

Міністерство освіти і науки України
Міністерство культури України
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва імені Михайла Бойчука
Національний університет «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка
Сілезька академія (Катовіце, Польща)
Державний жешувський університет (Жешув, Польща)
Віденська консерваторія імені Бетховена (Відень, Австрія)
Стокгольмський університет мистецтв (Стокгольм, Швеція)
Європейський університет Тірани (Албанія)
Єреванський державний музично-педагогічний коледж ім. Арно Бабаджаняна (Вірменія)
Коледж сучасного танцю імені Анни Мілетіч (Хорватія)
Національний інститут мистецтв (INA, ДР Конго)
Університет Діан Нусантара (UNDIRA), Індонезія
Університет Ханькоу (Китайська Народна Республіка)

МИСТЕЦЬКА ОСВІТА: МЕТОДОЛОГІЯ, ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА

*Матеріали
II Міжнародної науково-практичної конференції*

25 березня 2026 року

Київ – 2026

Мистецька освіта: методологія, теорія, практика : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. / М-во осв. і науки України, М-во культ. України, Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец., Київська держ. акад. декор.-прикл. мистецтва ім. Михайла Бойчука та ін. (Київ, 25 березня 2026 р.). Київ : НАКККиМ, 2026. 266 с.

Збірник матеріалів присвячено актуальним питанням розвитку мистецької освіти, теоретичним і практичним аспектам підготовки фахівців у сфері культури та мистецтва, а також упровадженню інноваційних підходів у мистецьку й дизайн-освіту. Розглянуто сучасні тенденції розвитку культурології, музеєзнавства, соціокультурної діяльності, перформативних і музичних мистецтв, образотворчого мистецтва, дизайну, реставрації, історичної науки та археології. Висвітлено питання збереження й популяризації культурної спадщини та застосування сучасних технологій у мистецькій сфері.

Рекомендовано науковцям, викладачам, аспірантам, докторантам, здобувачам закладів вищої освіти, працівникам закладів культури, а також широкому колу читачів.

Редакційна колегія

Марченко В. В., ректор Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, професор, доктор філософії, кандидат мистецтвознавства, заслужений діяч мистецтв України

Степаненко Л. М., перший проректор з науково-педагогічної роботи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор педагогічних наук, доцент

Денисюк Ж. З., проректор з наукової та виховної роботи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор культурології, доцент

Дяченко А. В., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри промислового дизайну і комп'ютерних технологій, декан факультету декоративно-прикладного мистецтва Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені М. Бойчука

Бугайова О. І., начальник відділу наукової та редакційно-видавничої діяльності Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, кандидат філологічних наук

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
(протокол від 30.03.2026 № 8)*

**Позиція авторів може не збігатися з позицією редакційної колегії збірника.
Автори несуть повну відповідальність за викладений матеріал.**

Бардік М. А.	Художня освіта і храмовий живопис Києво-Печерської лаври: 40-ві роки XIX ст. – XXI ст.	190
Берест П. М.	Діловий етикет у культурологічній та мистецтвознавчій парадигмі: генеза традицій та стану сучасних професійних комунікацій	194
Божко Т. О.	Витинанка в графічному дизайні	196
Долеско С. В.	Українська театральна справа та національне відродження: меморіальні пам'ятники Києва початку XXI століття	198
Дяченко А. В.	Мистецтво майбутнього в Україні: концептуальні засади та стратегічні вектори розвитку в контексті поствоєнної культурної і наукової модернізації	201
Захарчук Т. І., Швець І. В.	Основні сучасні підходи до ландшафтної архітектури та дизайну парків правобережної частини Києва	203
Костенко І. О. Бабич В. О.	Календарна продукція як засіб популяризації культурної спадщини міста Опішніа	204
Кривошеєва В. І.	Переосмислення природи через акварельний живопис	206
Кульгейко С. Я., Михайлюк О. Ю., Колпаков О. М.	Історичні етапи та тенденції розвитку дизайну календарів	207
Матоліч Ірина Я	Рекламний хаос чи візуальна культура: проблема вивісок у центрі Івано-Франківська	208
Мельник М. Т.	Писанка як джерело натхнення у фешн-дизайні	211
Мосендз О. О.	Напрями формування етностилістики в дизайні костюма	212
Пилип Р. І.	Традиційне вбрання як етнографічний маркер у творі Йосипа Бокшая «Нагірна проповідь»	213
Пономарь К. Д., Михайлюк О. Ю., Терещенко О. Г.	Елементи естетики стилю мілітарі в сучасному костюмі	215
Шереметьєва К. І.	Реставраційна практика фортифікаційних пам'яток: досвід відновлення Михайлівської батареї в Севастополі	217
Чігір О. М., Михайлюк О. Ю., Колпаков О. М.	Особливості формування айдентики в індустрії комп'ютерних ігор	218
Шкляєва Ю. Д., Шаура А. Ю.	Розробка мультимедійних банерів бренду BRVSK за мотивами української вишивки	219
Сироп'ятова Д. Ю., Слітюк О. О., Шаура А. Ю.	Розробка концепції зовнішньої реклами як елемента брендингу міста Південноукраїнськ	221
Триколенко С. Т., Триколенко Е. Е.	Вплив котів на формування масової культури 2020-х років	223
Бакланова О. Г.	Коло, квадрат і хрест: символіка в дохристиянській та християнській культурі	224
Биби́к О. В.	Самобутність і символізм у відображенні образу дитинства в українському живописі	229
Божавель К. О.	Мистецька творчість Федора Тетянича у вітчизняній художній критиці	231
Гугленко Г. М.	Трансформація архітектурних образів у ювелірному мистецтві	232

*Сироп'ятова Дар'я Юріївна,
здобувачка Київського національного університету технологій та дизайну
Слітюк Олена Олександрівна,
кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри мультимедійного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну
Шаура Аліна Юріївна,
кандидат педагогічних наук, доцент кафедри мультимедійного дизайну
Київського національного університету технологій та дизайну*

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ ЯК ЕЛЕМЕНТА БРЕНДИНГУ МІСТА ПІВДЕННОУКРАЇНСЬК

Сьогодні спостерігається глобальний тренд на розробку візуальної айдентики та рекламних банерів для розвитку туристичного сегменту міст. У сучасних умовах розвитку туристичної галузі візуальна комунікація та зовнішня реклама набувають особливої значущості, оскільки саме вони формують перше враження та впливають на вибір потенційного туриста.

Актуальність роботи зумовлена необхідністю оновлення візуального простору міста Південноукраїнськ, очищення його від застарілих естетичних впливів та формування сучасної української ідентичності через засоби графічного та мультимедійного дизайну. Одним із таких інструментів є туристичні банери як елемент зовнішньої та цифрової реклами, що поєднує інформаційну насиченість із візуальною привабливістю.

Метою роботи є аналіз принципів створення ефективних засобів візуальної комунікації, дослідження основних визначних пам'яток міста та пропозицій дизайнерських рішень для рекламних носіїв міста Південноукраїнськ, що відповідатимуть сучасним вимогам урбаністики та естетики.

На сьогодні туристичний ринок перенасичений. Виділитися бренду допоможуть нестандартні дизайнерські підходи, використання національних орнаментів або візуальних посилянь на природу та архітектуру регіону.

Туристичний банер є різновидом рекламного носія, спрямованого на формування позитивного іміджу території та стимулювання інтересу до її відвідування. Він може функціонувати як у фізичному просторі (зовнішня реклама, білборди, сітілайти, стенди), так і в цифровому середовищі (веб-банери, соціальні мережі, туристичні портали).

Перш ніж приступити до розробки туристичних банерів, необхідно дослідити потенціал регіону в розвитку туризму. Місто Південноукраїнськ має значний природний, культурний і ландшафтний потенціал, проте його туристичний образ недостатньо систематизований у візуальному просторі. Саме тому дослідження основних напрямів туризму для цього міста є важливим кроком у формуванні цілісної айдентики та просуванні території на регіональному та національному рівнях.

Згідно з дослідженнями М. Драгичевич-Шешич та Б. Стойковича [1], культурний туризм класифікується за чотирма основними напрямками: історичний, географічний, культурологічний та екотуризм. На основі проведеного аналізу було визначено актуальні ресурси для розвитку кожного з цих видів у місті Південноукраїнськ. Розглянемо кожен напрям більш детально:

1. Історичний напрям туризму можна організувати у регіоні, враховуючи глибоке козацьке коріння, безпосередньо пов'язане з територією Гарду – адміністративного центру Бугогравівської паланки Війська Запорізького. Це підґрунтя дозволяє впроваджувати історичні експерсії, тематичні фестивалі та заходи, що актуалізують національну пам'ять.

2. Географічний напрям туризму базується на унікальних геоморфологічних

особливостях місцевості. Пороги та скелі Південного Бугу є ідеальним майданчиком для активного і спортивного туризму: рафтингу, каякінгу, скелелазінню та трекінгу. Такий вид активності формує динамічний імідж міста та є більш привабливим для молоді. Також сюди можна включити дослідження місцевої урбаністики та енергетичних об'єктів як індустріальних символів міста.

3. Культурологічний напрям туризму охоплює відвідування територій з метою відновлення фізичного та ментального стану, а також пізнання місцевої культури. У контексті міста Південноукраїнськ це реалізується через рекреаційний потенціал ландшафтів (чисте повітря, водні ресурси) та можливості для арт-резиденцій чи культурного відпочинку поза межами великих мегаполісів.

4. Напрямок екотуризму враховує об'єкти найпотужнішого ресурсу регіону. Такими об'єктами є Національний природний парк «Бузький Гард» та ландшафтний парк «Гранітно-степове Побужжя», а також каньйони річки Південний Буг, скельні масиви та унікальні пороги, що створюють базу для розвитку фототуризму, кемпінгу, екопросвітницьких маршрутів та спостереження за рідкісною флорою і фауною.

Отже, для створення туристичного банера необхідно визначити ключові візуальні домінанти міста. Це можуть бути скелі Бузького Гарду, панорами Південного Бугу, захід сонця над каньйоном, гранітні виступи та степові простори, урбаністичні панорами міста, енергетичні об'єкти як індустріальний символ.

Дизайн туристичних банерів є складним багаторівневим процесом, що поєднує естетику, маркетинг, психологію сприйняття та територіальний брендинг. Туристичний банер має особливу специфіку – він продає враження, атмосферу й досвід, а не матеріальний продукт. Його перевагами є швидкість комунікації, візуальна виразність, універсальність та здатність формувати довготривалий імідж території. Саме тому туристичні банери залишаються одним із найефективніших інструментів просування міста в умовах сучасного інформаційного середовища (Табл. 1).

Таблиця 1

Порівняння ефективності рекламних форматів

Формат	Характеристика	Обмеження
Відеореклама	емоційна, динамічна	потребує час для перегляду
Буклет	інформативна	обмежене охоплення
Сайт	детальна	потребує активної дії користувача
Туристичний банер	миттєва, емоційна	потребує чіткої концентрації

Туристичний банер повинен включати: візуальну домінанту (панорамне фото або стилізована графіка), назву міста (ПІВДЕННОУКРАЇНСЬК), слоган, додаткову інформацію (сайт, QR-код, логотип громади). Композиція може бути: горизонтальною (для зовнішньої реклами) та адаптивною (для digital-банерів). Можливе використання таких графічних елементів як стилізовані контури скель, хвилясті лінії річки та абстрактні форми, що нагадують пороги. Це створить впізнаваний візуальний мотив.

Отже, проведене дослідження встановило переваги туристичного банера як засобу візуальної комунікації, що має низку переваг порівняно з іншими видами реклами, позитив розвитку туризму, напрями його розвитку в місті Південноукраїнськ. Проаналізовано поєднання природних ресурсів, культурної спадщини та сучасного енергетичного комплексу як окремих елементів дизайну та обґрунтовано важливість використання їх як основи для створення рекламних банерів.

Література

1. Шевелюк М. М. Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології*, 2020, Вип. 36, С. 99-109. DOI: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221051>.

Наукове видання

МИСТЕЦЬКА ОСВІТА: МЕТОДОЛОГІЯ, ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА

Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції

*Коригування
Верстка та макетування*

*О. І. Бугайова
А. С. Терещенко*

Підп. до друку 03.04.2026. Формат 60х84 ¹/₁₆.
Папір друк. апарат. Друк офсетний. Обл.-видав. арк. 24,16.
Умов. друк. арк. 15,46. Тираж 100.

Видавець і виготовлювач
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9.
Свідectво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
ДК № 3953 від 12.01.2011.