=Xt1hsYqdL06YFgFL>
8. Moholy-Nagy L. Experiment in totality. Published by Harper & Brothers, 1950.
9. Schjeldahl, Peter (March 8, 1970). «Moholy-Nagy Champion of a Doomed and Heroic Cause». The New York Times. Retrieved March 25, 2019. URL: <https://www.nytimes.com/1970/03/08/archives/moholynagy-champion-of-a-doomed-and-heroic-cause.html>.
10. Sulaiman S., Radzi M., Kamaruddin N., Ali W. Typography Usage in Multimedia Teaching Aid Interface Design. Published by Atlantis Press, 2020.
11. Times Los Angeles (27 April 1996). «Saul Bass, 75, Logo and trademark designer». URL: <https://www.sun-sentinel.com/1996/04/27/saul-bass-75-logo-and-trademark-designer/>

UDC [004.928:004.912]:7.012

### RETROSPECTION OF THE DEVELOPMENT OF KINETIC TYPOGRAPHY AND ITS APPLICATION IN DESIGN

Viktor Khodosov – Postgraduate student, Mykhailo Boichuk  
Kyiv State Academy of Decorative Applied Arts and Design, Kyiv

This article explores the evolution and extensive applications of kinetic typography, a form of motion design that animates text to create dynamic visual effects. These effects significantly enhance information delivery and emotional impact on the viewer, making the content more engaging and comprehensible. Kinetic typography combines principles of traditional typography, animation, and cinematography, providing new opportunities for visual communication and creative self-expression.

The study covers the historical milestones in the development of kinetic typography, from its origins in the 20 th century to modern advancements. It examines technological innovations such as computer animation and motion design software, which have greatly contributed to its growth. The increasing popularity and effectiveness of kinetic typography across various media, including film, television, advertising, music videos, web design, and digital interfaces, are highlighted.

The analysis includes contributions from renowned designers and researchers, such as Saul Bass, who have significantly influenced this field. It highlights creative and technical innovations that allow the use of kinetic typography to create unique and impactful visual messages. Special attention is given to the role of kinetic typography in contemporary design, where it serves as a powerful tool for engaging audiences and enhancing communication effectiveness.

This work aims to characterize the primary stages of kinetic typography development through retrospective analysis, offering deep insights into its significance and potential in modern design practice. The article also considers future prospects for the development of this dynamic field.

*Key words:* motion design, motion graphics, text animation, computer animation, typography, kinetic typography, multimedia design.

Надійшла до редакції 14.07.2024 р.

УДК 7.05:687.016]:001.891(477)

### ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕТНОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В КОНТЕКСТІ СТАЛОЇ МОДИ

Ірина Соловій – аспірантка, Львівська національна академія мистецтв, Львів  
ORCID 0000-0002-5328-4110  
DOI  
isoloviy@yahoo.com

Дослідження присвячене теоретико-практичному аналізу української етнокультурної спадщини у розвитку сучасної сталої моди. Здійснено системне дослідження досвіду вітчизняних дизайнерів та брендів у поєднанні традиційних елементів із принципами екологічно відповідального виробництва одягу. Проаналізовано особливості інтеграції культурних проявів, традиційного ремесла та етнічних мотивів (крою, матеріалів, декоративних елементів) у контексті сучасних екологічних викликів. На основі комплексного підходу досліджено економічні та соціокультурні аспекти такої інтеграції, її вплив на збереження національної ідентичності та позиціонування України у світовій індустрії моди. Визначено перспективні напрями розвитку через інновації в матеріалах і виробничих процесах на засадах циркулярної економіки. Запропоновано науково обґрунтовані рекомендації щодо посилення ролі культурної спадщини у забезпеченні сталого розвитку модної індустрії України.

*Ключові слова:* етнокультурна спадщина, стала мода, традиційне ремесло, культурна ідентичність.

*Постановка проблеми.* Актуальність дослідження зумовлена необхідністю теоретичного осмислення