



УДК 76.012-027.511-027.541(=161.2):7.021.2
DOI: 10.31866/2617-7951.7.1.2024.300916

UDC 76.012-027.511-027.541(=161.2):7.021.2

ГЛОКАЛЬНИЙ ДИЗАЙН ЯК МІЖДИСЦИПЛІНАРНА МОДЕЛЬ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Наталія Удріс-Бородавко,
<https://orcid.org/0000-0003-1831-5476>
кандидат соціологічних наук,
доцент,
Київський національний університет
культури і мистецтв,
Київ, Україна
udris.nata@gmail.com

GLOCAL DESIGN AS AN INTERDISCIPLINARY MODEL OF PROJECT WORK

Natalia Udris-Borodavko,
<https://orcid.org/0000-0003-1831-5476>
PhD in Social Sciences,
Associate Professor,
Kyiv National University
of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine
udris.nata@gmail.com

Анотація

Мета статті полягає в обґрунтуванні введення та розкритті сутності поняття «глокальний дизайн», а також ілюструванні його прикладами проектування візуальних комунікацій. **Методи дослідження.** У статті застосовано міждисциплінарний підхід, аналіз, синтез та метод екстраполявання, тобто поширення висновків, які отримані щодо однієї складової системи на іншу складову цієї системи. **Наукова новизна.** В статті вперше введено, розкрито та обґрунтовано матеріалами наукових дискусій поняття «глокальний дизайн»; доповнено поняття «глокалізація»; визначено фактори, які впливають на створення глокального дизайну (соціальний, культурний, ресурсний і природний контекст); наведено приклади емпіричної джерельної бази – проекти українського глокального дизайну, які є сучасними за проектними стильовими підходами і містять водночас українську ідентичність. **Висновки.** Визначення поняття «глокальний дизайн» надається на основі уточнено-

Abstract

The purpose of the article is to explain the introduction and essence of the concept of «glocal design» and illustrate it with examples of visual communication design. **Research methods.** The article applies an interdisciplinary approach, analysis, synthesis, and extrapolation method, which means extending the conclusions obtained about one component of the system to another component of the same system. **Scientific novelty.** The article first introduces, reveals, and substantiates the concept of «glocal design» based on the materials of scientific discussions; adds the concept of «glocalization»; identifies the factors that influence the creation of glocal design (social, cultural, resource, and natural context); provides examples of the empirical source base – Ukrainian glocal design projects that are modern in terms of design style approaches and contain Ukrainian identity at the same time. **Conclusions.** The definition of the concept of «glocal design» is given on the basis of the refined concept of «glocalization», which, as

го поняття «глокалізації», яке в результаті синтезу наукових розвідок інших вчених тлумачиться нами як процес заломлення глобальної хвилі локальним контекстом, унаслідок чого вона індивідуалізується та у збагаченому вигляді відбивається назад у світовий (глобальний) простір. Поняття «глокальний дизайн» ми визначаємо як процес і результат комплексної проектної діяльності, яка здійснюється свідомою індивідуалізацією глобальної проектної хвилі локальним контекстом для відображення національної ідентичності та подальшої презентації у світовий простір. До локального контексту, який забезпечує створення глокального дизайну, відноситься соціальний, культурний (традиційний і сучасний), ресурсний (кадровий, матеріалознавчий, фінансовий), природний. Поняття «глокальний дизайн» поширюється на всі види дизайну – промисловий, дизайн середовища (інтер'єр і ландшафт), дизайн одягу. Виходячи з концепції системного підходу, ми стверджуємо, що синергія всіх видів дизайну у створенні глокального продукту забезпечує ефективність у кожному виді окремо.

Ключові слова:

глобалізація, глокалізація, локалізація, глокальний дизайн, глобальний дизайн, ідентичність, проектна діяльність, локальний контекст, культурний контекст, соціальний контекст, візуальні комунікації, дизайн.

a result of the synthesis of scientific research by other scientists, is understood by us as the process of refraction of a global wave by a local context, as a result of which it is individualized and reflected back into the world (global) space in an enriched form. We define glocal design as the process and result of complex project activities that are carried out by conscious individualization of the global project wave by the local context to reflect national identity and further presentation to the world space. The local context that ensures the creation of glocal design includes social, cultural (traditional and modern), resource (human, material, financial), and natural contexts. The concept of «glocal design» applies to all types of design – product design, environmental design (interior and landscape), fashion design, visual communications. Based on the concept of a systematic approach, we argue that the synergy of all types of design in creating a glocal product ensures efficiency in each type separately.

Keywords:

globalization, glocalization, localization, glocal design, global design, identity, project work, local context, cultural context, social context, visual communications, design.

Вступ **1**

Тема розвитку українського дизайну є важливою впродовж майже всього тридцятирічного періоду після відновлення незалежності у 1991 р. Хоча дискусія є тривалою та з багатьма часто невизначеними до кінця векторами, все ж частина дослідників і дизайнерів-практиків консолідується у необхідності розвивати дизайн з українською ідентичністю. Основу цієї ідентичності знаходять у мистецьких і культурних традиціях країни, але з обов'язковим акцентуванням на тому, що звернення до минулого повинно бути переосмисленим, осучасненим, позбавленим прямих реплік музейних артефактів (окрім, можливо, колажів), виконаних згідно із сучасними трендами. Такі та інші формулювання з однаковою суттю часто звучать і прописуються в наукових публікаціях, критичних оглядах або доповідях. Кількість схожих думок, але при цьому розлогість їх вербальних втілень,

спонукала до пошуку понятійного апарата, який міг би чітко відображати ідею. Ця стаття присвячена обґрунтуванню базового поняття, супутніх до нього, а також розкриття його сутності на прикладах проектування візуальних комунікацій.

Мета дослідження **2**

Мета дослідження – на основі міждисциплінарного підходу до вивчення дизайну як комплексної проектної діяльності обґрунтувати введення та розкрити сутність поняття «глокальний дизайн», проілюструвати його прикладами проектування візуальних комунікацій.

Методологія та аналіз джерельної бази **3**

Глокалізація як теорія виникає в галузі економіки і маркетингу, продовжує розвиток у гуманітарних науках (соціологія, філософія), хоча у порівнянні з глобалізацією залишається значно менш розробленим науковим знанням. Сьогодні ця тема найактивніше обговорюється в економіці, маркетингу, менеджменті виробничих процесів, державному управлінні, комунікативних стратегіях (зокрема, продукування новин регіональними медіаканалами). У зв'язку з цим у дослідженні застосований міждисциплінарний підхід, аналіз, синтез та метод екстраполювання, тобто поширення висновків, які отримані щодо однієї складової системи (в нашому випадку соціо-культурно-економічної) на іншу складову цієї системи (в нашому випадку – на дизайн). Основою дослідження стали роботи О. Копієвської (2014), О. Олійник (2009), К. Беха (2021), В. Рудометофа (Roudometof, 2016).

В царині наукового знання про дизайн ідея глокалізації представлена вкрай обмежено, а в українських дослідженнях відсутня.

Джерельною базою написання статті стали проекти українських дизайнерів, які візуалізують поняття українського глокального дизайну.

Результати дослідження **4**

Передусім зазначимо, що теорія глокалізації формується в рамках ретельно розроблених концепцій «глобалізації» та похідної дихотомічної пари – «локалізації». Проте, оскільки наш інтерес сфокусований суто на глокальності, ми не ставимо собі за мету в цій статті аналіз наукових робіт зазначених напрямів. Другим базисом вихідних даних є авторське розуміння дизайну як комплексної проектної діяльності, яка призводить до змін соціальної реальності – об'єктів, середовища та інформації в системі соціальних відношень, явищ, процесів. Таке розуміння корелюється з сучасними поглядами теоретиків і практиків, які транслюються численними науковими та публіцистичними матеріалами.

Аналітичний оглядовий матеріал щодо теоретичного осмислення глокалізації знаходимо у низці публікацій українських науковців. Зокрема, О. Олійник (2009) на підставі аналітики на-

укових розвідок західних авторів формулює визначення глокалізації як процесу «реакції різноманітних сфер людського буття на локальному рівні на світову глобалізацію, що є синтезом процесів глобалізації і регіоналізації» (с. 44). В розвитку своєї позиції науковець формулює просторово-часові та організаційні критерії для здійснення дослідження генези глокалізації. Просторово-часові критерії містять масштаби локальностей, інтенсивність глокальних взаємодій, швидкість глокальних реакцій, переважний вплив глобальних процесів на окремі локальності.

Глокалізацію як один з аспектів сучасних трансформаційних процесів у культурі широко представлено в монографії української вченої О. Копієвської (2014). На основі аналізу позицій зарубіжних і українських науковців та аналітиків вона погоджується з поширеним серед більшості теоретиків трактуванням глокалізації як своєрідного пристосування «глобальних вимог» до специфіки локального контексту. Також науковиця доходить висновку, що локальна культура – це культура, пов'язана з певним «ареалом, що містить у собі екзистенційно особливе» (с. 162). Завдяки локалізації глобальності, яка виявляється у додаванні глобального, так би мовити, знизу, а не згори, культурні особливості тієї чи іншої країни не нівелюються глобальним, а додаються до нього. Постійне збагачення міжнародного глобалізованого простору поліетнічними чинниками унеможливають його стандартизацію та уніфікацію. В глокалізації, на думку вченої, проявляється локальне як один з аспектів глобального (с. 162–163).

О. Олійник (2009) висвітлює наявність концептів глокального у порівнянні робіт представників трьох наукових напрямів з глобалізації – гіперглобалізму, скептицизму та трансформізму. О. Копієвська (2014) додає до зазначених ще четвертий напрям – консерватизм, який полягає в ідеї вічного існування національної держави, а глобальні та такрорегіональні інститути вважаються інструментами державної дипломатії (с. 50). Оскільки скептицизм відкидає правомірність ствердження про глобалізацію як тотальне явище кінця XX – початку XXI ст., нас цікавлять, насамперед, ідеї першого і третього напрямів. Відрізняються ці напрями передусім базовим підходом, на якому будується логіка міркувань: гіперглобалісти надають визначальне значення економіці у поширенні глобалізації, а трансформісти – культурі. Оскільки дизайн є складовою і однією, й іншої соціальних систем, вважаємо, що корисним для розуміння глокалізації у проектній діяльності є вивчення обох концепцій.

В аналітичній роботі К. Беґа (2021) здійснено класифікацію 46 визначень глокалізації за певним науковим підходом, у якому мають місце загальнонауковий з погляду дослідження світового господарства та міжнародних економічних відносин,

підприємницький та маркетинговий чинники. Автор зосереджує свою увагу на економічному і маркетинговому секторі, місце глокальності в культурі розкривається лише в першому підході. Попри кількість та, на перший погляд, розмаїття визначень поняття, здебільшого вони синонімічні навколо ідеї адаптації глобальних тенденцій до локальних реалій або об'єднання / синтезу / взаємопроникнення / зближення глобального і локального. Вважаємо найбільш близьким до формування концепції глокального дизайну є наведене формулювання авторів С. Голленсена та К. Шіммельпфенніга, а саме «глокалізація – це індивідуалізація глобальної ідеї, товару або послуги» (цит. за: Бех, 2021, с. 57). Таке формулювання розкриває ідею закладеної в глобалізації уніфікації та можливості її збагачення унікальністю локального контексту. Крім цього, це позбавляє глокальний продукт вторинності, тобто того, що утворено шляхом підлаштування до домінуючих глобальних тенденцій.

Одним із авторів ґрунтовних соціологічних осмислень та розробки теоретичного знання глокалізації є Віктор Рудометоф (Roudometof, 2016). На основі аналізу наукових розвідок він стверджує, що є дві ключові інтерпретації концепції глокалізації, авторами яких є Роланд Робертсон (Roland Robertson) і Джордж Рітцер (George Ritzer). Рудометоф проводить критичний огляд цих концепцій та узагальнює, що головною проблемою підходів обох наукоців є відсутність аналітичної автономності поняття «глокальність». Робертсон підводить глобалізацію до глокалізації, а Рітцер – навпаки, глокалізацію до глобалізації, від чого обидві концепції, на думку Рудометофа, страждають. Ці два автори та їхні послідовники в своїх ідеях спираються на концептуальні метафори дифузії (просочування) (р. 398). У висновках Робертсона глобалізація остаточно трансформується в глокалізацію, а у парадигмі Рітцера глокалізація зрештою трактується як аспект глобалізації – інструмент, завдяки якому капіталізм (та його монополізація) включає локальне.

В контексті необхідності аналітичної автономності В. Рудометоф (Roudometof, 2016) доповнює метафору дифузії концептуальною метафорою заломлення. У фізиці рефракція (заломлення) – це явище, коли світлові чи радіохвилі відхиляються від проходження через межу розподілу між одним середовищем та іншим або через середовище різної щільності. Ідея В. Рудометофа полягає у розумінні глобалізації як загального процесу у термінах хвиль, що поширюються світом, а також у застосуванні поняття рефракції (заломлення) хвиль як засобу розуміння глобально-локальної подвійної системи (р. 399). Він представляє свою ідею тим, що глобалізаційна хвиля поширюється, проте при проходженні через локальність з нею відбуваються зміни. Моделювання результатів такого «хвилеподібного» підходу на-

дає кілька варіантів результатів. З одного боку, глобалізаційні хвилі можуть бути поглинуті та посилені місцевими, а згодом спрямовані назад у світовий простір. З іншого, глобальна хвиля заломлюється локальністю і саме це утворює глокальність як таку. «Глокалізація – це глобалізація, заломлена через локальне» (р. 399). Тим самим, згідно з концепцією Рудометофа, локальне не знищується і не поглинається глобальним, а скоріше діє в симбіозі і формує остаточний новий стан.

Головним результатом цього процесу заломлення є випромінювання глобалізацією спектру відмінностей і розмаїття, іншими словами, – неоднорідності. Як нам відомо, неоднорідність та, як наслідок, активність внутрішніх процесів – це головна умова збереження будь-якої системи в умовах ентропії, зокрема соціальної. В культурній сфері глокальні утворення, що з'являються в результаті заломлення глобальної хвилі в локальному, надають нові варіації систематично і постійно.

На основі стислого, але ємного огляду концепцій, які зводяться багато в чому до схожого розуміння, ми кристалізуємо деякі нюансні фрагментарні твердження, які будуть покладені в основу визначення глокального дизайну. Отже, це наступні тези:

- «глокалізація – це індивідуалізація глобальної ідеї, товару або послуги» (Hollensen & Schimmelpfennig, 2014, р. 35);
- «глобалізаційні хвилі можуть бути поглинуті та посилені місцевими, а згодом відображені назад у світовий простір» (Roudometof, 2016, р. 399).

Об'єднання цих двох думок формує синтезоване трактування, що *глокалізація – це процес заломлення глобальної хвилі локальним контекстом, унаслідок чого вона індивідуалізується та у збагаченому вигляді відбивається назад у світовий (глобальний) простір*. Локальний контекст корелюється територією регіонів різного масштабу – від країни до міста.

Втім, поняття «глокалізація», так само як і «глобалізація», існують як наукові абстракції та інтерпретуються стосовно кожної конкретної сфери діяльності зі своєю специфікою. нас цікавить сфера дизайну, тому наступним етапом вважаємо за необхідне вивчити, як ці поняття трактуються в контексті проектної дизайн-діяльності та конкретизувати їх. Локальний контекст вважаємо доцільним розглядати на рівні країни.

Згідно з нашим переконанням, фактори заломлення, крізь які проходить глобальна хвиля проектних тенденцій, корелюються з чинниками, які в сучасному трактуванні дизайну визначені як такі, що системно впливають на процес і результат дизайну. Для об'єктивного визначення цих факторів можемо звернутися до напрацювань науковців у цьому напрямку. Часткові відповіді на наш запит знаходимо у розкритті проектного образу, який надає С. Прищенко (2019) в контексті ана-

лізу сучасного розуміння дизайну як явища. В ньому виділено чотири фактори, що визначають кінцевий результат об'єкта дизайну: «проєктний образ – реалізація творчого задуму у вигляді цілісної предметно-художньої форми, що виникає в уяві дизайнера в процесі проєктування предметно-просторового або візуально-інформаційного середовища з урахуванням соціокультурних аспектів, принципів композиційного формоутворення, ціннісних і смислових значень певних об'єктів дизайну» (с. 241).

На основі власної багаторічної міждисциплінарної аналітики дизайну вважаємо обґрунтованими факторами локального контексту, через які заломлюється хвиля глобального дизайну, наступні складові:

1. **Соціальний контекст.** Його складають, передусім, суспільні події, які наразі відбуваються в країні. Вони детермінують увагу і мотивацію дизайнерів до внесення у проєкти актуального змістовного забарвлення і візуальних рішень. Соціальні події наповнюють знакову систему одиницями динамічного пласта, тобто такими, що виникають у певний період і зберігають свою актуальність впродовж певного часу. Похідними цього фактора є соціальна відповідальність дизайнерів, яка проявляється у поведінці, комунікації та ініціативах, що є важливими для конкретного суспільства в даний період.

2. **Культурний контекст.** Поняття культури, як відомо, має мегаширокий вимір, проте в нашій моделі, яка стосується дизайну, виділяємо перцептивну (візуальну і тактильну) та семантичну (змістовну) складові культурного контексту. Обидві складові містять традиційний та сучасний пласти:

- традиційний полягає, передусім, у культурних традиціях домінантного етносу, що здавна проживає на території, відповідній сучасній країні;
- сучасний – у поточних трендах проєктної діяльності та динамічному пласті семіосфери (Удріс-Бородавко, 2023, с. 138).

Крім цього, культурний контекст містить і таку складову, як вербалістика, яка проявляється на рівні мовного перекладу контенту та відповідної його візуалізації. Хоча це скоріше фактор локалізації, ніж глобального проєктування.

3. **Ресурсний контекст.**

- кадровий – до цього фактора ми відносимо соціальну групу фахових дизайнерів певної країни, специфіку їхнього світогляду, знань і вмінь, що залежать багато в чому від фактора дизайн-освіти;
- матеріалознавчий – він пов'язаний і з особливостями та поширеністю місцевих матеріалів, і з досвідом дизайнерів у роботі з тими чи іншими видами матеріалів;

- фінансовий – можливості у залученні виробничих потужностей, матеріалів, кількості задіяних людей для розробки та реалізації також впливає на особливості проектів.

4. **Природний контекст.** Цей фактор має кілька векторів впливу – від фізичних умов проектного процесу та наступного існування спроектованого об'єкта до ментальності людей-адресатів, сформованої під впливом певного клімату. Цей фактор впливає, безумовно, і на ресурс матеріалів, про який вказано у попередньому пункті.

Залежно від видів дизайну, той чи інший контекст може відігравати більшу або меншу роль. Наприклад, якщо в дизайні інтер'єрів чи одягу тепло-холодність клімату, надлишок спекотного сонця чи прохолодних дощів істотно впливають на дизайн-рішення, то для візуальних комунікацій це є другорядним. Натомість для них важливим є культурний контекст, оскільки повідомлення розраховані на інтерпретацію та очікуване трактування семантики.

Зазначимо, що, якщо два останні фактори в деяких ситуаціях можуть виступати як обмеження, то два перших здебільшого – як можливість. Культурний ресурс, який є результатом багаторічної еволюції способу життя і світогляду націй та етнічних груп, що складають основу населення сучасних країн, має потенціал надання унікальності проектним розробками. Тому наполягаємо на особливій важливості застосування саме цього ресурсу в створенні глокального контенту.

Важливо розуміти також, що глокальність – це не адаптація глобального до місцевих потреб. Наше дослідження потребує введення, наукового обґрунтування та роз'яснення на прикладах таких додаткових понять, як «локальний дизайн» і «локалізований дизайн». Цьому будуть присвячені наші наступні публікації. В цій науковій розвідці ми лише зазначимо, що *локальним дизайном* вважаємо той, що створюється в суто вузькому регіональному обмеженні, за місцевими запитамі з короткою тривалістю експонування, без потреби оприлюднення в професійних осередках. Прикладами можуть бути розробка оголошень чи буклетів для місцевих крамниць, оформлення регіональних газет. Виконавці проектів у своїх рішеннях підпорядковані місцевим смакам замовників та цільової групи. *Локалізований дизайн* – це адаптований глобальний дизайн згідно з об'єктивними обмеженнями регіону. Тут ключовими факторами стають мова, релігійно-обрядові традиції, технічні ресурси. Прикладами є видання перекладних книг та, відповідно, їх адаптована переверстка, редизайн рекламної продукції для транснаціональних виробників та, рідше, афіш до кінострічок.

Глокальний дизайн створюється професійними дизайнерами і дизайн-групами, які мають проектний досвід, а також високий рівень культурної грамотності і соціальної активності

в поточних трансформаціях суспільства, для якого вони практикують. Фахові дизайнери XXI ст. апріорі включені в міжнародну екосистему дизайну і знаходяться в системі поширених трендів глобального дизайну. Тенденції глобального (інтернаціонального) дизайну свідомо «заломлюються» проектною діяльністю дизайнерів, які функціонують у конкретному регіоні або є амбасадорами його культури у міжнародному просторі. Іншими словами, процес «заломлення» відбувається на рівні конкретних людей (авторських груп) і саме від дизайнерів та їхньої свідомості залежить, яким буде результат. Саме тому соціальний та культурний фактор трактується нами як можливість – це джерело, завдяки якому відбувається свідомо індивідуалізація глобальної хвилі дизайну та створення нового продукту, відповідного світовим трендам, але з *унікальною національною ідентичністю*. Рівень майстерності дизайнерів у використанні потенціалу цих факторів детермінує якість проектних розробок, які можна презентувати у світовий простір саме як унікальний глокальний дизайн.

Підсумком цих міркувань вважаємо введення такого визначення: ***глокальний дизайн – це процес і результат комплексної проектної діяльності, яка здійснюється свідомо індивідуалізацією глобальної проектної хвилі локальним контекстом для відображення національної ідентичності та подальшої презентації у світовий простір.***

Аналіз сучасного дизайну свідчить, що велика кількість країн надає оригінальні та трендові приклади глокального дизайну. Це підтверджує велика кількість зразкових проектів від дизайнерів Мексики, країн Африканського континенту, Скандинавії, Китаю, Японії. Аналізу ознак глокальності в них ми присвяtimo ряд наступних публікацій. У цій статті проілюструємо введені нами поняття кількома проектами українського дизайну.

Наприклад, глобальна типографічна культура використання в проектах універсальних шрифтів заломлюється в Україні таким фактором соціального контексту, як повномасштабне збройне вторгнення РФ. Події останніх двох років викликали стійку тенденцію до свідомої і категоричної відмови провідних графічних дизайнерів від використання російських шрифтів на користь українських (або зарубіжних, але вони на другому місці пріоритетності). Кількість і якість розроблених українцями шрифтів за останні десять років істотно зросла і складає гідну конкуренцію зарубіжним. Тому неписаним правилом, що додатково підсилюється репутаційним менеджментом і дизайнера, і замовника, є використання в проектах шрифтів саме української розробки. Такий підхід загалом змінює вигляд проектів, де застосовані шрифти (айдентика, рекламні постери, пакування, обкладинки книг, сайти) і додає їм глокальності.

Глокальним дизайном ми вважаємо і самі шрифти, які виглядають сучасно, функціонально, відповідно до міжнародних трендів, але які в своїй конструкції мають ознаки української ідентичності. Оскільки ці шрифти масово почали з'являтися після Революції гідності, можемо впевнено говорити про фоновий соціальний контекст заломлення глобалності, до якого додається культурний контекст, адже всі елементи української ідентичності сформовані на основі трансформацій історії української писемності або декоративних елементів творів традиційного декоративно-прикладного мистецтва (рис.1). Оскільки багато таких шрифтів є безкоштовними, тобто ними може скористатися будь-хто лише на умовах зазначення авторів шрифтів, можна говорити і про соціальну відповідальність (дизайнерів-шрифтовиків) як складову соціального контексту заломлення.



Рис. 1. Шрифти з елементами української ідентичності (Шрифти, б.д.).

Fig. 1. Fonts with elements of Ukrainian identity (Shryfty, n.d.).

Якщо більшість глокальних українських шрифтів мають перцептивну (візуальну) основу глокальності, то в оприлюдненому у 2023 р. шрифті Fixel (MacPaw, n.d.) українська глокальність проявлена семантикою додаткових графічних символів. Сам шрифт і лінійна стилістика графічних елементів є універсальними і «допомагають дизайнерам створювати позачасовий візуальний контент для будь-якого середовища» (Fixel Font, б.д.). Іншими словами, він є носієм глобальної концепції і стилістики. Проте вісімнадцять спеціальних символів, які надаються в комплекті, візуа-

лізують сталі символи української культури та історії. За словами дизайнера Кирила Ткачова, авторська група шукала «натхнення в геральдиці, вишивці, старих розписах та іконах, книжкових палітурках тощо. А щоб знайти символи народного мистецтва та козацької доби, переглядали матеріали з етнографічних експедицій та літературу про українську геральдику» (цит. за: Мирська, 2023). За стислими анотаціями до цих символів видно, що дизайнери використали також упізнавані стилізації В. Кричевського, Г. Нарбути, Н. Хасевича (рис. 2), що є спадщиною професійного графічного дизайну і мистецтва України ХХ ст. Отже, цей кейс є чітким прикладом заломлення глобального контексту крізь локальний культурний (його семантичну і візуальну (мистецьку) складову), а також соціальну відповідальність, оскільки шрифт є доступним для завантаження і користування.

Не менш цікавим прикладом глокального дизайну вважаємо візуальну систему освітнього проекту «Знай свою Україну» дизайнерки Олени Старанчук (2021 р.). У ньому можна побачити заломлення так званого плаского стилю (flat design) українським культурним контекстом. Плаский стиль набув популярності в дизайні користувацьких інтерфейсів у 2013-2016 рр., але по суті є прямим втіленням інтернаціонального стилю, оскільки чітко продовжує естетику модернізму, що походить від принципів школи Баугауз, мінімалізму та міжнародного типографічного стилю («швейцарська типографія» або Swiss Style). Проте стилізація піктограм і оригінальний декоративний шрифт проекту «Знай свою Україну» ґрунтуються на орнаментальних мотивах народного мистецтва у переосмисленні під впливом українського авангарду 1920-30х рр. (рис. 3). Стильний образ утворюється геометричними формами, лаконізмом їх поєднання, характерними деталями у вигляді трикутників та ромбів, яскравою, але гармонійною тепло-холодною колірною гамою. Унікальний шрифт корелюється з піктограмами, які однаково привабливі для різних вікових груп цільової аудиторії, а набір графічних елементів надає можливості створювати різноманітні комбінації патернів.

Ще одним з нещодавніх прикладів глокального українського дизайну є айдентика Академії пілотів «Dronarium» – автоматизована дизайн-система, яка дозволяє перетворити позивний кожного випускника-пілота дрона в унікальний знак-оберіг (2023 р.). Основна ідея проекту полягає в розробці шрифту на основі елементів деяких видів традиційної української вишивки, яку можна трактувати не лише як мистецтво, але і як семантичний оберіг. Крім шрифту, важливою складовою дизайн-системи є запропонований композиційний принцип, за яким літери позивного окремого пілота можуть об'єднатися в унікальний знак, який нагадує форму дрона (рис. 4). Таким чином досягається унікальність кожного макета при



Рис. 2. Студія AlfaBravo.
 Графічні зображення спеціальних символів у складі шрифту Fixel. 2023 (MacPaw, б.д.).

Fig. 2. AlfaBravo studio.
 Graphic images of special symbols as part of the Fixel font. 2023 (MacPaw, n.d.).



Рис. 3. О. Старанчук. Візуальна система освітнього проекту «Знай свою Україну». 2021 (Знай, б.д.).

Fig. 3. O. Staranchuk. Visual system of the educational project «Know Your Ukraine». 2021 (Znai, n.d.).

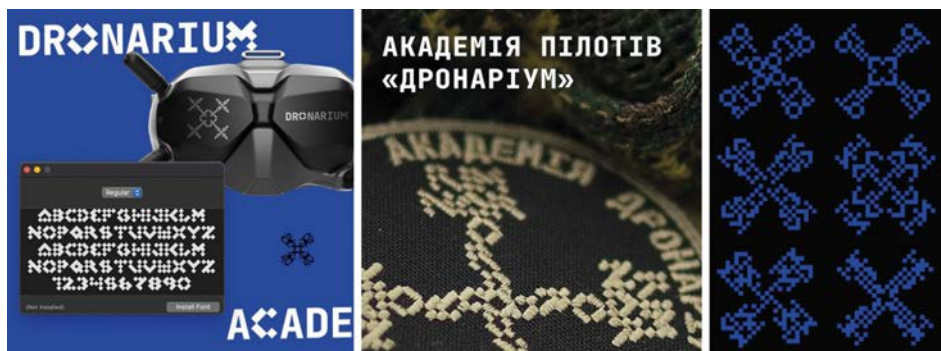


Рис. 4. Д. Молошніков (агенція Saatchi & Saatchi Ukraine). Айдентика Академії пілотів «Dronarium». 2023 (Saatchi & Saatchi Ukraine, 2023).

Fig. 4. D. Moloshnikov (Saatchi & Saatchi Ukraine). Identity of the Dronarium Academy of Pilots. 2023 (Saatchi & Saatchi Ukraine, 2023).

збереженні єдності всієї айдентики. Проект виглядає сучасно (створений шрифт водночас асоціюється і з перфокартами, і з інтерфейсами ІТ-об'єктів), але з підтекстом локальної української ідентичності. Цей глокальний дизайн також утворений заломленням факторами соціального і культурного контексту.

**Наукова
новизна та
практична
значимість
дослідження** **5**

В статті вперше уточнено і доповнено поняття «глокалізація»; вперше введено, розкрито та обґрунтовано матеріалами наукових дискусій поняття «глокальний дизайн»; визначено фактори, які впливають на його утворення, а саме соціальний, культурний, ресурсний і природний контекст; наведено приклади емпіричної джерельної бази – проекти українського глокального дизайну, які є сучасними за проектними стильовими підходами і містять водночас українську ідентичність.

Висновки **6**

На підставі потреби введення поняття, що узагальнювало б думки теоретиків і практиків про актуальність створення сучасного дизайну із застосуванням культурних форм, що відображають національну ідентичність, нами введено та обґрунтовано поняття «глокальний дизайн». Його визначення надається на основі уточненого поняття «глокалізації», яке в результаті синтезу наукових розвідок інших вчених розуміється нами як процес заломлення глобальної хвилі локальним контекстом, унаслідок чого вона індивідуалізується та у збагаченому вигляді відбивається назад у світовий (глобальний) простір. Глокальний дизайн ми визначаємо як процес і результат комплексної проектної діяльності, яка здійснюється свідомою індивідуалізацією глобальної проектної хвилі локальним контекстом для відображення національної ідентичності та подальшої презентації у світовий простір. До локального контексту, який забезпечує створення глокального дизайну, відносимо соціальний, культурний (традиційний і сучасний), ресурсний (кадровий, матеріалознавчий, фінансовий), природний.

Поняття «глокальний дизайн» поширюється на всі види дизайну – промисловий, дизайн середовища (інтер'єр і ландшафт), дизайн одягу. В цій статті наша увага зосереджена на прикладах візуальної комунікації, хоча, виходячи з концепції системного підходу, ми стверджуємо, що синергія всіх видів дизайну у створенні глокального продукту забезпечує ефективність у кожному виді окремо. Доказовість цих тверджень буде підтверджена прикладами в наших наступних публікаціях.

Список бібліографічних посилань

- Бех, К. (2021). Тракткування терміна глокалізація в дослідженнях світового господарства та міжнародних економічних відносин. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Міжнародні відносини*, 2(54), 55–58.
- Знай Свою Україну*. (б.д.). EdEra. Взято 10 січня 2024 з <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/739>
- Копієвська, О. (2014). *Трансформаційні процеси в культурі сучасної України* [Монографія]. Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв. <https://bit.ly/3TuNqJQ>

- Мирська, Ю. (2023, 23 листопада). *MacPaw додала українські символи в шрифт Fixel до його першої річниці*. Speka. <https://speka.media/macpaw-dodala-ukrayinski-simvoli-v-shrift-fixel-do-yogo-persoyi-ricnici-p6j5w9>
- Олійник, О. (2009). Концептуалізація глокалізації: методологічні аспекти. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 38, 41–51. https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/VISNIK_38_4.pdf
- Прищенко, С. (2019). *Еволюція рекламної графіки як складової художньо-проектної культури* [Дисертація доктора мистецтвознавства, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв].
- Удріс-Бородавко, Н. (2023). *Графічний дизайн з українським обличчям*. ArtHuss.
- Шрифти з Українським Характером*. (б.д.). Rentafont. Взято 10 січня 2024 з <https://rentafont.com.ua/search/shryfty-z-ukrainskym-kharakterom>
- Fixel Font by MacPaw*. (б.д.). Kyiv Design Week. Взято 10 січня 2024 з <https://www.kyivdesignweek.com.ua/participants/macpaw>
- Hollensen, S., & Schimmelpfennig, C. (2014). 0,5 x global + 0,5 x lokal = glokal: Wissenswertes aus der Formelsammlung für Marketingstrategie. *marke* 41, 2, 34–41. <https://bit.ly/3TMnn2m>
- MacPaw. (n.d.). *Fixel*. Retrieved January 10, 2024, from <https://fixel.macpaw.com/>
- Roudometof, V. (2016). Theorizing glocalization: Three interpretations. *European Journal of Social Theory*, 19(3), 391–408. <https://doi.org/10.1177/1368431015605443>
- Saatchi & Saatchi Ukraine. (2023, 18 грудня). *Дрони захищають воїнів, а наша айдендика – тепер символ цього захисту. Дивіться наш кейс динамічної айдентики, для академії Dronarium, а разом [Зображення]*. Facebook. https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=850275593773195&id=100063722872652

References

- Bekh, K. (2021). Traktuvannia termina hlokalizatsiia v doslidzhenniakh svitovoho hospodarstva ta mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn [Interpretation of the term "glocalization" in researches of the world economy and international economic relations]. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. International Relations*, 2(54), 55–58 [in Ukrainian].
- Fixel Font by MacPaw*. (n.d.). Kyiv Design Week. Retrieved January 10, 2024, from <https://www.kyivdesignweek.com.ua/participants/macpaw> [in Ukrainian].
- Hollensen, S., & Schimmelpfennig, C. (2014). 0,5 x global + 0,5 x lokal = glokal: Wissenswertes aus der Formelsammlung für Marketingstrategie [0.5 x global + 0.5 x local = glokal: Useful information from the collection of formulas for marketing strategy]. *marke* 41, 2, 34–41. <https://bit.ly/3TMnn2m> [in German].
- Kopiiivska, O. (2014). *Transformatsiini protsesy v kulturi suchasnoi Ukrainy* [Transformational processes in the culture of modern Ukraine] [Monograph]. National Academy of Culture and Arts Management. <https://bit.ly/3TuNqJQ> [in Ukrainian].
- MacPaw. (n.d.). *Fixel*. Retrieved January 10, 2024, from <https://fixel.macpaw.com/> [in English].
- Myrska, Yu. (2023, November 23). *MacPaw dodala ukraïnski symvoli v shryft Fixel do yoho pershoi richnytsi* [MacPaw added Ukrainian characters to the Fixel font for its first anniversary]. Speka. <https://speka.media/macpaw-dodala-ukrayinski-simvoli-v-shrift-fixel-do-yogo-persoyi-ricnici-p6j5w9> [in Ukrainian].
- Oliinyk, O. (2009). Kontseptualizatsiia hlokalizatsii: metodolohichni aspekty [Conceptualization of glocalization: Methodological aspects]. *Humanities Bulletin of Zaporizhzhia State Engineering Academy*, 38, 41–51. https://old-zdia.znu.edu.ua/gazeta/VISNIK_38_4.pdf [in Ukrainian].
- Pryshchenko, S. (2019). *Evolutsiia reklamnoi hrafiky yak skladovoi khudozhno-proiektnoi kultury* [The advertising graphics evolution as a component of art-project culture] [Doctoral Dissertation, National Academy of Culture and Arts Management] [in Ukrainian].

- Roudometof, V. (2016). Theorizing glocalization: Three interpretations. *European Journal of Social Theory*, 19(3), 391–408. <https://doi.org/10.1177/1368431015605443> [in English].
- Saatchi & Saatchi Ukraine. (2023, December 18). *Drony zakhyshchaiut voyniv, a nasha aidentyka – teper symbol tsoho zakhystu. Dyvitsia nash keis dynamichnoi aidentyky, dlia akademii Dronarium, a razom* [Drones protect soldiers, and our identity is now a symbol of that protection. See our dynamic identity case, for Dronarium Academy, and together] [Image]. Facebook. https://www.facebook.com/story.php?story_fbid=850275593773195&id=100063722872652 [in Ukrainian].
- Shryfty z Ukrainyskym Kharakterom* [Fonts with Ukrainian character]. (n.d.). Rentafont. Retrieved January 10, 2024, from <https://rentafont.com.ua/search/shryfty-z-ukrainskym-kharakterom> [in Ukrainian].
- Udris-Borodavko, N. (2023). *Hrafichnyi dyzain z ukrainskym oblychchiam* [Graphic design with a Ukrainian face]. ArtHuss [in Ukrainian].
- Znai Svoiu Ukrainu* [Know your Ukraine]. (n.d.). EdEra. Retrieved January 10, 2024, from <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/739> [in Ukrainian].