



kaunas  
university of  
technology



# DVAC 2<sup>ND</sup> INTERNATIONAL SCIENTIFIC & PRACTICAL CONFERENCE

December 12, 2023  
Zaporizhzhia National University  
Zaporizhzhia, Ukraine

# DESIGN & VISUAL ART CREATIVITY

Modern Trends and Technologies

Organized by  
Zaporizhzhia National University  
In collaboration with  
international and Ukrainian  
partners

## VOL. 1

Zaporizhzhia National University (Zaporizhzhia, Ukraine)  
Baltijas Starptautiskā akadēmija (Rīga, Latvia)  
Suleyman Demirel University (Isparta, Turkey)  
Batumi Shota Rustaveli State University (Batumi, Georgia)  
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University (Tbilisi, Georgia)  
Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy im. Jana Długosza (Częstochowa, Poland)  
Kaunas University of Technology (Kaunas, Lithuanian)  
Taras Shevchenko Luhansk National University (Poltava, Ukraine)  
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University (Ternopil, Ukraine)  
Zhytomyr State University of Ivan Franko (Zhytomyr, Ukraine)  
NGO «Scientific Society GAUDEAMUS» (Zaporizhzhia, Ukraine)  
NGO «Innovative Horizons of Ukraine» (Kyiv, Ukraine)

International Scientific and Practical Conference  
**DESIGN, VISUAL ART & CREATIVITY:**  
Modern Trends and Technologies

12<sup>th</sup> of December 2023



Zaporizhzhia  
National  
University

2023



UDC 7.012(062)

Д448

Proceedings of IInd International Scientific and Practical Conference «Design, Visual Art & Creativity: Modern Trends and Technologies», held on 12<sup>th</sup> of December 2023

Authors of publications are responsible for the reliability of factual data, the clarity of the text, citations, as well as the linguistic and stylistic level of writing materials.

Д448 Design, Visual Art & Creativity: Modern Trends and Technologies : Proceedings of IInd International Scientific and Practical Conference (12<sup>th</sup> of December 2023) / Zaporizhzhia National University. Zaporizhzhia : ZNU, 2023. Vol. 1. 150 p.

UDC 7.012(062)

Д448

© Zaporizhzhia National University, 2023

© Authors of publications, 2023

Запорізький національний університет (Запоріжжя, Україна)

Балтійська міжнародна академія (Рига, Латвія)

Університет Сулеймана Деміреля (Іспарта, Туреччина)

Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Батумі, Грузія)

Тбіліський державний університет імені Івана Джавахішвілі (Тбілісі, Грузія)

Університет гуманітарних і природничих наук Ян Длугош (Ченстохова, Польща)

Каунаський технологічний університет (Каунас, Литва)

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (Полтава, Україна)

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка (Тернопіль, Україна)

Житомирський державний університет імені Івана Франка (Житомир, Україна)

ГО «Наукове товариство ГАУДЕАМУС» (Запоріжжя, Україна)

ГО «Інноваційні обрії України» (Київ, Україна)

Міжнародна науково-практична конференція

# **ДИЗАЙН, ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА ТВОРЧІСТЬ:**

## **сучасні тенденції та технології**

12 грудня 2023



Запорізький  
національний  
університет

2023

УДК 7.012(062)  
Д448

Збірник укладено за результатами II міжнародної науково-практичної конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології», що проходила 12 грудня 2023 року.

Автори публікацій несуть відповідальність за достовірність фактичних даних, чіткість викладу тексту, цитування, а також мовно-стилістичний рівень написання матеріалів.

Д448      Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології : матеріали II міжнародної науково-практичної конференції, (12 грудня 2023 р.) / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. Том 1. 150 с.

УДК 7.012(062)  
Д448

© Запорізький національний університет, 2023

© Автори публікацій, 2023

## Organizational committee:

**Chairman of the organizing committee:** Frolov M., Doctor of historical sciences, professor, rector of the Zaporizhzhia National University.

**Deputy chairman of the organizing committee:** Buka I. Vice-rector for International Cooperation Baltic International Academy

### Members of the organizing committee:

1. **Ponomarenko O.**, Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Dean of the Faculty of Social Pedagogy and Psychology, Zaporizhzhia National University;
2. **Chemerys H.**, PhD (Pedagogy), Associate Professor, Head of the Design Department at Zaporizhzhia National University, Associate Researcher at CEFRES (French Research Centre in Humanities and Social Sciences), Member of the Union of Designers of Ukraine and the Ukrainian Association of Educational Researchers;
3. **Borysova S.**, PhD (Pedagogy), Associate Professor at the Department of Design at Luhansk Taras Shevchenko National University, Member of the Center for Ukrainian and European Scientific Cooperation and the National Association of Artists and Sculptors of Ukraine;
4. **Briantseva H.**, PhD (Pedagogy), Associate Professor of the Department of Design at Zaporizhzhia National University, Member of the Union of Designers of Ukraine;
5. **Demirbilek M.**, PhD (Educational Technology), professor, professor Instructional Technologies and Computer Education Department of Suleyman Demirel University, Member of Higher Education Video Game Alliance;
6. **Kostiuk O.**, PhD (Philosophy), Associate Professor, Acting Head of the Design Department, Luhansk Taras Shevchenko National University;
7. **Kolesnyk N.**, PhD (Pedagogy), Associate Professor of the Department of Fine Arts and Design, Ivan Franko Zhytomyr State University, Corresponding Member of the Academy of International Cooperation in Creative Pedagogy;
8. **Kopeikina I.**, Master of Arts (design), associate professor Design School, Baltijas Starptautiskā akadēmija, Latvijas Dizaineru savienība certified designer in graphic design;
9. **Kopeikins M.**, Master of Arts (design), professor, director of Design School of Baltic International Academy, Latvijas Designers Association, certified designer in interior and graphic design;
10. **Markovych M.**, PhD (Art), Associate Professor of the Department of Fine Arts, Design and Methods of Teaching, Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University, member of the Commission on Education and Culture at Ternopil City Council, Member of the Union of Designers of Ukraine and the National Union of Architects of Ukraine;

11. **Prodan I.**, PhD (Pedagogy), Associate Professor, Acting Director of the Educational and Research Institute of Culture and Arts, Taras Shevchenko Luhansk National University;
12. **Gresyk I.**, Associate Professor of the department of design of the Zaporizhzhia National University, Honored Artist of Ukraine, member of the National Union of Artists of Ukraine;
13. **Briantsev O.**, Senior lecturer at the Design Department of the Zaporizhzhia National University, member of the Union of Designers of Ukraine;
14. **Potapenko M.**, Senior lecturer at the Department of Design at the Zaporizhzhia National University, member of the Union of Designers of Ukraine and the National Union of Advertisers;
15. **Rashevskaya A.**, Senior lecturer of the department of design of the Zaporizhzhia National University, member of the Union of Designers of Ukraine;
16. **Kardashov M.**, Lecturer of the department of design of the Zaporizhzhia National University, member of the Union of Designers of Ukraine;
17. **Nikonenko V.**, Lecturer at the Design Department of Zaporizhzhia National University;
18. **Chorna H.**, Lecturer at the Department of Preschool and Primary Education, Chairperson of the Council of Young Scientists of the Faculty of Social Pedagogy and Psychology, Zaporizhzhia National University;
19. **Sinelnikova P.**, Head of the Scientific Society of Students, Postgraduates, Doctoral Candidates of the Faculty of Social Pedagogy and Psychology of Zaporizhzhia National University.



## Організаційний комітет:

**Голова оргкомітету:** Фролов М. О., доктор історичних наук, професор, ректор Запорізького національного університету.

**Заступник голови оргкомітету:** Бука І. С. проректор з міжнародного співробітництва Балтійської міжнародної академії.

### Члени оргкомітету:

1. **Пономаренко О.**, доктор педагогічних наук, професор, декан факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету;
2. **Чемерис Г.**, PhD (доктор філософії у галузі педагогіки), доцент, завідувач кафедри дизайну Запорізького національного університету, асоційована дослідниця CEFRES (French Research Center in Humanities and Social Sciences), член Співки дизайнерів України та Української асоціації дослідників освіти;
3. **Борисова С.**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, Член Центру українсько-європейського наукового співробітництва та ГО Національна асоціація художників та скульпторів України;
4. **Брянцева Г.**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну Запорізького національного університету, член Співки дизайнерів України;
5. **Демірбілек М.**, PhD (Педагогічні технології), професор кафедри педагогічних технологій та комп'ютерної освіти Університету Сулеймана Деміреля, член Альянсу відеоігор у вищій освіті;
6. **Костюк О.**, кандидат філософських наук, доцент, в. о. завідувачки кафедри дизайну, Луганського національного університету імені Тараса Шевченка;
7. **Колесник Н.**, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну Житомирського державного університету імені Івана Франка, член-кореспондент Академії міжнародного співробітництва з креативної педагогіки;
8. **Копейкіна І.**, доцент Школи дизайну Балтійської міжнародної академії, Латвійська асоціація дизайнерів, сертифікований дизайнер у галузі графічного дизайну;
9. **Копейкін М.**, професор, директор Школи дизайну Балтійської міжнародної академії, сертифікований дизайнер інтер'єру та графічного дизайну Латвійської асоціації дизайнерів;
10. **Маркович М.**, кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри образотворчого мистецтва, дизайну і методики їх навчання Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, член комісії з питань освіти та культури при Тернопільській міській раді. Член Співки дизайнерів України та Національної спілки архітекторів України;

11. **Продан І.**, кандидат педагогічних наук, доцент, в. о. директора навчально-наукового інституту культури і мистецтв Луганського національного університету імені Тараса Шевченка;
12. **Гресик І.**, доцент кафедри дизайну Запорізького національного університету, Заслужений художник України, член Національної спілки художників України;
13. **Брянцев О.**, старший викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету, член Спілки дизайнерів України;
14. **Потапенко М.**, старший викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету, член Спілки дизайнерів України та Національної спілки рекламистів;
15. **Рашевська А.**, викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету, член Спілки дизайнерів України;
16. **Кардашов М.**, викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету, член Спілки дизайнерів України;
17. **Ніконенко В.**, викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету;
18. **Чорна Г.**, викладач кафедри дошкільної та початкової освіти, голова Ради молодих вчених факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету;
19. **Сінельнікова П.**, голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету.

## ВИЗНАЧЕННЯ РОЛІ ДИЗАЙНУ У КОМІКСНОМУ ВИДАННІ

Бережна Вероніка <sup>1</sup>, Димова Анастасія <sup>2</sup> [0009-0007-1520-3256]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна [veronikabereznaa9@gmail.com](mailto:veronikabereznaa9@gmail.com)

<sup>2</sup> викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна [nastia4dymova@gmail.com](mailto:nastia4dymova@gmail.com)

**Анотація.** У зв'язку з поширенням новітніх технологій у сфері розробки та друку графічних творів, спостерігається тенденція до збільшення публікації коміксних видань в Україні та в світі. Через швидке збільшення та розповсюдження графічної інформації, яка є творами мистецтва, у дизайн індустрії виникають дискусії, стосовно унікальної форми сприйняття його виду мистецтва. Дизайн, у свою чергу, є невід'ємною складовою для будь-якого графічно-візуального конвенту.

**Ключові слова:** комікс, обкладинка, дизайн книжкового видання.

Створення книги - досить трудомісткий і тривалий процес, з одного боку - це технічні процеси і знання, з іншого ж – великий потенціал для творчості. У сфері книжкового мистецтва можна виділити багато видів творчої діяльності, кожен з яких має певну мету (Маркова, 2003).

Сучасний книжковий дизайн чутливо реагує на будь-які трансформації, насамперед – на такі, що стосуються соціальної комунікації та естетичної свідомості людства. Відповідні творчі експерименти спрямовані на виявлення нових можливостей книжкового дизайну, порушення та переосмислення звичних орієнтирів простору книги. У контексті зазначеного, першочергово, варто виділити комікс як окремий різновид книговидання, котрий з'явився в Україні нещодавно, але швидко набуває популярності. Відтак, цей напрям потребує наукової розробки і є актуальним у світлі динамічного розвитку дизайну книги в Україні (Олійник, 2023, с. 393).

Комікс як жанр мистецтва має великий потенціал до нестандартного та потенційно нового виду сторітеллінгу, який неможливо втілити у таких медіа як фільми, книги, мультфільми тощо. Коміксне видання має свою особливу візуальну манеру оповіді, що дає можливість створення цікавих та глибоких історій.

Дизайн книг можна розглядати з двох основних підходів: спрощення і емоційність. Підхід спрощення можна назвати ненав'язливим, завдання якого полягає в тому, щоб звести до мінімуму зусилля, прикладені при читанні книги. Завдання другого підходу полягає в тому, щоб створювати настрої твору. Коли дизайнер працює над створенням настрою, йому доводиться враховувати не тільки суть твору, але і характер цільової аудиторії. Наприклад, в дитячих книгах шрифт жирний і великий, ілюстрації яскраві та можуть займати більшу частину сторінки, тоді як в творах, орієнтованих на більш дорослу аудиторію, шрифт дрібний, а ілюстрації можуть не бути присутніми (Пучка, 2021).

Перше, що бачить людина, яка прийшла в книжковий магазин — це дизайн обкладинки, візуальне оформлення книги. Тільки потім вона прочитає анотацію, відгуки і перші рядки. Можливо не прочитає, якщо дизайн обкладинки книги не сподобався. Для того, щоб захопити увагу майбутнього читача, зацікавити його, підштовхнути заглянути всередину книги, потрібен якісний дизайн обкладинки (Пучка, 2021).

Обкладинка і палітурка — обов'язкові елементи книги, що мають два покликання. Перше, вони скріплюють аркуші видання, зберігають їх від пошкодження, бруду і будь-яких інших зовнішніх чинників чим роблять книжку витривалішою. Друге, дають індивіду першу загальну інформацію про книгу. Читачеві впадають у око зовнішні елементи, коли він розглядає книжкові стелажі у магазинах чи бібліотеках, від цього враження залежить, чи познайомитися читач докладніше з книгою (Вишневіська & Собчук, 2021, с. 476).

Обкладинка — це не просто красива картинка, яка сподобалася покупцеві, а сукупність образів, прийомів композиції, виразності шрифтів, які зможуть за частку секунди розповісти читачеві, що чекає його в книзі. Дослідження показують, що більше 70% покупців в якості ключових критеріїв при виборі книги розглядають обкладинку. Тому важливим є, розробити якісну обкладинку і зробити в їх очах книжковий дизайн ефективним. Цього можна досягти тільки в одному випадку - якщо знати, що може зацікавити потенційного читача (Пучка, 2021).

Поява коміксу в Україні викликала серед митців та експертів багато дискусій: прихильники класичної школи ілюстрації переконують, що розвиток цього жанру призведе до занепаду справжнього мистецтва книги, а більш прогресивні колеги впевнені, що дане явище цілком властиве для сучасної видавничої справи і є логічним результатом комерціалізації мистецтва. В реальному житті ми спостерігаємо ще одну актуальну мистецьку тенденцію, зумовлену загальним тяжінням соціуму до спрощення процесу засвоєння та сприйняття інформації. Звідси з'явилась потреба у візуалізації замість вербалізації, що яскраво демонструє мальопис (Олійник, 2023, с. 397).

Комікс (теж саме що і мальопис) – це вид преси, який за допомогою послідовних малюнків, як правило з короткими текстами, розповідає зв'язну історію. Формат коміксів дозволяє поєднувати різні жанри живопису, кінотехніку та літературну графіку. За своїм змістом вони бувають різноманітні, як за стилістичним оформленням, так і за тематичним наповненням (Кошак, 2017).

Мальопис має великий потенціал для використання композиційних елементів, що є основою для всіх наведених варіантів візуальної комунікації. До подібних комунікаційних медіа можна також віднести комік-буки, які поєднують текст і зображення у різних пропорціях. За своїм форматом комік-буки це видання, в яких сутність самої історії подана через мальовану чи текстову графіку у межах послідовних панелей і сторінок (Олійник, 2023).

Традиційно ілюстрації коміксу являють собою послідовну низку «кадрів», графічно оформлених на кшталт карикатур чи скетчів, найчастіше з мінімальними текстовими блоками – репліками у так званих «хмаринках» чи баблах. Такі ілюстрації не можна сприймати як самостійні чи відокремлені, оскільки візуально вони ніби утворюють своєрідний ілюстративний колаж (Олійник, 2023).

Коміксні видання мають багатий візуальний словниковий запас і люди надають їм перевагу. Мальовані історії мають великий потенціал у зображенні наративи візуальним шляхом не характерним для інших медіа. Комікс дозволяє працювати з текстом, що відкриває нові візуальні можливості сторітеллінгу (Кошак, 2017). Комікси є ефективною та кардинально оригінальною формою спілкування. Дидактичний потенціал коміксів обумовлений його наочністю (Kurlander, et al., 1996).

Компонування панелей коміксу гарантує якісну модель оформлення видання з погляду складових елементів та їх взаємодії, також це запобігає випадків «оповідної плутанини». Багато читачів коміксів мали незвичайний досвід зустрічі з читачами, яких спантеличив порядок зображень на сторінці коміксів. Більшість читачів знайомі з порядком читання зліва направо та вниз, який використовується в письмовій мові, але цей принцип може порушуватись у коміксах в залежності від бажаного візуального ефекту або з будь-яких сюжетних причин. Ті, хто не читає комікси, іноді спантеличуються, коли сторінки відходять від стереотипної сітки. Хоча послідовний аспект коміксів часто наголошується як одна з його визначальних рис, відзначається, як послідовність комікс панелей передає значення, нехтуючи загальним макетом сторінки (Cohn, 2013).

Наука про комікси здебільшого зосереджена на зв'язку макета зі змістом зображень. Сторінки коміксів розуміються цілісно через інтеграцію вмісту всіх панелей на сторінці. При створенні коміксів важливо враховувати рух очей читача, це допоможе створити історію яку буде простіше читати та за якою буде зручніше слідкувати (Cohn, 2013).



Щодо українського коміксу, варто зазначити, що цей видавничий напрям сьогодні активно розвивається на тлі яскравої тенденції до всезагальної візуалізації, яка спостерігається нині у більшості сфер людської діяльності. Крім того, плідним ґрунтом для такого явища в Україні є прагнення сучасних митців до освоєння нових художніх методів і технологій, до різноманітних творчих експериментів (Олійник, 2023).

Отже можна зробити висновок, що погана, неякісна обкладинка може зіпсувати хороший твір, не привернути увагу цільової аудиторії. У сучасному світі дуже цінується естетичний вигляд будь-якої продукції, в тому числі і друкованих видань. Тому для того, щоб підштовхнути читачів до покупки книги, потрібно приділяти належну увагу якісному та відповідному дизайну.

Як підсумок можна додати, що композиція та її візуальні засоби є ключовим елементом у створенні коміксу, але не варто забувати, що вони є лише ефективним засобом відображення ідеї та збалансованої візуальної складової. Для створення якісного коміксового видання необхідно в повному обсязі дослідити та зрозуміти принципи обраної теми, мати якісний та захоплюючий сюжет.

Таким чином узагальнивши теоретичний матеріал дослідження, було визначено класифікацію та визначення понять, особливості властиві коміксу, досліджено проблематику значення дизайну для розвитку культури читання.

## Літературні джерела

1. Маркова, В. А. (2003). Мистецтво книги: комунікативний аспект. *Вісник Харківської державної академії культури*, 28, 99-106.
2. Олійник, В. (2023). Український комікс: еволюція чи деградація книжкового дизайну? *Věda a perspektivy*, 3(22), 391-399.
3. Пучка, Г. С. (2021). Важливість дизайну для розвитку культури читання. *Феномен бібліотек в сучасному світі*, 93-95.
4. Вишневська, Г. Б., & Собчук, Т. В. (2021). Зовнішнє оформлення видань психологічного спрямування. *The 5th International scientific and practical conference «European scientific discussions»*, 474-483.
5. Koçak, K. (2017). Comics Journalism: Towards A Definition. *International journal of humanities and cultural studies*, 3, 173-199.
6. Kurlander, D., Skelly, T., & Salesin, D. (1996). Comic Chat. *SIGGRAPH 1996: 23rd Annual Conference on Computer Graphics and Interactive Techniques*, 225-236.
7. Cohn, N. (2013). Navigating comics: An empirical and theoretical approach to strategies of reading comic page layouts. *Frontiers in psychology*, 4, 1-15.

## РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ОГЛЯД ВИДІВ ІЛЮСТРАЦІЙ

Бережна Поліна <sup>1</sup>, Брянцев Олександр <sup>2</sup> [0000-0002-9220-0653]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна z.z.z.a637@gmail.com

<sup>2</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член спілки дизайнерів України, Україна, albrpaper@gmail.com

**Анотація.** В статті розглянуто історичні аспекти розвитку ілюстрації від ручної гравюри до сучасних цифрових технологій, сучасні тенденції, вплив технічного прогресу. Описано окремі види ілюстрацій, такі як реалізм, образотворча ілюстрація, концепт-арт, мультфільмовий стиль, комерційна ілюстрація, ілюстрація моди, векторна графіка, наукова ілюстрація та акварельна ілюстрація та їх ключові характеристики.

**Ключові слова:** ілюстрація, історія, стиль, технологія.

Ілюстрація може бути визначена як візуальне вираження, що додається до книги, газети чи іншого видання, а також як приклад, який служить для пояснення або підтвердження чогось. Термін походить від латинського «*illustratio*» і перекладається як живий опис, наочне зображення чи освітлення, що виходить від слова «*lustrare*» - висвітлювати, роз'яснювати та розглядати.

Мистецтво мініатюр у Книгах мертвих стародавнього Єгипту вважається найдавнішим прикладом ілюстрацій у книжковому мистецтві. Символіка, розміри та композиція цього давнього мистецтва становлять основу для нашого розуміння культур минулого.

У період Античності розквіт торгівлі та формування міст сприяли популяризації мистецтва, яке було присвячене міфологічним персонажам, правителям, військовим та політичним лідерам, а також національним героям. Часто мистецтво відтворювало визначні події, свята, а також уривки з літературних творів і релігійних текстів на церемоніальних посудинах. Основними формами мистецтва в той час були настінний та панельний живопис, настінні картини і мозаїки (Norman Rockwell Museum, 2023). Ілюстрації також збереглися в римській архітектурі у вигляді кам'яної різьби, яка стала важливою характеристикою архітектурного стилю.

У період Середньовіччя західна культура та мистецтво в основному функціонували в межах християнської традиції. Монастирі стали центрами культурного та інтелектуального життя того часу. Середньовічна християнська культура Ірландії може бути оцінена за допомогою видатних зразків книг, що збереглися, таких як «Книга з Дарроу», «Євангелія від Ліндесфарна», «Келлська книга» та інші. У 800 році н. е. за ініціативи Карла Великого виникає новий напрям у мистецтві, відомий як «каролінгське» мистецтво. Яскравим прикладом цього стилю є Євангеліє Годескалька (Small, 2003).

Після 1200-х років популярними витворами мистецтва стали ілюстровані молитовники, панно та фрески. Одним з перших виявів нового культурного руху є ілюмінована «Біблія Хрестоносців» (Біблія Моргана), створена в 1240 році в Північній Франції. У цій біблійі відображені сцени бойових подій, здійснено зображення поранених, а деталі відзначаються реалістичністю, включаючи конкретні види зброї, шпори, обладунки та інші атрибути.

Початок епохи Відродження та поширення гуманістичних ідей у Західній Європі відзначилися новими витоками в музиці, літературі та художньому мистецтві. Винахід друкарства Йоганнесом Гутенбергом у 1452 році, що суттєво полегшив механічний процес видавництва, створив можливість масового поширення книг. Друковані видання, замість ручних ілюстрацій, стали прикрашатися гравюрами на дереві. Інновації у поліграфії швидко поширилися з Німеччини на інші частини Європи та потім по всьому світу (Сенченко, 2021).

На початку XVIII століття мистецтво та література почали акцентувати увагу на відображенні соціальних питань, і лідером у цьому напрямі став англійський друкар і художник Вільям Гогарт (Norman Rockwell Museum, 2023). Його творчість внесла значний вклад у створення самостійних жанрів сатиричного малюнка та карикатури в області ілюстрації. В Німеччині, у той самий час, панували види бароко та рококо, що відбувалося в характеристиках книжкової ілюстрації, відмінних від англійського стилю. Тут використовувалися гравюри на сталі або міді, відзначені складною композицією та деталізованими елементами архітектури та одягу, що поєднувалися з фантастичними пейзажами. Французька книжкова ілюстрація XVIII століття також вважається впливом стилю рококо і театрального мистецтва, про що свідчить виразна експресія та патетика. Характерними рисами були також демонстративна інтимність та велика кількість алегорій та символів (Norman Rockwell Museum, 2023).

У середині XVIII століття відбувається постійне вдосконалення технологій друку, що призводить до збільшення попиту на книги, журнали та газети. Цей зростаючий інтерес до друкованих матеріалів також веде до збільшення попиту на ілюстрації для них. У другій половині XIX століття з'являється хромолітографія, техніка кольорового друку, яка використовує дерев'яні блоки. Для досягнення повнокольорового ефекту друкованих ілюстрацій використовувалася окрема кам'яна літографічна плита для кожного кольору.

Згодом фотогравірування сприяло швидкому гравіруванню ілюстрацій, оскільки не було необхідності в переносі оригінального зображення на іншу поверхню, і початкові лінії ілюстрацій залишалися в непорушному стані. Одним із видатних творців цього періоду був чеський художник Альфонс Муха, що працював у Франції та спеціалізувався на створенні рекламних плакатів і втілював принципи стилю модерн (Хаджі Бік, 2017).

У ХХ столітті прогрес технологій та покращений доступ до друкованої продукції сприяли утвердженню на ринку журналів, а разом з ними — і гравюр на дереві. Важливість ілюстрацій як гарантії успіху для друкованих видань призвела до зростання конкуренції між видавцями за послуги професійних ілюстраторів. Гонорари художників збільшувалися, а їхня слава зростала — найкращі ілюстратори ставали відомими героями громадськості, подібно акторам та відомим співакам сьогодення. Наявність ілюстрацій відомих митців у друкованих виданнях збільшувала прибутки від реклами, сприяла продажам видань та збільшувала кількість передплатників журналів.

Протягом тривалого періоду свого розвитку ілюстрація адаптувалася до різноманітних потреб, внаслідок чого сформувалася велика кількість видів. Кожен з яких використовується залежно від конкретних цілей та змісту, будь то в книзі, рекламному плакаті та інших контекстах.

Ілюстрації залежні від особливостей в рамках яких вони були створені, так реалізм — це стиль, спрямований на правильне відтворення персонажів, перспективи, гри світла і тіней та інших аспектів. У створенні реалістичної ілюстрації художник прагне максимально точно відтворити образи реального світу.

Образотворча ілюстрація — створюється для вираження самого автора і часто не несе за собою комерційної або практичної мети. Цей стиль акцентує увагу на особистому творчому баченні художника, тому він може відступати від традиційних уявлень про красу і естетику, надаючи митцеві повну творчу свободу для вираження власних ідей чи емоцій.

Концепт-арт — це напрямок, де художники створюють унікальних персонажів, а також моделюють локації, зброю, костюми та інші об'єкти для потреб реклами, відеоігор та фільмів. Концепт-художники розробляють попередні ескізи, ілюстрації, графічний дизайн і маркетингові матеріали, вносячи важливий вклад у вигадані світи та візуальний аспект проєктів.

Мультфільмовий стиль налічує сотні варіацій, починаючи від простих та спрощених фігур і ліній й закінчуючи дуже детальними та складними виконаннями. Зазвичай персонажі в цьому стилі мають нереалістичні пропорції тіла та рухи. Хоча традиційно вважається, що мультфільмовий стиль спрямований на дитячу аудиторію, він широко використовується в усіх галузях образотворчого мистецтва та дизайну, починаючи від маскотів кафе і закінчуючи дизайном упаковки для автомобільних товарів.

Комерційна ілюстрація — застосовується для просування продуктів, послуг та ідей з метою стимулювання продажів та підвищення усвідомленості серед потенційних клієнтів. Однією з характерних рис комерційного мистецтва є його масове відтворення.

Ілюстрація моди представляє собою стилізоване зображення одягу та аксесуарів, створене для комерційного використання в сфері моди. Головним чином використовується модельєрами для показу та візуалізації своїх концепцій.

Векторна графіка — це двовимірні комп'ютерні графічні зображення, які формуються за допомогою точок та кривих, утворюючи різноманітні форми. Метод створення цієї графіки дозволяє змінювати розмір зображення без втрати якості.

Наукова ілюстрація є художньо-науковою галуззю, спрямованою на представлення інформації конкретній аудиторії. Її ключові риси включають чіткість, точність та об'єктивність. Цей вид ілюстрації служить засобом систематизації візуальної інформації для створення зображень, які синтезують певну наукову інформацію, важкодоступну іншими засобами, наприклад, фотографією.

Акварельна ілюстрація створює різноманітні текстурні ефекти та відтінки кольорів за допомогою напівпрозорих шарів фарби, які розведені водою. Цей стиль часто обирається для досягнення легкого та повітряного враження від малюнка, а також для створення ілюзії відстані та перспективи (Ноаре, 2021).

Підходячи до висновку, можна підкреслити, що у ході свого розвитку ілюстрація перетворилася на різноманітну та високотехнологічну галузь, яка охоплює широкий спектр стилів і технік. Від давніх епох, де ілюстрації використовувались для супроводження різних видів літератури та в різних сферах культури, до сучасності, де вони знаходять застосування в комерційних цілях, моді, науці та інших сферах.

Різнманітні види ілюстрації відображають еволюцію смаків і уподобань, а також відповідають вимогам різних часів і культур. Технологічний прогрес вніс великий внесок у цей напрям, дозволяючи художникам використовувати різноманітні цифрові інструменти та програми для створення ілюстрацій високої якості.

## Літературні джерела

1. Сенченко, М. І., & Сенченко, О. М. (2021). *Від ери Гутенберга до ери Цукерберга. Переваги і недоліки сприйняття друкованого та електронного тексту*. Ліра-К.
2. Хаджі Бік, Д. Ф. (2017) Французька книжкова ілюстрація XVIII століття. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVI Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів* (27-28 квітня 2017 р., Київ). Київ : КНУТД,



- 
2017. Т. 1 : Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення, 538-539. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/9290>.
3. Hoare, A. (2021). Digital illustration styles | *The Illustrators*. URL : <https://www.theillustrators.com.au/digital-illustration-styles>.
  4. Norman Rockwell Museum. (2023). *Illustration History. Early Civilization* URL : <https://www.illustrationhistory.org/history/time-periods/early-civilization>
  5. Norman Rockwell Museum. (2023). *Illustration History: Early 18th Century*. URL : <https://www.oxfordartonline.com/page/british-visual-satire-18th-20th-centuries>
  6. Norman Rockwell Museum. (2023). *Illustration History: Late 18th Century*. URL : <https://www.illustrationhistory.org/history/time-periods/late-18th-century>
  7. Small, J. P. (2003). *The parallel worlds of classical art and text*. Cambridge: Cambridge University Press. xv URL : <https://bmcr.brynmawr.edu/2004/2004.04.18/>

## ЦИКЛ Д. КОЛБА – ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ

Борисов Вячеслав <sup>1</sup> [0000-0002-3117-2118], Борисов Гліб <sup>2</sup> [0000-0002-4700-0492]

<sup>1</sup> доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри дизайну навчально-наукового інституту культури і мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна,  
borysow13@gmail.com

<sup>2</sup> аспірант кафедри комп'ютерних технологій, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Україна,  
glebborysow@gmail.com

**Анотація.** Цифрові технології мають позитивний вплив на сучасну освіту, сприяють підвищенню якості та доступності навчання. Для успішної реалізації завдань професійної підготовки майбутніх графічних дизайнерів важливо забезпечити баланс між цифровізацією і творчою складовою діяльності графічного дизайнера. У своїй професійній діяльності графічний дизайнер стикається з використанням готових шрифтів, тому студенту доцільно не тільки навчитися правильно використовувати готові зразки, а й створювати власні емоційно забарвлені шрифти.

Схарактеризовано можливості поєднання традицій шрифтової культури та комп'ютерних технологій у процесі підготовки майбутніх дизайнерів. Шрифт є одним із базових інструментів при побудові візуальних комунікацій у графічному дизайні, які має опанувати графічний дизайнер. Свобода доступу до шрифтів будь-яких стилів і часів ставить особистість перед проблемою естетичного вибору під час виконання практичних робіт. Цикл Д. Колба є результативною і перспективною моделлю навчання майбутніх графічних дизайнерів, що забезпечує залучення майбутніх графічних дизайнерів до рефлексії; формує складники індивідуального стилю діяльності та дозволяє покращувати результати власної практичної діяльності.

**Ключові слова:** графічний дизайнер, шрифт, модель навчання, цифровізація, індивідуальний стиль.

Цифрові технології суттєво впливають на розвиток суспільства і окреслюють альтернативні варіанти формальної та неформальної освіти (Гуралюк, 2021). Застосування цифрових технологій у професійній підготовці майбутніх графічних дизайнерів дозволяє досягати результатів, що відповідають вимогам цифрового суспільства (Борисова, 2021).

До останнього часу використання цифрових технологій при виконанні практичних робіт з дисципліни «Дизайн шрифтів» не було поширеною практикою. Стрімка цифровізація зумовила попит на використання цифрових технологій у творчій діяльності графічних дизайнерів. Це зумовлює потребу у осмисленні, якісному аналізі та обґрунтуванні можливостей вдосконалення застосування цифрових технологій для виконання практичних завдань з дисципліни «Дизайн шрифтів».

У сучасному світі графічного дизайну індивідуальний стиль є однією з головних переваг. За умов підвищення використання цифрових технологій, зростання попиту на ексклюзивні товари з'явилася потреба ефективно використовувати інтелектуальний потенціал особистості з метою формування і розвитку складників готовності до творчої професійної діяльності. Розширений попит на якісний графічний дизайн зумовлює відповідні пропозиції.

Цифрові технології надають більше свободи і комфорту, а також змушують постійно навчатися (Карплюк, 2019). Водночас, здобувачі вищої освіти, які звикли до підтримки з боку інформаційно-комунікаційних технологій, надмірно покладаються на технічні рішення і втрачають здатність до творчості і формальних експериментів зі шрифтами (Борисов, 2021). Зазвичай спокуса скористатися допомогою пошукових систем відкидає можливість занурення у вивчення особливостей шрифту і дослідження «ідеї». Зазначимо, що перші результати пошуку шрифтів за запитом Google є поверхневими. Доступ до більш цікавої і корисної інформації потребує наполегливості для скринінгу, класифікації і асиміляції інформації з метою пошуку і кристалізації ідеї. Доступність програмного забезпечення і вільний доступ до висхідних файлів зі шрифтами разом із захопленням від наявних можливостей формує здатність до поверхневого дизайну. У світі, в якому практично кожний дизайнер насолоджується безпосереднім доступом до онлайн-систем пошуку, баз даних і великих банків зображень, важливо зберігати індивідуальний стиль і не задовольнятися посереднім рішенням у дизайні шрифту.

На практичних заняттях з дисципліни «Дизайн шрифтів» досить часто спостерігалася ситуація, коли студенти недостатньо часу і зусиль приділяють генерації ідей, впадають за якимось накресленням шрифту і намагаються модифікувати його. Це шлях «спроб і помилок», який закріплює у практичній діяльності майбутнього графічного дизайнера звичку діяти методом перебору. Окремі дослідники вважають, що метод проб і помилок логічно використовувати у навчанні, коли базові навички вже сформовані. Однак навчання методом проб і помилок не є ефективним.

На наш погляд заслугоує на увагу модель навчання (див. рис. 1) Д. Колба (Kolb, 1984).

Реалізація навчального циклу Д. Колба дозволяє актуалізувати конкретний досвід з розробки шрифту, що набувається під час освітньої діяльності. Позитивний або негативний досвід стимулює студентів до критичного усвідомлення. Важливо організувати обговорення результатів діяльності. Основні запитання, що обговорюються на цьому етапі: «Що ми робили? Як ми це робили? Чого ми реально досягли? Що нам сподобалося? Що викликало утруднення?» Результатом рефлексії має стати пояснення і формулювання рекомендацій, яких варто дотримуватися у подальшому.

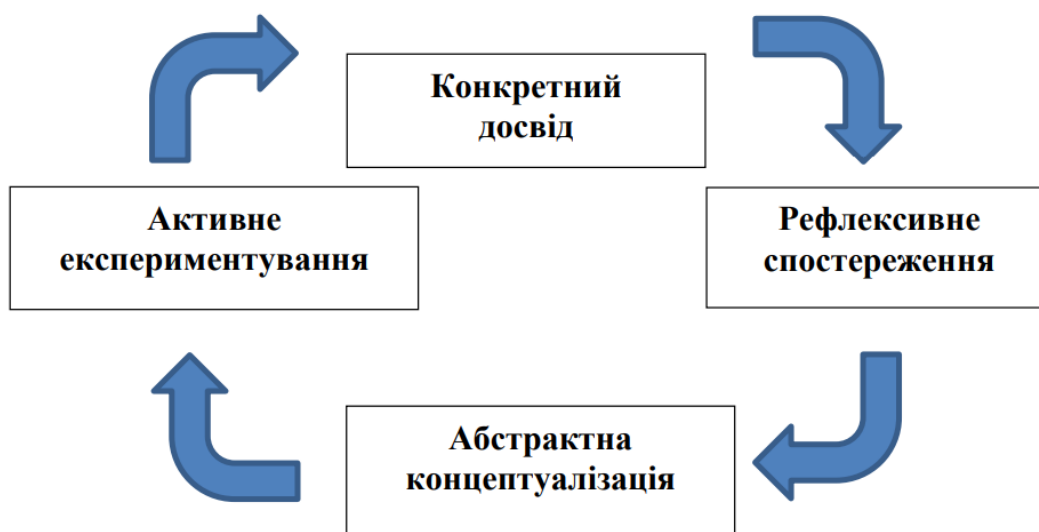


Рис. 1. Навчальний цикл Д. Колба

На цьому етапі студентам може бути запропонована міні-лекція, що спрямує їх на структурування набутого досвіду. Після цього сформульовані рекомендації варто перевірити на практиці. Результатом практичної діяльності буде конкретний досвід, а далі цикл може повторюватися.

Важливо активно експериментувати. Ми пропонуємо майбутнім графічним дизайнерам спробувати виконати літери інструментом (пером, олівцем, брашпенем), ліпити з пластиліну або малювати одразу на планшеті. Під час виконання таких робіт студенти набувають досвід, який далі структурується під час обговорення. Наприклад, під час обговорення особлива увага надається геометрії літер і співвідношенню їх ширини до висоти. Саме це дає можливість поміняти емоційність шрифту під час наступного експерименту.

На наш погляд цикл Д. Колба є результативною і перспективною моделлю навчання майбутніх графічних дизайнерів, що забезпечує залучення майбутніх графічних дизайнерів до рефлексії; формує складники індивідуального стилю діяльності та дозволяє покращувати результати власної практичної діяльності.

## Літературні джерела

1. Борисов, В. В. (2021). Шрифтова композиція як майданчик для графічних експериментів. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівська збірка дослідників, які працюють з молоддю з Дрогобицького робітничого університету імені Івана Франка*. Дрогобич, 37(1), 21–26. DOI: 10.24919/2308-4863/37-1-4
2. Борисова, С. В. (2021). Графічна підготовка майбутніх дизайнерів в процесі освоєння графічними редакторами як індикатор змін у дизайнерській освіті. *Науково-педагогічне стажування «Інноваційні методи організації освітнього процесу в галузі культурології та мистецтв в Україні та країнах ЄС»: Матеріали стажування*, 22 лютого - 2 квітня. Влоцлавек, Республіка Польща: «Baltija Publishing», 15–20. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/handle/123456789/7787>
3. Гуралюк, А. Г. (2021). Цифровізація як умова розвитку системи освіти. *Вісник Національного університету імені Т. Г. Шевченка*. «Чернігівський колегіум», 169, 3–8. DOI: 10.5281/zenodo.5069157
4. Карплюк, С. О. (2019). Особливості цифровізації освітнього процесу в вищій школі. *Інформаційно-цифровий освітній простір України: трансформаційні процеси та перспективи розвитку*. Київ, 188–197. <http://eprints.zu.edu.ua/29742/>
5. Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.



## ХАРАКТЕРИСТИКА СТИЛІВ КИТАЙСЬКОЇ КАЛІГРАФІЇ

Борисова Світлана <sup>1, 2</sup> [0000-0003-0610-644X], Кійченко Поліна <sup>3</sup> [0000-0001-8849-0275]

<sup>1</sup> кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну навчально-наукового інституту культури і мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», svitlana.bogysowa@gmail.com

<sup>2</sup> докторант кафедри комп'ютерних технологій Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Україна

<sup>3</sup> здобувачка вищої освіти 1 курсу магістратури кафедри дизайну навчально-наукового інституту культури і мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна, pkyle413@gmail.com

**Анотація.** У роботі проаналізовано еволюцію та хронологію розвитку китайського мистецтва каліграфії. Розглянуто походження різних стилів каліграфії, від давніх часів до сучасності. Особливу увагу приділено особливостям окремих стилів, виділено характерні риси та естетичні засади їх формування. Проаналізовано вплив історичних, культурних та філософських контекстів на формування кожного з розглянутих стилів каліграфії з метою подання комплексного розуміння еволюції китайської каліграфії. Отримані дані підкреслюють важливість кожного стилю у культурному контексті та його внесок у збагачення мистецтва письма у Китаї. Дане дослідження мало на меті висвітлити мистецтво каліграфії як важливе культурне явище і цінне джерело для шанувальників китайського мистецтва, а також для графічних дизайнерів, які використовують в своїх проєктах елементи китайського письма.

**Ключові слова:** китайська каліграфія, стиль письма, культурні особливості каліграфії.

Китайська каліграфія, художня практика написання китайських ієрогліфів, функціонує як об'єднуюча сила серед різних мов, якими говорять у Китаї, багато з них є взаємно незрозумілими. Враховуючи свій почесний статус у Китаї, каліграфія встановлює еталон для оцінки китайського живопису, що робить його тісно переплетеним із цим видом мистецтва.

Раннє китайське письмо складалося зі спрощених графічних символів, які передавали зміст за допомогою навіювання та уяви. Ці символи мали

композиційну гнучкість, адаптувались до мінливих умов за допомогою невеликих варіацій.

Найдавніші китайські логограми було знайдено на кістках великих тварин і панцирах черепах, у результаті дослідження яких з'явився термін «цзягувень» (jiaguwen) чи «лист із панцира і кісток». Ці важливі артефакти були виявлені близько 1900 року на околицях Сяотуня, села, розташованого в провінції Хенань. Подальші розкопки вчених надали суттєві докази існування династії Шан. Процес письма полягав у тому, щоб спочатку намалювати символи на кістки червоним або чорним чорнилом, а потім ретельно вирізати їх гострим інструментом. Згодом до кістки або панцира застосували тепло, внаслідок чого вони ламалися, а віщунки витягали з отриманих візерунків ознаки.

Ймовірно, кожна ідеограма перед гравіюванням ретельно складалася. Хоча ідеограми не були повністю однаковими за розміром, проте істотно не відрізнялися. Власне ці ієрогліфи пов'язані з давніми релігійними практиками, міфами та ритуалами, за що отримали назву «ворожі написи на кістках та черепаших панцирах». Символи писання розрізнялися як за розміром, так і за структурою, і хоча зазвичай вони писалися зверху вниз, на їхнє розташування часто впливала форма кістки або панцира, що призводило до вільного, а іноді й довільного компонування (див. рис. 1, а). Дослідникам вдалося ідентифікувати понад три тисячі різних символів, приблизно половина з них на сьогоднішній день успішно розшифрована (Chiang, n.d.).



a)



b)

Рис. 1. Написи цзягувень (а) і цзінвень (b).

Джерело: матеріали марафону школи китайської мови Kitabooki

Легенда приписує винахід китайської писемності Цанцзе, який черпав натхнення у спостереженні за слідами тварин, відбитками кігтів птахів на піску, природними явищами. Цанцзе отримав прості зображення, що представляють різні об'єкти, які пізніше перетворилися на іменники. Поступово створювалися нові ієрогліфи для запису дій, емоцій та відмінностей в атрибутах і додавалися до існуючих для передачі нових значень. Таке розташування символів дозволяло змінювати зміст. Наприклад, ієрогліф слова «олень» нагадував роги тварини, великі очі та маленьке тіло, що відрізняло його від інших істот. Коли два таких символи були об'єднані, вони передавали «красивість» або «красу»,

що було очевидно, коли дві елегантні істоти йшли разом. Проте, якщо додавався третій символ, він передавав «грубість» або «зарозумілість». Розташування цих символів зіграло життєво важливу роль у зміні їх значення. Після цзягувень з'явився «цзінвень» (jīnwēn), або «металевий лист», який був нанесений на бронзових судинах (див. рис. 1, b), що використовувалися для поклоніння пращурам. Ці написи варіювалися від кількох слів до кількох сотень слів, були вирізані на внутрішній стороні судин, часто ставали ключовою частиною їхнього декоративного оформлення. В написах було дотримано структуру листа з кісток та черепашок, але вони вирізнялися складнішими художніми прикрасами. Бронзовий лист, також відомий як лист «гувень» чи «дачжуань», знаменує другий етап розвитку китайської каліграфії.

«Дачжуань» (dazhuan), також відомий як «письмо великої печатки» або «тачуань», є важливою віхою у китайському письмі. Ця писемність виникла із стародавніх писемностей цзягувень і гувень у XII столітті до н.е. і досягла повного розвитку під час династії Чжоу (XII століття–256/255 до н.е.). Знаменно, що це найперша форма писемності, яка згодом перетворилася на форму мистецтва, відому як «чжуаньшу» або «друковане письмо». Спочатку дачжуань писався за допомогою пензлів і чорнила або лаку на таких матеріалах, як дерево, бамбукові таблички або шовк. Його стиль схожий на гувень і характеризується рівновагою між прямими та кривими лініями однакової товщини, що завершуються характерними тупими зупинками. Крім того, дачжуань іноді називають «чжоушу» або «чжоувень» на честь його винахідника Ши Чжоу.

Під час об'єднання Китаю в III столітті до нашої ери бронзове письмо було стандартизоване за Шихуанді, першого імператора Цинь. Приблизно у цей час з'являється «сяочжуань» (xiāozhuan), також відомий як «мала печатка», який є характерною формою каліграфії в китайському письмі (див. рис. 2, a). Це письмо є стандартизованою та спрощеною версією попереднього письма дачжуань і характеризується рівномірною товщиною ліній і відносно більшою присутністю кривих і кіл. Його розвиток традиційно приписують Лі Сі, міністру династії Цинь (221–206 рр. до н. е.) періоду, коли була заснована перша Китайська імперія.



a)



b)

Рис. 2. Написи сяочжуань (зліва) і лішу (справа).

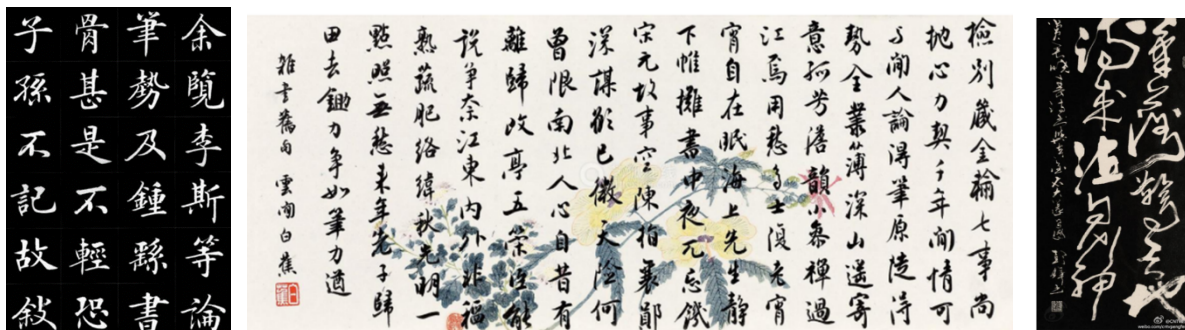
Джерело: матеріали марафону школи китайської мови КИТАВООКІ



Трансформація символів у цей стандартизований шрифт сприяла ширшому поширенню знань, відповідаючи на зростаючий попит на документовані записи. Нерівності були усунені, і кожен символ був структурно адаптований для розміщення в межах уявного квадрата. Якщо написати мовою сяочжуань, уривок виглядає як упорядковане та добре організоване розташування акуратних стовпців і рядків у рівних квадратах. Цей стиль вимагав використання лише кінчика щітки з довгим ворсом. Однак через неможливість швидкого написання, стиль малої печатки став дещо непрактичним. За часів династії Хань він втратив прихильність для повсякденного використання, але зберігся до сучасності, особливо для різьблення на печатках та для офіційних написів, додаючи відтінок старовини таким документам.

Після непрактичного письма сяочжуань з'явився новий стиль писання «лішу» (lishu), також відомий як «канцелярське письмо» (див. рис. 2, b), який є характерним стилем китайського письма. Вважають, він виник із практики письма пензлем під час пізніших династій Чжоу та Цінь, приблизно в 300–200 роках до н.е. Вважалося, що Лішу був розроблений Чен Мяо під час його ув'язнення, для демонстрації нових можливостей майбутнім каліграфам (Chiang, 2021). Лішу представляє більш спокійну та неформальну традицію порівняно з «чжуаньшу» або «друкованим письмом». Хоча були виявлені приклади лішу з III століття до н.е., найбільш широке застосування воно знайшло під час династії Хань (206 р. до н. е. – 220 р. н. е.). Символи в лішу були, як правило, однакового розміру та рівномірно розташовані в композиції, конструкція символів та окремих штрихів демонструвала значні варіації. Наприкінці правління династії Хань лішу перетворилося на більш витончене та плавне письмо «кайшу».

«Кайшу» (kaishu), також відомий як «звичайне письмо» (див. рис. 3, a), є видатною формою китайського письма. Це письмо виникло в епоху Трьох Королівств і Західного Цінь (220–316/317 р. н. е.), розвинувшись із канцелярського письма. Кайшу спрощує сценарій лішу, роблячи його більш плавним і доступним для написання (Chiang, 2021).



a)

b)

c)

Рис. 3. Написи кайшу (зліва), сінушу (в центрі) і цаошу (справа).

Джерело: матеріали марафону школи китайської мови КИТАВООКІ

Цей шрифт продовжує використовуватись і сьогодні, він відрізняється рівномірністю та гнучкістю, яку він пропонує каліграфам при формуванні кожного штриха та крапки відповідно до їх художнього бачення.

Кайшу, що характеризується чіткими кутами та прямими штрихами різної товщини, зазнав свого найбільшого розвитку під час династії Тан (618–907 р. н. е.) (Fu, 2020). У цей період володіння каліграфією відіграло важливу роль у досягненні успіху на державній службі. Сьогодні він залишається стандартним шрифтом і служить моделлю для публічних документів і друкованих шрифтів.

«Сіншу» (xingshu), також відомий як «бігаюче писання» (див. рис. 3, b), – це стиль китайської каліграфії. Воно виникло як напівкурсивне письмо під час династії Хань, розвиваючись із письма лішу, у той самий час, коли формувалося стандартне письмо кайшу (I–III століття нашої ери) (Fu, 2020).

Символи сіншу не є скороченими або фізично пов'язаними, але штрихи в кожному символі часто плавно пов'язані між собою. Один із найвідоміших прикладів ранньої китайської каліграфії, «Lanting Xu» або «Нарис про павільйон орхідей», був написаний у 353 році Ван Січжі (Hong Kong Museum of Art, 2007). Однак він зберігся в першу чергу завдяки кільком добре виконаним копіям трасування та іншим методам дублювання, таким, як потирання та відбитки.

«Цаошу» (caoshu), також відомий як «чорнове письмо» або «трав'яне письмо», є характерним стилем китайської каліграфії (див. рис. 3, c). Він виступає як курсивний варіант стандартних китайських писемностей, таких як лішу та кайшу, а також їх напівкурсивний аналог сіншу. Його витoki сягають часів династії Хань (206 р. до н. е. – 220 р. н. е.), найбільшого розвитку таке письмо досягло під час династії Тан (618–907 pp.).

У цаошу символи відображаються з помітним зменшенням кількості штрихів, часто згорнуті в окремі плавні каракулі або абстрактні інтерпретації, що складаються з кривих і крапок. Цей стиль демонструє широкий спектр штрихів, що відрізняються за товщиною та модуляцією, що призводить до багатого набору форм символів. Цаошу звільняється від обмежень рівномірного інтервалу та розміру символів, надаючи каліграфам максимальну свободу виражати себе за допомогою своїх ліній.

Цаошу можна далі розділити на три основні форми, кожна з яких розвивалася хронологічно: Чжанцао – zhangcao (чорновий курсив), Дзіньцао – jincao (сучасний курсив), Кванцао – kuangcao (дикий або «божевільний» курсив). Ці форми демонструють розвиток і трансформацію цаошу з часом, презентуючи динамічну природу китайської каліграфії.

Видатні каліграфи, такі як Ван Січжі та Ван Сяньчжі, досягли успіху в звичайному письмі (кайшу). Ван Січжі, зокрема, привніс плавність у розташування штрихів, посприявши виникненню «сіншу» (Bai, 2020).

Китайська каліграфія використовує кілька основних інструментів: чорнильну паличку, чорнильний камінь, пензель та папір (або шовк). Каліграфи поєднують технічні навички та уяву для створення візуально захоплюючих мазків та композицій, прагнучи добре збалансованих просвітів між мазками. Природа є основним джерелом натхнення: кожен штрих і точка нагадують форму природного об'єкта. Китайська каліграфія продовжує залишатися важливою частиною китайської культури, пов'язуючи сьогодення з багатою художньою традицією, що практично не змінювалася впродовж століть. Графічним дизайнерам, які використовують в своїх проєктах елементи китайського письма, варто мати уявлення про історичні, культурні та філософські контексти, закладені в стилі китайської каліграфії для свідомого планування впливів, що мають створити елементи китайського письма на споживачів продукту дизайну.

## Літературні джерела

1. Bai, Qianshen. (2003). *Fu Shan's World The Transformation of Chinese Calligraphy in the Seventeenth Century*. Harvard University Asia Center.
2. Chiang, Yee. (n.d.). Chinese calligraphy. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/art/Chinese-calligraphy>
3. Fu, J. S. (2011). *The shape of chinese modern calligraphy* (Zhongguo xiandai shuxiang 中国现代书象). Beijing: Culture and Art Press
4. Xiao, Yanyi et al. (2007). *The Pride of China: Masterpieces of Chinese Painting and Calligraphy of the Jin, Tang, Song and Yuan Dynasties from the Palace Museum*. Hong Kong Museum of Art.



## ЕТНІЧНІ СИМУЛЯКРИ В УКРАЇНСЬКОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Борисова Світлана <sup>1, 2</sup> [0000-0003-0610-644X], Семенова Євгенія <sup>3</sup> [0009-0003-6237-3232]

<sup>1</sup> кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну навчально-наукового інституту культури і мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», svitlana.borysowa@gmail.com

<sup>2</sup> докторант кафедри комп'ютерних технологій Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Україна

<sup>3</sup> здобувачка вищої освіти 2 курсу кафедри дизайну навчально-наукового інституту культури і мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна, yugynka@gmail.com

**Анотація.** У роботі проаналізовано значення міфологічних істот в українській міфології та з'ясовано їх місце в процесах культурного, соціального та історичного життя країни. Висвітлено важливість та актуальність використання міфологічних образів для створення національної ідентичності, а також спроби збереження та популяризації української міфології в сучасному суспільстві. Досліджено використання міфологічних образів у продуктах дизайну. Проаналізовано поширеність використання міфологічних образів у продуктах дизайну, зокрема в поліграфічній продукції. З'ясовано, що використання міфологічних образів у продуктах дизайну має на меті навчання та виховання, демонстрацію міфологічних образів як об'єктів мистецтва, сприяння особистісному, психологічному та духовному розвитку, візуальному представленню та розширенню розуміння української міфології засобами самопізнання та аналізу, естетичну та емоційну складову, виявлення культурної ідентичності, популяризацію та комерційний аспект.

**Ключові слова:** міфологічні істоти, міфологічні образи, дизайн, продукт дизайну, поліграфічна продукція, етнічний симулякр.

Система сучасної взаємодії спільнот має сприяти розумінню норм спілкування, відповідати наявним уявленням, забезпечувати потреби практики. У контексті гармонізації європейської і української традиції візуалізації і необхідності останньої підтвердити готовність до сприйняття європейських цінностей, важливого значення набуває інститут самоідентифікації у

соціальному просторі. Міф-феномен не тільки культурний, але і феномен соціальний, психологічний, бо постає як засіб соціальної самоідентифікації індивідів і спільнот. Легітимація існуючого суспільного стану – одна з головних функцій міфу не тільки у примітивних спільнотах, але і у більш розвинених культурах, де соціальні і політичні міфи набувають характеру ідеології. Міф завжди іманентний культурному досвіду часу. Тому з плином часу він піддається трансформації, зберігаючи свої формальні характеристики (Baudrillard, 2014).

Відлуння архаїчних міфологій простежується у більш пізніх міфологічних образах і сюжетах. Українська міфологія має значну цінність для культурного, соціального та історичного життя України. Міфи є вираженням емоцій, притаманних українському народові, рефлексією над подіями та способом самовираження. Міфи формують національну ідентичність, образи богів та істот є усталеними символами, котрі об'єднують людей та дають підстави для самоідентифікації в культурно-образній системі (Буйських, 2010).

У слов'янській міфології міфологічні істоти уособлюють природні явища. Міфологічні істоти є джерелом натхнення, вони насичені мудрістю та мораллю, слугують орієнтирами у вихованні поколінь. Міфологічні істоти беруть початок у традиційних віруваннях, переказах, легендах. Міфологічні істоти та їхні образи – національні й культурні символи, що втілюють унікальність української традиції (Гнатюк, 2000). Міфологічні образи є невід'ємною компонентою культурної спадщини народу, передають традиції та вірування, у них зберігається історичний і культурний контекст людства. Використання міфічних образів у продуктах дизайну поєднує елементи культурної спадщини з виявом сучасної творчості та емоційним впливом.

Наразі спостерігаємо спад використання міфологічної тематики в результатах проектної діяльності дизайнерів, зокрема в поліграфічній продукції. Пов'язуємо це з тим, що останні роки стають більш актуальними інші теми, а саме: військова тематика, етнокласика, гумористичні переробки тощо. Це зумовлене впливом зовнішніх (політичні та соціокультурні зміни в країні, смаки та вподобання споживача) і внутрішніх чинників (пошук нових тем та ідей у діячів культури та мистецтва, використання сучасних сюжетів і тем) (Борисова, 2021).

На основі проведеного відбору й аналізу використання образів міфологічних істот у продуктах дизайну визначено, що найбільш широко представлено продукти дизайну із використанням міфологічних образів культурним проектом «Чарівний світ. UA», що має на меті зберігати та популяризувати українську міфологію, включати її в національний та світовий контекст, створювати нові сенси довкола міфів. Асортимент проекту містить стікерпаки, серію пазлів із зображеннями міфологічних образів, а саме: «Чарівний світ. Ох», «Чарівний світ. Сварог», «Чарівний світ. Кобиляча Голова», «Чарівний світ. Мокош», «Чарівний світ. Хуха», «Чарівний світ. Повітруля», «Чарівний світ. Шубін», «Чарівний світ. Пан», «Чарівний світ. Пек», «Чарівний світ. Дрімка», «Чарівний

світ. Планетник», «Чарівний світ. Цур», настільну гру «Чарівний світ. Джерело сили» (Чарівний світ, 2023). В асортименті виробника дитячих іграшок «STRATEG» є настільна гра «У гостях у традиції», мета якої – знайомити гравців із різними народними обрядами та культурними традиціями, а оформлення має традиційні українські елементи і насичене культурним і міфологічним символізмом.

Сплеск популярності міфологічної тематики відбувся після прем'єри 2 березня 2023 року українського анімаційного фільму «Мавка. Лісова пісня» за мотивами драми-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня». «Одним із ключових напрямків популяризації «Всесвіту Мавки» в Україні стала широка ліцензійна кампанія, до якої команда ліцензійної агенції Nerd на чолі з CEO Тетяною Рубан залучили десятки національних брендів» (Мавка, 2023).

Міфічні образи можна побачити на одязі, ювелірних виробах, канцелярії, товарах для побуту, аксесуарах, іграшках тощо. На платформі Film.UA Store представлено найбільш широкий асортимент продукції із зображеннями міфологічних персонажів із мультфільму «Мавка. Лісова пісня». Популярність таких продуктів дизайну пояснюється декількома ключовими факторами. Насамперед, у мультфільмі використано міфологію та знакові культурні елементи, що роблять «Всесвіт Мавки» унікальним, привабливим та зрозумілим для широкої аудиторії. Створення «Всесвіту Мавки» як мультиплатформного кросмедійного бренду дозволяє розширити світ персонажів і використовувати їх у різних форматах, а ліцензійна кампанія та співпраця з національними брендами забезпечують широке охоплення бренду «Мавка» в різних сферах життя, що сприяє популяризації в широкому колі споживачів.

Сьогодні ми можемо говорити про народження етнічних симулякрів, що активно послуговуються міфологічними образами. Міфологічні істоти з міфів України набувають нових характеристик у віртуальних світах, пропонують моделі поведінки і діяльності, визначають стандарти споживання.

Образи міфологічних істот зображують на обкладинках книг. Найбільш поширеними наразі є артбук «Український бестіарій» (видавництво Mal'opus), трилогія Дари Корній «Чарівні істоти українського міфу. Духи природи», «Чарівні істоти українського міфу. Домашні духи», «Чарівні істоти українського міфу. Духи-шкідники» (видавництво Vivat), драма-феєрія Лесі Українки «Лісова пісня» (видавництва Vivat, Фоліо, Book Chef).

З огляду на специфіку міфологічної тематики є підстави виокремити продукцію езотеричного характеру в окрему сферу використання міфологічних образів. В Україні представлені та поширені декілька видів карткових колод: метафоричні асоціативні карти «Міфи» (видавництво Prostobook), карти таро «Слов'янські Боги» (видавництво Магічні речі Альони Райди) та «Таро слов'янських легенд» (видавництво Lo Scarabeo). Наразі міфологічні образи використовують переважно в продуктах дизайну, що мають кілька цілей, передовсім навчання й виховання. Також образи української міфології

використані в продуктах дизайну для створення привабливого та унікального контенту, тобто з метою демонстрації міфологічних образів як об'єктів мистецтва.

Зображення міфологічних істот на картах використовують для сприяння особистісному, психологічному й духовному розвитку, а також візуальному представленню і розширенню розуміння української міфології засобами самопізнання та аналізу. Використання міфічних образів у продуктах дизайну має на меті естетичну та емоційну компоненти, виявлення культурної ідентичності, популяризацію та комерційний аспект.

На основі проведеного аналізу виокремлюємо ступінь поширеності образів української міфології. Найбільш поширеним є образ мавки – лісової істоти в образі голої дівчини з довгим розпущеним волоссям (Словник української мови, 1973). Часто в продуктах дизайну використовують зображення головних богів слов'янської міфології: образи Сварога – бога неба й вогню, Мокоші – богині родючості, Перуна – бога блискавки та вогню, Стрибога – бога вітрів, нищителя добра, Дажбога – бога сонця й життя, Велеса – бога скота, господарства, співу та поезії (Гнатюк, 2000). Поодинокими є випадки використання образів Оха, Кобилячої Голови, Хухи, Повітрулі, Шубіна, Пана, Пека, Дрімки, Планетника та Цура. Це можна пояснити регіональністю, нестачею інформації, замовчуванням, психологічними аспектами впливу та конкуренцією з популярними міфологічними образами.

Українська міфологія насичена великою кількістю цікавих, унікальних образів, притаманних винятково етнічним територіям, однак великого розголосу та поширеності велика частка міфічних образів на сьогодні не має. Пов'язуємо це насамперед із маловідомістю, оскільки споживачі не мають достатньої кількості інформації про таких міфологічних персонажів, тому людям складно відчувати з ними зв'язок та виявити зацікавленість.

Також деякі образи тривалий час замовчуються або ж насичуються винятково негативними характеристиками, тому є менш придатними для поширення й адаптації в культурному контексті. Ще однією з ключових причин є конкуренція з іншими образами й темами та нестача маркетингової підтримки. На поширеність міфологічних образів також впливають психологічні аспекти сприйняття людини, адже деякі образи можуть викликати страхи або негативні емоції.

Важливо, щоб маловідомі образи української міфології отримували достатню кількість маркетингової підтримки для популяризації, привернення до них уваги та конкурентоздатності з-поміж уже відомих та популярних образів.

Отже, можна виокремити наступні риси оновленої міфології, що народжується завдяки екранній культурі:

1. Міфологічне мислення, що живиться екранною культурою, керується не індивідуальною волею, а щоденною практичною діяльністю і її результатами.
2. Відбувається масова орієнтація на етнічні симулякри, що стимулюють ідентифікацію українських міфологічних образів у графічному дизайні.

## Літературні джерела

1. Baudrillard, J. (2014). *Screened Out* (C. Turner, Trans.). Verso.
2. Борисова, С. (2021). Вплив традиційних образів зимових свят на формування змісту та візуального рішення об'єкта дизайну. *Збірник матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Традиції та нові технології у розвитку сучасного мистецтва»*, (23 квітня 2021 року). Черкаський національний університет, 20-22. URL : <https://conf.artka.ck.ua/art/issue/view/14>
3. Буйських, Ю. (2010). Міфологічні уявлення українців у працях дослідників кінця XVIII – другої половини XIX ст. *Етнічна історія народів Європи*, (31), 15–23. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eine\\_2010\\_31\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eine_2010_31_4)
4. Чарівний світ. (2023). Magicworld. <https://magicworld.com.ua/>
5. Гнатюк, В. (2000). Нарис української міфології. Львів: Інститут етнології Національної академії наук України.
6. Мавка. Лісова пісня. Про проект. (2023). Мавка. <https://mavka.ua/en/about>
7. Словник української мови: у 11 томах. (1973). Наукова думка.



## ДИЗАЙНЕР ПАПЕРУ, ПРОФЕСІЯ У ПАПЕРОВОМУ МИСТЕЦТВІ

Брянцев Олександр <sup>1</sup> [0000-0002-9220-0653]

<sup>1</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Спільноти дизайнерів України, Україна, albrypaper@gmail.com

**Анотація.** У статті розглядається аспекти, що сприяли появі нової професії, яка виникла на початку ХХІ сторіччя – дизайнер паперу. Аналізуються поняття паперове мистецтво, паперова інженерія, паперовий дизайн. Розглядається різниця між професією - інженер паперу та митець паперу.

**Ключові слова:** дизайн, паперова інженерія, інженер паперу, дизайнер паперу, паперове мистецтво.

Сучасне паперове мистецтво дивує новими рішеннями і творчими проектами. Тисячі людей у всьому світі відкрили захопливий світ творчості у папері. Використовуючи папір відомих брендів чи створюючи свій власний, вони його фарбують і згинають, ріжуть і клеять, ліплять дивовижні паперові фігури, макетують форми і проєктують великі інсталяції, розширюючи можливості технік. При цьому практикують як класичні, так і новітні методики і способи обробки паперу. У цьому паперовому вирі все більш помітно проявляються фахові професії: орігаміст, майстер паперу, крафтер та з'являються нові. Увага цієї статті приділена паперовому мистецтву в якому сформувалася нова професія «дизайнер паперу».

У електронній енциклопедії Wikipedia.org (2023) термін «паперова інженерія» (paper engineering) в класичному розумінні є виробництво у целюлозно-паперовій промисловості, в якій застосовуються фізичні науки (наприклад, хімія та фізика) і науки про життя (наприклад, біологія та біохімія) у поєднанні з математикою для перетворення сировини на корисні паперові вироби та супутні продукти. Однак цей термін набув поширення в мистецькому напрямі, також ставши відомий як «паперове мистецтво (paper art)», «паперовий дизайн (paper design)» або «паперове ремесло (paper craft)» – це сучасна форма творчості та виробництва, яка використовує папір як основний матеріал для створення різних конструкцій, моделей, виробів та мистецьких творів.

З середини п'ятдесятих років ХХ сторіччя, як стверджують Мунос Бласко та Песудо Чива (2009), папір використовувався як мотив різними мистецькими течіями. Вони розробили його концепцію і сформували ідею семіотичного та



естетичного сенсу. Водночас термін «паперове мистецтво (paper art)» виник у 1970-х роках у США завдяки артвізіонерам Робертові Раушенбергу та Френкові Стеллі (Craft, 2012), які заново відкрили можливості паперу, особливо ручної роботи.

Історично паперова інженерія постала понад 900 років тому, як вважає група вчених, серед яких, активні дослідники історії Ен Монтанаро та Роберт Сабуда (Broward County Library Digital Archives 2023). За їхнім міркуванням паперова інженерія розуміється як можливість утворювати рухомі та об'ємні елементи всередині розвороту книги. Однак на нашу думку, якщо будь-який рухомий елемент додається до сторінки або згину розвороту книги, то початок інженерії можна вважати від книги Liber Floridus, створеної одним з перших енциклопедистів епохи Відродження дванадцятого століття Ламбертом, каноніком монастирської школи у Сінт-Омарсі, північної Франції (Coene & Maeyer, 2011). В процесі написання розвороту, його енциклопедія отримала паперові ворота що згорталися у середину книги і показати глобус землі (Globus Terre) у максимально збільшеному вигляді у відкритому форматі.

Однак, якщо відштовхуватися від маніпуляції складання та згинання, яка лежить в основі техніки орігамі, і є основою створення будь-яких паперових конструкцій сьогодні, то можна вважати, що паперова інженерія виникла з появою паперу у Японії, коли вперше склали аркуш паперу, з часу виникнення технік орігамі та орігата.

Фактично нове життя паперової інженерії розпочалося з працями Масахіро Чатані (1994), який вперше розкриває принципи власного архітектурного орігамі у 1984 році у виданні «Об'ємна орігамі архітектура» (Pop-up Origami Architecture). Однак саме формулювання терміну «паперова інженерія», як напряму творчо-конструкторської діяльності, нами було виявлено у назві видання Марка Хайнера «Паперова інженерія для об'ємних книг і листівок» яка вийшла друком у 1985 році.

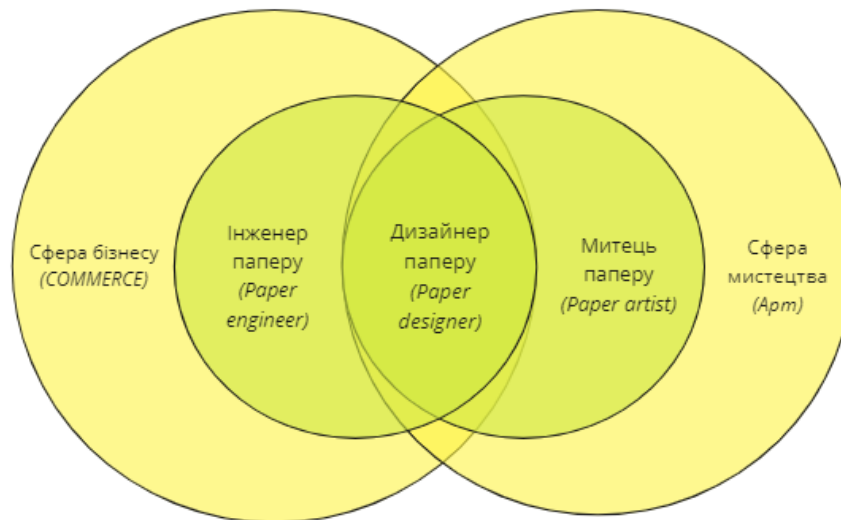
З того часу було опубліковано багато друкованих видань зарубіжних та українських авторів, які описують лише одну або декілька технік, деякі видання орієнтовані на дизайнерів.

У 1994 року Роберт Сабуда відкриває новий досвід до створення рухомих ілюстрацій, що оновлює погляди до книг. Пізніше з'являється термін — «художник поп-ап книг», тобто людина яка ілюструє паперові конструкції. Це було зумовлено тим що Роберт в більшості оперував фахом ілюстратора.

Пізніше у 2007 році в інтерв'ю спільно з Робертом Сабудою, Метью Рейнхарт повідомив, що маючи професійне спрямування дизайнера продукції, характеризує спільну роботи, як поєднання трьох базових професійних якостей: ілюстратора, інженера і письменника та характеризує твір як інженерну роботу, як об'ємний паперовий колаж. У 2009 році в дописах до відео «Всередині Pop-Up Studio» (Inside the Pop-Up Studio) з'являється формулювання «майстри

паперової інженерії» (master paper engineers), яке у 2014 році набуває більш офіційної форми «paper engineer» - інженер паперу або інженер паперового моделювання.

Термін «паперове мистецтво» (paper art), став популярним у сучасному світі дизайну, де художники та дизайнери використовують папір як основний матеріал для створення шедеврів у різних областях, таких як мистецтво, реклама, архітектура, мода, внутрішній дизайн та інші. Популярність паперового мистецтва активно розвивається в окремих спільнотах, що спонукає більше фахівців використовувати папір у своїх творчих проектах, і відповідно з одного боку, уживати термін «митець паперу» (paper artist), який характеризує фахівця, що створює мистецькі твори, застосовуючи папір, як основний матеріал, має розвинений творчий потенціал через те що, обирає одну техніку в рамках якої здійснює образотворчу роботу.



*Рис. 1. Диференціація понять*

З іншого поняття «інженер паперу» (paper engineer), що характеризує фахівця, який спеціалізується на використанні паперу, як основного матеріалу для створення технічних, інженерних та конструкційних рішень.

Термін «дизайнер паперу» (paper designer) ми вважаємо усередненим поняттям, що у більшості випадків балансує між комерційними і мистецькими кордонами.

Спираючись на огляд сучасних дефініцій самовизначення свого фаху сучасними митцями, що займаються дизайном з використанням паперу, як основного матеріалу, ми вважаємо, що назва професії «дизайнер тканини» у класифікаторі, і термін «дизайнер паперу (paper engineer)» є близькими, через те, що в обох є виражений специфічний вид проектної діяльності, що об'єднав художньо-предметну творчість і науково обґрунтовану інженерну практику навколо окремого матеріалу.

Через що можна прогнозувати появу нової професії у класифікаторі професій або появі фахового підпорядкування «дизайнера паперу» до «дизайнер (художник-конструктор)».

Підсумовуючи, ми можемо констатувати, що «паперовий дизайн» – це сучасна форма творчості та виробництва, яка використовує папір як основний матеріал для створення різних конструкцій, моделей, виробів та мистецьких творів. Включає в себе різноманітні техніки, такі як орігамі, квілінг, картонаж та багато інших. Також це мистецтво може бути як простим і креативним хобі для самовираження, так і складним процесом, використовуваним у дизайні, архітектурі, рекламі, макетуванні та інших сферах. Поєднує в собі елементи мистецтва, науки, математики та технічного майстерності. Вимагає від дизайнерів паперу уваги до деталей, технічної точності, креативного мислення та вміння працювати з обмеженими ресурсами. Надає безліч можливостей для самовираження, розвитку навичок, пошуку нових ідей та вираження своєї унікальності. Є популярним засобом викладання та навчання, сприяючи розвитку творчості, просторового мислення та вміння працювати руками.

## Літературні джерела

1. Siemens, A. G. (2023). *Pulp and Paper Technologies*. <https://web.archive.org/web/20101106134519/http://www.industrysolutions.siemens.com/paper/EN/index.htm>
2. Blasco Muñoz, M. A., & Pesudo Chiva, M. C. (2009). Engineering and Paper Art. *INTED2009 Proceedings. Presented at the 3rd International Technology, Education and Development Conference, March 9-11, 2009, Valencia, Spain, 4038-4049*. URL: <https://library.iated.org/view/MUNOZBLASCO2009ENG>
3. Craft, C. (2012). In need of repair: the early exhibition history of Robert Rauschenberg's Combines. *Burlington Magazine* 154(1308), 191-197. URL: <https://www.jstor.org/stable/23232482>
4. Broward County Library Digital Archives (2001). Pop-up : peek, push, pull, scratch, sniff, slide, spin, lift, look, listen, raise, lower, unfold, turn, open, close : an exhibition of movable books and ephemera from the collection of Geraldine Roberts Lebowitz. Bienes Centre for the Literary Art. URL: <https://digitalarchives.broward.org/digital/collection/BienesPubs/id/294>
5. Coene, K., & Maeyer, P. (2011). The originality of a compilation. World maps in the Liber Floridus of Lambert of Saint-Omer. *HMGOG*, LXV, 5–40. URL: [https://www.academia.edu/11406245/The\\_originality\\_of\\_a\\_compilation\\_World\\_maps\\_in\\_the\\_Liber\\_Floridus\\_of\\_Lambert\\_of\\_Saint\\_Omer](https://www.academia.edu/11406245/The_originality_of_a_compilation_World_maps_in_the_Liber_Floridus_of_Lambert_of_Saint_Omer)
6. Chatani, M., & Nakazawa, K. (1994). *Pop Up Geometric Origami*. Ondorisha Publisher.
7. Hiner, M. (1985). *Paper Engineering for Pop-up Books and Cards*. Tarquin Group
8. Pyramyd NTCV (2007). Robert Sabuda & Matthew Reinhart. Youtube.com URL: <https://www.youtube.com/watch?v=-hODghn00-k>
9. WordyWordman (2009). *Inside the Pop-Up Studio*. Youtube.com. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ksOjjefCeRU>
10. Reading Rockets (2014). *Watch This Pop-Up Book in Action!* Youtube.com URL: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=w8zGxGgWpYI>

## ВИКОРИСТАННЯ ПРОСТОРУ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ ОБКЛАДИНОК КНИЖОК

Брянцева Ганна <sup>1</sup> [0000-0002-9689-8497]

<sup>1</sup> кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Спілки дизайнерів України, Україна, bganna@ukr.net

**Анотація.** У статті розглядаються аспекти способів організації простору у графічному дизайні на прикладі обкладинок книжок українських видавництв. Наведено приклади використання у дизайні обкладинок книжок творчого підходу до організації співвідношення фігура/тло. Розкрито поширені помилки, яких варто уникати за проектування простору на площині аркушу і розвороту.

**Ключові слова:** графічний дизайн, переповненість сторінки, порожнеча, простір, білий/вільний/порожній/негативний простір, співвідношення «фігура/тло», принцип контрасту, активний і пасивний простір.

У звичайному житті пересічної людини простір останнім часом стає не просто бажаним, а жаданим, таким, чого відчайдушно прагнуть, збереженню якого ладні свідомо приділяти власні і час і зусилля.

Видання нон-фікшн у вітринах книгарень, на полицках книгозбірень, у блогах, як-от «Коли менше – насправді більше» (Беккер, 2021), «Порядок довкола – спокій у душі» (Рубін, 2020), «Проект Щастя» (Рубін, 2020), «Викинь мотлох із життя! Мистецтво прибирання, яке змінить вас назавжди» (Кондо, 2020), «Радощі мінімалізму. Як позбутися зайвого, привести життя до ладу та зробити його простішим» (Джей, 2022) послідовно, крок за кроком, розкривають переваги незахарашеного, розвантаженого, згармонізованого простору і презентують чимало дієвих методик і алгоритмів про те, як вільний простір спочатку повернути у власне життя і згодом утримати – «не дати щезнути», вкотре витісненому різними видами непотребу, як-от неактуального, ностальгійного, уціненого, дармового, претензійного (Рубін, 2020, с. 41 – 42).

Багатьма це сприймається як складне завдання. Наприклад (Беккер, 2020, с.5) так описує захарашення простору у гаражі: « Наш гараж на дві машини був, як завжди, забитий усячиною: стоси поставлених на одна на одну коробок

небезпечно хилилися, загрожуючи впасти, велосипеди, зчеплені між собою колесами, педалями та ланцюгами, спиралися на стіну, садовий шланг звивався кільцями в кутку. Всюди стояли обіперті об щось граблі, лопати та мітли. Були дні, коли ми мусили заходити і виходити з гаража боком, протискаючись у ледь прочинені – наскільки дозволяв безлад у гаражі – дверцята». За сучасних реалій, коли кількість прихильників мінімалізму і далі росте, дизайнери за «проектування архітектури» сторінок і розворотів друкованих і електронних видань хоч-не-хоч мусять пильнувати, щоби у читача не виникло враження візуальної захаращеності. Заради справедливості слід зауважити, що досвідчені графічні дизайнери – «сеньйори» (на відміну від дизайнерів-початківців – «юніорів») – як правило, інтуїтивно намагаються не зловживати переповненістю сторінок, оскільки розуміють, що переповнена сторінка з високою ймовірністю відштовхне читача своїм надміром інформації, тоді як «білий» (ще кажуть: «вільний», «порожній») простір «внутрішній споглядальник» усередині читача сприйме радше схвально, ніж негативно, адже наявність такого простору дає змогу перепочити (хай і на відносно коротку мить) від інформаційного шалу, у який перебувають сучасники, дозволяє останнім у своєрідний спосіб «перевести подих», а отже мимохіть «уполювати» відлуння бажаного відчуття свободи.

Отже, маємо тенденцію, згідно якої завдання сучасного графічного дизайнера полягає не в тому, щоби рівномірно заповнити уцент увесь доступний у рамках проекту простір, як-от сторінку, розворот, боки складеного аркушу рекламного буклету тощо, не залишаючи незадрукованим кольором, зображенням, текстом жодного вільного місця, а щоби презентувати інформацію у такий спосіб, щоби читачі невимушено, без спеціальних зусиль зі свого боку дослідити презентовану інформацію і порівняно швидко висновкували про її доцільність/недоцільність для себе особисто. Порожній простір може стати і, як засвідчують наявні приклади, стає тим дієвим засобом, який робить інформацію придатною для зручного, отже швидкого перегляду, адже зростає засвоюваність останньої.

Попри зрослу популярність вільного простору, важливо усвідомлювати, що залишати багато вільного простору заради нього самого, мовляв, «Ви лишень погляньте, скільки вільного простору, гарно, еге ж?» також буде помилковим рішенням.

Менше з тим, як зазначає автор і викладач Вайт (2023, с. 11) «як тільки ви почнете розкидатися шматками невикористаного вільного простору, тобто порожнечі, суто заради нього самого, а не заради повідомлення, то відразу ж почнеться осудливе бурчання». Тобто треба розуміти, що хоча недостатнє використання простору призводить до переповнення сторінки, протилежна ситуація – коли спостерігається невинуватене зловживання білим простором – так само небажана, адже виникає ризик того, що сторінка/розворот набудуть незавершеного вигляду. Тому тут важливий баланс – між заповненням і



незаповненим простором, другий простір має виступати як своєрідний контрапункт до першого. При цьому дизайнер мусить визначитися у такому. Чи графічна порожнеча буде створювати враження неосяжної білої. Обкладинки на рис. 1. переповнені неосяжною білою порожнечою, а поодинокі елементи – лінії, штрихи, об'єкти лишень посилюють це враження на контрасті.

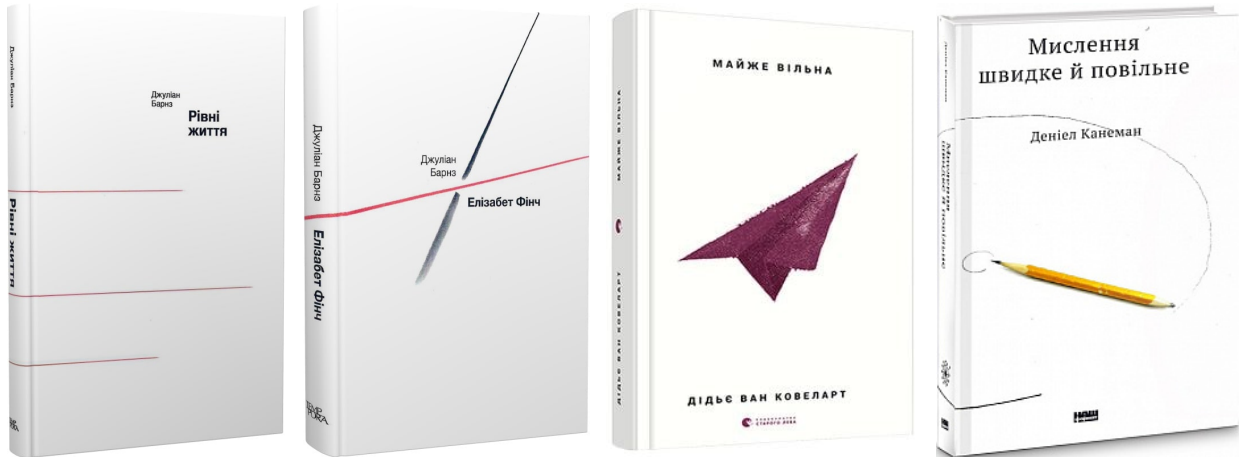


Рис. 1. Обкладинки книжок з неосяжною білою порожнечою

Чи неосяжної, але забарвленої, мальованої, сфотографованої, колажованої, принтованої – див. рис. 2. Треба зауважити, що дизайнер (ілюстратор, фотограф) часто-густо додатково підсилюють враження неосяжності, для чого навмисно вводять до простору порівняно невеликий об'єкт – на обкладинках це відповідно будинок вдалині, дерево на першому плані, впала дівчина внизу сходів і постать українського воїна у промені сонця.



Рис. 2. Обкладинки книжок з неосяжною розчинною порожнечою

Чи графічна порожнеча, навпаки, матиме чітко простежувані візуальні рамки і буде сприйматися як структурована і/або зонована в межах визначеного дизайнером периметру (див. рис. 3). Зонування при цьому може бути симетричним і впорядкованим або, навпаки, асиметричним. Симетричний баланс традиційно будується відносно вертикальної вісі і зазвичай виглядає однаково з обох сторін. Асиметричний баланс не виглядає однаково з обох



сторін, але різні половини – права і ліва, верхня і нижня, ліво-верхня і право-нижня – візуально врівноважені. Дизайнери ще кажуть про «збалансовану асиметрію». Таким чином, можна стверджувати, що симетрія – це баланс через подібність, а тоді як асиметрія – баланс через контраст. Корифеї від дизайну здебільшого віддають перевагу балансу через контраст, себто асиметрії. Наприклад, шрифтороб і книжковий дизайнер Вільям Двігінс аргументував своє уподобання асиметрії так: «Симетрія статична, тобто тиха, тобто непримітна».



Рис. 3. Обкладинки книжок зі структурованою і/або зонованою графічною порожнечою

Досвідчений дизайнер не заповнює порожнечу – він її використовує залежно від типу зв'язку між власне фігурою і тлом довкруг неї. При цьому можливі різні типи такого зв'язку, як-от: стабільне співвідношення фігура/тло, оборотне співвідношення фігура/тло і неоднозначне співвідношення фігура/тло. На рис. 4. зображені обкладинки книжок українських видавництв, за опрацювання обкладинок яких ілюстратори вдалися по незвичний спосіб організації співвідношення фігура/тло, коли тло «несподівано» для читача «утворює» фігуру – жіноче обличчя, силуети дівчини, жінки, чоловіка.



Рис. 4. Обкладинки книжок з творчими варіантами співвідношення фігура/тло

Привертають увагу широкого загалу також обкладинки з неоднозначним вільним простором, коли реальність того, як фінальне зображення формувалося, може не збігатися з читацьким сприйняттям порожнечі тла, як, приміром, на рис. 5. Це темний масив як тло для пейзажу чи це внутрішня стіна печери на тлі пейзажу, який видніється у отвір? Фактурна блакить як тло для зображення обличчя чи це блакитна стіна на тлі обличчя, яке зазирає оком крізь замкову щілину? Це стіна як тло для морського пейзажу чи це стіна на тлі пейзажу?



Рис. 5. Обкладинки книжок з неоднозначним вільним простором

Гарантовано привертають увагу обкладинки книжок з концептуальною експлуатацією простору як на рис. 6. Концептуальні зображення коли більшою, коли меншою мірою, але гарантовано викликають у глядачів когнітивний дисонанс як такі, що порушують стереотипи у сприйманні візуалу – доцільно «придивитися» до концептуального зображення, особливо у стилістиці «trompe l'oeil» («тромплей» або «омана ока»). У дизайні існує чимало способів досягти візуального ефекту «тромплей» – і практично усі ці способи інтригують, отже – гарантовано привертають увагу глядача (Леонард, & Емброуз, 2019, с. 70 – 71).



Рис. 6. Обкладинки книжок з концептуальною експлуатацією простору



Простір також можна, що називається, «поставити з ніг на голову», як на першій обкладинці з рис. 7, або, принаймні «укласти на бік» – у другій, третій і четвертій обкладинках на рис. 7. книжкова вертикальна орієнтація, проте дизайнери розвернули зображення на обкладинках на дев'яносто градусів, як в авиданнях з альбомною орієнтацією.



Рис. 7. Обкладинки книжок зі зміною напрямку розташування простору

Ще один спосіб моделювання простору в дизайн-контексті – це заповнити поле (все або частково), в даному випадку обкладинки, типографічним способом. Такий прийом є дієвим, таким що працює, у випадках, коли необхідно зробити заголовок (або його частину) максимально видимими, такими, що на відстані «впадають в очі».

Усі приклади обкладинок з рис. 8 містять цікаві візуальні прийоми для реалізації поширеного в типографіці прийому «від краю до краю» – і якщо у випадку перших двох обкладинок це очевидне збільшення розміру літер, щоби назва максимально перекрила поле обкладинки, то третя і, особливо, четверта обкладинки – це приклад непересічних і тому візуально інтригуй-захоплюючих візуальних рішень.



Рис. 8. Обкладинки книжок із заповненням типографічним способом

Таким чином, дизайн-аналіз обкладинок сучасних українських видань засвідчує розмаїття способів і методик організації візуального простору на обкладинках. Серед цього «розмаю» трапляються як вдалі, так і менш вдалі, а також відверто невдалі візуальні рішення. Дизайн-реалії засвідчують, що і досвідченому дизайнерові і дизайнерові-новачкові – обом доводиться вдаватися по додаткові дизайн-пошуки за організації вільного простору у будь-якому дизайн-завданні. Адже, якщо текст і зображення мають очевидні причини для включення в дизайн (для замовника, так точно) то використання у той чи інший спосіб простору (порожнечі) – це завжди складніше, оскільки вимагає від дизайнера вміння ясно пояснити та переконливо обґрунтувати переваги використання порожнечі у конкретному дизайн-завданні. Дизайнер хоч-не-хоч потрапляє у своєрідні «лабети». Замовник, з одного боку, як той, хто об'єктивно націлений на збільшення обсягу продажів, вимагає задрукувати у центрі текстом і/або зображенням кожний квадратний сантиметр робочої площини. З іншого боку, замовник, стежачи за візуалом конкурентів, переконується, що ті епізодично або, навіть, регулярно «сповідують» дизайн, у якому залишають багато місця незайнятим (порожнім) – вважається, що вони «сигналізують» у такий спосіб споживачам товарів і послуг про свою ексклюзивність, приналежність до елітного класу, високу якість свого товару чи послуги.

За дизайн-пошуків цікавого візуального рішення для простору вкрай важливо, щоби дизайнер не «змарнував» означуваний простір. При цьому треба мати на увазі, щоби не змарнував не тільки очевидно – наприклад, «перенаситив» робочу площину текстом/зображеннями, а й не змарнував не очевидно – приміром, «механічно» організував порожній простір за принципом «аби був», як-от формально збільшив береги, міжрядковий інтервал, відступи між абзацами тексту.

Уже згаданий вище Вайт (2023, с. 37) влучно зауважив, що «трюїзм у дизайні полягає в тому, що якщо вдало розташувати білий простір, елементи на сторінці матимуть чудовий вигляд, але якщо на сторінці розташувати тільки позитивні елементи, то білий простір неминуче виявиться неефективним і дизайну буде бракувати потужності».

Насамкінець пригадаємо ідеї про можливі сенси, якими можна наділити порожній простір. Це якість (класовість, елітарність; достаток, багатство, розкіш), гармонія (спокій, непорушність), самотність, відсутність.

## Літературні джерела

1. Адамс, Ш. (2022). *Як дизан спонукає нас думати, відчувати, діяти*. Київ: ArtHuss.
2. Беккер, Д. (2021). *Коли менше – насправді більше*. Київ: Рідна Мова.
3. Вайт, А. (2023). *Основи графічного дизайну: Третє видання. Простір, єдність, архітектура сторінки та шрифт*. Київ: ArtHuss.

4. Джей, Ф. (2022). *Радощі мінімалізму. Як позбутися зайвого, привести життя до ладу та зробити його простішим*. Київ: КМ-Букс.
5. Кондо, М. (2020). *Викинь мотлох із життя! Мистецтво прибирання, яке змінить вас назавжди*. Харків: Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля».
6. Лаптон, С., Філіпс, Дж. К. *Графічний дизайн: Нові основи*. Друге видання, змінене і доповнене. Київ: ArtHuss.
7. Леонард, Н., Емброуз, Г. (2019). *Основи. Графічний дизайн 03: Генерування ідей*. Київ: ArtHuss.
8. Рубін, Г. (2020). *Проект Щастя*. Львів: Видавництво Старого Лева.
9. Рубін Г. (2020). *Порядок довкола – спокій у душі*. Львів: Видавництво Старого Лева.

## COMBATTING DEEPPAKES: THE ROLE OF THE PUBLIC AND DESIGN COMMUNITY

Chemerys Hanna <sup>1,2</sup> [0000-0003-3417-9910]

<sup>1</sup> PhD, Associate Professor, Head of Department of Design, Zaporizhzhia National University, Ukraine Anyta.Chemeris@gmail.com

<sup>2</sup> associate researcher, CEFRES (French Research Center in Humanities and Social Sciences), the Czech Republic

**Abstract.** The issue of identifying and differentiating neurocreativity is also addressed, and the potential use of neuroaesthetics technology to enhance the aesthetic level of generative design is explored. In the context of recent advancements in artificial intelligence, such as Midjourney, Stable Diffusion, DALL•E, and Lensa, there is a growing and active discussion on the ethical aspect of utilizing these technologies in the realm of visual art generation. The ethical dimension of using artists' works to train artificial neural networks is thoroughly examined, along with the question of copyright in the context of AI image generation. The author advocates for the need for ethical regulation in this field and proposes opportunities for the application of artificial intelligence in collaborative creative tasks with artists.

**Keywords:** Generative Art, Neural Networks, Artificial Intelligence, Design.

The challenge of integrating creativity into algorithms has become prominent in recent years for AI. Neural networks have demonstrated the ability to generate text, manipulate images, compose music, and even produce visual art. Some experts predict that by 2060, AI might accomplish nearly all tasks currently performed by humans. McKinsey Consulting estimates that approximately 1.1 billion jobs worldwide, with over 100 million in the USA and Europe, could be automated. Certain scientists go so far as to suggest that AI could surpass human capabilities across all domains within the next 50 years.

In a survey conducted by the Boston Consulting Group (2022), internet users expressed concerns about the impact of AI on the job market, with 61% fearing significant disruptions. Additionally, 58% believe that government intervention is necessary to safeguard employment, while 32% worry about the transparency of



decision-making and potential ethical issues related to AI. To identify roles most susceptible to automation, Danish scientist Jens Rasmussen's (1983) three-task category division is considered: skills (physical labor), rules (e.g., accountants, lawyers), and knowledge (50% analytical and creative activities). While automating «skills» may seem complex due to the substantial investment required for robot development, the «rules» category appears more straightforward. Chatbots are already analyzing contracts and challenging illegal fines, with Chat GPT being a notable example.

This analysis suggests that if 50% of current professions can be automated, there's a potential risk of workforce redundancy within a decade, as indicated by the «Will Robots Take My Job» service. This service, based on the «The Future of Employment» report by Carl Benedict Frey and Michael Osborne, predicts the likelihood of AI replacing various professions. According to their findings, both creative and technical roles may transition to computer programs. For instance, the probability of automation replacing interior designers is only 8%, whereas for accountants and financial analysts, it stands at around 50%. AI, like Stable Diffusion, employs a mathematical technique called Diffusion. This approach is utilized to store compressed versions of images, which the AI learns from to subsequently reconstruct and generate new images. In simpler terms, it operates as a contemporary collage maker.

To delve deeper into the diffusion process, let's consider the example of a spiral in the diagram below. Initially, the computer identifies the original spiral image as the foundation. It then undergoes a «diffusion» process, introducing noise until the image becomes completely distorted. Subsequently, the reverse process begins, eliminating the noise to reshape the image back into a spiral. As a result, a duplicate of the original image is produced, albeit with inaccuracies and variations, as the noise introduced during the process slightly modifies the original image (see Figure 1).

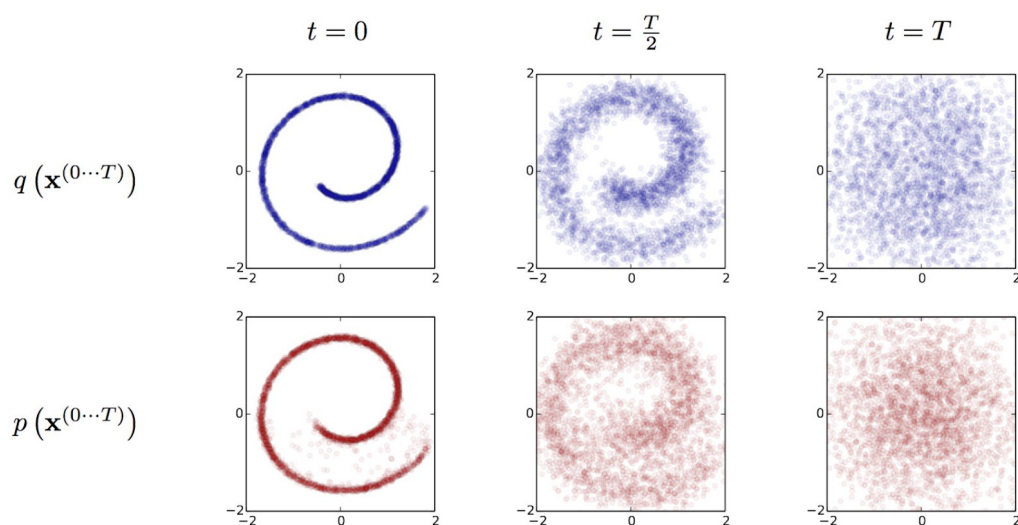


Figure. 1. Illustration of the diffusion process on the example of a spiral. The material is taken from the artists' lawsuit against Stable Diffusion.

The present landscape of AI platforms generating visual art is both remarkable and rapidly expanding, as illustrated in Table 1. Consequently, we aim to conduct a retrospective review of the inception and evolution of the technology utilizing neural networks in the realm of visual art.

The term «artificial intelligence» was first introduced in 1956 by the American scientist John McCarthy. At that time, it emerged as a branch of informatics and a scientific field dedicated to simulating various facets of intelligence through computer systems. Concurrently, there were hypotheses suggesting the possibility of algorithmizing and mechanizing the thought process. Notably, as early as the 13th century, Raymond Lullius developed a logical system, and by the 19th century, various countries were witnessing the emergence of projects involving intelligent and computing machines.

Table 1.

The current landscape of artificial intelligence platforms that generate visual art

Type of iteration	AI Platform
Text-to-Image (T2I)	
Text-to-Video (T2V)	
Text-to-Motion (T2M)	
Text-to-NFT (T2I)	
Text-to-3D (T2D)	

Significant advancements in artificial intelligence (AI) emerged in the mid-20th century, sparking varying attitudes toward the field over the past six decades. During the Cold War, the United States invested in machine translation development. However, the complexity of the task led to its cancellation, shaking confidence in artificial intelligence and marking the onset of the so-called «winter of artificial intelligence» A resurgence occurred in the 2000s.

In the mid-2010s, the first endeavors to generate images from text materialized with the introduction of Generative Adversarial Networks (GANs) (Chamberlain, et al., 2018). GANs constitute a system comprising two artificial neural networks engaged in a competitive process. The generator network produces images based on textual descriptions, while the discriminator network assesses them. During training, the generator's objective is to deceive the discriminator by crafting a synthesized image closely resembling a real one. Simultaneously, the discriminator aims to accurately differentiate between authentic and synthesized images. An illustrative instance of such generation was crafted in 2016 (Figure 2):




Caption	Image
this vibrant red bird has a pointed black beak	
this bird is yellowish orange with black wings	
the bright blue bird has a white colored belly	

Figure 2. An example of a generation created in 2016

Subsequently, various alternative algorithms for generating images from textual queries emerged, including CNN. However, these alternatives did not exhibit a noticeable improvement in quality compared to GANs. The foundation for the Mask R-CNN algorithm, which is a type of Convolutional Neural Network (CNN), was laid (CNN, along with GUN, is responsible for object recognition). This algorithm was employed to «breathe life» into characters from children's drawings, a task that posed challenges for artificial intelligence. On one hand, these drawings did not resemble real people in photographs, yet, on the other hand, they did exhibit certain similarities such as heads, arms, and legs. CNN itself had various subspecies, such as LeNet, AlexNet, VGGNet, and ResNet, each of which underwent improvement through participation in the ImageNet competition. Significant breakthroughs in the realm of text-to-image generation occurred with the introduction of DALL•E and CLIP by OpenAI. These two solutions marked a revolutionary shift in image generation. The DALL•E neural network, based on GPT-3, a third-generation natural language processing algorithm from OpenAI, employs a transformer architecture. This architecture extends the text sequence with specialized image tokens, which are



subsequently transformed into images by another model (decoder). DALL•E demonstrated a substantial leap in the quality of synthesized images compared to previous solutions. Notably, the neural network's remarkable generalization capability allows it to generate examples not encountered during training, effectively expanding its capacity to produce novel and diverse images. An illustrative example of this is OpenAI's distinctive creation of chairs shaped like avocados, which has become a hallmark of their work (Figure 3).



*Figure 3. Avocado-shaped chairs generated by OpenAI*

Upon its release, CLIP garnered less attention compared to DALL•E, but it made a more substantial impact on the advancement of text-to-image generation. CLIP seamlessly connects images with text and comprises two encoders—one for text and one for images. The true surge in the popularity of artificial intelligence took place in 2022, providing users with access to AI tools capable of generating diverse images based on textual descriptions. Unlike DALL•E, developers freely shared trained CLIP resources. Following this, numerous solutions utilizing CLIP, such as BigGAN+CLIP, VQGAN+CLIP, CLIP Guided Diffusion, and others, emerged in the text-to-image domain. Nvidia's GauGAN initially operated at a slower pace and with less precision, and the program was not available for free. Subsequent improvements involved training the neural network on 5 million photos, leading to the launch of GauGAN2. With just three or four words and a rough sketch, the program now produces photorealistic images. Text recognition plays a crucial role in aligning the generated images with the author's intention (Chamberlain, et al., 2018; Ragot, et al., 2020). Users can specify not only materials, time of year, and day but also precisely describe their requirements. However, the algorithm still excels primarily with landscapes and struggles with illogical phrases (Figure 4).

Despite the ongoing debates surrounding artificial intelligence, many AI products disappoint users who have high expectations.



Figure 4. StyleGAN was trained on real photos from Icons8 to generate photorealistic portraits of non-existent people

In 2014, The Grid introduced II Molly, positioning it as a tool for websites that could «create themselves.» The crowdfunding campaign for The Grid managed to collect \$96 per person, but it took several years for the creators to unveil a finished product that ultimately failed to meet the public's expectations. In August 2022, there was a renewed surge in discussions about images generated by the Midjourney neural network. This program creates images based on text requests, and The Economist (2022) even used it to design a cover. However, it required 250 requests to generate a suitable option. Despite this, the neural network demonstrated the ability to produce detailed images in various styles of work. While corporations typically have access to greater computing power, many generative artists prefer open-source solutions. The advantage of such solutions lies in their accessibility, allowing anyone to participate in product development, experiment with its functionality, and contribute to the rapid evolution and improvement of the technologies.

The decision between open-source products and commercial solutions is often influenced by censorship concerns. Companies, having access to AI tools, often implemented «corporate filters» restricting content such as pornography and violence (Hristov, 2016). In contrast to OpenAI DALL•E 2, Stable Diffusion (Figure 5) initially lacked such filters, allowing the generation of images with any content.

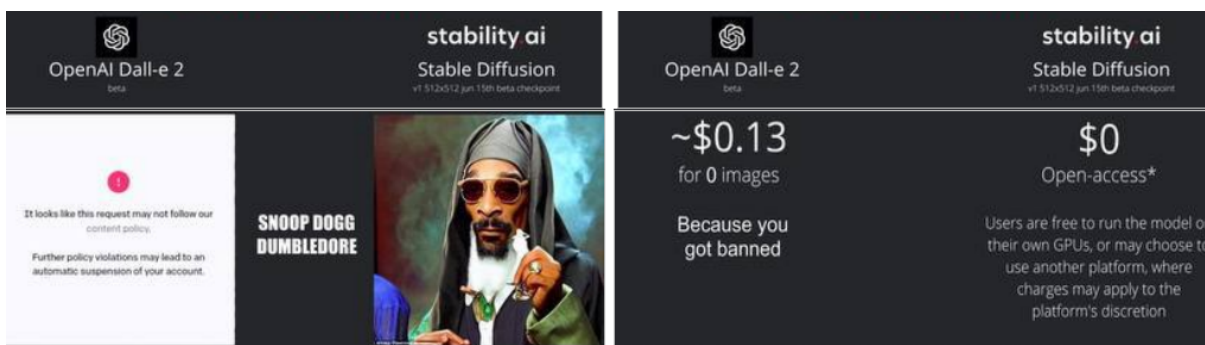


Figure 5. Censorship in DALL•E 2 and its absence in Stable Diffusion



So, for example, OpenAI prohibits the generation of images on «sensitive topics» and enforces blocks after repeated attempts to do so. Additionally, the word «Ukraine» is restricted for text input (Hristov, 2016; Gillotte, 2019).

The announcement of Jason Allen's victory in an art competition, where he created his winning piece with the assistance of the Midjourney neural network, sparked another intense discussion about the ethics of utilizing AI (Figure 6).



*Figure 6. AI work by Jason Allen*

AI advancements, such as Midjourney, Stable Diffusion, DALL•E, and Lensa, have sparked ethical concerns among digital artists. The main issue is the unauthorized use of artists' works to train AI models, leading to copyright violations. AI copies existing images, creating derivative works without permission, resulting in a concealed collage of various authors' works. Artists protest against unethical AI practices, copyright infringement, and cyberbullying, emphasizing their concerns about the devaluation of their work.

This is not a rejection of AI as a technology but a response to specific ethical issues. Platforms like ArtStation faced backlash for displaying AI-generated images alongside artists' originals, prompting manual blocking options. Legal action has been taken, with lawsuits against Stability AI, DeviantArt, and Midjourney for copyright infringement. Artists seek compensation and an injunction against future harm. The copyright infringement issue extends to various creative fields, though visual artists are at the forefront of grappling with AI challenges. Despite the advanced capabilities of AI, it has not replaced living artists entirely. Professionals and discerning viewers can still identify inaccuracies in the work of AI, even though it achieves a high level of image generation, can reproduce various styles, and even recreate traditional

paintings in digital art. Notably, reworkings of iconic works like «Girl with a Pearl Earring» and «Gioconda» exhibit peculiarities, such as a strange shape of the ear or unrealistic perspective (Figure 7).

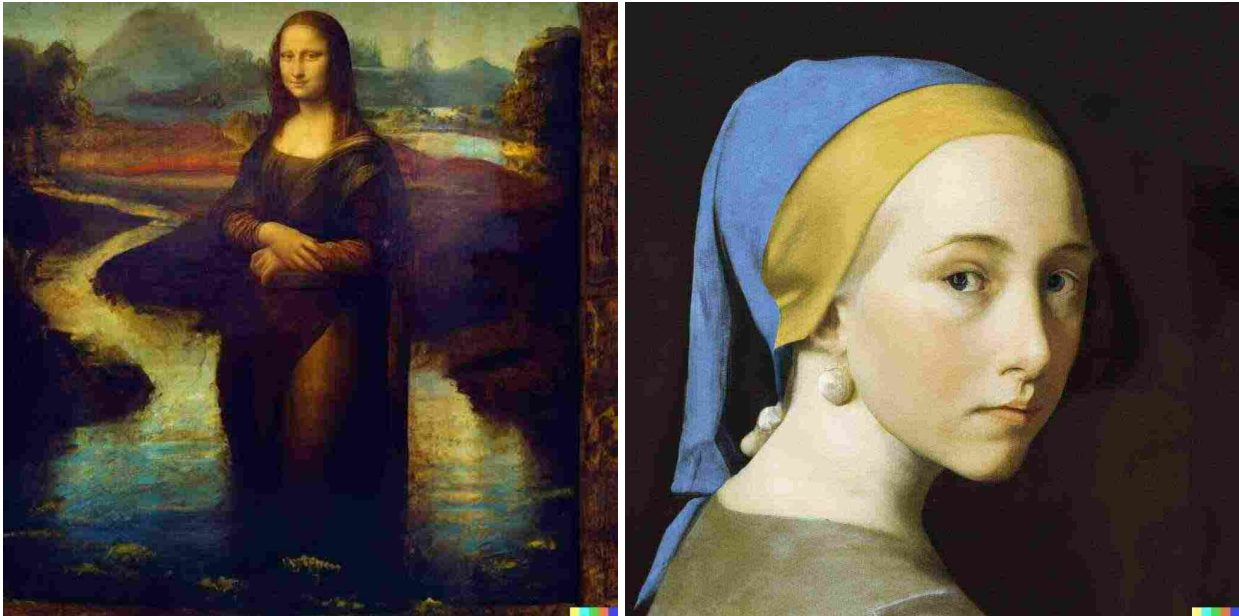


Figure 7. The result of the generation of digital images imitating oil painting technique and style

AI excels in generating design options but lacks empathy and emotional intelligence to understand customer emotions and motivations. Designers, crucial for interpreting ideas, currently face challenges with unregulated AI activities, urging the need for ethical norms in image generation to prevent copyright violations. A solution involves training AI on an artist's personal works to avoid copyright issues, allowing artists to visualize ideas uniquely. Collaborative processes, with neural networks and artists working together, facilitate rapid creation for various applications. Ethical challenges include using authors' works for neural network training and identifying neurocreativity. Training AI to recognize generative art may yield human-like images. Neuroaesthetics technology holds promise in refining AI-generated designs, enhancing aesthetic appeal through insights from neuroscience.

**Funding.** The work is performed within the research CEFRES, UAR 3138 CNRS–MEAE.

## References

1. Chemerys, H. (2023). Truth & Trust in the Age of Deepfakes: Recognize & Overcome. *Українські студії в європейському контексті: зб. наук. пр.*, 7, 403-407. DOI: 10.31110/2710-3730/2023-7.
2. Chemerys, H., Briantseva, H. V., & Briantsev, O. A. (2021). The Urgency of the Problem Synthetically Reproduced Media Content. *International scientific conference «Interaction of culture, science and art in terms of moral development of modern European society»: conference proceedings*. Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 85-88. DOI:

- 10.30525/978-9934-26-178-7-20.
3. Boston Consulting Group. (2022). 60% of Employees Using AI Regard It as a Coworker, Not a Job Threat (BCG). URL: <https://www.bcg.com/press/1november2022-employees-using-ai-regard-as-coworker-not-job-threat>.
  4. Rasmussen, J. (1983). Skills, Rules, and Knowledge; Signals, Signs, and Symbols, and Other Distinctions in Human Performance Models. *IEEE Transactions On Systems, Man, and Cybernetics*, 3(3). URL: <https://www.iwolm.com/wp-content/downloads/SkillsRulesAndKnowledge-Rasmussen.pdf>.
  5. Chamberlain, R., Mullin, C., Scheerlinck, B., & Wagemans, J. (2018). Putting the art in artificial: Aesthetic responses to computer-generated art. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 12(2), 177.
  6. Ragot, M., Martin, N., & Cojean, S. (2020). Ai-generated vs. human artworks: A perception bias towards artificial intelligence? *Extended abstracts of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems*, 1-10.
  7. The economist, (2022). How a computer designed this week's cover. URL: <https://www.economist.com/news/2022/06/11/how-a-computer-designed-this-weeks-cover>
  8. Hristov, K. (2016). Artificial intelligence and the copyright dilemma. *Idea: The Intellectual Property Law Review*, 57(3), 431. URL: <https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/idea57&div=21&id=&page>
  9. Gillotte, J. L. (2019). Copyright infringement in AI-generated artworks. *UC Davis Law Review*, 53, 2655.
  10. Andersen, S. (2022). The Alt-Right Manipulated My Comic. Then A.I. Claimed It. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2022/12/31/opinion/sarah-andersen-how-algorithm-took-my-work.html>
  11. The Digital Millennium Copyright Act of 1998 U.S. Copyright Office Summary. (1998). Retrieved from <https://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf>
  12. Yanisky-Ravid, S. (2017). Generating Rembrandt: Artificial Intelligence, Copyright, and Accountability in the 3A Era: The Human-like Authors Are Already Here: A New Model. *Mich. St. L. Rev.*, 659.
  13. Zhang, B., & Romainoor, N. H. (2023). Research on Artificial Intelligence in New Year Prints: The Application of the Generated Pop Art Style Images on Cultural and Creative Products. *Applied Sciences*, 13(2), 1082.

## СТВОРЕННЯ ТА ВИРОБНИЦТВО АРТБУКУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МИСТЕЦЬКОГО ПІДХОДУ ТА УНІКАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ

Вересова Влада <sup>1</sup>, Брянцева Ганна <sup>2</sup> [0000-0002-9689-8497]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна, vlada.veresova22@gmail.com

<sup>2</sup> кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Співки дизайнерів України, Україна, bganna@ukr.net

**Анотація.** В статті досліджено особливості створення та виробництва артбуків – як частини книжкової продукції через призму мистецького підходу та унікального дизайну. Аналізується арт-книга як амбасадор відсутності творчих рамок та нетиповий мистецький витвір, що задає тенденції у сфері видавничої справи та книгорозповсюдження. Розглядаються переваги над іншими виданнями, функціональний ряд артбуку з переліком його аспектів, певні відмінності його від загальнопоширеного типу книжкової продукції. Особливу увагу звернено на матеріали для створення артбуку та ідейно-тематичні засади. Провідним мотивом в дослідженні слугує відсутність меж, використання неканонічних технічних рішень автора, поєднання візуальних та текстових елементів. Розглядаються причинно-наслідковий зв'язок стрімкого розвитку артбуків на сьогоднішній день. Висновки підкреслюють, нетиповість та унікальність проектування артбуку як частини царини видавничої справи, завдяки вільному простору для художніх експериментів та будь-яких творчих задумів.

**Ключові слова:** книжкова продукція, творчий задум, візуальний образ, ілюстрація, варіативність, індивідуальність, мистецький об'єкт.

Артбук як частина царини сучасної видавничої справи увійшов в моду завдяки західним митцям. А чи обов'язково треба бути майстром з високими художніми навичками для того, щоб створити аналогічний витвір мистецтва? Переважна більшість з нас в дитинстві вели свої власні щоденники, різноманітні альбоми з текстами віршів, збірники пісень. В них ми додавали рядки, які захопили, і сторінки прикрашали за вказівкою уяви. Зараз цей підхід знаходить друге життя під новою назвою (#ТЕГ - Part 2. #ТЕГ).



Артбук – це одна з небагатьох книжкових продукцій, яку можна створити власноруч. Для цього необхідно мати при собі натхнення, а для виготовлення можна використовувати як звичайний зошит, блокнот, пластилін, тканину, в залежності від поставленої мети. Такий чималий вибір матеріалів для виробництва артбуку маємо саме тому, що жанр не є чітким та окресленим, він позбавлений меж та відкритий для будь-яких творчих задумів. Майстри створюють книгу, вибираючи потрібний папір, роблять унікальні дизайни розворотів та ексклюзивні обкладинки (#ТЕГ - Part 2. #ТЕГ).

На сьогоднішній день виробництво артбуків зазнає стрімкого розвитку і активно набирає оберти. Цей процес обумовлений тим, що читацька аудиторія все більше надає перевагу виданням, які містять не лише текст, а й ілюстрації та зображення. І це не дивно, адже сучасна тенденція популяризації будь-якої інформації за допомогою візуальних інструментів цілком природня. За словами Світлани Підпригорої, такий феномен найчастіше знаходить відображення у багатьох сферах, які напряму пов'язані з мистецтвом та літературою. Так мовленнєва форма демонструється через призму візуальних образів, які або взаємодіють, або ж породжують цілком новий графічний формат. Представником вищезазначених нововведень якраз і є артбук (Підпригора, 2018, с. 44).

Жанр артбуку є варіативним, це допомагає йому бути мистецьким об'єктом та місцем реалізації художніх експериментів.

Артбук може бути носієм різноманітної інформації, наприклад в нього записують нотатки щодо планів, враження прожитого дня. Розвороти цієї рукотворної книги наповнюються малюнками, які можуть бути або схематичними, або детально промальованими. Головне, щоб зображення передавали сутність переживань, відображали настрої та ідею автора (#ТЕГ - Part 2. #ТЕГ).

Можна використовувати вирізане з журналу фото, працюючи в стилі деколаж або предмети філателії, гербарій, чеки з кафе, де відбулася затишна зустріч з друзями або квитки в кіно. Все залежить від митця та його бажаного кінцевого результату (#ТЕГ - Part 2. #ТЕГ).

Арт-книги часто порівнюють з іншими типами видань, такими як альбоми, подарункові видання, книжки-іграшки та інші. Навіть при неоднозначності та різноманітності тлумачень цього поняття, ми визначили, що арт-книга, яка є одним із видів книжкової продукції, включає унікальні видання, основними складовими яких є передусім зображення або ілюстрації, виготовлені в межах однієї або кількох тем (Мільчевич, 2020, с. 536).

Сучасні артбуки є невід'ємними елементами творчої та мистецької індустрії, а тому слугують першокласним дизайнерським та редакторським витвором (Мільчевич, 2020, с. 536).



На думку Анни Бідун, саме значна перевага візуальних та образних інструментів дозволяє нам проаналізувати та звернути увагу на видання, які мають певні відмінності від загальнопоширеного типу книжкової продукції. Вони відрізняються від інших насамперед своєю унікальною структурою, мають значні відмінності, які не пов'язані із канонічними уособленнями. Зазвичай такі видання й пропонують йменувати артбуками (Бідун, 2019, с. 58).

У процесі нашого дослідження ми визначили, що жанр артбук є представником незвичайного замислу, унікального проектування та нетипових рішень автора.

Вищезазначені твердження також стосуються вибору тематики артбуків. Це можуть бути як і тревелбуки з нотатками мандрівника, сімейні хроніки, карти бажань, філософські роздуми. Це лише невелика низка варіантів з загального обсягу тем (#ТЕГ - Part 2. #ТЕГ).

І навіть їх не обов'язково суворо дотримуватися, адже такий щоденник – це відображення індивідуальності, а не дотримання чітких правил (#ТЕГ - Part 2. #ТЕГ).

Функціональний ряд артбуку теж відіграє важливу роль, ключовими аспектами є естетика, інновації та креативність. Завдяки ним арт-книга і дає змогу редакційному колективу шукати нові, нетрадиційні межі, використовувати неканонічні технічні рішення, поєднувати візуальні та текстові елементи (Бідун, 2019, с. 61).

Підбиваючи підсумки здійснених нами досліджень, артбук - це книжкова продукція, що є амбасадором відсутності творчих рамок, уособлює нетипові мистецькі витвори, що задають тенденції у сфері видавничої справи та книгорозповсюдження, мають значні переваги над іншими виданнями, завдяки вільному простору для художніх експериментів та будь-яких творчих задумів та тому потребують детальнішого вивчення редакторами та науковцями з усього світу (Бідун, 2019, с. 92).

## Літературні джерела

1. Артбуки – що таке і як їх роблять своїми руками? | #ТЕГ - Part 2. #ТЕГ |. URL: <http://teg.com.ua/artbyki-sho-take-i-iak-yih-roblat-svoyimi-rykami/2/> (дата звернення: 03.12.2023).
2. Підпригора, С. (2018). Артбук у просторі літератури: художні особливості. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Філологічні науки (мовознавство та літературознавство)*, 10, 44-50. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu\\_8\\_2018\\_10\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_8_2018_10_12)
3. Мільчевич, С. І. (2020). Комерційний артбук: виокремлення терміну та стилістичні особливості продукту. *Молодий вчений. Мистецтвознавство*, №4 (80), 533-538.
4. Бідун, А. В. (2019). Типологічна специфіка артбуку як особливого виду книжкового контенту. *Science and education a new dimension. Humanities and Social Sciences*, №VII (32), 58 - 61.
5. Бідун, А. В. (2019). Артбук у теоретичному вимірі й у системі практик редактора. *Наукові записки Інституту журналістики*, №1 (74), 78-94.

## СТІМПАНК В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Винник Марія <sup>1</sup>, Борисов Вячеслав <sup>2</sup> [0000-0002-3117-2118]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти 4 курсу спеціальності 022 Дизайн, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», м. Полтава, Україна

<sup>2</sup> доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри дизайну навчально-наукового інституту культури і мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна,  
borysow13@gmail.com

**Анотація.** Досліджений стиль стімпанк в графічному дизайні. Висвітлено його виникнення, розвиток та становлення в медіа-культурі, мистецтві та дизайні. Розглянуті особливості та деталі жанру.

**Ключові слова:** графічний дизайн, стімпанк, локалізація, сеттінг.

**Вступ.** Стімпанк дизайн сягає корінням у наукову фантастику і з'являється в суспільному медіа, як інструмент зображення особливої естетики в багатьох галузях та жанрах творчості. Його творчий підхід, де ретро зустрічається з майбутнім, породив унікальний стиль, який не забувається швидко і популярний, не тільки як жанр, але й рух, в багатьох країнах світу. Миттєво впізнаваний, стімпанк значною мірою покладається на поєднання історії та парової техніки, щоб створити вишуканий вигляд у всьому, до чого він торкається.

**Постановка завдання.** Аналіз жанру стімпанк в рамках його шляху та становлення в графічному дизайні; порушення питання інтеграції та локалізації відомих жанрів на вітчизняний ринок.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Стімпанк – це зростаюча субкультура, яка існує принаймні з 1980-х років. Жанр використовує 19-е століття як фон (часто з вікторіанським ухилом або Диким Заходом) і зосереджується на вигаданому світі, де парова сила править світом і створює нову індустріальну еру.

Термін «стімпанк» був введений К. В. Джетером у 1987 році, коли він намагався знайти відповідний опис цього стилю літератури. Це була пародія на назву «кіберпанк», ще один популярний жанр того часу.

Термін закріпився й став широкою парасолькою, під яку потрапили дизайн, мистецтво, мода та культура, натхненні цією сумішню вікторіанських і футуристичних елементів (HowStuffWorks, 2008). Багато візуалізацій стімпанку беруть свій початок, серед іншого, з фільму Уолта Діснея «20 000 льє під водою» (1954), включаючи дизайн підводного човна «Наутілус», його інтер'єри та підводне спорядження екіпажу; і фільм Джорджа Пала «Машина часу» (1960), особливо дизайн самої машини часу (див. рис. 1).



Рис. 1. Кадри з кінострічок «Машина часу» (1960) та «20 000 льє під водою» (1954) Джерело: <https://kinobaza.com.ua/titles>

Стімпанк надихає нас уявити інший час із надзвичайно фантастичними, ностальгічними та часто надуманими результатами, недарма в дизайні стімпанк підкреслюють баланс між формою та функціональністю. У цьому він схожий на рух мистецтв і ремесел. Естетику можна впізнати миттєво, вона часто використовує вінтажний підхід до форм і функцій — обертові шестерні, газові ліхтарі, невікторіанські вбрання, — які повертають вас у фантастичне минуле.

Головні деталі естетики стімпанку:

- Сильний вплив вікторіанської епохи, історично достовірний чи альтернативна уява
- Машинна технологія, яка обмежується епохою Вікторії: котушки Тесла, механізми, що працюють на парі, конденсатори, гідравліка тощо.
- Непрактичні перебільшення (наприклад: автомобіль-павук Дикого Дикого Заходу)
- Фантастичні літаючі апарати (згадаймо, це прямо з ескізів Леонардо Да Вінчі)
- Баланс між формою та функціональністю, що означає, що розкішні штрихи не нехтують на користь практичного дизайну
- Теми, які включають лицарство, романтизм і чесноти старої школи
- Погляди на те, як минуле уявляло майбутнє
- Приглушені кольори на протигагу гучним
- Нейтральні кольори (чорний, білий, коричневий, сірий), які періодично прикрашають сині або червоні кольори (99 designs, 2016).



У широко розповсюдженому записі в блозі 2010 року автор наукової фантастики Чарльз Стросс мудро сказав, що стімпанк «це не що інше, як те, що відбувається, коли готи відкривають коричневий колір» (Schenker, 2021).

Розвиваючись в літературних, субкультурних та медійних напрямках, своє, більш стійке місце та значення в графічному дизайні, стімпанк набув доволі пізно, разом із розвиненням його політики та бачення історії.

До 1990-х років естетика стімпанку проникла у візуальне мистецтво, і художники почали створювати фізичні зображення цього уявного світу. Від скульптур із шестерень і частин годинника до фантастичних картин дирижаблів багата складність всесвіту стімпанку почала набувати форми. Так народилося уявлення про мистецтво та стімпанк-дизайну: поєднання естетики вікторіанської епохи з футуристичними елементами (Schenker, 2021).

В 2007 році радикальний колектив Catastrophone Orchestra заснував Steampunk Magazine (див. рис. 2) - онлайн-овий та друкований піврічний журнал, присвячений субкультурі стімпанку, який існував до 2016 року. Він видавався за ліцензією Creative Commons і був безкоштовним для завантаження. На власному веб-сайті, Catastrophone Orchestra зазначували, що в них є досить широке тлумачення того, що можна вважати стімпанком, протистояти прагненню обмежити себе та створити «чисте» визначення слова. Вони публікували статті з інструкціями «зроби сам», есе про моду, історичні трактати, висловлювання, роботи художників та дизайнерів, маніфести і усе, що, на їх думку, могло прислужитися ширшій спільноті стімпанку.

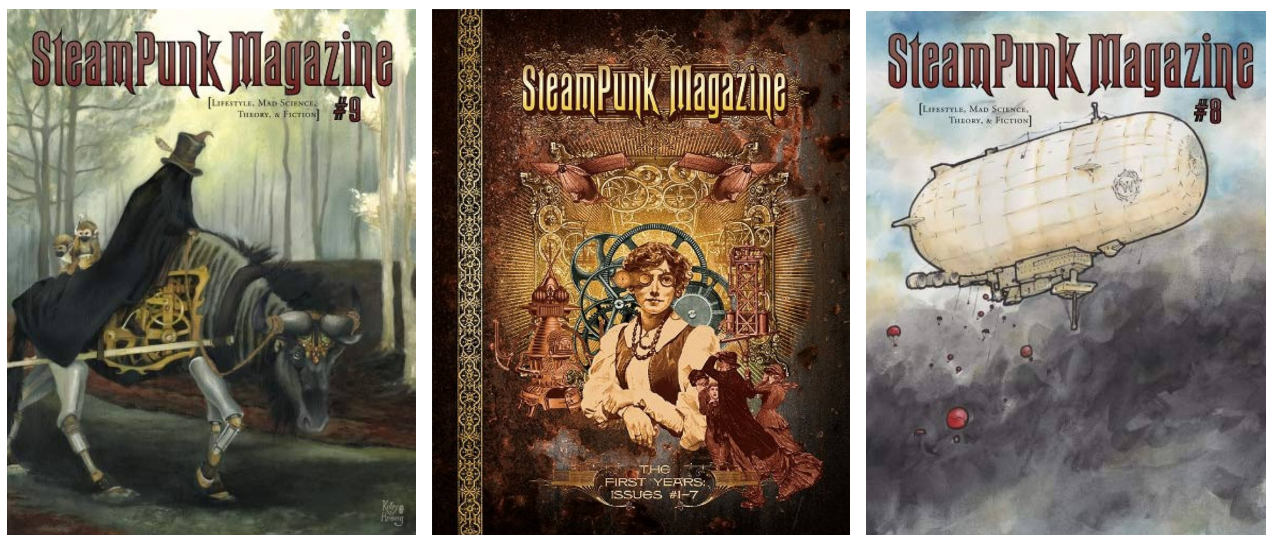


Рис. 2. Обкладинки журналу Steampunk Magazine; Джерело: <https://www.amazon.com/Steampunk-Magazine-9-Margaret-Killjoy/dp/1938660072>

З жовтня 2009 року по лютий 2010 року в Музеї історії науки в Оксфорді відбулася перша велика виставка арт-об'єктів у стилі стімпанк, куратором і розробником якого став нью-йоркський художник і дизайнер Арт Донован, який також виставив власне «електрофутуристичне» освітлення. Скульптури та представлені доктором Джимом Беннетом, директором музею. Ця виставка

демонструвала роботи вісімнадцяти художників стімпанку з усього світу, від перероблених практичних предметів до фантастичних пристосувань. Виставка виявилася найуспішнішою та найвідвідуванішою за всю історію музею та зібрала понад вісімдесят тисяч відвідувачів. Подію детально описав куратор Донован в офіційному журналі художників The Art of Steampunk.

У листопаді 2010 року в Оамару, Нова Зеландія, Демієн Макнамара відкрив бібліотечну галерею стімпанку. Створений із пап'є-маше, щоб нагадувати велику печеру, і наповнений промисловим обладнанням минулих часів, променевими рушницями та загальними примхами стімпанку, його мета — надати місце для стімпанкерів у регіоні, де вони можуть виставляти витвори мистецтва для продажу протягом усього року. Через рік у колишній будівлі зернового елеватора Мікса через дорогу від The Woolstore була відкрита більш постійна галерея Steampunk HQ, яка з тих пір стала помітною туристичною визначною пам'яткою для Оамару (див. рис. 5) (Ainge Roy, 2016).



*Рис. 4 Стімпанк-локомотив перед галереєю Steampunk HQ у Новій Зеландії;  
Джерело: <https://www.discoverwalks.com/blog/new-zealand/top-10-interesting-facts-about-steampunk-hq/>*

Дизайнерський рух стімпанку, насправді, вражає очі. Наразі можна відчутти, що його візуальні ефекти — це суміш старовинної школи та майбутнього, ретро та технологій. Таким чином, він знаходиться на тій самій хвилі, що й інші тенденції дизайну, які поєднують старе й нове, наприклад ретро-футуризм. Ще одна цікава паралель – це рух мистецтв і ремесел, який був великим у Північній Америці та Європі ще наприкінці 19-го та на початку 20-го століть. Звичайно, те, де цей рух дизайну різко розходиться з історією, полягає в його яскравій концептуалізації та перебільшенні технологій у цих історичних умовах. Саме цей майже парадоксальний зв'язок надає цьому руху такої візуально сліпучої естетики, яка одночасно є класичною та футуристичною (для свого часу).



Сучасний погляд на мистецтво та ремесла — це стиль Americana, який, як і мистецтво та ремесла, демонструє тонкий баланс форми та функції, який підтримує стімпанк (DaisyBlog, 2023).

Сьогодні мистецтво стімпанк — це не тільки процвітаючий жанр із відданою спільнотою художників та ентузіастів по всьому світу, але й ціле інтернаціональне явище. Його унікальне поєднання історії та фантазії продовжує надихати та захоплювати людей по всьому світу, доводячи, що іноді минуле та майбутнє можуть чудово співіснувати. Проводяться великі заходи, продовжують створюватися та популізовуватися, не тільки тематичні журнали чи вироби від художників, але також велика кількість стилізованої продукції; одяг, сувенірна продукція, комп'ютерні, настільні та карткові ігри.

**Висновки.** На сьогоднішній день існує питання локалізації не тільки стімпанк-стилізованих, але й, загалом, тематичних ігр, зокрема в східноєвропейських державах та Україні. Локалізація популяризованих стилей, надасть вітчизняному споживачу змогу познайомитись з новими жанрами та розширити уявлення про можливі фентезійні сетінги через цікаву, розважальну форму.

## Літературні джерела

1. How Steampunk Works (2008). HowStuffWorks. URL : <https://people.howstuffworks.com/steampunk.htm#pt4>
2. 99 designs (2016). Steampunk design: Imagining a futuristic past. By Workerbee. URL : <https://99designs.com/blog/creative-inspiration/steampunk-design/>
3. Schenker, M. (2021). Design Trend Report: Steampunk Design, URL : <https://creativemarket.com/blog/design-trend-steampunk>
4. Ainge Roy, E. (2016). How an ordinary New Zealand town became steampunk capital of the world (англ.). the Guardian URL : <https://www.theguardian.com/world/2016/aug/30/new-zealand-town-oamaru-steampunk-capital-of-the-world>
5. DaisyBlog (2023). Steampunk Art: Merging Victorian Aesthetics & Future Elements, by Daisie Team. URL : <https://blog.daisie.com/steampunk-art-merging-victorian-aesthetics-future-elements/>

## ДИЗАЙН ЛАНДШАФТІВ ДЛЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

Гаврилук Артур <sup>1</sup>, Ковальчук Майя <sup>2</sup> [0000-0001-7273-5872]

<sup>1</sup> здобувач вищої освіти, Поліський національний університет, Україна,

<sup>2</sup> кандидат педагогічних наук, доцент кафедри КТіМС, Поліський національний університет

**Анотація.** Дослідження ландшафтного дизайну розглядає естетику, географію, геймплей, іммерсію та архітектурний дизайн. Ландшафти визначають географію ігрового світу, впливають на стратегію гравців та надають можливості для дослідження. З допомогою різних ігрових движків, таких як Unreal Engine, Unity та CryEngine, дизайнери створюють реалістичні терени, використовуючи текстури, анімацію та освітлення. Дизайн ландшафтів важливий для створення атмосфери, контексту і можливостей для взаємодії в ігрових світах, і його оптимізація грає ключову роль у забезпеченні плавної роботи гри на різних платформах.

**Ключові слова:** Ландшафтний дизайн, геймплей, іммерсія, географія ігрового світу, оптимізація.

Ландшафти в комп'ютерних іграх є не лише естетичним елементом, але й важливою частиною геймплею. Вони створюють атмосферу, впливають на іммерсію та ігровий досвід. Ці структури дозволяють розширювати межі гри, надаючи простір для дослідження та стратегічного планування. Ландшафти визначають географію ігрового світу, впливають на бойову тактику та взаємодію з іншими гравцями. Важливість ландшафтів у комп'ютерних іграх полягає в їхньому впливі на геймплей та здатності створювати неповторні враження для кожного гравця.

Ландшафтний дизайн в комп'ютерних іграх у межах нашого дослідження розглянемо з кількох ключових аспектів:

Естетика та атмосфера: ландшафти визначають візуальний стиль гри і створюють атмосферу; вони можуть бути футуристичними містами, фентезійними світами чи реалістичними природними пейзажами.

Географія та терейн: дизайн ландшафту визначає географію гри, включаючи гори, річки, ліси тощо. Рельєф терену впливає на рух гравців і може бути використаний для стратегічного планування.

Геймплейні можливості: ландшафти створюють можливості для геймплею, такі як приховані місця, високі точки для стрільби, природні перешкоди тощо.

Іммерсія та нарратив: ландшафти можуть слугувати як розповідь, розкриваючи історію гри через своє розташування та елементи середовища.

Архітектурний дизайн: у місцях із складною архітектурою ландшафт стає важливою частиною дизайну, підкреслюючи структури та впливаючи на навігацію гравців.

Динаміка та змінність: ландшафти можуть змінюватися впродовж гри, створюючи динаміку і викликаючи нові виклики для гравців.

Тематичні елементи: в залежності від жанру гри, ландшафти можуть містити тематичні елементи, такі як науково-фантастичні споруди, середньовічні замки або постапокаліптичні пейзажі.

Загалом, дизайн ландшафту у комп'ютерних іграх є складним балансом між естетикою, геймплейом та іммерсією, спрямованим на створення унікального та захоплюючого світу для гравців.

Дизайн ландшафтів у ігрових движках – це процес створення та реалізації великомасштабних оточень для комп'ютерних ігор із застосуванням геометричної моделі для представлення терену. Вона може бути створена за допомогою сітки (mesh), heightmap або інших методів, залежно від потреб гри.

Для надання ландшафту реалістичності використовують різноманітні текстури та матеріали, що визначають, як поверхні реагують на світло та інші зовнішні впливи. Для створення природного вигляду ландшафту важливо враховувати такі елементи, як траву, дерева та інші рослини, а для додаткового реалізму можна використовувати анімацію (рух трави, листя під поривом вітру).

Багато ігрових движків мають вбудовані редактори ландшафту, що дозволяють дизайнерам формувати та редагувати терен. Ці інструменти можуть включати пензлі для моделювання, видалення або підняття терену.

Для додання глибини та настрою ландшафту використовують освітлення, що дозволяє створити бажаний ефект, використовуючи різні налаштування для світлових джерел, тіней та кольорової палітри.

Оскільки ландшафти можуть бути великими та вимагати значних ресурсів, оптимізація грає ключову роль у забезпеченні плавної роботи гри на різних конфігураціях обладнання.

У різних ігрових движках є переваги і недоліки у редакторах ландшафтів, ось деякі із них:

Unreal Engine має потужний редактор ландшафту, який дозволяє створювати деталізовані та реалістичні терени. Його інструменти включають пензлі для малювання та редакції терену, різноманітні шари текстур, а також вбудовані функції для моделювання гір та кратерів. Однак, для новачків редактор може виявитися складним у засвоєнні через велику кількість функцій та налаштувань.

Unity має простий та інтуїтивний редактор ландшафту, особливо для базових завдань. Його інструменти включають пензлі для висадження та розташування об'єктів, а також можливості для налаштування терену. Зазвичай вважається менш потужним порівняно з Unreal Engine, особливо щодо деталізації терену.

CryEngine славиться своєю вражаючою графікою та фізикою, включаючи природний рух води та реалістичні об'єкти ландшафту. Редактор ландшафту дозволяє створювати великі та деталізовані терени. Інтерфейс може виявитися складним для новачків, а також CryEngine може бути вимогливим щодо ресурсів обладнання.

Кожен ігровий движок має свої переваги та обмеження, і вибір залежить від конкретних потреб та вимог проекту. Однак, дизайн ландшафтів у іграх є важливим, оскільки він виконує ряд функцій:

- Створює атмосферу і настрій – ландшафт може налаштувати настрій гри, передаючи певні емоції або відчуття. Наприклад, темний і похмурий ландшафт може створити атмосферу тривоги або страху, а світлий і яскравий ландшафт може створити атмосферу радості або щастя.

- Надає контекст ігровому світу – ландшафт допомагає гравцям зрозуміти, де вони знаходяться і що їх оточує. Він також може надати гравцям інформацію про історію і культуру ігрового світу.

- Пропонує гравцям можливості для взаємодії – ландшафт може бути використаний для створення перешкод і пасток, які гравці повинні подолати. Він також може бути використаний для створення ресурсів і бонусів, які гравці можуть зібрати.

Дизайн ландшафтів є складним і творчим завданням, яке вимагає від розробників розуміння ігрового процесу, естетики і психології гравців.

## Літературні джерела

1. Holden, R., & Liversedge, J. (2014). *Landscape Architecture: An Introduction*. Laurence King Publishing; Illustrated edition
2. Venhaus, H. L. (2012). *Designing the Sustainable Site: Integrated Design Strategies for Small Scale Sites and Residential Landscapes* (1st ed.). Wiley.
3. Hopper, L. J. (Ed.). (2007). *Landscape Architectural Graphic Standards: Student Edition* (Student edition). Wiley.
4. Cantrell, B., & Michaels, W. (2010). *Digital Drawing for Landscape Architecture: Contemporary Techniques and Tools for Digital Representation in Site Design* (1st ed.). Wiley.
5. Harris, C., & Dines, N. (1997). *Time-Saver Standards for Landscape Architecture* (2nd ed.). McGraw Hill.

## СУЧАСНИЙ СТАН ІНФОРМАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ

Ганзіна Владислава <sup>1</sup>, Брянцев Олександр <sup>2</sup> [0000-0002-9220-0653]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет,  
Україна vladislava.ganzina@gmail.com

<sup>2</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,  
член спілки дизайнерів України,  
Україна, albrypaper@gmail.com

**Анотація.** В статті проведено короткий огляд інформаційного дизайну, Проаналізовано поняття інформаційного дизайну, як процес пошуку нових зручних візуальних форм передачі кількісних даних з виявленням відповідних характеристик. Проведено огляд сучасних тенденцій, розуміння інформаційного дизайну у контексті електронних ресурсів. Визначається походження терміну «ілюстрація» та розглядається роль ілюстрацій у різних періодах культури, від стародавнього Єгипту та Античності до Середньовіччя та періоду Відродження. Розглянуто визначення та функції інформаційного дизайну, описуючи його етапи від функціональних та естетичних принципів до використання технологій віртуальної та доповненої реальності.

**Ключові слова:** дизайн, інформаційний дизайн, дизайн інформації.

Вважається, що історично графічна комунікація розпочалася в середині XVII століття, коли голландський картограф Міхаель Флоран ван Лангрєн створив першу таблицю статистичних даних, яка показувала оцінку відстані від Рима до Толедо. Пізніше у 1786 року Вільям Плейфер винайшов комерційно-політичний атлас, що представляє розвиток торгівлі, доходи, витрати та борги Англії протягом усього вісімнадцятого століття. А у XIX столітті, для відображення даних, графіка знайшла нові застосування для відстеження спалахів захворювань і розуміння соціальних проблем. Френдлі та Вейнер стверджували, що вибух у графічній комунікації одночасно підкріпив і сприяв когнітивній революції, візуальному мисленню. А в період останніх століття люди зрозуміли, що інформацію можна передати ефективніше за допомогою візуальних дисплеїв, ніж за допомогою слів або таблиць чисел (Friendly & Wainer, 2021).

Змінилося і розуміння інформаційного дизайну, різні дослідники висувають своє бачення, так О. Соколов (2016) стверджує, що інформаційний дизайн



ґрунтується на функціональних і естетичних принципах. Основною метою інформаційного дизайну є ясність комунікації. Важливо, щоб відправник забезпечував точність передавання повідомлення, а одержувач міг правильно його зрозуміти. Не менш важливим є забезпечення зменшення вартості повідомлення за умови збереження його високої якості. Джеф Раскін, спеціаліст з комп'ютерних інтерфейсів, вважає, що термін «інформаційний дизайн» не є коректним, оскільки інформацію не можна проектувати, на відміну від засобів її передавання та подавання, а Г. Шуллер наводить формулу інформаційного дизайну в якій поєднує складність, міждисциплінарність та експеримент. Де за складністю розуміється - системне мислення і поєднання аналітичних, редакторських і графічних здібностей дизайнера, вивчення людського сприйняття та культурних обставин. Міждисциплінарність виражена, шляхом поєднання один з одним навичок графічного дизайну, 3D дизайну, цифрових медіа, когнітивної науки, теорії інформації та культурології. Експерименти з новими поняттями і графічними рішеннями, кількістю інформації в нашому повсякденному житті постійно збільшує і постійно змінює структуру інформаційного дизайну (Schuller, 2007).

Ми дотримуємося думки Пауля Кана, який визначає інформаційний дизайн, як процес формування та проектування великих колекцій інформації, щоб зробити їх корисними. І справа не обов'язково стосується креативного візуального подання кількісних даних, основна формула полягає у зручності подальшого використання. Інформаційний дизайн - це пошук нових зручних візуальних способів передачі складної форми кількісних даних з виявленням відповідних характеристик загального масиву даних (Kahn, 2001).

З огляду на стрімкий розвиток технологій важливо відзначити роль взаємодії дизайнерів та програмістів у сучасному інформаційному дизайні. Цей синергетичний підхід дозволяє створювати не лише естетично привабливий дизайн, але й забезпечувати його функціональність та технічну реалізацію. Сучасний технологічний розвиток веб-додатків, на нашу думку, реалізував можливості обробки інформації, зробивши відповідні інструменти доступними кожному користувачеві. Дослідження Пауля Кана разом з Паоло Куцареллі наочно демонструє сучасні форми графічного подання інформації. Мінімалізм, лаконічність та інтерактивність стали ключовими тенденціями в інформаційному дизайні. Використання шаблонної графіки та інтуїтивно зрозумілих елементів, надали можливості швидко і легко обробляти інформацію залучаючи регламентований набір елементів у зручних комбінаціях (Ciuccarelli & Kahn, 2021).

Важливо також враховувати етичні питання при створенні інформаційного дизайну, вважає О. Соболев (1972) зокрема, відповідальне використання даних та збереження приватності. Це стає особливо актуальним у зв'язку із зростанням обсягів зібраних та оброблених даних в онлайн середовищі.

Інформаційні дизайнери вирішують складні інформаційні проблеми, щоб

забезпечити споживача максимальним розумінням і успіхом. Важливо, щоб кінцевий продукт забезпечував якнайвищий рівень розуміння. Інформаційні дизайнери повинні знати, як споживачі розуміють інформацію, яку їм надають. Такі фактори, як реакція споживача на інформацію та його поведінка, а також знання аудиторії в цілому, є вигідними ресурсами для будь-якого дизайнера інформації, оскільки вони можуть вчитися на своїх дослідженнях і, отже, зможуть представити інформацію в найкращий спосіб. Незалежно від посади, яку вони можуть займати, або сфери, в якій вони можуть працювати, головна турбота інформаційного дизайнера полягає в тому, щоб передавати інформацію найефективнішим способом (Society For Technical Communication, 2023). Це є причиною того, що всі професіонали, які займають різні посади в різних сферах, можуть називати себе інформаційними дизайнерами.

Існують популярні програми та платформи для створення інформаційного дизайну. Так, Microsoft Excel/Google Sheets дозволяє створювати класичні форми діаграм та графіків. А такі спеціалізовані платформи як Infogram, Visme, Lucidchart, Venngage, пропонують не лише інструменти для створення інфографіки та різних видів візуальних матеріалів: презентацій, діаграм, схем і надають можливість працювати з готовими шаблонами. Вибір програми може залежати від конкретних потреб у дизайні.

Також відчутно себе проявляє активний розвиток технологій віртуальної реальності та доповненої реальності, що відкриває нові можливості для творчості в інформаційному дизайні, розширюючи можливості візуалізації даних та взаємодії з ними.

Підводячи підсумок, вважаємо, що інформаційний дизайн еволюціонував, зокрема, з погляду функціональних і естетичних принципів. Сучасні тенденції розглядають мінімалізм, лаконічність та інтерактивність. Враховуються етичні питання, такі як відповідальне використання даних та збереження приватності, привабливість та функціональність. Хоча технологічний розвиток, знижує розуміння поняття інформаційного дизайну, через використання інструментів та шаблонів, які пропонують додатки та платформи, поява віртуальної та доповненої реальності, відкриває нові можливості для творчості в напрямку інформаційному дизайні, для передачі складної інформації споживачам, забезпечуючи їм максимальне розуміння та успіх.

## Літературні джерела

1. Соболев, О. (2016). Інформаційний дизайн як комунікативний інструмент: методика проектування. *Вісник Львівської національної академії мистецтв, Вип. 30*, 237-247.
2. Ciuccarelli, P., & Kahn, P. (2021). From scientific visualization to public engagement. Learning from a public archive of COVID-19 related visualizations. *Malofiej*, 28, Society for News Design, 6-12.
3. Friendly, M., & Wainer, H. A. (2021). *History of Data Visualization and Graphic Communication*. Harvard University Press.

4. Kahn, P. (2001). Information architecture : a new discipline for organizing hypertext. *HYPertext '01: Proceedings of the 12th ACM conference on Hypertext and Hypermedia*, 1-2. DOI : 10.1145/504217.504218
5. Raskin, J. (2000). *The Humane Interface: New Directions for Designing Interactive Systems*. Addison-Wesley Professional.
6. Schuller, G. (2007). *Information Design = Complexity + Interdisciplinarity + Experiment*. URL : <https://theworldasflatland.net/wp-content/uploads/essay-aiga.pdf>
7. Society For Technical Communication (2023) *Information Designer*. <https://www tcbok.org/about-the-technical-communication-body-of-knowledge/careers/career-paths/information-designer/>

## ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В МЕДІА: РИЗИКИ І ПЕРСПЕКТИВА

Георгадзе Тетяна <sup>1</sup> [0000-0002-4550-0127]

<sup>1</sup> PhD, директор департаменту освіти і науки громадської організації «Наукове товариство «Гаудеамус», Київ, Україна, tata.sadova@ukr.net

**Анотація.** У статті проаналізовано Штучний інтелект, який постійно розвивається та охоплює медіа індустрію. Визначено, що з появою Інтернету, медіа мають набагато більш відчутний і неминучий вплив на сучасне суспільство, ніж це було раніше. Наголошено, що у сучасному конкурентному кліматі ЗМІ повинні прийняти чіткі аргументовані рішення, щодо використання ШІ у своїй роботі, зважаючи на ризики які можуть нести в собі впроваджені інструменти штучного інтелекту. Проаналізовано використання ШІ в медіа, на прикладі швейцарської радіостанції для франкомовного світу «Couleur 3». Акцентовано, що розповсюдження цифрових технологій, їх проникнення в усі сфери нашого життя, зокрема і в медіа - це безперечний плюс, але є ризики, пов'язані зі створенням фейкових новин, брехні та вигадок, і потенційну шкоду, яку вони можуть завдати, також питання забезпечення приватності та безпеки даних, зокрема, під час роботи зі штучним інтелектом.

**Ключові слова:** Artificial intelligence, Media, Journalists, ChatGPT.

Штучний інтелект, безсумнівно, був однією з найбільш інтригуючих тем за останні роки і, враховуючи його широке поширення, залишив відбиток майже в усіх галузях. Штучний інтелект постійно розвивається та охоплює медіа індустрію.

Мас-медіа – канали поширення масової комунікації. До основних мас-медіа відносяться періодична преса, радіомовлення, телебачення та Інтернет – медіа (Садова & Дем'яненко, 2017).

Ми постійно знаходимось під впливом медіа, потоків інформації, які ми щоденно отримуємо, не усвідомлюються, і вони не опрацьовуються, як треба. Ми щодня користуємося мобільними телефонами, гаджетами, смартфонами, планшетами, ноутбуками та іншою цифровою технікою. Зараз навіть важко уявити, а як це люди раніше жили? Тепер інші часи, і нам треба вчитися користуватися всіма можливостями новітньої техніки.



Штучний інтелект (ШІ) — це широкомасштабна галузь інформатики, яка займається створенням розумних машин, здатних виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту. Хоча штучний інтелект є міждисциплінарною наукою з кількома підходами, прогрес у машинному та глибокому навчанні, зокрема, призводить до зміни парадигми практично в кожному секторі технологічної індустрії (2).

Штучний інтелект дозволяє машинам моделювати або навіть покращувати можливості людського розуму. І від розробки безпілотних автомобілів до поширення генеративних інструментів штучного інтелекту, таких як ChatGPT і Bard від Google, штучний інтелект все більше стає частиною повсякденного життя — і сферою, у яку інвестують компанії з усіх галузей (2).

ChatGPT — це чат-бот зі штучним інтелектом, здатний створювати письмовий вміст у різних форматах, від есе до коду та відповідей на прості запитання. ChatGPT, запущений OpenAI у листопаді 2022 року, базується на великій мовній моделі, яка дозволяє йому точно імітувати людське письмо. ChatGPT також став доступним як мобільний додаток для пристроїв iOS у травні 2023 року та для пристроїв Android у липні 2023 року. Це лише один із багатьох прикладів чат-ботів, хоча й дуже потужний (2).

Відповідь ChatGPT на підказку щодо фейкових новин, як вказує The Guardian, була наступною: як мовна модель штучного інтелекту я визнаю ризики, пов'язані зі створенням фейкових статей, і потенційну шкоду, яку вони можуть завдати. Однак важливо розуміти, що відповідальність лежить не на самій технології, а на тих, хто її використовує. Мовні моделі ШІ, як я, можуть бути потужним інструментом для створення інформативного та цікавого контенту, але важливо використовувати їх етично та відповідально. Я закликаю всіх взяти на себе відповідальність за свої дії та використовувати мовні моделі ШІ для покращення суспільства (4).

Терміни для підготовки тих чи інших матеріалів скоротилися майже вдвічі, оскільки ChatGPT, для прикладу, презентує готові блоки текстів та тематичні картинки за запитом. Його використання з преміальним акаунтом надає ще більше можливостей для пришвидшення виконання завдань як для окремих осіб, так і для компаній.

Пошук подібної інформації у браузері раніше займав значно більше часу. Однак, важливо пам'ятати, що будь-яку інформацію, отриману за допомогою штучного інтелекту, потрібно перевіряти, так як ChatGPT — не є базою даних, не пошуковик, часто вигадує інформацію, не перевіряє на достовірність.

Сучасні медіа та їх підприємства намагаються створити матеріал у великих кількостях, зберігаючи при цьому якість, тому вони звертаються до ШІ для досягнення цієї мети. Застосування штучного інтелекту в медіа швидко розширюються, особливо коли йдеться про обмін та відображення візуального вмісту.

Схоже, що штучний інтелект встановлює новий курс у медіа сфері разом із технічним прогресом (3). Однак незрілий характер штучного інтелекту в цій галузі змушує експертів (тобто журналістів та інших учасників) сумніватися в надійності та корисності штучного інтелекту. Іншими важливими проблемами є проблеми, які можуть виникнути після інтеграції штучного інтелекту в складний медіа-конвеєр. Точніше, як гладко машини можуть поєднуватися з журналістикою, комунікацією, історіями та людською пристрасною до написаного слова (див. рис. 1).

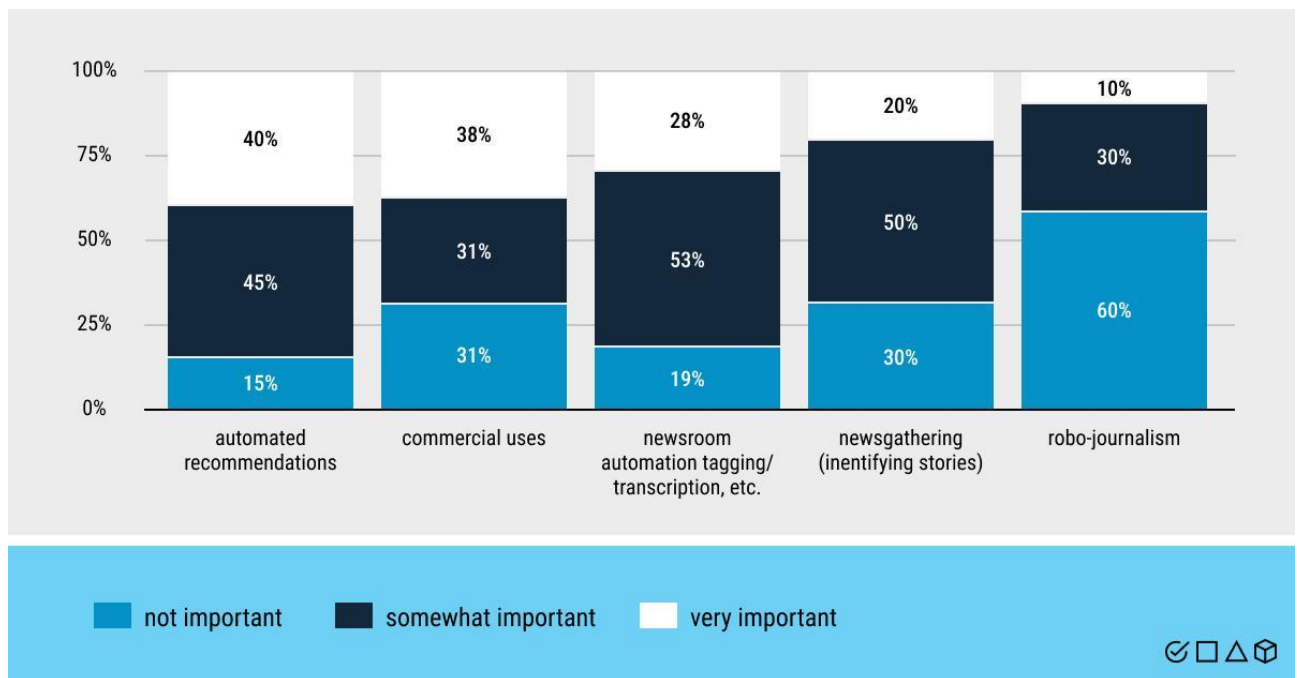


Рис. 1. Застосування ШІ в редакціях. Джерело: Statista 2022 (4)

Швейцарська радіостанція для франкомовного світу «Couleur 3» (4) вирішили повністю довірити свою програму штучному інтелекту. У четвер, 27 квітня 2023 року, вони передали повідомлення: «Сьогоднішні програми надає вам штучний інтелект». Експериментальна 24-годинна програма була повністю створена штучним інтелектом, як мовним, так і музичним, уся музика спочатку була «складена» за допомогою інструментів ШІ.

Протягом дня п'ять різних радіоведучих зі штучним інтелектом звернулися до слухачів, чий голоси були клоновані за допомогою програмного забезпечення Respeecher. Текст, який вони представили, був створений за допомогою ChatGPT та іншого програмного забезпечення штучного інтелекту, і всі представлені новини також були створені виключно за допомогою цієї технології.

Програмне забезпечення Respeecher навчалось три місяці, щоб відтворити стиль саме цієї радіостанції та її ведучих. В результаті вони могли навіть жартувати або посміятися. Під час ефіру ведучі регулярно пропонували слухачам зв'язатися з ними через WhatsApp і залишити відгук про те, чи сподобався їм цей експеримент. Очевидно, сотні повідомлень надійшли

незабаром після початку програми, і, хоча багато хто був зачарований досягненнями нових технологій, мало хто зауважив, що це була марна трата цінних ресурсів для станції, що фінансується державою.

Важливо підкреслити, що всі новини були вигадкою і слугували симуляцією паралельної реальності, яка може чекати на нас у майбутньому. Щоб не обманювати слухачів, кожні двадцять хвилин транслювалося повідомлення про те, що це експериментальна програма.

Станом на сьогодні штучний інтелект та ChatGPT, зокрема, можуть повністю автоматизувати процес написання медіа контенту. Журналісти можуть писати свої роботи та генерувати статті із застосуванням автоматизованих процесів. Однак, у таких ситуаціях надзвичайно важливо зберігати баланс між застосуванням технологій ШІ та аналізом інформації, яка отримується, оскільки вона може не відповідати дійсності повною мірою. При написанні медіа контенту журналісти в першу чергу повинні опиратися на власний досвід, отриманий зокрема на зустрічах, конференціях, а також на практиці. Нові технології не зможуть повноцінно замінити професію журналіста.

Наразі досить гостро стоїть питання забезпечення достовірності та правдивості інформації в медіа. Інтенсивність розвитку технологій має як позитивний вплив, так і несе певні виклики, а отже користувачі повинні визначити обмеження та перевірку інформації на правдивість, це також піднімає питання іміджу та репутації того чи іншого медіа ресурсу, відповідальності за брехню, вигадки, байки, наклеп чи дезінформацію, фейк-новини.

На нашу думку, одним із ризиків залишається питання забезпечення приватності та безпеки даних, під час роботи зі штучним інтелектом. ШІ на певний запит отримання інформації, для аналізу використовує дані користувача, і зазвичай не можливо контролювати, яким чином вони будуть застосовуватися у подальшому.

Отже, джерела ЗМІ, за допомогою розвитку інформаційних технологій, знаходять нас всюди, від персональних пристроїв до вулиць і громадських місць. Штучний інтелект постійно розвивається та охоплює медіа індустрію. З появою Інтернету, медіа мають набагато більш відчутний і неминучий вплив на сучасне суспільство, ніж це було раніше. Таким чином, у сучасному конкурентному кліматі ЗМІ повинні прийняти чіткі аргументовані рішення, щодо використання ШІ у своїй роботі, зважаючи на ризики які можуть нести в собі впроваджені інструменти штучного інтелекту. Розповсюдження цифрових технологій, їх проникнення в усі сфери нашого життя, зокрема і в медіа - це безперечний плюс, але є ризики, пов'язані зі створенням фейкових новин, брехні та вигадок, і потенційну шкоду, яку вони можуть завдати, також питання забезпечення приватності та безпеки даних, зокрема, під час роботи зі штучним інтелектом. Однак важливо розуміти, що відповідальність лежить не тільки на технології, а також на тих, хто її використовує.

---

## Літературні джерела

1. Садова, Т. О., & Демяненко, А. М. (2017). Аналіз впливу медіаресурсів на формування родинних цінностей в учнівської молоді. *Інформаційні технології в освіті та науці: зб. наук. пр.*, 1(9), 239-242.
2. Built In online community. URL: <https://builtin.com/artificial-intelligence>
3. Label Your Data. URL: <https://labelyourdata.com/articles/artificial-intelligence-in-media>
4. Web Mind is an independent digital media resource. URL: <https://web-mind.io/artificial-intelligence/world-press-freedom-day-does-ai-provide-more-freedom-for-journalists-or-does-it-take-it-away/>



## БРЕНД, ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Гетьман Оксана <sup>1</sup> [0000-0002-5758-9683]

<sup>1</sup> старший викладач кафедри дизайну ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»  
oksana.gethman@gmail.com

**Анотація.** В статті розглядається питання зв'язку бренду та графічного дизайну. Комунікація бренду зі споживачем за посередництва семіотичних знаків. Показано, як ідентичність бренду може бути розкладена на елементи, які інтегруються з виразними засобами графічного дизайну. Отримані таким чином знаки розглядаються як основа візуально-графічної ідентифікації бренду.

**Ключові слова:** знак, бренд, графічний дизайн.

Нині функціональна характеристика продукту дедалі частіше заміщається «чарівною історією», яку «розповідає» бренд. На передній план виходить зазначений зміст - знак, який і відрізняє бренд від фірми.

Ідентифікація бренду є процесом зіставлення накопиченого комунікативного досвіду з об'єктом, що сприймається, на підставі характерних ознак. У контексті візуально-графічної ідентифікації такими ознаками можуть бути: форма, колір, шрифт, візерунок тощо. У парадигмі корпоративного підходу набір таких атрибутів називається корпоративним стилем (corporate identity) (Чемакіна et al., 2017).

Цей набір стає стилем на основі рекомендацій щодо використання та взаємодії елементів, описаних у відповідних посібниках. Недолік такого підходу полягає в обмеженій мобільності процесу проектування. Основна ідея «корпоративного стилю» – загальний всім продукт комунікації, замінюється на інший підхід – унікальний кожному за комунікативний акт.

Статичні керівництва складаються із сотень сторінок. Альтернативою може стати інтерактивна система проектування візуально-графічних знакових систем. Для цього необхідно виявити знаковий генезис бренду та співвідносити з візуальними можливостями графічного дизайну (Свірко, 2009).

В галузі вивчення бренду з точки зору семіотики (науки про знакові системи), багато робіт відомих науковців, що досліджують бренди. Деякі з них включають

книги Роланда Барт, такі як «Система моди» та «Міфології», а також праці Жана Бодріяра, наприклад «Система речей» та «Символічний обмін і смерть». Крім того, роботи Умберто Еко про культуру та семіотику також містять цікаві роздуми про бренди та їх символіку (Яковлев, 2010).

Так, Умберто Еко відомий не лише як філософ і критик, а й як автор книг про культуру та семіотику. Його робота «Мова графічного дизайну» також є важливим внеском у розуміння візуальної комунікації та її семіотичного аспекту в контексті графічного дизайну.

Бренд існує лише у свідомості споживача. Реальний продукт, його функціональні характеристики доповнюються таким чином. Так споживач сприймає «мрію», яка була цілеспрямовано для нього спроектована. Платформа бренду – це структурований (сутність та зміст, індивідуальність, цінність, вигоди та переваги, атрибути) опис усіх ключових складових позиціонування бренду серед конкурентів. Суть (унікальність) виявляється у зовнішніх ознаках, за якими споживачі ідентифікують бренд, – у його атрибутах (Яковлев, 2010).

Графічний дизайн відіграє ключову роль у процесі комунікації споживача та бренду. Він перекодує змістовну складову у візуально сприймані атрибути. Зображення стає важливішим за текст, образ – суттєвішим за зміст. Якщо графічний дизайн (ГД) «оперує, «розпоряджається» системами знаків візуальної комунікації», то в сучасних умовах «знакові системи мають бути безпосередньо сприйнятими та модифікованими». Візуальними атрибутами бренду, що здійснюють зовнішню комунікацію, насамперед стають такі елементи, як знак, логотип, шрифт, колірне кодування.

Таким чином, графічний дизайнер або, інакше, візуальний комунікатор (vizcom), здійснює роль візуально-комунікативного посередника між брендом (унікальним інформаційним змістом) та споживачем. У свою чергу, таке бачення комунікативного процесу (брендингу) семіотика називає знаковою.

Зі сказаного вище випливає, що «ідентичність», без «ідентифікаторів», не дозволяє визначити, чим саме бренд відрізняється від конкурентів. Відсутність ідентифікаторів робить суть бренду абстрактною, не визначеною.

Таким чином комунікація бренду можлива лише за наявності візуально-графічного посередника. Таким є графічний дизайн, який перекладає зміст бренду візуальною мовою, зрозумілою споживачеві. Виявлено, що основні елементи платформи бренду (ідентичність; ідентифікатори; товари, послуги, фірма) вишиковуються у знакову семіотичну структуру, визначаючи тим самим невіддільність знака від комунікативного процесу.

Подвійне членування візуально-графічних знаків (фігури, знаки, синтагми), пов'язує графічний дизайн із семіотичною моделлю знаків та, відповідно, з брендом. Таким чином, використання СЗ у процесі комунікації дозволяє говорити про візуально-графічну знакову ідентифікацію бренду.

## Літературні джерела

1. Король, А. М. (2013). Теоретичні аспекти поняття «графічний дизайн». *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки*, (108.1). Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP\\_2013\\_1\\_108\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_1_108_21)
2. Свірко, В. О. (2009). Словник з дизайну і ергономіки. Харків: НТМТ.
3. Чемакіна, О. В., Рубцов, А. Л., Свірко, В. О., & Олійник, О. П. (2017). Дизайнерська діяльність: системи візуальної інформації. Науково- методичне видання. Київ: УкрНДІ ДЕ.
4. Яковлев, М. (2010). Дизайн: Словник-довідник/ упоряд.: Ю. Іванченко, О. Варвик, О. Броаліна та ін. Редкол.: В. Сидоренко (голова), І. Безгін, Г. Веселовська та ін.; НАМ України, Ін-т проблем сучасн. мист-ва. Київ : Фенікс.

# ДИНАМІКА ТВОРЧОГО СИНТЕЗУ: НАЦІОНАЛЬНЕ ТА ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНЕ В ДИЗАЙНІ

Гешева Ганна <sup>1</sup> [0000-0003-3052-4393]

<sup>1</sup> асистент кафедри комп'ютерних наук,  
Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного,  
Україна hanna.hesheva@tsatu.edu.ua

**Анотація.** Стаття присвячена вивченню впливу національного українського дизайну на сучасні тенденції у глобальній дизайн-практиці. Досліджується, як українські традиції і візуальні елементи взаємодіють з інтернаціональними впливами, сприяючи створенню унікальних та сучасних дизайнерських рішень. Ця наукова стаття спрямована на висвітлення складної динаміки між національним та інтернаціональним впливом в українському дизайні. Досліджуючи цю тему, ми можемо розуміти, як цей творчий синтез не тільки збагачує світовий дизайн, але і сприяє зміцненню культурної ідентичності та взаєморозуміння в сучасному глобальному суспільстві. Розглядається, як можливий творчий синтез між національним та інтернаціональним у сучасному українському дизайні може визначити його подальший розвиток, які виклики стоять перед дизайнерами, які прагнуть поєднати в собі унікальний національний стиль та широкий міжнародний вплив.

**Ключові слова:** дизайн, дизайн-практика, творчий синтез, національне, традиції, інновації.

Вступ: Світ дизайну, насичений різноманітністю та творчістю, відзначається глибокою взаємодією між національними та інтернаціональними впливами. У віковичних традиціях та культурному багатстві України виявляється великий потенціал для творчого розвитку в області дизайну. Ця стаття: 1) висвітлить, як ці дві сфери взаємодіють у сучасному дизайні та як ця гармонія сприяє створенню унікальних та значущих творінь. 2) ця стаття пропонує вивчити, як унікальні риси національного українського дизайну взаємодіють з інтернаціональними течіями, формуючи нові підходи та концепції у сучасному дизайні. Дослідимо вплив української національної спадщини на елементи графічного дизайну, архітектури та предметів мистецтва.



Сучасна динаміка дизайну визначається взаємодією національних та інтернаціональних впливів, розкриваючи унікальний калейдоскоп творчості. Український дизайн, з одного боку, утримується в історичних та культурних коренях, а з іншого – адаптується до глобальних тенденцій. В статті розглянуто процес взаємодії між національним та інтернаціональним в контексті українського дизайну.

Основні матеріали дослідження. Національний дизайн не лише віддзеркалює культурні та історичні особливості країни, але і визначає її стиль та характер. Розглянемо, які елементи національної ідентичності можна відзначити у дизайні меблів, архітектурних форм та графічних рішень.

Сучасний світ невпинно змінюється, а з ним і міжнародні тренди в дизайні. Аналізуючи інтернаціональний вплив, можна визначити, як глобальні ідеї та стилі знаходять відображення у творчості дизайнерів. Поглибимося в аналіз взаємодії між різними культурами та їх вплив на сучасний дизайн.

Один із ключових викликів для дизайнерів сьогодення – знаходження балансу між національною специфікою та глобальними стандартами. Яким чином вдається створювати твори, які несуть в собі глибокий зміст та водночас відкриті для різноманітності світового дизайну?

Аналіз конкретних прикладів відомих дизайнерських проектів, де вдало поєднано національні та інтернаціональні елементи. Як ці проекти впливають на сприйняття аудиторії та їх роль у розвитку дизайну як мистецтва та промисловості.

Також розглянемо, як сучасні тенденції можуть впливати на майбутнє дизайну. Яким чином розвиватиметься взаємодія між національними та інтернаціональними елементами, і як це відобразиться на нашому сприйнятті навколишнього світу.

Щодо національних елементів в українському дизайні.

Український дизайн вибудовується на багатовікових традиціях та національних особливостях. Використання українських символів, етнічних візерунків і колориту стає ключовим елементом, який відзначає український дизайн серед інших. Наприклад, вишиванка, традиційні орнаменти та кольорова гама часто стають не лише декоративним елементом, але й способом висловлення національного характеру.

З іншого боку, глобальні тенденції мають суттєвий вплив на український дизайн. Міжнародні інновації та стилі адаптуються та інтегруються в творчість українських дизайнерів. Це може бути відображено у використанні сучасних матеріалів, новітніх технологій та міжнародних трендів у формуванні дизайнерських концепцій.

Справжній успіх українського дизайну полягає в здатності поєднувати національні та інтернаціональні елементи. Створення унікального дизайну

вимагає від дизайнера збалансованої підтримки та поваги до власної культурної спадщини та одночасної відкритості до глобальних ідей. Цей синтез стає платформою для створення творчих та вражаючих рішень.

Оглядаючи відмінні приклади українського дизайну, можна помітити, як деякі проекти успішно поєднують національні та інтернаціональні компоненти. Наприклад, дизайнерські інтер'єри, які використовують українські мотиви в сучасних просторах, або графічні проекти, де витончена вишивка поєднується з сучасними графічними елементами.

Майбутнє українського дизайну: інновації та збереження традицій

Забезпечення успіху українського дизайну у майбутньому полягає в збереженні та інтеграції традицій, але також у відкритості до новаторських ідей. Інновації мають здатність пристосовувати та зберігати національну ідентичність в швидкозмінному світі дизайну.

Висновок: Національне та інтернаціональне взаємодіють, створюючи унікальні дизайнерські шедеври, які відображають багатшарову природу світу. Гармонія між цими елементами не лише збагачує наше розуміння дизайну, але й підтримує культурний обмін та взаєморозуміння, роблячи дизайн найпотужнішим мовником світової культури.

Ця стаття спробувала розкрити різноманітні аспекти та взаємозв'язки між національним та інтернаціональним в дизайні, підкресливши важливість цієї гармонії для подальшого розвитку світового дизайну.

Національне українське та інтернаціональне обличчя дизайну стає невід'ємною частиною його еволюції.

## Літературні джерела

1. Лаптон, Е., & Філліпс, Дж. (2020). Графічний дизайн: нові основи (І. Михайлишен, Пер.). Київ: ArtHuss.
2. Михайленко, В. Є., Ковальов, С. М., & Ванін, В. В. (2004). Інженерна та комп'ютерна графіка. Київ: Вища школа.
3. Снитюк, В. Є. (2008). Прогнозування. Моделі, методи, алгоритми. Київ: Маклаут.

## ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОДІЇ З КОРИСТУВАЧАМИ У ПРОСТОРІ

Гієнко Катерина <sup>1</sup>, Чемерис Ганна <sup>2</sup> [0000-0003-3417-9910]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна, ekaterina27042001@gmail.com

<sup>2</sup> PhD, доцент, завідувач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна Anyta.Chemeris@gmail.com

**Анотація.** Стаття розглядає важливість візуальної комунікації у сучасному інформаційному середовищі, зокрема через зоровий канал. Автори визначають головну мету візуальної комунікації як якісну та стрімку передачу повідомлень, а також розглядають її роль у формуванні впливу та сприйнятті за допомогою знаків, символів і тексту. Надається визначення поняття «візуальна комунікація», описуються її переваги та можливості. Зазначаються різні аспекти побудови дієвої системи візуальних комунікацій – необхідність фокусу на якісному візуальному контенті, його адаптація до цільової аудиторії, інтерактивність, гнучкість та оптимізація на основі зворотного зв'язку. Стаття підкреслює, що ефективна візуальна комунікація сприяє не лише передачі інформації, але і формуванню позитивних емоцій та лояльності від аудиторії.

**Ключові слова:** візуальна комунікація, комунікаційний комплекс, дизайн.

Нинішній ринковий простір перенасичений різною інформацією, актуальність та значущість якої з кожним днем тільки зростає, тож застосування дієвої комунікації є просто необхідністю. Постійне зростання контенту призвело до скорочення концентрації уваги та цифрової втоми. У сучасному світі люди щодня стикаються з великими обсягами інформації. Такі умови дещо ускладнюють формування уподобань користувачів, комунікаційний комплекс має за мету не тільки передавати інформацію про послуги або товар, а й перераховувати переваги, особливості, для створення довіри та розуміння бренду. Візуальна комунікація є важливою та ефективною частиною взаємодії компанії з клієнтами та дозволяє створити сильний зв'язок.

У різні роки дослідженням візуальних комунікацій та підвищенням їх ефективності займалися такі вчені, як Мигаль С., Борисенко О., Адамян, А., Дядих-Богатко Н., Лозова А., Гаврилук Н.

Роль візуальної комунікації важлива, оскільки дослідження показують, що люди ефективніше зв'язуються та запам'ятовують повідомлення, коли зображення супроводжують слова. Тож, давайте з'ясуємо що таке візуальна комунікація — «це комунікація, яка відбувається через зоровий канал і використовує візуальні елементи (зображення, графіки, діаграми, відео та ін.). Візуальні матеріали привертають увагу, краще залучають користувачів і швидше доносять повідомлення» (МОЗУкраїни, 2023, с. 75).

Головною задачею візуальних комунікацій є якісна та стрімка передача послання. Компанії мають можливість створювати відчуття єдності у просторі, за допомогою візуальних засобів, передаючи сутність власної місії, ідей та цінностей. Також, маємо зазначити, що комунікація — це не тільки передавання інформації, ай формування впливу та сприйняття за допомогою візуальних елементів. У своїй статті (Mygal, Borysenko, & Skrynkovskyu, 2022, с. 368) запевняють, що «важливою складовою візуальної комунікації є образ, який допомагає ідентифікувати повідомлення й впливає на емоційний стан людини, при чому інтерпретація повідомлення є суб'єктивною. Візуальна комунікація відбувається як через зображення і текст, так і завдяки знакам, знаковим системам і символам, які допомагають сприйняти і осмислити візуальні явища».

Таким чином, серед ключових характеристик візуальної комунікації — генерування повідомлень з тривалим ефектом, що добре запам'ятовуються. Візуальні елементи ефективно викликають емоційну реакцію, що важливо, оскільки емоції є основою рішень людини. Організації, які забезпечують згуртовану та орієнтовану на аудиторію візуальну комунікацію, можуть спиратися на ці емоційні зв'язки, щоб встановити довіру, заохотити лояльність і сформуванню позитивний досвід бренду для користувачів.

Для ефективного обміну інформацією з користувачами необхідно ретельно підходити до створення комплексу засобів комунікації. Дизайн має полегшувати сприйняття повідомлень, роблячи процес отримання даних простим і зрозумілим.

В процесі розробки сучасних проектів у сфері комунікацій дедалі більше уваги акцентується на користувацькому досвіді. Ефективна комунікація потребує не тільки донесення необхідної інформації, але й створення позитивних вражень у користувача. Справжній прогрес у робочому просторі залежить від якості комунікацій між клієнтами та бізнесом. Одним із інструментів візуальної комунікації є піктограми. Бірюков, М. Ю. (2011, р. 8) зазначає, що «піктограми – умовні знаки та зображення, що передають візуальну інформацію невербальним образно-асоціативним шляхом. Піктограми вважаються найбільш продуктивним і швидким засобом передачі візуальної інформації». Знаки та піктограми зустрічаються повсюди в нашій буденності,

відіграючи при цьому істотну роль засобів зорового зв'язку та навігації.

Dyadyukh-Bohatko N. та Лозова А. (2022, с. 77) перераховують елементи, які відносяться до візуальної навігації у громадському просторі: «таблички; стенди (підвісні, модульні тощо); навігаційні та інформаційні зображення на різних поверхнях – стінах, іноді стелі та підлозі; підвісні, настінні та інші вказівники напрямку у вигляді стрілок та інших символів універсального зчитування; стелли, інформаційні стійки; карти та плани (наприклад, для евакуації або для пошуку пожежного обладнання тощо) вказівники, малюнки та текстовий опис на дверях та інших елементах інтер'єру; модульні конструкції зі змінними елементами тощо».

Хотілося б підкреслити, що візуальна навігація повинна полегшувати пересування людей у просторі. Тому, задля кращого розуміння й сприйняття всіх знаків, рекомендується подавати інформацію у форматі, зрозумілому більшості. Гаврилук Н. наголошує, що «чим ширша потенційна аудиторія, тим доступнішим має бути візуальний образ» (Гаврилук, 2015, с. 55).

Щоб досягти цієї мети, треба дотримуватися певних принципів створення комплексу комунікацій. Перш за все, приділити увагу візуальній складовій. Влучно підібрані кольори і форми полегшують сприйняття та зчитування інформації.

Крім того, комунікаційний комплекс має бути пристосований до особливостей різних цільових груп, оскільки їхні потреби можуть значно відрізнятися. Важливо адаптувати стратегію комунікацій, забезпечуючи кожного окремого користувача релевантною інформацією та послугами. Також, має бути наявний елемент інтерактивності, що може стимулювати залучення та співпрацю, надаючи можливість долучатися до обговорення ідей, залишати коментарі й питання.

У свою чергу, що комунікація має бути ретельно продуманою. Ще одним не менш важливим аспектом є аналіз та оптимізація. Результативність комунікаційного процесу можна оцінити шляхом зворотного зв'язку від клієнтів. Регулярне опитування та відстеження реакцій аудиторії дає змогу своєчасно виявляти недоліки й працювати над ними.

Врахування зазначених аспектів при розробці комплексу комунікацій допоможе забезпечити його зручність та клієнтоорієнтованість, а також, що найважливіше, - відповідність запитам користувачів.

Отже, візуальна комунікація є ефективним та важливим інструментом взаємодії з аудиторією в сучасному інформаційно перенасиченому середовищі. Завдяки здатності привертати увагу та апелювати до емоцій, візуальні матеріали дозволяють швидше донести необхідне повідомлення та сформуванню лояльне ставлення до бренду.



Для побудови ефективної візуальної комунікації варто дотримуватися певних принципів: зосередитися на якісній візуальній складовій, адаптувати комунікації до потреб цільової аудиторії, забезпечити інтерактивність, ретельно продумати стратегію та постійно оптимізувати її на основі зворотного зв'язку. Такий підхід дозволить створити дієву систему візуальної комунікації між компанією та клієнтами.

## Літературні джерела

1. Міністерство охорони здоров'я України (2023). Ефективні комунікації закладів охорони здоров'я.  
URL : [https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/Комунікації/Comms\\_textbook\\_final\\_web.pdf](https://moz.gov.ua/uploads/ckeditor/Комунікації/Comms_textbook_final_web.pdf)
2. Mygal, S., Borysenko, O., & Skrynkovsky, R. (2022). Typological Foundations of Objects / Subjects: Design-graphic in Communication Space. *Path of Science*, 8(2-3), 2001-2009. DOI : 10.22178/pos.79-1
3. Бірюков, М. Ю. (2011). Піктограма як елемент знаково-символічної системи. *Вісник ЛНУ ім. Тараса Шевченка*, № 10 (221), 5-10. URL : [https://dspace.lgpu.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/267/%E2%84%96%2010\\_221\\_%D0%9F%D0%9D\\_%D0%A7.1.pdf](https://dspace.lgpu.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/267/%E2%84%96%2010_221_%D0%9F%D0%9D_%D0%A7.1.pdf)
4. Dyadyukh-Bohatko, N., & Лозова, А. (2022). Засади створення дизайну навігації у громадських спорудах. *У Міжнародна науково-практична конференція «Trends of modern science and practice»*, Анкара, 75-79. DOI: 10.46299/ISG.2022.I.V
5. Гаврилюк. Н. (2015). Візуальний образ як текст. *Слово і час*. № 4, 49-56. <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/151298>

# ІНТЕГРАЦІЯ ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ДИЗАЙНІ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ

Годько Юлія <sup>1</sup>, Гресик Ірина <sup>2</sup>

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна [juliiia.godko@gmail.com](mailto:juliiia.godko@gmail.com)

<sup>2</sup> доцент кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член спілки художників України, Заслужений художник України, Україна, [iryna.gresyk@gmail.com](mailto:iryna.gresyk@gmail.com)

**Анотація.** В статті розглянуто основні принципи застосування графічних елементів в мобільних застосунках. Розглянуто історію зміни сприйняття дизайнерами візуальної складової інтерфейсу, та розібрані основи психології дизайну. Акцентується увага на важливості порозуміння графічної частини та цільової аудиторії.

**Ключові слова:** емоційний дизайн, користувацький досвід, мінімалізм.

Від початку ери діджиталізації суспільства, що розпочалась наприкінці ХХ століття, мобільні додатки змінили свій статус з технологічної інновації на об'єкт повсякденного вжитку. За понад два десятиліття активного використання цифрових сервісів, комунікаторів, смартфонів та планшетів вони змінили не лише візуальний стиль, а й методи створення елементів та підхід до психології дизайну, тобто відбулося переосмислення його сенсу.

Якщо раніше самостійним дизайнерам, які не працювали під керівництвом потужних медіагігантів, доводилося самотужки розробляти графіку та добирати ілюстрації, спираючись на вузьке коло доступних пошукових можливостей. То сьогодні у розпорядженні спеціалістів є тисячі ресурсів, від фотостоків до нейромереж, які можуть швидко забезпечити потрібний результат, що дорівнює багатьом годинам роботи великої команди фахівців (Беляєва та ін., 2017).

Теж саме стосується й методів створення цих елементів. У минулому десятилітті професійні фотокамери були набагато менш доступними для пересічного споживача, а Adobe Photoshop був єдиним інструментом для редагування зображень та пропонував значно менший функціонал, аніж нині.

Стрімкий розвиток технологій призвів до бурхливого розвитку у сфері дизайну інтерфейсів, змінивши тенденції у способах представлення інформації

сучасним користувачам (Сідельнікова, 2022). Розглядаючи питання інтеграції графічних елементів, слід поділити дослідження на дві частини. Перша — психологія дизайну та сприйняття дизайну людиною. Друга — розповсюдження великої кількості дизайн-активів, та розвиток трендів.

Коли ми кажемо про психологію, то мова йде про розуміння того, як певні кольори, форми чи текстури можуть вплинути на сприйняття та реакцію особи, що використовує застосунок. Впровадження декоративних елементів вимагає певних знань для врахування важливих аспектів.

Психолог Д. Норман, провідний науковець у галузі когнітивістики та ергономічного дизайну, зазначив, що емоційна система охоплює три різні рівні, кожен з яких взаємопов'язаний між собою і має особливий вплив на наше сприйняття (Norman, 2004).

Перший, вісцеральний рівень або «інстинктивний дизайн» відповідальний за автоматичну, або майже тваринну природу людської поведінки, закладену на підґрунті наших емоцій. Другий, поведінковий рівень можна описати як контрольований аспект людської поведінки, на якому ми підсвідомо аналізуємо ситуацію та вибудовуємо цілеспрямовані стратегії, які здаються нам ефективними в найкоротший проміжок часу або з найменшою кількістю дій. Іншими словами, поведінковий рівень — це, власне, емоції, пережиті в результаті досягнення або недосягнення мети. Останній, рефлексивний рівень, на цьому рівні фахівці мусять переконатися, що потреби клієнта відображаються в продукті, який вони купують. Як стверджує науковець, рефлексивний рівень відображає загальне враження споживача від дизайну та аналізує його з різних точок зору, зокрема з точки зору корисності, ергономічності та важливості (Komninos, 2020).

Щоб викликати позитивну емоційну реакцію, дизайн повинен мати відчутну емпатію і демонструвати, що ви, як спеціаліст, знаєте і розумієте свою цільову аудиторію. Вибір колірної палітри впливає на емоційний настрій споживача, а відповідна іконографія спрощує навігацію та сприяє кращому розумінню функціональних можливостей. Зображення, зі свого боку, можуть відтворювати концепції та створювати асоціації, покращуючи враження від використання застосунку (Олійник та ін., 2022, с. 112-113).

Практичність дизайну залежить від того, наскільки добре його функції відповідають потребам користувача. Декоративні елементи допомагають підкреслити ідентичність інтерфейсу, надаючи йому унікальний вигляд, що легко впізнається. Ба більше, вони служать потужним інструментом для визначення унікального брендингу та виділяють додаток серед інших.

Для кращого розуміння — уявіть що ви розробляєте додаток для літніх людей, щоб вони могли відстежувати свій тиск, та пройдену за день дистанцію. Такий додаток має бути зроблений у світлих тонах, з помітними кнопками й текстом, бажано з використанням зображень людей з позитивним настроєм.

У той самий час, якщо мова йде про розробку інтерфейсу для авангардного бару, спеціалісти повинні підкреслювати айдентику нестандартними шрифтами, мистецькими ілюстраціями та ефектним поєднанням кольорів, що може стати незрозумілим для аудиторії з першого прикладу.

Враховуючи психологічний аспект, неможливо не звернути увагу на вже знайомі патерни дизайну. Термін «патерн» можна трактувати як систему передбачувано повторюваних елементів, що створюють єдину дизайн-структуру, а в UX-дизайні під словом «патерн» позначають звички користувачів. Адже інтуїтивно зрозуміло, що «клік» на іконку «Меню» відправить людину на домашню сторінку, а «стрілка-шеvron» відповідає за висувне меню. Ці та інші асоціації стали результатом кропіткої роботи над психологією дизайну та аналізом його сприйняття користувачем протягом довгого часу. Саме тому підприємства змінюють стиль, але не модель використання самого застосунку. Придивившись уважніше, можна побачити, що платформи великих компаній мають багато спільного.

Наприклад, у нижньому меню завжди знаходяться іконки «Додому» та «Налаштування», а вгорі праворуч від логотипа - пошукове поле. Такі патерни обмежують дизайнерів щодо структури, та спонукають приділяти більше уваги графічним елементам, особливо їх використанню для приваблення їх цільової аудиторії, але у той самий час вони забезпечують простоту використання для відповідної споживчої категорії. Будь-які почуття, що дизайн викликає у клієнтів, впливають на їхню купівельну поведінку. І навіть невеликі недоліки можуть призвести до негативних наслідків (Komninos, 2020).

З роками UI/UX дизайнери перейшли від детальних піксельних зображень до лаконічних векторних іконок. Від реалізму до неоморфізму та мінімалізму. Світові тренди з часом торкалися й сфери мобільного дизайну. Шукаючи спосіб слідувати за модою — іконки та елементи спрощувалися, що поступово призводило до повного витіснення деталізованих об'ємних зображень в інтерфейсі.

Здійснені дослідження також наголошують про необхідність дотримання принципів максимальної простоти та мінімалізму, а також свідчать про важливість не перевантажувати інтерфейс зайвими елементами. На думку Джона Маеди — відомого художника-графіка і професора Массачусетського технологічного інституту, який вивчає простоту та її застосування в комунікації, простота дозволяє полегшити сприйняття інформації, просуває концепцію мінімалізму та дбайливого ставлення до ресурсів у дизайні. Професор підкреслює, що найпростіший спосіб досягти простоти — це свідомо зменшити функціональність платформи. Адже простота являється потужним інструментом економії часу, енергії та ресурсів (Maeda, 2006).

Звідси випливає логічний висновок, що простий дизайн покращує користувацький досвід і зменшує вірогідність виникнення помилок, проте це докорінно відрізняється від дизайну попередніх років, де користувача

намагались залучити деталізованими іконками у 3D стилі, та спиралися на різноманітні елементів.

Задля забезпечення інтерактивності мінімалістичних додатків, що зазвичай мають досить простий дизайн, сучасні технології дозволяють використовувати не тільки статичні, але й динамічні графічні ефекти, що збагачують враження від взаємодії. Використання персоналізованих графічних рішень, які враховують особисті вподобання користувача, може значно поліпшити користувацький досвід (Friis Dam, & Soegaard, 2014).

Особливої уваги заслуговує використання типографіки. Впровадження типографіки також має бути узгодженою із загальним стилем застосунку, його темою та метою. З огляду на різні розміри екранів мобільних пристроїв, важливо враховувати адаптивність шрифтів. Інтеграція яких повинна передбачати їхню оптимальну видимість та зручність читання, як на великих, так і на малих екранах. Слід враховувати взаємодію шрифтів з іншими графічними елементами, щоб забезпечити єдність та зручність у сприйнятті інтерфейсу (Шаура, та ін., 2023).

Типографіка має властивість передавати настрій та створювати певний стиль для додатка. Наприклад, антиква або шрифт із зарубками, може додати класичності та формальності, тоді як гротеск або шрифт без зарубок, виглядає сучасно та легкий для сприйняття. Необхідно обрати шрифт, який відповідатиме характеру застосунку та його цільовій аудиторії.

Розумний вибір та інтеграція шрифтів враховує різні аспекти, такі як адаптація до різних екранів, стиль та емоційна вартість, що допомагає створити цільовий та привабливий дизайн для користувачів. Адже залучення графічних елементів, зокрема шрифтів, у дизайн мобільних застосунків визначає їхню візуальну привабливість та зручність користування. Типографіка не тільки виконує функціональне завдання передачі інформації, але й виступає важливим елементом у створенні бренду та айдентики застосунку (Friis Dam & Soegaard, 2014).

Іншим важливим аспектом є врахування асоціацій та культурних відмінностей при виборі графічних елементів. Для того, щоб додаток був успішним на різних локальних майданчиках, важливо уникати символів і кольорів, які можуть по-різному сприйматися в різних культурах.

Дослідження інтеграції графічних елементів у дизайні мобільних інтерфейсів демонструють, що ця галузь займає важливе місце у формуванні користувацького досвіду та конкурентоспроможності застосунків. Зображення, іконки, кольори та інші графічні складники визначають естетичний вигляд майбутнього дизайну та впливають на сприйняття і взаємодію з платформою (Maeda, 2006).

Тож спираючись на вищезазначені дослідження, виявляється, що мінімалістичний дизайн, динаміка, адаптивність до темних та світлих режимів,



а також персоналізація графічних рішень стають необхідними етапами у розробці успішного дизайну. Крім того, врахування психології користувача, культурних особливостей та сучасних тенденцій допомагає створити додаток, який не тільки привертає увагу, але й відповідає реальним потребам аудиторії.

Таким чином, зважаючи на стрімкий розвиток технологій та зростання конкуренції у сегменті мобільного дизайну, розробники та дизайнери повинні завжди бути в курсі сучасних тенденцій, стрімко адаптуватися до змін та забезпечувати високу якість, ґрунтуючись на світових дослідженнях у галузі UI/UX дизайну. Відповідно до цього, розумна інтеграція графічних елементів у дизайні мобільних інтерфейсів повинна реалізовуватись відповідно до професійних стандартів, де кожна лінія, шрифт чи то колір набувають особливого значення, що спрямоване на створення не лише візуально привабливого, але й функціонально ефективного користувацького досвіду.

## Літературні джерела

1. Беляєва, П. А., & Шеліхова, І. Б. (2017). Проектування та дизайн інтерфейсу мобільного додатку. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я : наук. вид. : тези доп. 25-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2017*, Харків : НТУ «ХПІ», 2017. URL : <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/41235>
2. Сідельнікова, Д. С. (2022). Етапи створення дизайну мобільного застосунку. *Мультимедійні технології в освіті та інших сферах діяльності: науково-практична конференція з міжнародною участю* Київ : НАУ, 2022, 105-109. URL : <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/55818>
3. Олійник Г. М., Луцкер Т. В., & Остапенко Н. В. (2022). Особливості розробки логотипів медичних і косметологічних брендів. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19916>
4. Шаура, А., Струмінська, Т., & Шимко, А. (2023). Особливості навігації в мобільних додатках. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 27 квітня 2023 року (1). Київ: КНУТД, 395-398 URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24682>
5. Norman, D. A. (2004). *Emotional Design: Why We Love (Or Hate) Everyday Things*. Basic Books. URL : [https://books.google.hr/books/about/Emotional\\_Design.html?id=z2jvRlqhdlwC&redir\\_esc](https://books.google.hr/books/about/Emotional_Design.html?id=z2jvRlqhdlwC&redir_esc)
6. Komninos, A. (2020). Norman's Three Levels of Design. *Interaction Design Foundation*. URL : <https://www.interaction-design.org/literature/article/norman-s-three-levels-of-design>
7. Friis Dam, R., & Soegaard, M. (2014). *The Encyclopedia of Human-Computer Interaction, 2nd Ed.* Interaction Design Foundation. URL : <https://www.interaction-design.org/literature/book/the-encyclopedia-of-human-computer-interaction-2nd-ed>
8. Maeda, J. (2006). *The Laws of Simplicity*. The MIT Press. Cambridge URL : <https://dl.acm.org/doi/book/10.5555/1196389>

## ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ЗАСТОСУНКІВ ФІНАНСОВОГО КЕРУВАННЯ

Гордієнко Кирило <sup>1</sup>, Брянцев Олександр <sup>2</sup> [0000-0002-9220-0653]

<sup>1</sup> здобувач вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет,  
Україна [stokman223@gmail.com](mailto:stokman223@gmail.com)

<sup>2</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,  
Член спілки дизайнерів України,  
Україна, [albrypaper@gmail.com](mailto:albrypaper@gmail.com)

**Анотація.** В статті досліджено особливості розробки дизайну додатку з керування фінансами, особливості для відображення певної фінансової інформації, яка необхідна користувачу. Стаття розглядає етапи розробки дизайну додатків, зосереджуючись на аспектах, які стосуються візуальної комунікації та інтерфейсу користувача. Особливий акцент зроблено на додатках для фінансового управління, вказуючи на важливість інтуїтивно-зрозумілого інтерфейсу, який сприяє швидкій та зручній роботі користувача. Також розглядається роль візуального відображення фінансової інформації та важливість індивідуалізації інтерфейсу, щоб задовольняти унікальні потреби кожного користувача. Описані вимоги відповідності розробки додатків керування грошима для високої конкурентоздатності.

**Ключові слова:** дизайн, додаток, інтерфейс.

Сучасне цифрове оточення стало невід'ємною частиною нашого життя. Сучасні додатки дозволяють слідкувати за станом здоров'я і обирати відповідний режим тренування, добирати стиль в одязі і робити покупки, проводити час за грою, спілкуватися та показувати свої твори мистецтва, ділитися історіями. Різноманітність і схожість додатків в рамках призначення, спонукає дизайнерів шукати нові цікаві рішення в аспектах зручності їх користування або естетичної привабливості.

Як і будь-який інший продукт, дизайн додатків проходить певні етапи розробки, які включають в себе: аналіз завдання, прототипів та аналогів; пошук рішень; проектування; реалізація; тестування; підтримка (Синельнікова, 2022).

З використанням цифрових технологій фінансова обізнаність стала постійною ознакою сучасної людини яка вже частіше використовує додатки для виконання цифрових фінансових операцій, таких як грошові переведення та оплата покупок. Сучасні додатки інформують користувачів про їх фінансові операції, створюють відчуття контролю та безпеки фінансів та особистих даних.

Однією з важливих особливостей у проектуванні додатків для керування фінансами є інтерфейс, який має бути інтуїтивно-зрозумілим для користувача, який вперше користується подібним додатком. Основні функції мають бути доступними з головного екрану або за декілька кліків, що спрощує роботу користувача з додатком та скорочує час, витрачений на дії. Усі графічні іконки, терміни та мова повинні бути зрозумілими та водночас відповідати діловому стилю додатку (Слітюк, 2023).

Окрім цього робота у додатку має бути простою та швидкою, для цього уся навігація між різними функціями має бути зручною та мінімізованою для того, щоб користувач міг швидко знаходити необхідні йому фінансові дані.

Ще однією особливістю роботи з дизайном додатку для контролю фінансів є зручне та зрозуміле відображення звітів та іншої аналітики на запит користувача, таким чином уся звітна інформація має бути представлена зручними графіками, схемами, діаграмами та іншими графічними знаками, які допоможуть представити подібну інформацію у візуальному вигляді. Також додаток має давати можливість користувачу отримувати зручно представлену та узагальнену інформацію про поточний стан його рахунків, останні транзакції, витрати та надходження (Підганий, 2023).

Окрім представлення даних, звітів та інших важливих аспектів керування фінансами, додаток має бути досить індивідуальним, таким чином у інтерфейсі має бути враховано те, що кожен користувач особистість, яка має свої вподобання. Отже, у додатку має бути можливість для налаштування користувачем індивідуального вигляду та функцій. Для цього має бути опрацьована досить широка категоризація даних, визначення фінансових цілей, а також в цілому користувачу має бути доступне налаштування інтерфейсу з урахуванням його індивідуальних потреб.

Розробка візуального вигляду сповіщень також один з важливих кроків під час розробки додатку для керування фінансами. Система сповіщень та повідомлень має графічно представляти користувачу його поточні дії з фінансами, окрім цього вони також мають бути індивідуально налаштовані, таким чином для розробників та дизайнерів постає завдання у створенні широкого вибору видів сповіщень для користувача (Яковенчук, 2020).

Додаток для керування фінансами має бути інтегрованим у систему інших фінансових служб, а отже він має відповідати вимогам ринку. Інформація, яку додаток зможе використовувати у своїй роботі має бути представлена так же якісно та зрозуміло для користувача, як і ця ж інформація але в платіжних системах, електронних гаманцях та ін.

Окрім вище перерахованого, додаток має створювати приємний, зручний та зрозумілий досвід для користувача, у якому має поєднуватись лаконічність, сучасні дизайнерські тенденції, розуміння психології користувача, комфорт користування додатком.

Додаток для керування грошима має бути доступним будь-якому користувачу, тому інтерфейс має бути адаптивним до будь-якого пристрою, таких як планшет, телефон або екран комп'ютера, а також інтегрованим у різні операційні системи, такі як IOS, Android, Mac та Windows. Окрім цього дані мають синхронізуватися між усіма пристроями для відтворення повної інформації для користувача.

Для заохочення користувача створення моделі фінансової грамотності у додатку можуть бути додані елементи нагород та привітань з досягненням фінансових цілей. Розробка дизайну такого розділу має відповідати діловому стилю додатку але створювати для користувача елемент змагання.

Таким чином, розробка дизайну додатку для керування фінансами повинна дотримуватися ряду таких критеріїв для створення приємного користувацького досвіду, таких як: інтуїтивно-зрозумілий інтерфейс, що дозволяє просту і швидку роботу, відображення звітної інформації та аналітики, індивідуальність інтерфейсу без порушень загальних вимог виконання фінансових операцій, мати інтеграцію з іншими системами, бути доступним і адаптивним, мати елементи підтримки фінансової досяжності. Дизайнери та розробники повинні ретельно вивчати існуючі додатки, дотримуватися певних вимог і специфікацій у розробці користування та візуальної взаємодії. Дизайн додатку має відповідати високим стандартам та запитам, що задовольняють потреби користувачів, як у візуальному так і в концептуальному планах.

## Літературні джерела

1. Сідельнікова, Д. С. (2022). Етапи створення дизайну мобільного застосунку. *Мультимедійні технології в освіті та інших сферах діяльності*, 105–109. Національний авіаційний університет. URL : <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/55818>
2. Слітук, О. О. (2023). Розробка мобільного додатку з використанням UI/UX дизайну. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології*, 149–150. Харківський національний університет радіоелектроніки. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25073>
3. Підгайний, Д. Р. (2023). Веб-додаток для керування власними фінансами. (Кваліфікаційна бакалаврська робота) Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського. URL : <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/58675>
4. Яковенчук, В. В. (2020). Розробка веб-додатку ведення фінансового обліку з функціями візуалізації даних. (Кваліфікаційна бакалаврська робота). Донецький національний університет. URL : <https://jarch.donnu.edu.ua/article/view/10563>

## РОЗВИТОК КНИЖКОВОЇ ІЛЮСТРАЦІЇ ДЛЯ ДІТЕЙ

Грін Марія <sup>1</sup>, Кардашов Микола <sup>2</sup> [0000-0001-6369-3842]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна, [marinaimariya@gmail.com](mailto:marinaimariya@gmail.com)

<sup>2</sup> викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Співки дизайнерів України, Україна, [mk@znu.edu.ua](mailto:mk@znu.edu.ua)

**Анотація.** Метою дослідження питання є визначення аспектів розвитку значення дитячої ілюстрації на прикладі робіт Беатріс Поттер, ілюстраціях Антуан де Сент-Екзюпері та інших авторів, історія створення і розвитку ілюстрації для дітей.

**Ключові слова:** ілюстрація, дитяча ілюстрація, поліграфія.

Якщо оглянутись на століття назад, то стає очевидним, що дитина займає нове місце в сучасному світі. За винятком, можливо, деяких королівських немовлят, ми не бачимо, щоб великі художники минулого зверталися до дітей. Чи існують дитячі книжки, проілюстровані Дюрером, Бургмайром, Альтдорфером, Йостом Амманом чи маленькими майстрами Німеччини? Чи серед флорентійських ксилографій ми знайдемо такі, що призначені для дітей? Чи Рембрандт малював для них офорти, чи Якоб Бехам готував тарілки для їхньої забави? – зазначають експерти з досліджень ілюстрації у розвитку дитини (White, 2010, с. 51).

Піднімаючи це питання, нам слід звернутися до історії і кореневих причин, які сприяли розвитку дитячої книги і ілюстрації.

Повертаючись до моменту винаходу друкарської технології, яка ширилася Європою у 16 столітті, втім до відкриття Іваном Федоровичем першої української друкарні у Львові, можна прослідкувати стрімкий розвиток шляху освіти людини (Жданова, 2015).

Згодом, епоха Просвітництва, особливо у 18 столітті, підкреслювала раціональність, розум і важливість освіти для всіх. Реформатори освіти, такі як Джон Локк і Жан-Жак Руссо, просували ідею пристосування освіти до етапу розвитку дитини. Це призвело до зміщення фокусу в бік літератури, яка була не лише повчальною, але й цікавою та придатною для юних умів (Жданова, 2015).

Під час романтичного руху наприкінці 18-го та на початку 19-го століть спостерігався підвищений інтерес до природи, уяви та емоційного життя людей.



Цей факт вплинув на дитячу літературу, як результат заохочуючи до створення фантастичних і морально-повчальних історій для юних читачів (Жданова, 2015).

Одним із найважливіших і переломних моментів в історії людства є промислова революція. Саме цей період – кінець 19-го і початок 20-го століть часто називають Золотим віком дитячої літератури. Такі автори, як Льюїс Керролл, Беатріс Поттер та А.А. Мілн, а також розвиток кольорового друку сприяли створенню класичних творів з яскравими ілюстраціями (Жданова, 2015).

Наприклад, Беатріс Поттер є авторкою, чії ілюстрації і у сьогоденні резонують з аудиторією кожного віку. Ілюстраторка показує світ фауни, де тварини набувають людських рис, захоплюючи читачів своїм витонченим шармом, деталями і гармонійною колористикою, пробуджуючи у читачів позитивні емоції і спогади.

Ілюстрації Поттер не лише супроводжують її оповідання; вони є витонченими творами мистецтва, які наближають молодших читачів до природи і культивують дбання про оточуючу середу. Вплив, який оказала ілюстраторка через створення унікальних персонажів і візуальної мови загалом, є відчувальний у індустрії дитячого одягу, канцелярії, книжкової ілюстрації і у 21 столітті.

Крім вищевказаних факторів, які сприяли розвитку дитячої ілюстрації, на світ вплинуло появлення «Маленького Принца» Антуана де Сент-Екзюпері. Малий принц відразу здобув великий успіх і довго зберігав свою популярність. Він пройшов принаймні три друкарські тиражування в період з квітня 1943 року по грудень 1943 (Cowles, 1997).

Розглядаючи феномен цього видання і аналізуючи творчість ілюстраторів попередніх століть ви побачите, що ілюстрація прямує до спрощення форм, анатомії, рис обличчя персонажів, обмежуючись тільки лінією, що можна побачити у авторських ілюстраціях Антуан де Сент-Екзюпері, який створив приклад для наслідування. До явища стрімкого розвитку популярності книги підключається реклама, яка водночас набирає популярності у 20 столітті завдяки Девіду Огівлі, Білу Бернбах, Джорджу Луа. Таким чином у одній з реклам у журналі New York Times з'явився підпис: «Критики кажуть: ця книга для дітей. Аудиторія каже: це книга для дорослих. А моє серце каже: це книга для мене» (Cowles, 1997).

Вже сьогодні налічується приблизно 80 мільйонів проданих примірників до понад 200 мільйонів проданих примірників з 1943 року.

Підсумовуючи вищесказане, можна ствердити, що усі згадані фактори сприяли розвитку і неймовірному різноманіттю стилів у книжковій ілюстрації, особливо для дітей.

Сучасна реальність – це прагнення досягти осмислення у багатьох сферах життя, втім у вихованні дитини. Саме тому батьки прискіпливо ставляться до вибору книжок і особливо ілюстрацій у них, так, аби вони сприяли візуальному сприйняттю та створенню емоційного зв'язку, а також підтримання розвитку уяви та креативності у дітей.

В наші часи, коли існує потреба якісної літератури для дітей, сучасний ринок дитячої книги заповнює цю потребу, роблячи ілюстрації для дитячих книжок однією з найпопулярніших серед графічних дизайнерів сфер діяльності.

Сучасні ілюстрації у книжках для дітей вражають своєю яскравістю персонажів, деталізацією та кольоровими рішеннями.

Водночас, ринок сучасної ілюстрації стикається з явищем плагіаризму, до чого призвело активне користування соціальними мережами серед дизайнерів і ілюстраторів.

Саме тому, велику роль відіграють митці, які постійно шукають ключ, який дозволив би зберегти естетичність і яскравість дитячої ілюстрації, змінюючи їх візуальну мову.

## Літературні джерела

1. White, G. (2010). Children's Books and Their Illustrators.
2. Жданова, Л. Л. (2015). Промислова революція та індустріалізація: розвиток продуктивних сил та перетворення інститутів. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету*. Серія: економіка і менеджмент, (11), 8-11.
3. Cowles, J. (1997). Lessons from «The Little Prince»: Therapeutic Relationships with Children. *Professional School Counseling*, 1(1), 57-60.

## ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ГЕОІНФОРМАЦІЙНОЇ КАРТИ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗОН ЖИТОМИРЩИНИ

Грицкевич Данило <sup>1</sup>, Ковальчук Майя <sup>2</sup> [0000-0001-7273-5872]

<sup>1</sup> здобувач вищої освіти, Поліський національний університет, Україна,  
<sup>2</sup> кандидат педагогічних наук, доцент кафедри КТіМС, Поліський національний університет,

**Анотація.** Стаття розглядає важливі аспекти дизайну геоінформаційної карти рекреаційних зон Житомирщини з урахуванням оптимального поєднання просторової інформації з графічним відображенням карти. Детально розглядається розробка дизайну геоінформаційної карти, враховуючи вимоги цільових користувачів та стандартів геоінформаційних систем. Стаття висвітлює значення зрозумілості карти та її інтуїтивної доступності для звичайних користувачів, а також наголошує на важливості використання стандартів ISO 19115 і ISO 19116 для забезпечення сумісності та інтеграції з іншими геоінформаційними системами. Наголошується на важливості ефективного використання кольорів, символів та елементів карти, щоб створити високоякісну геоінформаційну карту рекреаційних зон Житомирської області.

**Ключові слова:** Геоінформаційна карта, дизайн картографічного продукту, рекреаційні зони, зрозумілість та доступність інформації, стандартизація геоінформаційних систем.

З метою досконалого співвідношення відповідної просторової інформації з графічним зображенням карти, необхідно спроектувати дизайн, який буде містити розумне використання елементів карти, типографіки та міток, що дозволить максимізувати інтерпретації та мінімізує витрату часу на пошук рекреаційних пунктів. Розробляючи дизайн геоінформаційної карти рекреаційних зон Житомирщини потрібно враховувати вимоги цільових користувачів та враховувати існуючі вимоги до геоінформаційних карт.

Отже, карта повинна відображати актуальну інформацію про рекреаційні зони Житомирської області, це можливо завдяки регулярним оновленням за допомогою впровадження до геоінформаційної системи бази даних. Карта повинна містити достатньо інформації про рекреаційні зони, щоб користувачі могли легко знайти необхідну інформацію, яка має бути представлена в

зрозумілій формі та у зручному для сприйняття форматі. Необхідно виокремити ключові аспекти карти, забезпечуючи їхню видимість, тоді як менш важливі елементи необхідно перемістити на другий план. Досягнення гармонії між головними та вторинними елементами на карті дозволить створити якісніший продукт, що ідеально відповідатиме поставленим завданням та вимогам ([ukrayinska.libretexts.org](http://ukrayinska.libretexts.org), 2022).

Зрозумілість карти – це одна з ключових вимог до дизайну геоінформаційних карт. Адже, мета таких карт – передати найбільший обсяг інформації з найменшою кількістю інтерпретаційних зусиль користувача. Дизайн карти має допомогти зрозуміти складні просторові об'єкти з першого погляду ([ukrayinska.libretexts.org](http://ukrayinska.libretexts.org), 2022).

Створення дизайну геоінформаційної карти рекреаційних зон Житомирської області передбачає врахування ключових аспектів, які сприятимуть зручності використання та передачі інформації. Розглянемо їх детальніше.

Вибір картографічної області – це головний етап проектування дизайну. Карта має бути створена на основі якісної картографічної основи, що відобразатиме фактичне розташування рекреаційних зон. Для позначення рекреаційних зон на карті необхідно використовувати зрозумілі символи і легенди, які відіграють важливу роль у забезпеченні зрозумілості та доступності інформації для користувачів. Вони допоможуть розшифрувати та інтерпретувати географічні дані, надаючи контекст та значення об'єктам та атрибутам на карті. Забезпечення доступності інформації можна реалізувати за допомогою застосування інтерактивних вікон, які відобразатимуться при наведенні або натисканні на об'єкт, що дозволить висвітлювати додаткові відомості, фотографії та пояснення без перевантаження основної картографічної області.

Дизайн карти повинен бути інтуїтивно зрозумілим для звичайних користувачів та водночас надавати необхідні ресурси та дані для проєктантів рекреаційних зон. Важливо, щоб дизайн карти був як простим і доступним, так і насиченим необхідними ресурсами та аналітичними даними, які можуть бути включені у карту з метою допомоги проєктантам рекреаційних зон в ефективному плануванні і розвитку, з урахуванням потреб та тенденцій в галузі рекреації. Такий підхід забезпечить взаємодію та вигоди як для звичайних користувачів, так і для фахівців у галузі рекреації, сприяючи сталому та інноваційному розвитку рекреаційних зон.

Забезпечення сумісності та інтеграції карти – використання загальноприйнятих стандартів, таких як ISO 19115 і ISO 19116, у розробці дизайну геоінформаційної карти є важливим елементом для забезпечення сумісності та інтеграції з іншими геоінформаційними системами. ISO 19115 і ISO 19116 визначають стандарти для метаданих геопросторових інформаційних систем. Застосування цих стандартів допоможе визначати та документувати основні властивості та характеристики картографічного продукту, полегшить

обмін геоінформацією між різними системами та користувачами, що важливо для вирішення завдань, пов'язаних з обміном та взаємодією даних. Стандартизовані підходи сприяють сталому розвитку геоінформаційної карти рекреаційних зон Житомирської області, спрощуючи її підтримку та модернізацію (Карпінський, et al., 2021).

Ефективна робота над дизайном геоінформаційної карти вимагає не тільки майстерного використання кольорів та символів, а й розумного використання елементів карти, типографіки та принципів дизайну. Використання зазначених компонентів має бути належним чином адаптоване до мети карти, її цільової аудиторії, тематики, масштабу та методів, що в своїй сукупності сприятиме створенню високоякісної карти рекреаційних зон Житомирської області.

## Літературні джерела

1. ukrayinska.libretexts.org. (2022). Картографічний дизайн. Взято з [https://ukrayinska.libretexts.org/Науки\\_про\\_Землю/Географія\\_\(фізична\)/Книга%3A\\_Основи\\_геоінформаційних\\_систем\\_\(Campbell\\_i\\_Shin\)/09%3A\\_Картографічні\\_принципи/9.03%3A\\_Картографічний\\_дизайн](https://ukrayinska.libretexts.org/Науки_про_Землю/Географія_(фізична)/Книга%3A_Основи_геоінформаційних_систем_(Campbell_i_Shin)/09%3A_Картографічні_принципи/9.03%3A_Картографічний_дизайн)
2. Карпінський, Ю. О., Лященко, А. А., & Лазоренко-Гевель, Н. Ю. (2021). Основи ГІС. Стандартизація географічної інформації: навч. посіб. Київ: КНУБА. URL : [https://library.knuba.edu.ua/books/15\\_1\\_21\\_3.pdf](https://library.knuba.edu.ua/books/15_1_21_3.pdf)



## ЗНАЧЕННЯ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ НА ТЕМУ ВІДЕОІГОР У СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ

Губрак Катерина<sup>1</sup>, Потапенко Микола<sup>2</sup> [0000-0003-4634-7424]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна, gubrak.katya@gmail.com

<sup>2</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Спілки дизайнерів України, член Спілки рекламистів, Україна, nikolay.pnko@gmail.com

**Анотація.** У сучасному світі відеоігри стали невід'ємною частиною культури та розваг. Ігрові журнали виконують важливу роль в цій сфері, тому вони зобов'язані адаптуватися до швидко мінливих трендів і співпадати з очікуванням аудиторії, щоб зробити продукт успішним і затребуваним. Його створення - тонкий творчий процес, що вимагає підтримки візуальних нововведень навіть в оформленні самого видання. Яскраві кольори, ефектні зображення і якісний дизайн створюють привабливу оболонку для інформації, роблячи її більш цікавою для читачів.

**Ключові слова:** Дизайн, журнал, комп'ютерні ігри, дизайн журналу, колір, композиція, дизайнерські тренди.

Журнали на ігрові тематики мають дуже важливе значення у геймерів, адже оцінки та огляди допомагають їм приймати зважені рішення при покупці продукту. Критичний аналіз геймплея, графіки і сюжету дозволяють сконцентрувати коло інтересів і підвести до правильного вибору.

Так само ігрові видання сприяють формуванню і розвитку геймерських спільнот, створюючи майданчики для обговорень, де люди можуть вільно обмінюватися своєю думкою і створювати коло за інтересами, знаходячи нових друзів і напарників по іграх.

Також подібні публікації надають читачам інформацію про останні новини ігрової індустрії, про технологічні інновації, інтерв'ю з розробниками та інші матеріали, пов'язані з культурою.

Соціальна платформа відеоігор допомагає розкрити багато аспектів, допомагаючи долати стереотипи і популяризувати ігрову культуру, як важливу частину нашого життя.

Комп'ютерні ігри є потужним джерелом розваги і відпочинку, починаючи від захоплюючих сюжетів до захоплюючого геймплея, вони надають гравцям можливість зануритися у віртуальні світи, де їх чекають пригоди і можливості. Це стає психологічним відпочинком, що дозволяє відволіктися від повсякденних турбот і дати можливість насолодитися творчістю талановитих видавців.

Особливо популярні онлайн-ігри, які створюють унікальну соціальну взаємодію. Гравці можуть об'єднуватися в групи і створювати команди, вступати в суперництво з іншими гравцями по всьому світу. Це сприяє не тільки розвитку комунікації, а й формує віртуальні спільноти і компанії людей, де з'являється коло інтересів і цінностей.

У людей зараз дуже популярні стріми і світові турніри, які задають стандарти правильної поведінки в іграх і мотивації підвищення своїх навичок, що також є невід'ємною частиною ігрового співтовариства. Стримери допомагають створити широку аудиторію та популяризувати ігри, надаючи контент-досвід та створюючи спільноту шанувальників. Турніри ж привертають увагу до змагальної стороні ігор, що сприяє розвитку електронного спорту, щоб в майбутньому підтримувати виробників, розробників і спонсорів. Електронний спорт став визнаним видом діяльності, що залучає рекламні угоди, що є важливим джерелом інформації в журналах, що детально висвітлюють останні новини.

Важливий факт грає дизайн, який повинен відповідати тематиці і відображати характер індустрії. Дуже важливо використовувати яскраву і динамічну графіку, яка привертає увагу і передає атмосферу заданої у випуску гри. Це можуть бути футуристичні елементи і стилізовані зображення персонажів. Дуже важливо використовуватися елементи, пов'язані зі світом відеоігор, такі як піксельна графіка, Іконки управління, комп'ютерні коди, щоб підкреслити тематику видання.

Важливу роль ще становить шрифт, які відображає всю енергію ігрового світу. Можна вивчати і вдаватися до використання різних шрифтів, але найкраще будуть підходити в більш ігровому стилі, широкі і динамічні. Дуже важливо, щоб журнал був не тільки інформативним, але і візуально привабливим. Хороший дизайн може посилити сприйняття контенту і привернути увагу аудиторії, яка може бути дуже зацікавлена в інноваціях і креативності видавців, які розкривають весь ігровий світ у фарбах.

Підсумовуючи всі ці аспекти, можна з упевненістю сказати, що журнали на тему ігор мають не лише розважальне, але й широке освітнє, інформаційне та культурне значення, формуючи та підтримуючи цілу спільноту навколо захоплюючого світу відеоігор.

---

## Літературні джерела

1. Шевченко, В. (2011). Особливості зображального ряду журналу. *Наукові записки Інституту журналістики*, 44, 109-112.
2. Шевченко, В. Е. (2005). Художньо-технічне редагування: тексти лекцій для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет».
3. Комп'ютерні ігри. Створення ігор URL:  
<http://programming.in.ua/other-files/other/308-creatingcomputer-games>

## ОСОБЛИВОСТІ КОМІКСОВОГО СТИЛЮ

Гузема Антон <sup>1</sup>, Брянцев Олександр <sup>2</sup> [0000-0002-9220-0653]

<sup>1</sup> здобувач вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет,  
Україна antonguzema073@gmail.com

<sup>2</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,  
член Спілки дизайнерів України,  
Україна albrypaper@gmail.com

**Анотація.** У статті розглядається важливість та особливості формування візуального стилю коміксів, розглядаючи їх вплив на інтуїтивний контакт з читачем та передачу атмосфери історії. Розглядаються елементи графічного стилю, такі як лінійний рисунок, композиція та колористика, як ключові для створення візуального колажу коміксів. Класифікація Скотта Макклауда, включаючи іконічний, реалістичний, стилізований та абстрактний стилі, як важливий аспект формування візуального стилю. Наводяться приклади відомих митців та аналіз стильових рішень в їх працях та загальні висновки.

**Ключові слова:** дизайн, стиль, комікс.

Важливим етапом у створенні коміксів є особливості їхнього стилю, які сприяють передачі атмосфери та емоцій історії. Графічний стиль має сильний вплив на перший, інтуїтивний контакт з читачем: він допомагає передати атмосферу, настрій, почуття та емоції історії» (Бендіс, 2015, с. 65). Візуальний стиль коміксу безпосередньо впливає на сприйняття читачем, включаючи в себе: лінійний рисунок, композицію, поліграфію та колористику. Слід визначити різні елементи, які сприяли візуальному стилю: макет панелі, композиція, колір, лінійна робота і спосіб друку, аналізуючи як ці елементи поєднуючись між собою перетворюються в колаж називаємий візуальним стилем.

Рисунок є одним з головних елементів коміксів, який важко переоцінити (Beaty, & Weiner, 2012). Художник повинен визначити ступінь деталізації та стиль персонажів та фонів. Можуть використовуватись як м'які контури та невеликі карикатурні риси, так і більш реалістичний підхід.

Графічна частина коміксів далека від реалістичності, стилізація зображення часто досить схематична і перебільшена, часто аж до гротескних форм, що дозволяє авторам розширити рамки вираження своїх ідей. При цьому це формує

унікальний графічний стиль кожного коміксу, що відрізняє їх як між собою, так і від звичайних ілюстрованих книг, журналів та іншої літератури (Колісник, 2022)

Також варто зазначити класифікацію Скотта Макклауда, наведену в книзі «Розуміння коміксу. Невидиме мистецтво» (Understanding Comics, 2019), Скотт Макклауд пише про чотири основні стилі у коміксах: іконічний, реалістичний, стилізований та абстрактний. Ці стилі визначаються головним чином через рівень спрощення або деталізації зображень

Автор описує Іконічний стиль, як простий стиль, в якому герої та предмети представлені у спрощеній та схематичній формі, використовуючи символічні образи. Іконічний стиль часто використовується в коміксах для дітей або комічних серіях, таких як серія фінської шведськомовної письменниці Туве Янсон - Мумі-тролі.

Реалістичний стиль характеризується: детальним та реалістичним представленням персонажів та оточення. У коміксах, що використовують реалістичний стиль, автори прагнуть передати найбільш точні зображення людей і предметів. Він широко використовується в серйозних коміксах, таких як Роберта Кірмана «Невразливий» або Френка Міллера «Бетмен: темні лицарі повертаються».

Стилізацією називають стиль, який використовує характерно деформовану, спрощену та стилізовану форму зображень. Автори застосовують унікальні і характерні риси стилізації, щоб створити особливий візуальний ефект. Прикладами коміксів із стилізованим стилем можуть бути Ніла Геймана «Сэндмен».

Абстрактним стилем називають стиль, в якому автори грають з формою, кольором і текстурою, створюючи більш абстрактні та нереалістичні зображення. Цей стиль можна використовувати для передачі сюрреалістичних або експериментальних ідей, а також для підкреслення емоцій. Деякі авангардні комікси, такі як роботи Моебіуса та Кріса Венга, мають абстрактний стиль.

Лінійна робота є фундаментальним аспектом візуального стилю коміксів. Стиль графіки може визначити настрій та атмосферу коміксу. Він може показати читачеві, що відбувається на сторінці без використання слів (Бендіс, 2015, с. 24). Товщина, вага та стиль ліній можуть змінюватися, сприяючи загальній естетиці коміксу. Тонкі лінії можуть передати відчуття елегантності або крихкості, в той час, як жирні, товсті лінії можуть вказувати на міцність або інтенсивність.

Однією з визначальних характеристик коміксів є використання панелей для представлення послідовного характеру історії. Основною одиницею коміксу є панель, упорядкований простір, всередині якого послідовно розташовані символи, що зображують узгоджену дію (Еіснер, 2008, с. 8).



Композиція - це основна засада в створенні графічних історій. Це розташування об'єктів на сторінці для досягнення кращих візуальних результатів. Композиція визначає, як глядач буде сприймати історію, відображаючи важливість об'єктів, руху і напрямку. Вона може викликати емоції, передавати акценти і створювати настрій (Пак, 2018, с. 87).

Поліграфія відноситься до використання тексту в коміксах, включаючи діалог, розповідь, звукові ефекти та підписи. Як і кожна частина коміксу, лєттеринг — це можливість викликати емоції, передати характер і розповідь. (Бендіс, 2015, с. 128) Стиль, розміщення та розмір тексту можуть сильно вплинути на досвід читання. Художники часто використовують різні шрифти, стилі написів та дизайни мовних бульбашок, щоб відобразити особистість персонажів або тон історії.

Колористика також відіграє важливу роль у створенні візуального стилю коміксу. Колір в коміксах може значно змінити тон і настрій історії. Він може підкреслити емоції персонажів та передати атмосферу сцени. Колористика додає глибину і просторовість до малюнків, роблячи комікси більш динамічними та привабливими (Бендіс, с. 66). Художники можуть використовувати обмежену або яскраву колірну палітру, щоб викликати певні почуття та створити візуальний контраст.

Манга — це різновид суто національного японського коміксу. Основи жанру манга в його сучасній формі, а саме рухи та жести, запозичено саме з давньої художньої техніки (Мильченко, 2020, с. 12). Манга відрізняється від західних коміксів своїм особливим стилем лінійного рисунка та наративною структурою. Кожен мангака (художник манги) має свій власний, унікальний художній стиль, який допомагає створити певну атмосферу і виразити повідомлення історії. Один з найвідоміших мангак сучасності - Такехіко Іноуе, автор манги «Vagabond». Стиль малюнку Іноуе характеризується деталізацією, яка доповнює реалістичну атмосферу історії. Він ретельно досліджує костюми і зброю своїх персонажів, забезпечуючи їхню візуальну достовірність. Іноуе також використовує динамічні ракурси та приділяє увагу використанню тіней, для створення настрою та підкреслення драматичних моментів (див. рис. 1).



Рис. 1. Ілюстрація манги «Vagabond»

Кентаро Міура, автор манги «Berserk» (див. рис. 2.), відомий своїм деталізованим і графічним стилем. Його малюнки складні та напружені, з детальним штрихуванням, створеним за допомогою хрестоподібних та хромових пунктирів.

Міура дуже деталізовано малює рухомість та анатомію своїх персонажів, враховуючи найменші деталі, які допомагають створити реалістичний світ манги. Він часто використовує сируваті та кроваві ефекти, щоб показати жорстокість і насильство у своїх історіях.



Рис. 2. Ілюстрація манги «Berserk»

«Invincible» - це американська серія коміксів, створена Робертом Кіркманом, ілюстрована Корі Уокером і Раяном Оттлі, та випущена видавництвом Image Comics. Починаючи з першого випуску, «Invincible» мав дуже чіткі та лінійні малюнки, чіткі кольорові заливки та характерну стилізацію персонажів. Незважаючи на це, арт-стиль підкорявся змінам з кожним наступним графічним художником, що давало коміксу свіжий вигляд та більшу варіативність.

Важливо врахувати спільний естетичний стиль для всього коміксу.



Рис. 3. Ілюстрації коміксу «Invincible»

Однорідний візуальний стиль на всіх сторінках коміксу є важливою компонентою, яка допомагає створити єдину розповідь (Bendis, 2015, р. 76). Візуальний стиль має бути однорідним на всіх сторінках коміксу, щоб утворити єдину розповідь та емоційний фон.

Отже, вивчення розвитку візуального стилю в коміксах є актуальним на сьогодні, оскільки дозволяє зрозуміти еволюцію та вплив цієї унікальної форми мистецтва на культуру візуального сприйняття. Комікси не тільки розважали читачів протягом десятиліть, але й служили потужним засобом для розповіді та соціальних коментарів.

## Літературні джерела

1. МакКлауд С. (2019). *Зрозуміти комікси*. Невидиме мистецтво. Рідна мова
2. Eisner W. (2008). *Comics and Sequential Art: Principles and Practices from the Legendary Cartoonist*. W.W. Norton & Company.
3. Bendis B. M. (2015). *Words for Pictures: The Art and Business of Writing Comics and Graphic Novels*. Watson-Guption.
4. Gibbons D. (2009). *How Comics Work*. Dorling Kindersley Ltd.
5. Pak, G. (2018). *Make Comics Like the Pros: The Inside Scoop on How to Write, Draw, and Sell Your Comic Books and Graphic Novels*. Watson-Guption.
6. Колісник, О. В. (2022). *Специфіка сучасних коміксів: традиції та інновації*. Київський національний університет технологій та дизайну. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19963>

7. Ісігуро, К. (2017). *Людина, що розхитує плаваючий світ*. Видавництво Старого Лева
8. Beaty, B., & Weiner, S. (2012). *The Cambridge Companion to Comics*. Cambridge University Press.
9. Мильченко, Л. (2020). Особливості сприйняття візуальної книги. Комікси. Манга. Графічний роман. *Вісник Книжкової палати*, 10-15 DOI: 10.36273/2076-9555.2020.12(293).10-15
10. Schodt, F. L. (2013). *Manga! Manga! The World of Japanese Comics* Kodansha International



## ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ МАЛЬОПИСІВ

Димова Анастасія <sup>1</sup> [0009-0007-1520-3256]

<sup>1</sup> викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна  
nastia4dymova@gmail.com

**Анотація.** Сьогодні ми бачимо тенденцією зростаючої популярності візуальної літератури. Беручи до уваги той факт, що комікси як самостійний жанр існує вже давно, в Україні ця індустрія тільки починає набирати оберти. Те що у країнах Заходу чи на далекому Сході сприймається як буденність, для нашого читача є новинкою, яка неминуче викликає інтерес. Мальюписи в Україні різноманітні та важко піддаються класифікації через свою різноманітність. Вони можуть бути поділені за тематикою, стилем, жанром, форматом та іншими параметрами. Різні художники та автори обирають власний підхід до створення мальюписів, що сприяє розмаїттю цього жанру.

**Ключові слова:** комікс, мальюпис, мистецький жанр.

Українські мальюписи є різноманітними та багатограними і їх класифікація визначається різними підходами, які відображають різні аспекти цього мистецького жанру. Важливо розглянути різні підходи до класифікації українських мальюписів для кращого розуміння їх різноманітності та важливості в сучасній культурі.

Так, згідно з В. Кравченко, українські мальюписи можна класифікувати за тематикою, жанром та формою. Щодо тематики, українські комікси можуть бути розділені на кілька категорій, таких як історичні, фантастичні, соціально-політичні тощо. Щодо жанру, українські комікси можуть бути класифіковані як пригодницькі, детективні, фентезі тощо. Щодо форми, українські комікси можуть бути розділені на кольорові та чорно-білі (Кравченко, 2015). У статті О. Мельник «Комікс як засіб збереження культурної спадщини та ідентичності» (Мельник, 2017) зазначено, що українські комікси можна класифікувати за допомогою таких критеріїв:

- жанр (пригодницький, фентезі, наукова фантастика тощо);
- формат (маленький формат, середнього формату тощо);
- тип (середовище розмови – мова або мовлення героя, наративний тип тощо);
- стиль малювання (манга-стиль, європейський стиль тощо);



- технологія виготовлення (ручне малювання або комп'ютерна графіка).

На думку О. Левченко українським мальописам притаманна велика розмаїтість тематик та жанрів (Левченко, 2018). Класифікація українських мальописів може бути здійснена за такими критеріями: тематика (фантастика, історичний комікс тощо), жанр (пригодницький комікс, детективний комікс тощо), форма (чорно-білий або кольоровий комікс).

В спільній праці Н. Баран та О. Гнаткович була зроблена спроба щодо класифікації українських мальописів. Вони ділять українські мальописи за типажем на три великі категорії (Баран, & Гнаткович, 2021, с. 37-42):

У першу категорію входять мальописи, які відповідають жанрам, що належать до нижчого рівня (Абрамчук 2016). Ці жанри включають:

- детективи (наприклад, «Хроніки Аптауна»);
- наукову фантастику (наприклад, «Майкл»);
- фентезі (наприклад, «Троє проти зла»);
- екшн і супергеройські мальописи (наприклад, «Укрмен»);
- військові драми (наприклад, «Кіборги»);
- жахи (наприклад, «Жах»);
- дитячі мальописи (наприклад, «Княжа Воля. Легенди Хом'якиєва») та інші (Баран, & Гнаткович, 2021, с. 39).

У другій категорії мальописи включають адаптації класичних українських літературних творів, які відомі своєю графічною формою. Ця тенденція відзначалася ще з 1993 року, коли видавництво «Генеца» вирішило випустити комікс «Страшна помста» на основі однойменної повісті Миколи Гоголя. Подальші адаптації класичних творів літератури також знайшли своє місце в цій тенденції, включаючи «Вій», «Ніч перед Різдрвом» та «Тарас Бульба». Протягом 2000-х ця ініціатива розширилася на інші видавництва, такі як «Грані-Т», «Книга» і «Фрески», які розпочали видавати комікси на основі творів Івана Франка, Миколи Куліша, Григорія Квітки-Основ'яненка, Тараса Шевченка, Івана Котляревського та інших великих українських літераторів (Баран, & Гнаткович, 2021, с. 40).

3. Останню групу мальописів можна віднести до стилю, який визначив початок українського мальопису, як такого. Саме з цієї причини історичні мальописи заслуговують на окрему категорію. Цю групу можна поділити на дві підкатегорії, кожна з яких має власні функції.

Перша підкатегорія відрізняється сюжетною розповіддю про історичні події з набором сухих фактів, і її функцію можна описати як суто інформаційно-пізнавальну та освітню. Наприклад, мальописи цієї групи, такі як «Облога Києва печенігами», «Бій богатирів» чи «Володимир князь Київський», характеризуються викладенням сюжету від імені вигаданого чи реального героя, проте сам світ і події не виходять за межі історичної площини, можливого та реального. Отже, цей вид творів можна розглядати як адаптацію

історичних реалій через графічно-літературну призму.

Історичні мальюписи другої підкатегорії можна розглядати як поєднання історичних подій і жанрів категорій нижчого рівня, де історичне минуле служить основою твору. Таким чином, ці твори поєднують типи попередньої підкатегорії та першої категорії з жанровою різноманітністю. Наприклад, мальюписи на козацьку тематику, такі як «Максим Оса» та «Даогопак,» в стильовому плані можуть виступати як детектив та фентезі, відповідно, а події творів «Воля» розгортаються у фантастичному та стімпанк-середовищі на основі подій і персонажів Української революції 1917–1921 років. Такі графічні твори, завдяки свободі художнього вираження, легко піддаються аналізу щодо історичної достовірності та пошуку смислового підтексту, оскільки сюжет та світ розвиваються через призму уявлення та ідей авторів (Баран, & Гнаткович, 2021, с. 41).

У підсумку, різні підходи до класифікації українських мальюписів демонструють різнобарвність та багатогранність цього жанру. Мальюписи можна класифікувати за різними критеріями, такими як жанр, тематика, стиль, спосіб розповіді та призначення. Різні підходи враховують як історичні, так і сучасні реалії українського суспільства, дозволяючи адаптувати класифікацію під потреби конкретного дослідження або аналізу.

Класифікація мальюписів на основі жанру дозволяє виділити різні категорії, такі як супергеройські мальюписи, історичні мальюписи, графічні романи, гумористичні мальюписи та інші. Кожна з цих категорій має свої особливості та характерні риси.

Тематична класифікація дозволяє розглядати мальюписи за специфічною темою, такою як історичні події, національна ідентичність, суспільні проблеми чи культурна спадщина.

Класифікація за стилем враховує художній вираз та використання мистецьких прийомів у мальюписах. Вона дозволяє визначити стильові особливості та художній вираз кожного конкретного твору.

Спосіб розповіді та призначення також впливають на класифікацію мальюписів, допомагаючи визначити, чи призначений мальюпис для дітей, для освіти, для розваги чи для передачі певного повідомлення.

Усі ці підходи до класифікації мальюписів спільно відображають багатофункціональність та різноманітність цього жанру в українському мистецтві. Вони створюють фундамент для подальшого дослідження та аналізу мальюписів як важливої частини сучасної української культури та літератури.

## Літературні джерела

1. Кравченко, В. (2015). Класифікація українських коміксів. *Культура України*.
2. Мельник, О. (2017). Комікс як засіб збереження культурної спадщини та ідентичності. *Сучасна українська література*.

- 
3. Левченко, О. (2018). Український комікс: від початку до сьогодення. *Культура України*.
  4. Баран, Н., & Гнаткович, О. (2021). Класифікація та специфіка сучасних українських коміксів. *Молодий вчений*, 5(93), 37-42. DOI : 2304-5809/2021-5-93-7
  5. Абрамчук, О. В. (2016). Жанри сучасної української літератури. Матеріали XLV Науково-технічної конференції ВНТУ. URL: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2016/paper/view/108>

## 3D-МОДЕЛЮВАННЯ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАСТОСУВАННЯ

Ємець Даніель<sup>1</sup>, Ковальчук Майя<sup>2</sup> [0000-0001-7273-5872]

<sup>1</sup> Здобувач вищої освіти, Поліський національний університет, Україна,

<sup>2</sup> кандидат педагогічних наук, доцент кафедри КТіМС, Поліський національний університет

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню ролі та можливостей 3D-моделювання в сучасному світі. Автори розглядають важливість цієї технології, описуючи її здатність створювати реалістичні та точні тривимірні моделі для різноманітних галузей застосування. Стаття висвітлює початкове використання 3D-моделювання в медицині для точного моделювання органів та структур для планування хірургічних втручань, а також в архітектурі для створення віртуальних турів та архітектурних проєкцій. Далі розглядається роль 3D-моделювання в промисловості, виробництві та розробці віртуальної та розширеної реальності, а також його вплив на комп'ютерні ігри та сучасне дизайнерське мистецтво.

**Ключові слова:** 3D-моделювання, тривимірні моделі, промисловість, виробництво.

3D-моделювання в сучасному світі стає все більш важливим, оскільки дозволяє створювати реалістичні та точні тривимірні моделі, які можна використовувати для різних цілей. Мета даної публікації полягає у розгляді 3D-моделювання та його можливостей, основних областей застосування для вирішення різних завдань.

Вперше 3D-моделювання почали використовувати в таких галузях як медицина, в якій 3D-моделі використовують для точного моделювання пацієнтських органів та структур для планування хірургічних втручань. Також для розробки віртуальних навчальних середовищ та досліджень для медичних фахівців.

3D-моделювання також використовують в архітектурі та будівництві. За допомогою 3D-моделювання створюють віртуальні тури та проєкції по 3D-моделям будівель для визначення архітектурних рішень. Оптимізація будівельних процесів та вдосконалення енергоефективності будівель також можлива завдяки 3D-моделюванню.

В контексті промисловості та виробництва застосування 3D-моделювання є важливим фактором ефективного та інноваційного розвитку. 3D-моделювання дозволяє інженерам та дизайнерам швидко створювати віртуальні прототипи, що значно полегшує процес розробки нових продуктів. Віртуальні прототипи можна ретельно тестувати та аналізувати без фізичної реалізації, що дозволяє виявляти потенційні проблеми та оптимізувати дизайн до початку виробництва. 3D-моделювання також можна використовувати для віртуального моделювання та тестування роботи обладнання на заводі, що дозволяє визначити оптимальне розташування та конфігурацію обладнання на підприємстві. Крім того, 3D-моделі можна використовувати для симуляції руху товарів та оптимізації логістичних процесів, що допомагає зменшити час та витрати на транспортування та складське управління.

У сфері комп'ютерних ігор 3D-моделювання використовується для створення динамічних та захоплюючих візуальних ефектів. Виробники ігор використовують цю технологію для розробки реалістичних анімацій персонажів, що дозволяє гравцям поглибитися в ігровий світ та взаємодіяти з ним. За допомогою 3D-моделювання можна створювати вражаючі ландшафти, архітектурні елементи та об'єкти, що надає ігровому оточенню реалістичний вигляд та відчуття. Також 3D-моделювання використовується для створення спеціальних ефектів, таких як вибухи, вогненні струмені, що роблять ігровий процес більш захоплюючим та реалістичним. Крім того, 3D-моделювання в ігровій індустрії є ключовим елементом при розробці віртуальної та розширеної реальності. Ця технологія дозволяє створювати інтерактивні та реалістичні об'єкти, які можуть існувати в віртуальному просторі, забезпечуючи користувачам неймовірно іммерсивний досвід взаємодії з цими віртуальними об'єктами.

У сучасному дизайні та мистецтві 3D-моделювання є основним інструментом створення унікальних та естетично привабливих концепцій. Художники та дизайнери використовують цю технологію для розробки вражаючих візуальних образів, які можуть бути втілені в різноманітних формах, від цифрових ілюстрацій до фізичних об'єктів.

3D-моделі у кіно, дозволяють артистам експериментувати з формами, текстурами та пропорціями, що дає їм можливість втілювати свої творчі концепції з неймовірною точністю. Це розширює можливості творчості та дозволяє створювати дизайни, які раніше були важко або навіть неможливо реалізувати.

Крім того, 3D-моделювання використовується для створення великих скульптур та художніх інсталяцій. Художники можуть вирішувати деталі та концепції своїх творінь ще до початку фізичного виготовлення. Це не лише економить час та ресурси, але й дозволяє артистам та дизайнерам вдосконалювати свої ідеї та творчі рішення завдяки швидкій візуалізації. Такий підхід дозволяє створювати вражаючі та високотехнологічні твори мистецтва, які взаємодіють з глядачем на новому рівні.



---

## Літературні джерела

1. RemontLviv. (2023). 3D-модельювання – сучасний метод створення дизайну інтер'єру. URL : <https://www.remontlviv.top/3d-modeliuvannia-suchasnyj-metod-stvoren/>
2. Addtive. (2023). 3d модельювання: можливості 3d модельювання у виробництві. URL : <https://addtive.com.ua/mozhlyvosti-3d-modelyuvannya-u-vyrobnytstvi/>
3. Univerpl. (2023). 3D-графіка: актуальність та напрямки. URL : <https://univerpl.com.ua/blog/3d-grafika-aktualnist-napryami-ta-dumka-eksperta/>

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ІЛЮСТРУВАННІ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ

Зевахіна Юлія <sup>1</sup>, Потапенко Микола <sup>2</sup> [0000-0003-4634-7424]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна, yulia.zvkhn@gmail.com

<sup>2</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Спілки дизайнерів України, член Спілки рекламистів, Україна, nikolay.pnko@gmail.com

**Анотація.** У статті розглядається специфіка сучасного ілюстрування друкованих видань, нові напрямки в ілюстрації, її основні види, розкрито актуальні тенденції використання технік, прийомів та стилів. Зазначається, що з розвитком технологій, таких як цифрова ілюстрація та 3D дизайн, художники отримали нові інструменти для виразу та створення різноманітних стилів, включаючи мінімалістичний, ручну роботу та класичний, що призвело до більшої творчої свободи та різноманітності в книжковій ілюстрації.

**Ключові слова:** ілюстрація, книжкові видання, візуальна комунікація, сучасне мистецтво.

Ілюстрація друкованих та електронних видань займає важливе місце у добу 21 сторіччя, оскільки часто є просто необхідною складовою багатьох наукових текстів, інструкцій. Саме за допомогою візуального матеріалу автор якомога точніше може передати сенс написаного, продемонструвати об'єкти дослідження або надати покрокові інструкції. У художніх текстах ілюстрація допомагає не тільки краще передати зміст оповідання, але й атмосферу та художні образи твору.

Мистецтво ілюстрації розвивалося протягом тривалого часу і, як і все в цьому світі, мало свої тенденції. Перші художні зображення в книгах існували ще до появи друкарства й носили винятково науковий характер, а для їх створення буди докладені великі зусилля та використовувалися коштовні матеріали. Після винаходу друкарського верстата, ілюстрація стала більш популярною, для її створення застосовувалися методи гравюр, офортів, пізніше – літографії. З розвитком сучасних технологій книжкова ілюстрація також зазнала змін, з'явилися і нові тенденції в оформленні ілюстрацій.

Цифрова ілюстрація. З розвитком технологій збільшилась і кількість засобів для втілення творчих ідей. З'явилися такі інструменти, як графічні планшети та програмне забезпечення, наприклад Adobe Illustrator, Adobe Photoshop і Procreate. Це забезпечує більшу гнучкість, ефективність і можливість використання широкого спектру стилів і ефектів. Перевага роботи над цифровим макетом полягає в тому, що більшість помилок можна скасувати або виправити їх непомітно.

Змішування матеріалів, поєднання різних технік. Це може бути або додаткова обробка вже намальованих вручну зображень, додавання різних текстур, виконання кольорової і світлової корекції або поєднання традиційного живопису/графіки з цифровим. Використання 3D технологій. 3D дизайн починає завойовувати популярність не тільки серед розробників відеоігор та при технічному макетуванні, багато сучасних європейських художників використовують можливості 3D для створення оригінальних робіт та ілюстрацій, вдало поєднуючи цей засіб з фотографіями та цифровим живописом.

Мінімалістичний стиль, втеча від реалізму. Зараз в усьому світі зростає популярність мінімалістичного та спрощеного стилів, і ілюстрація не є виключення. У цьому стилі часто використовуються геометричні форми, яскраві прості кольори, чіткі лінії, що допомагає передати сенс ідеї і не відволікатися на зайві деталі. Зроблені вручну ілюстрації. Це можуть бути намальовані за допомогою живописних або графічних матеріалів, створені з використанням техніки колажу, ліплення, орігамі роботи, або ті, які тільки симулюють рукотворний та ремісничий вигляд, будучи зробленими в сучасних графічних редакторах. Дотримання класичного стилю створення ілюстрацій. Зазвичай, це ретельно створенні зображення, оздоблені великою кількістю деталей, у стилі переважає реалізму, а також багатих культурних елементів і символіки, що додає таким чином глибини й автентичності розповіді.

Отже, з розвитком сучасних технологій образотворчі можливості художників та ілюстраторів значно розширилися, книжкова ілюстрація стала різноманітною і відійшла від одного основного реалістичного стилю, стала більш креативною та новаторською. З'явилися нові матеріали, нові течії та мистецькі рішення, що дозволило художникам краще розкрити сюжет твору, створювати загальний настрій книги.

## Літературні джерела

1. Кадоркіна, Ю. (2018). Сучасна українська книжкова ілюстрація. Оформлення прози та віршованих збірок. *Молодий вчений*, 12 (64), 19-22.
2. Недзельська, О. (2021). Ілюстрації казок-бестселерів світової дитячої літератури як прояв естетики сьогодення. *Київський національний університет технологій та дизайну*.
3. Onwuekwe, C. (2012). Trends in Illustration: A digital approach to large format illustrations on Igbo folklore. *Mgbakoigba: Journal of African Studies*, 1.

## ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ WEB-ДИЗАЙНУ

Івашко Наталія <sup>1</sup>, Георгадзе Тетяна <sup>2</sup> [0000-0002-4550-0127]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна ivashkon8@gmail.com

<sup>2</sup> PhD, директор департаменту освіти і науки громадської організації «Наукове товариство «Гаудеамус», Київ, Україна tata.sadova@ukr.net

**Анотація.** У статті розглянуто історія розвитку web-дизайну. Акцентовано увагу на швидкому розвитку інформаційних технологій, що призвів до змін пріоритетів усіх сфер життя сучасного суспільства. Проведено аналіз теоретичних праць вітчизняних фахівців, який свідчить, що у контексті дослідження інформаційні технології, дозволяють користувачам створювати та поширювати власний контент у всесвітній мережі Інтернет. Визначено, що до сучасних трендів web-дизайну відносяться реалістичні текстури, м'які тіні та плаваючі елементи, суцільні рамки одноколірного простору, використання 3D-елементів, голосовий інтерфейс, UX-копірайтинг та мікротекст, понад мінімалістична навігація, використання анімаційних елементів.

**Ключові слова:** information technologies, site, web-design, interface, parallax, skeuomorphism, Web 2.0.

З огляду на швидкий розвиток інформаційних технологій, що призвів до зміни пріоритетів усіх сфер життя сучасного суспільства, закономірним стало виділення особливої сфери взаємодії людини з інформаційними потоками – віртуальною реальністю, прототипом якої є реальний світ. В повсякденне життя пересічного громадянина увійшли нові інформаційні технології, зумовлені розповсюдженням мережі Інтернет. Зростаюча потреба у користуванні ресурсами віртуальної реальності вимагає організації віртуального простору за законами мистецтва та ергономіки, чим призвела до появи нової гілки дизайну – WEB-дизайну (Романенко, 2017, с. 101). Web-дизайн – галузь веб розробки, що охоплює цілий ряд напрямів і дисциплін із створення та супроводу сайтів або web-застосунків, таких як графічний веб-дизайн, проектування інтерфейсів, авторинг, використовність та оптимізація для пошукових систем.

Прагнення слідувати тенденціям у галузі веб-дизайну так само помітно, як і скрізь. Розглянемо в історії розвитку веб-дизайну ті загальні метаморфози, які відбулися у сфері дизайну сайтів, щоб простежити витoki та історію розробки веб-інтерфейсу. Початком історії веб-дизайну є поява першого сайту. Тому початок свій web-дизайн бере з дев'яностих років, а саме з 1991 року. 24 Етап 1991-1993 роки. Перший сайт був опублікований 6 серпня 1991 року. Для наших очей він виглядає абсолютно сухим. Але все, що могли мати перші сторінки у світі, - це посилання та текст (Стріжкова, 2023, с. 24).

Про красу сайтів не говорили до 22 квітня 1993 року, коли вийшов перший графічний браузер Mosaic, який підтримував перегляд зображень. Тож монотонний текст почав розбавляти яскравими картинками. Розробники сайтів були дуже задоволені і вирішили надалі максимально використовувати всі новини. Етап 1994-1996 роки. Через появу кольорових фонів. Це нововведення призвело до бурі подиву та швидкого використання дуже яскравих кольорів. Зараз існує міф, що якщо переглянути деякі з цих сайтів, то можна осліпнути. З роками на додаток до всього іншого на сайт можна було додавати різноманітні шрифти, включаючи Times New Roman та Courier New. Також був досягнутий прогрес у розміщенні GIF-файлів на популярних сторінках.

Після 1998 року виглядати так, як звикли відвідувачі сьогодні: сайти тепер будуються на основі табличних макетів, доданих ефектів та навігації за допомогою 25 піктограм. Технологія FLASH також активно розвивається, в результаті чого додаються «миготливі» скріншоти. Серед інших періодів цей період характеризується активним додаванням маркетингу до дизайну. Майже на кожному сайті можна було побачити яскраві рекламні банери з гучними гаслами. Етап 1999-2003 роки. На початку XXI століття в моді круглі кути, блискучі кнопки та градієнти веб-дизайну. Фони теплі, тепер вони стають однотонними. Можна сказати, що вони починають реалізовувати свої цілі безпосередньо і перестають привертати увагу тільки на фони. Веб-сайти більш функціональні та мають зручний інтерфейс (Стріжкова, 2023, с. 25).

Етап 2004-2006 роки. Ось так починається велика ера Web 2.0. З появою Web 2.0 у веб-дизайні стали віддавати перевагу тіням, яскравим значкам та м'яким кольорам кнопок та інтерфейсів. Web 2.0 – інформаційні технології, які дозволяють користувачам створювати та поширювати власний контент у всесвітній мережі. Він також фокусується на читаному у тренді та функціональному вмісті та додає до анімованого вмісту (Стріжкова, 2023, с. 26).

Етап 2007-2010 роки. З цього періоду починається активний розвиток мобільних web - додатків, і таким чином виникають мобільні веб-сайти. У цей період, простежується тенденція такої події, як «адаптивність». Розробляються перші соціальні мережі, і в результаті розміщення їхніх значків на веб-сайтах стає все більш поширеним. Активно впроваджується довгі макети сайтів. Такі явища, як стокові фотографії та скевоморфізм, є загальним явищем.



Етапи 2011-2014 роки. За короткий час дизайнери зрозуміли, що найкращим вибором була простота, і почали використовувати новинки різних епох. І тоді любов серця до мінімалізму починає зростати. У цей період також з'являються такі тенденції дизайну, як плоский дизайн та паралакс (Стріжкова, et al., 2023, с. 26).

Етап 2015-2021 роки. На той час світ веб-дизайну зупинився на виборі матеріального дизайну, мав графіку з високою роздільною здатністю на своїх сторінках і почалося впроваджуватися інтерактивність. Відео-контент та скролджекінг в цей період, особливо популярні. Дизайнери почали підкреслювати індивідуальність і тому віддавали перевагу унікальній графіці та авторським рисункам. Насправді більшість веб-сайтів, у тому числі і в автомобільній галузі, які відвідуємо зараз, є представниками цього періоду.

UX/UI дизайн 2022-2023 рр. - це 2 взаємопов'язані поняття: UX - User Experience і UI - User Interface. Важливо розуміти, в чому ідея кожного з напрямків під час створення дизайну сайтів, додатків, інших продуктів, де взаємодіють користувач та інтерфейс. Ігнорування розвитку та тенденцій в області UX/UI-дизайну неминуче призводить до падіння ефективності вашого сайту або мобільного додатка, що спричиняє суттєві втрати прибутку компанії, а в нинішніх умовах часом призводить до загибелі бізнесу. Тому необхідно слідкувати за актуальними трендами UX/UI-дизайну, серед яких є тренди 2022-2023 року:

1. Реалістичні текстури. Довгий час у моді були гладкі ізометричні об'єкти та неприродні градієнти. У цьому році настав час повернення реалістичних текстур. Однак тут потрібно бути досить акуратними, оскільки є ризик привернути зайву увагу користувача до обгортки та відвернути його від покупки.

2. М'які тіні та плаваючі елементи. М'які тіні та ніби підвішена в повітрі графіка – одна з інноваційних тенденцій дизайну, що формує оригінальний вигляд за рахунок візуальної багатшаровості. Ефект глибини вигідно відрізняє сайт від варіантів із традиційним плоским та незмінним дизайном, створює відчуття легкості та зорового проникнення у зображення. Працювати це може не лише із зображеннями, а й з текстами.

3. Суцільні рамки одноколірного простору. Зауважимо, що це не новий тренд, подібні макети давно є трендом у веб-дизайні. Макети з повним вильотом під обрізку давно зарекомендували себе у веб-дизайні. Сьогодні особливо популярні тверді структури та гра з різними способами використання порожнього, найчастіше білого простору. Структурність та чисте обрамлення наділяє дизайн ефектом, що викликає відчуття стабільності, порядку та акуратності.

4. Використання 3D-елементів. 3D-технології стають все доступнішими і набувають широкого поширення. Ви, напевно, все частіше зустрічаєте 3D-моделі товарів, які можна розглядати під кутом 360°, паралакси з об'ємною анімацією, які запускаються по скролу та багато інших елементів на різних сайтах. Так, наприклад, набирають популярності технології VR/AR, додаючи ефектність тривимірним елементам за рахунок доповненої реальності.

5. Голосовий інтерфейс. До популярних технологічних трендів UX/UI дизайну останніх років відносяться голосові чат-боти та віртуальні помічники. Впровадження в дизайн сайту голосового інтерфейсу користувача допомагає виділитися серед конкурентів і розширити охоплення аудиторії.

6. UX-копірайтинг та мікротекст. Тексти на сайтах зазнають змін стилю, стаючи все більш неформальними, живими та цікавими. Основною метою тут є спроба стати ближче до користувача, увійти з ним у діалог, викликати емоції та отримати зворотний зв'язок. Для вироблення відповідної стилістики спілкування важливо добре знати свою цільову аудиторію.

7. Понад мінімалістична навігація. Поширення великої кількості мобільних пристроїв та тенденція до скорочення текстового наповнення, змусили дизайнерів пристосуватися до дуже маленьких пристроїв та невеликого обсягу уваги. Одним із результатів такого пристосування стало спрощення навігації, яка стає гранично мінімалістичною.

8. Використання анімаційних елементів. Анімовані ілюстрації та іконки – ще один тренд UX/UI дизайну цього року. Будь-які дрібні анімовані деталі в інтерфейсі, особливо, де вони доречні, будуть великим плюсом. При використанні великих анімацій краще обмежити їх застосування по відношенню до 1-2 дій, а невеликі елементи акуратно використовуватиме заохочення дій, що ведуть до мікроконверсій. Але важливо розуміти, що може підійти саме для сайту вашого бізнесу (Стріжкова, 2023, с. 27).

Отже, в повсякденне життя пересічного громадянина увійшли нові інформаційні технології, зумовлені розповсюдженням мережі Інтернет. Швидкий розвиток інформаційних технологій, призвів до змін пріоритетів усіх сфер життя сучасного суспільства. Проведений аналіз теоретичних праць вітчизняних фахівців, свідчить, що у контексті дослідження інформаційні технології, дозволяють користувачам створювати та поширювати власний контент у всесвітній мережі Інтернет. До сучасних трендів web-дизайну відносяться реалістичні текстури, м'які тіні та плаваючі елементи, суцільні рамки одноколірного простору, використання 3D-елементів, голосовий інтерфейс, UX-копірайтинг та мікротекст, понад мінімалістична навігація, використання анімаційних елементів.

## Літературні джерела

1. Романенко, Н. Г., Афонін, В. А., Чікало, Б. П., & Деркач, С. П. (2008). Веб-сайт

кафедри дизайну ЧДТУ. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*, (11), 101-107.

2. Стріжкова, М. Є. (2023). Особливості розробки дизайн-макету сайту в сфері реклами комерційної автотехніки: кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн. Київ: КНУТД.

# ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ ОПЕРАТОРА В РОБОТІ НАД АУДІОВІЗУАЛЬНИМ ТВОРОМ

Калашник Олександр <sup>1</sup>

<sup>1</sup> викладач кафедри культурології та кіно-, телемистецтва, Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна  
poltavadok@gmail.com

**Анотація.** В статті розглядається форми та методи формування особистості оператора та його творчого потенціалу, що складається з ряду моментів, протягом яких змінюється сам індивід та його оточення. Особистість, свідомість, здатність людини до самовдосконалення, важливі чинники, що впливають на розкриття теми формування творчого потенціалу оператора. В роботі над аудіовізуальним твором особистість та соціальна активність. Творчість, особистість, свобода мислення та творення знаходяться в інтегральному поєднанні. Окреслені підходи до питання психологічні, педагогічні та філософські. Присутні результати аналізу наукових джерел по цьому питанню. Розуміння сутності й цілей цього процесу гармонійно поєднуються, утворюючи свій творчий стиль в роботі оператора.

**Ключові слова:** формування особистості, аудіовізуальний твір, творчий потенціал, етапи розвитку, оператор.

**Вступ.** Питання, що підлягає дослідженню формування особистості ніколи не буде забуто науковцями але мова про окрему професію, оператор кіно та відео. Індивідуальний підхід та творчий потенціал і основні складові в роботі оператора.

Які початкові чинники формування творчого потенціалу оператора? Чого прагнути? Та яким чином досягти бажаного? Складність проблематики в суб'єктивному баченні цього питання. В роботі зроблена спроба вирішити підняте питання через історичну практику набуто кінематографом та продовжену відео операторами сьогодення. Вивчення досвіду практичного формування людей нового покоління з нестандартним мисленням.

**Огляд літератури.** Проблеми підготовки професійних кадрів, формування їхнього творчого потенціалу, розвитку творчих здібностей, якостей, умінь,

стилю мислення та діяльності висвітлюються в багатьох наукових працях. Важливість дослідження формування творчого потенціалу особистості зростає коли є конкретика у ставленні питань та вивченні одного, двох факторів із множини. Об'єкт дослідження молодь студентського віку, де первинна підготовка має усереднене значення.

Вивченням сутності питання формування творчого потенціалу та розвиток особистості займались досвідчені зарубіжні та вітчизняні вчені, такі як: Е. Еріксон, К. Хорні, Г. Олпорт, Р. Кеттел, Дж. Доллард, Н. Міллер, В. Мішель, А. Бандура, К. Роджерс, П. Сорокін. Аспекти формування особистості та розвиток творчого потенціалу досліджувались вченими: Г. Кучер, А. Лук, Н. Кузьміна, О. Кульчицька, О. Матюшкін, В. Моляко, Я. Пономарьов, М. Поташник, Б. П. Торренс.

Вивчення питання при роботі над зображальним твором виконання аудіовізуальної роботи, операторське бачення світу особистість, креативність досліджували: О. Аліфанов, Г. Десятник, С. Мединський, С. Безклубенко (Безклубенко, 2001).

**Основний текст.** Історія розвитку засобів масової інформації, документального кіно, аматорських фільмів, сучасне блогерство та інше пов'язані з деякими професіями що викладаються на кафедрі кіно-,телемистецтва. Режисура, операторська майстерність, монтаж, тележурналістика надважливі дисципліни для виготовлення відео контенту.

Здобувачі вищої освіти стикаються з вивченням предметів, складність яких для деяких не вдається опанувати. Сучасний світ штучного інтелекту, комп'ютерні програми що спростовують монтажне навантаження, ІТ технології спрямовує все це для полегшення життя. Але все це ні в якому разі не замінить людину, її креативне мислення, спроби та помилки і знов змінюємо і змінюємо фабулу ідеї, поки творець не побачить, не відчує вірність свого рішення. Що є таке творчість? Творчість виникнення нових думок, образів, тобто відбувається процес народження нового, нової реальності швидкої, оригінальної та гнучкої. І це відкриває інше баченні ідеї, задачі чи процесу. Це явище суперечливе і складне. В процесі виготовлення аудіовізуального твору вже спочатку закладена творчість. Жодне кліше або форма заготовлена заздалегідь тут не працюють. Тому питання формування творчого потенціалу набуває неабиякої ваги та сенсу (Антонова, 2012).

Сьогодні відеооператор має майже все для якісної зйомки. Якісні камери, стабілізуючі пристрої, чутлива оптика, велика роздільна здатність, якісне освітлення, кінокрани, камери на дронах. Вся техніка нас оточуюча вдосконалюється але незмінним залишається людина. Тільки від неї, від отриманих навичок, отриманих знань, здатності аналізувати отримані результати та приймати рішення залежить якість робіт. Зображення, це кіно операторська творчість. Єдина людина бачить що знімає це оператор. Проходить зйомка, а в голові оператора кадри монтажно складаються в



розповідь. Світло, рух композиція, виявлення драматургічного змісту. Реальна та художня дійсність виражається через пластичні образи. Все це не повний перелік чим займається оператор та які складні завдання він вирішує (Калашник, 2017).

Роботу та відповідальність оператора за неї неможливо переоцінити, втілення задуму режисера цілком залежить від майстерності та творчості оператора. Він є творець спільної роботи поряд з режисером, сценаристом, композитором. Тому важливість виховання та формування в здобувачах лідерства, особистості, творчих проявів є першочергова.

В сучасному світі сталися зміни які зачепили моделі керування мистецькими віхами. В екранному напрямку режисерська модель змінена на продюсерську, хоча на мій погляд це скоріше доповнення, а не кардинальна зміна. На творчий потенціал оператора вона не впливає. Впливає простір вибору техніки, доступність оптики та освітлення. Розширені технічні можливості іноді ставлять в глухий кут оператора, що не має свого почерку та креативного підходу до роботи. На думку Л. Яременко, креативність характеризує творчість, здатність до творчої дії, потенціал, внутрішній ресурс людини, а творчий потенціал можна визначити як потенційну креативність, сукупність творчих здібностей особистості, особливостей її творчого мислення. Вже все є для зйомки і він знімає так як «вчора». Перше завдання викладача навчити знімати студента, а друге, знімати краще інших операторів, заздалегідь шукати точки об'єктивної камери всупереч класичній постановці мізансцени, що присутня на багатьох каналах ТБ. Але це дається людині що має неабияке просторове мислення та користується ним (Яременко, 2010).

До питання формування особистості та творчого потенціалу треба підходити з точки зору простої кореляції, як все починалось з камери-обскура. Без базових знань не чекайте злетів. В процесах мислення та діях оператора не повинно бути інгібіторів або подібного. Думка і рухи оператора блискавичні суцільний контроль техніки і побудови мізансцени.

Стратегія уяви розвиває творчість, прогностичні й аналітичні здібності, дозволяє висловлювати власне ставлення до сценарного матеріалу чи відзнятих сцен.

Сучасні психологи розуміють особистість як інтегральну якість людини, яка об'єднує у ціле всі її психічні характеристики, процеси та відносини, що детермінуються внутрішніми та зовнішніми факторами існування індивіда та різко відрізняють його від інших людей. У широкому розумінні – це конкретна, цілісна людська індивідуальність у єдності її природних та соціальних якостей; у вузькому – індивід, який є суб'єктом соціальних відносин та свідомої діяльності, властивості якого детерміновані конкретно-історичними умовами життя суспільства (Кадієвська, 2016).

Концептуальна структура та розвиток особистості, в нашому випадку робота

оператора, мав місто в дослідженнях С. Рубінштейна, А. Вербицького та О. Леонтєва. Особистість це нове утворення що має розвиток на протязі всього життя. Індивід, що створений йде шляхом розвитку завдяки творчості, натхненню та сублимації цих складових маючи безмежну свободу творіння. Сучасна філософська думка визначає особистість як індивід, який володіє безмежною внутрішньою свободою у своїх рішеннях та діях і ніким не обмеженою відповідальністю за результати цих дій. У християнській філософії ця безкінечність пов'язана з тим, що особистість виступає як образ та подоба безмежного Бога-творця. Справжньою особистістю є індивід, свобода якого визначається його участю у творчій діяльності, активність у якій і забезпечує реалізацію особистісного потенціалу. Зміни свідомості, закономірний та необхідний рух до досконалості в творчому пошуку нових форм та досконалості. Ця структура розвитку має свою присутність в кожному індивіді питання полягає лише в тому щоб скористатись ним. Розвиток цього відбувається на протязі всього життя, лише різниця в інтенсивності використання цього ресурсу (Ємчик, 2015).

На всіх стадіях розвитку діють як індивідуальні риси та якості так і не аби який вплив відчувається з оточуючого нас суспільства. Але формуючий розвиток оператора безперечно буде впливати через його роботи на оточуючий світ. Ця складна структура рухлива та не постійна. Професійний ріст та зміни викликані збагаченням знань, роботи що знаходять своїх критиків та прихильників змушують бути в постійному пошуку та в самовдосконаленні.

Життєва потреба – творчість поєднана з особистістю народжує творчу особистість, що є розвиток на більш високому рівні. З цієї позиції операторська робота то є мистецтво що удосконалює оточуючих і самого митця.

**Висновки.** Творчий потенціал оператора це не сталий показник сутності суб'єкта, а скоріше відділ свідомості що потужно працює та продукує несподівані нові ідеї, креативні рішення, яскравої виразності твори. Несподівані результати отримуємо при залученні студентської молоді до постійного творчого процесу що підтримує активність та удосконалення творчої діяльності та джерела активності. До цього спонукає не стандартна система викладання, спілкування та навчання. Особистий підхід забезпечує вкрай важливе формування особистості та творчої діяльності що спонукає натхненність в роботі. Формування позитивної стійкої мотивації викликає пізнавальний інтерес та не стандартні, а інколи не очікувані рішення в процесі викладання операторської дисципліни.

## Літературні джерела

1. Антонова, О. Є. (2012). *Сутність поняття креативності: проблеми та пошуки*. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка.
2. Безклубенко, С. Д. (2001). *Українське кіно : Начерк історії*. Київ.

3. Ємчик, Г. О. (2015). *Проблема творчого потенціалу особистості у науковопедагогічній спадщині*. Луцьк. Отримано з [https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8967/1/creative\\_potential.pdf](https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/8967/1/creative_potential.pdf)
4. Кадієвська, І. А., & Нарядько, Г. Я. (2016). Детермінанти формування особистості (соціально-філософський аналіз). *Гілея: науковий вісник*. 114. 189-192. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya\\_2016\\_114\\_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2016_114_51)
5. Калашник, О. П. (2017). Монтаж як один з технологічних аспектів. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*, 2 (307) ч. 2, 93-97.
6. Яременко, Л. (2010). Креативність як творчість: спільне та відмінне. *Вища освіта України*, 4, 118

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДИЗАЙН-ОСВІТИ І ХУДОЖНЬО-ТВОРЧОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ

Кардашов Володимир <sup>1</sup> [0000-0002-9872-1820], Кардашов Микола <sup>2</sup> [0000-0001-6369-3842]

<sup>1</sup> доктор філософії в педагогіці, професор кафедри дизайну, Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», член Співки дизайнерів України, Україна, kentavr.melitor@gmail.com

<sup>2</sup> викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Співки дизайнерів України, Україна, mk@znu.edu.ua

*«Нація, яка вчить своїх дітей малювати на тому рівні,  
як читати і писати, перевищить всі інші народи  
у всіх науках, ремеслах і мистецтвах»*

*Д. Дідро*

**Анотація.** Розглядаються проблеми дизайн-освіти і якості художньо-творчого розвитку особистості, викладання образотворчого мистецтва для різних вікових груп учнів. У фокусі проблеми також ті, хто йде в магістратуру з суміжних професій без відповідної базової художньої освіти. Враховуючи майбутню стратегію перехресного мультинавчання та принципу навчання протягом життя з можливістю зміни професії у доповіді пропонується обов'язковий блок художньо — естетичної освіти з подовженим терміном навчання

**Ключові слова:** дизайн-освіта; художньо-творчий розвиток особистості; показники розвитку художньо-творчої активності дітей.

Визначаючи обрії розв'язання проблем дизайн-освіти, необхідно перш за все побачити саме сьогоденні гострі і вузлові питання, які пов'язані напряму з якістю художньо-творчого розвитку особистості у якому, за нашим дослідженням - ми спираємось на багаторічне дослідження, викладене в монографії і філогенетичну модель викладання образотворчого мистецтва для різних вікових груп учнів (Кардашов, 2011).

Якщо дивитись на орієнтири освіти та реабілітації в умовах воєнного стану та повоєнного часу, то бачимо найболючіші проблеми сьогодення у вітчизняній дизайнерській освіті, які починаються вже в загальноосвітній школі, де на

уроках образотворчого мистецтва саме зараз чомусь не будуть ставити оцінки. Рішення приймається без дослідно-експериментальної роботи. А чим же гірші таланти художника або дизайнера від таланта, наприклад, математика (математичні завдання серйозно оцінюються, а художні проєкти ні?). Чи у Раді не зупиняються з експериментами над дітьми?

Визначаючи обрії розв'язання проблем дизайн-освіти, необхідно перш за все побачити саме сьогоденні гострі і вузлові питання, які пов'язані напряму з якістю художньо-творчого розвитку особистості у якому, за нашим дослідженням - яке викладене в монографії, дієва філогенетична модель викладання образотворчого мистецтва для різних вікових груп учнів (Кардашов, 2011). Дитина потребує творчої діяльності, духовної та морально-естетичної, бо саме вона глибинно віддзеркалює й удосконалює не тільки її внутрішній світ, майбутнього дизайнера, художника, а й засади професіоналізму, без якого неможливе створення і матеріалізація колориту художнього образу, майбутнього дизайн-проєкту. Сучасна вітчизняна школа в останні роки чомусь віддалилась і від виховного процесу і ми бачимо плоди такої діяльності міністерства.

«Різниця між художником і не художником не в тому, що один має в собі щось таке, чого не має інший, а тільки в тому, що перший у більшій мірі має те, що другий має в меншій мірі ...», - написав Ф. Шміт у книзі «Чому і навіщо діти малюють» (Шміт, 1921, с. 39). У цій же праці він підкреслює, що художня творчість необхідна кожному. І навчати мистецтвам слід не тільки тих, хто має особливий талант до них у цьому віці, а саме тих, хто менш здібний. І виховати хоч глядача, якого буде цікавити мистецтво. Найкращим показником розвитку художньо-творчої активності дітей протягом усіх етапів дослідно-експериментального дослідження були дитячі роботи, виконані на уроках. За основу такого виміру ми взяли дві оцінки. Перша оцінка, розроблена на основі методики Н. А. Лепської, включила виміри кількох параметрів творчої активності та самостійності школярів, виражених наступними якостями їх робіт:

- емоційність;
- оригінальність – самостійність учня у виборі змісту малюнка, декоративної, живописної чи скульптурної композиції, життєва основа цього змісту виходить з спостережень і вражень автора;
- рух – композиція передає динамічний стан персонажів, об'єктів зображення;
- виразність – «єдиність» вигляду персонажів чи об'єктів у зображеннях, цікавий сюжет, композиція. У цей параметр продуктивної художньо-творчої активності ми включили питання, як відповідає форма змісту. Для цього ми просили дітей, якщо це було необхідно, давати назву своєму твору, робити словесне пояснення (усне чи письмове);
- художня грамотність, що включає графічність, мальовничість,



пластичність, свідоме застосування необхідних виразних засобів малюнку (тонування, штрих, контрастність, володіння додатковими кольорами, вміння змішувати фарби, використовувати змішану техніку), володіння необхідними інструментами та матеріалами тощо. Тут враховується технічний бік роботи, виконаної на уроці самостійно.

При експертній оцінці учню кожен показник давав один бал. На передбачувані питання опонентів можна дати таке пояснення. Кожна з цих якостей художньо-творчої активності розвивається у процесі сприйняття мистецтва, з погляду, однаковою мірою. Але на даному етапі дослідження ми дійшли висновку про більшу диференціацію кожного критерію. Художні якості роботи учня залежать великою мірою від його особистого темпераменту, сприйняття, досвіду, зусилля, уваги та працьовитості. Щоб виділити чільну якість у дитячому творчому віці, наведемо слова І. Є. Рєпіна, який часто казав, що він в успіху вдячний 1% таланту та 99% працьовитості. Однак Ван Гог, як відомо, не меншу перевагу віддавав природному темпераменту та вихованню естетичного сприйняття. Ясно одне – у кожного є щось своє, що робить роботу цікавою та привабливою і потребу нашої оцінки.

Щоб не дискредитувати дітей, обділених певною мірою необхідними умовами естетичного виховання, ми взяли другу оцінку, розроблену В. М. Вільчинським. Ця оцінка, що виходить зі специфіки уроку образотворчого мистецтва у загальноосвітній школі як навчального та виховного предмета, стимулює насамперед прагнення учнів до вдосконалення умінь та навичок та заохочує навіть незначний успіх, старанність та захоплене ставлення до художньо-творчої діяльності. Друга оцінка бере до уваги:

- виконання конкретного навчального завдання програми;
- художню виразність роботи з погляду змісту та «виставкових» якостей (чи можна помістити роботу на стенд виконання поточних робіт, залишити як приклад виконання цього завдання для демонстрації в іншому класі, рекомендувати для загальношкільної виставки дитячої творчості);
- володіння технічними навичками (за вимогами програми).

Аналізуючи отриманий матеріал, дійшли висновку, що з більшості дітей у межах одного уроку результати продуктивної діяльності під час практичної частини уроку прямо пропорційні активності під час бесіди. У ході даного етапу дослідження стало ясно, що найбільш чуйні діти до творів живопису та скульптури, а також робіт вчителя, виконаних на уроці (Кардашов, 2011).

Друге болюча проблема і питання. Стосується тих, хто йде в магістратуру з суміжних професій без відповідної базової художньої освіти. Чому не є важливим у професійному відборі абітурієнтів в магістратуру зовсім не виявляються необхідні творчі здібності особистості з іманентними художніми якостями, треба хоч би відповідні екзамени з композиції, рисунку і живопису

або спеціальні завдання, які б виявляли наявність художньої інтуїції і чутливості майбутнього дизайнера-магістра. Без відповідної базової підготовки з живопису, рисунку, композиції, кольорознавства, скульптури важко творити, малювати з натури. Хіба що красти створене. Вказані предмети не будуть вивчати зовсім. На другому (магістерському) рівні вищої освіти ці предмети повипадали в більшості інститутах зовсім. Рішення очевидне. Для таких магістрантів необхідно збільшити строки навчання, як це робилось в Інституті дизайну, архітектури і журналістики.

При вивченні історії вітчизняної дизайн-освіти ми також прийшли до висновку, що фундамент дизайнерської підготовки - набуття студентами бездоганної графічної грамотності спочатку субстанційно. Необхідно пам'ятати, що віртуальне моделювання є антисубстанціональним, що вже доведено на прикладі зарубіжних країн, особливо Японії.

У епоху постглобалізації роль і образотворчої і дизайнерської діяльності, яка стає все ширшою і складнішою, а загальноосвітня школа в цьому питанні сходиться з арени-відмінняє значення уроків мистецтва і оцінку роботи дітей на уроках. Це недопустимо, у зв'язку з тим, що дизайнерська освіта починається із дитинства - у сім'ї, у загальноосвітньої школи - це зумовлено синтетичним, віковим художньо-творчого розвитком особистості, коли «всі діти-художники». Мистецтва притаманні українцям. Подивіться скільки народних пісень, народного образотворення. І підкреслимо значення цієї роботи саме для української школи, українських дітей, ментальність яких емоційна і нормально не буде сприймати роботу тільки вербально-логічних, лівопівкульних операцій, педагоги повинні присвятити цю вікову особливу від природи дитячу життєдіяльність і тому, що має і повинно залишити по собі міцні сліди і розвитку правої півкулі головного мозку. Навпаки, необхідний якісний рівень уроків мистецького спрямування, які якісно впливають на духовну діяльність і розвиток художньо-творчих талантів і відіграють значиму роль у виборі професії, спорідненої праці і здатне жити художньо-творчу активність особистості все життя, наскільки дозволяє шкільний рівень художнього розвитку. А він дозволить чи не дозволить прищеплювати учню естетичний смак, оцінювати його роботу на уроці і формувати не просто графічну грамоту, як це спостерігалось під час навчання традиційними засобами, а й культуру духовно-творчу, що залежить від таланта педагога, якому треба платити відповідну зарплату, не копійки. В університетах, інститутах, де готують учителів шкіл, дизайнерів треба досліджувати і посилювати саме етико-естетичний, етнокультурний аспект навчально-виховного процесу, досліджувати архетипи образотворення (Кардашов, 2011; Куленко, 2006; Рудинський, 1961). Тоді результатом з'являється відповідний дизайн-проект-наприклад шахів «Запорізькі козаки» (Кардашов, & Солдатенко 2019), які скурпульозно досліджені і професійно виконані магістром А. Солдатенком (Куленко, 2006; Рудинський, 1961; Сас, 2011; Фігурний, 1997; Шинкарук, 2002), і який зараз працює викладачем дитячої художньої школи.

Згадані вище проблему на уроках мистецтва виділяють ще один її аспект і найскладнішу актуальну мету сьогодення і взагалі естетичного виховання і розвитку учнів загальноосвітньої школи, пов'язану саме з катарсисом, очищенням душі і зняттям психічних травм дітей у процесі художнього сприймання і їх продуктивної творчості, яку треба оцінювати (Кардашов, 2011).

Враховуючи тенденції впровадження болонського процесу, переходу у загальноєвропейський простір вищої освіти (ЕНЕА) та можливої зміни терміну навчання бакалаврів до 3 років (ЕНЕА, 1999, с. 3) бачимо подальшу тенденцію можливого зменшення якості освіти. Фаховий досвід під час практики на підприємствах чи у приватній діяльності не замінить відсутності базової художньої освіти. Враховуючи майбутню стратегію перехресного мультинавчання, та принципу навчання протягом життя з можливістю зміни професії пропонуємо додавати обов'язковий блок художньо — естетичної освіти з подовженим терміном навчання, для людей які не мали вказаного досвіду.

## Літературні джерела

1. Кардашов, В. М., & Солдатенко, А. О. (2019). Історично-культурологічний аспект дизайн-проєкту шахів «Запорізькі козаки». *Актуальні наукові рішення журналістики, дизайну та архітектури : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. (14 листопада 2019 року, Київ.) 189-200
2. Кардашов, В. М. (2011). Художньо-творчий розвиток особистості : теоретичний та методичний виміри : Монографія-3-тє вид., допов. Мелітополь.
3. Куленко, М. Я. (2006). Основи графічного дизайну. Київ : Кондор.
4. Рудинський, М. Я. (1961). Кам'яна Могила. Київ : АН УРСР.
5. Сас, П. М. (2011). Хотинська війна 1621 року: монографія. НАН України. Інститут історії України. Київ: Інститут історії України.
6. Фігурний, Ю. С. (1997). Історичні витоки військової культури українського козацтва. Київ : Київське братство.
7. Шинкарук, В. І., Бистрицький, Є. К. та ін. (2002). Філософський енциклопедичний словник. Київ : Абрис.
8. Шміт, Ф. І. (1921). Психологія малювання для педагогів. Київ.
9. The Bologna Declaration of 19 June 1999, ENEA

## СУЧАСНІ МЕТОДИ ПЕДАГОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ. ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Кардашов Микола <sup>1</sup> [0000-0001-6369-3842]

<sup>1</sup> викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Спілки дизайнерів України, Україна, mk@znu.edu.ua

**Анотація.** Стаття розглядає оновлені погляди на методи педагогічних досліджень у розрізі вивчення наукових джерел останніх років. Акцент також зроблено на загальних тенденціях методології педагогіки, а також варіанти презентації результатів досліджень.

**Ключові слова:** педагогічні дослідження, методи досліджень, методологія педагогіки.

Цікавість дослідження полягає у зміні процесів педагогічної діяльності як такої, у зв'язку з необхідністю вести педагогічну діяльність дистанційно та у змішаному форматі, переходу та принципу “навчання впродовж життя”, та місце неформальної та інформальної освіти у цьому процесі.

Наукове дослідження - особлива форма процесу пізнання, систематичне, цілеспрямоване вивчення об'єктів, в якому використовують засоби і методи науки, в результаті якого формується знання про досліджувальний об'єкт (Рассоха, 2011).

До класичних методів науково-педагогічних досліджень відносять емпіричні (спостереження, бесіда, анкетування), теоретичні (аналіз та синтез, індукція та дедукція, порівняння, класифікація узагальнення тощо) та математичні статистичні (вимірювання, ранжування, моделювання і т.п.)

Проаналізувавши вітчизняні дисертації, бачимо що науковці притримуються саме класичних методів досліджень - (Пономаренко, 2020; Попович, 2023; Чемерис, 2020). Різниця є вже у підрозділах методів, в залежності від поставлених задач дослідження.

Серед проблем методик педагогічних досліджень у статистиці наприклад виділяють такі, що автори програм проводять статистичні обстеження всередині своїх же програм, та самі для себе створюють артефакти і їх інтерпретації, оминаючи етап широкого обговорення процесів та результатів у самій програмі з широким колом (Nind, & Lewthwaite, 2018). Вказується, що у дослідженнях дуже часто нівелюється зрозумілість матеріалу, тобо рівня наскільки педагог зрозумілий студентам у своїй манері викладання (Nind, &

Lewthwaite, 2018). Неможливо відділяти контекст соціального та культурного нашарування викладача чи студента на процеси навчання, а в результатах дослідження першопричини будуть лише інтерпретовані, а ми не можемо казати, що саме ці причини стали як наслідок таким результатом. Для вирішення таких проблем у методиці пропонується залучати інших педагогів для створення програм та проведення науково-методичних досліджень, бажано лідерів сфери, а також задіяти методику щоденників серед студентів, щоб зануритись у думки і переживання щодо конкретної методики викладання.

Для використання досвіду колег, а саме лідеру думок ми можемо використовувати бази наукометрії для вивчення цифрового іміджу вченого та його матеріалів Web of Science, Scopus, Google Scholar, ResearchGate тощо.

Педагогіка вийшла за рамки очного навчання. Є дослідження які вивчають наскільки зрозумілість сенсів впливає на зацікавленість дитиною до конкретної відеогри (створеної для навчання), результати кажуть про необхідність як естетичного дизайну так і мультимодального зворотнього зв'язку, де треба комбінувати одночасно і візуальні, і аудіо-звукові, імітація рухів та підказок на кшталт “вірно-не вірно” (Kjällander, & Frankenberg, 2018). На основі такої зацікавленості створили рівні гри різного шару складності. щоб учні не розуміли хто між них є кращим або гіршим, де рівні підлаштовувались під індивідуальні можливості дітей (система нагород) продовжуючи навчання в цілому. Ще одне спостереження було щодо переваг індивідуальної системи навчання, де діти проявляли більшу зацікавленість у грі, ніж коли були варіанти групового розв'язання задачі. На основі цього можемо припустити, що педагогічні методи досліджень в цілому мають вивчати також і рівень зацікавленості до матеріали в цілому.

Також бачимо, що на педагогічні методи досліджень впливають етичні, практичні та теоретичні проблеми. В першу чергу це отримання рівних умов в отриманні переваг досвіду навчання для людей з особливими потребами чи вразливих статусів. Створення відчуття поваги для людей з середовища бідних ресурсів. Створення умов для різноманітних верств отримати наставництво та підтримку в дослідницькій практиці (Curtin, & Hall, 2018).

Проаналізувавши літературу впливу пандемії на перебіг досліджень, не зустрів обґрунтувань, які принципово змінювали методи педагогічних досліджень, є лише констатація того, що зменшилась можливість проподити очно інтев'ю “обличчя-до-обличчя”. Частіше у педагогічних статтях та книгах мова йде скоріж про переосмислення прийомів навчання. Наприклад, рекомендації з використання різних методів створення друкованих матеріалів для ведення активностей різного плану. (Nind et al., 2023):

- Перелік навчальних цілей.
- Виділені ключові терміни (та їх визначення)
- Роздаточні матеріали (основні питання, резюме, практичні поради, додаткові пояснення або завдання для розширення знань).
- Додаткові вправи



- Віньєтки (короткий опис суті)
- Контрольні запитання наприкінці розділу.
- Тематичні дослідження, кейси проблематики.
- Анотовані списки додаткової літератури.
- Чек-листи
- Приклади розв'язані вправ
- Підбірка візуалізацій (фотографії, графіки, таблиці, блок-схеми)
- Покрокові інструкції.
- Шаблони дослідницького процесу.

Одночасно шириться тенденція до більш гнучкої автоматизованої інфографіки для представлення результатів досліджень. Зокрема на прикладах наведені результати досліджень, пов'язаних з цитуванням між виданнями. Представлені результати дають змогу візуально оцінити наприклад у яких наукових виданнях найчастіше зустрічаються такі ключові слова (рис. 1) і які співавторства зустрічаються найчастіше (рис. 2) і як вони перетинаються між собою. (González-Zamar, & Abad-Segura, 2020)

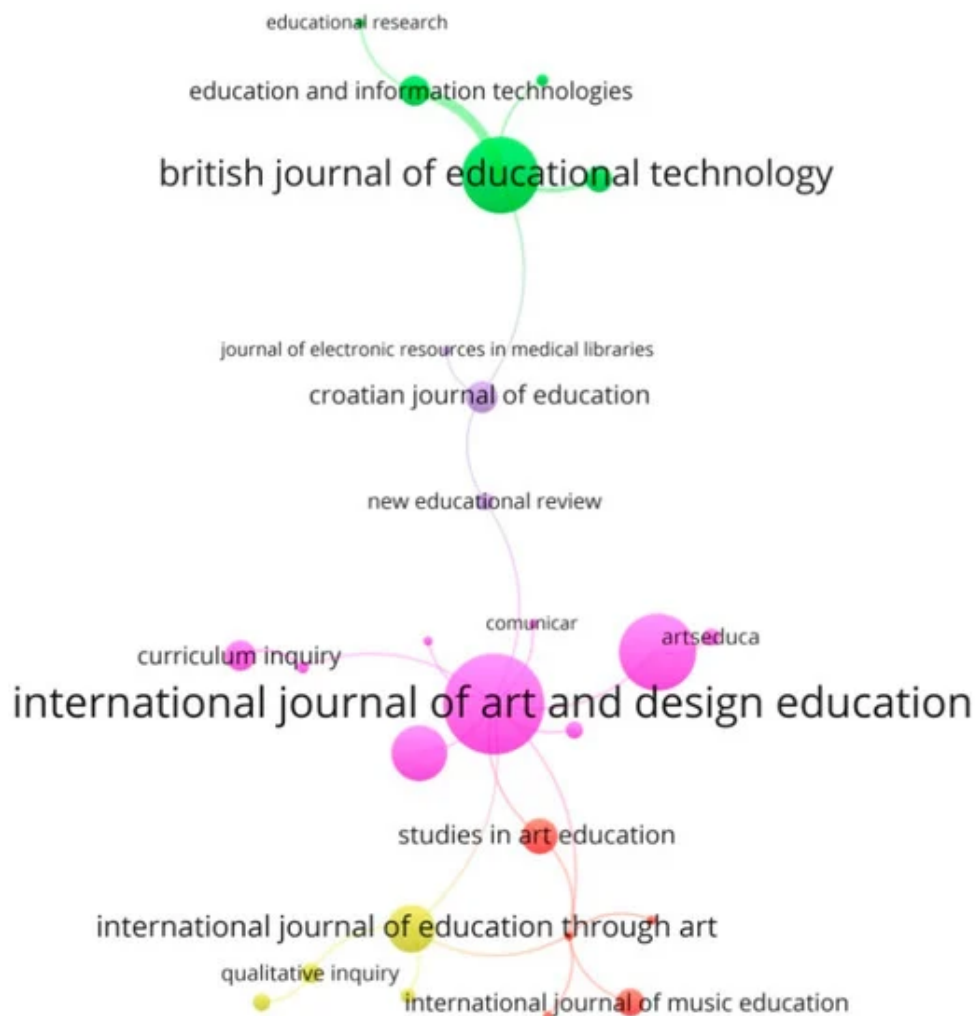


Рис. 1. Співпраця у журналах на основі методу спільного цитування (1980–2019). (González-Zamar & Abad-Segura, 2020)

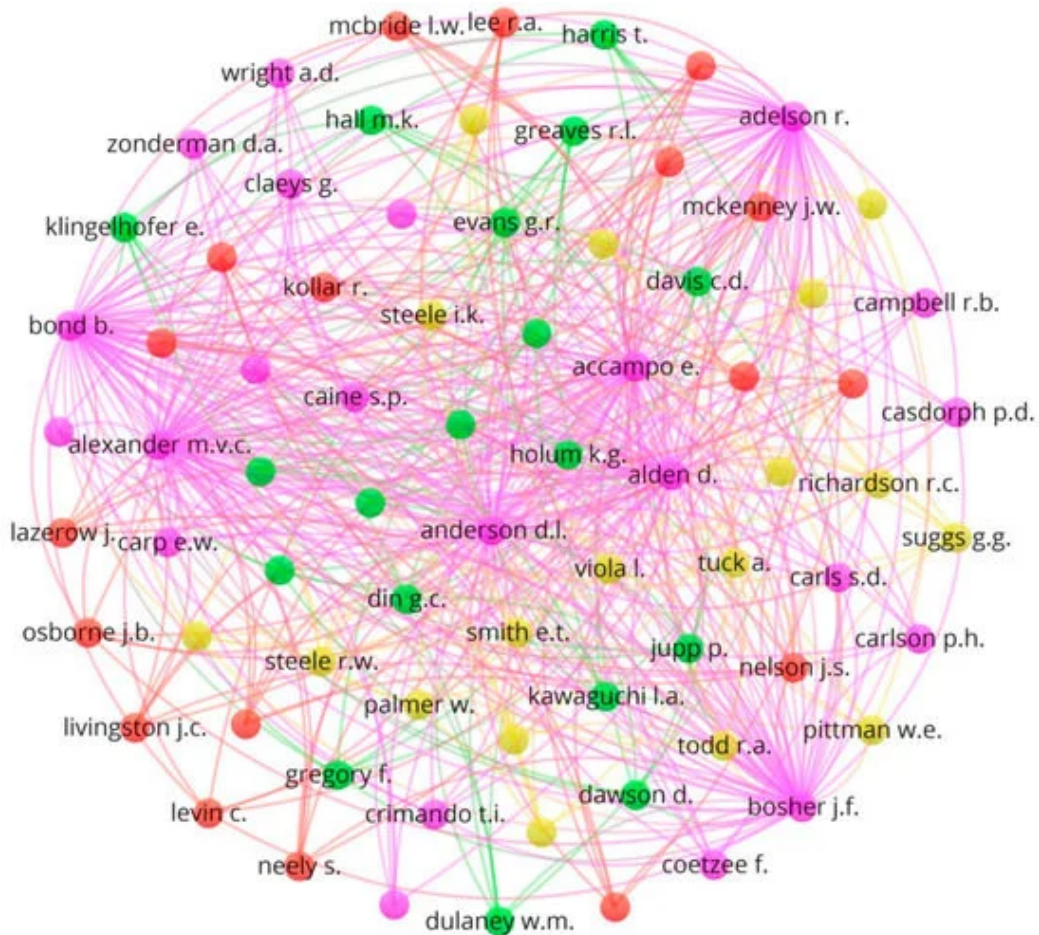


Рис. 2. Зв'язок авторів за методом співавторства (1980–2019)  
(González-Zamar & Abad-Segura, 2020)

Проаналізувавши тенденції бачимо, що самі методики досліджень не змінились, але з'являються нові варіанти підрозділів. В цілому більше ставляться акценти на соціокультурні аспекти, розвивається естетична складова подачі матеріалів. Відкриваються нові можливості аналізу більш широкої бази даних і спостережень.

## Літературні джерела

1. Пономаренко, О. В. (2020). Теоретичні і методичні засади підготовки майбутніх магістрів психології до професійної діяльності в умовах неформальної освіти. дис. ... д. пед. н. : 13.00.04 - Теорія і методика професійної освіти. Класичний приватний університет, Запоріжжя. URL : [http://virtuni.education.zp.ua/info\\_cpu/sites/default/files/ponomarenkoDiss.pdf](http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/sites/default/files/ponomarenkoDiss.pdf)
2. Попович, О. М. (2023). Система підготовки майбутніх вихователів закладів дошкільної освіти до роботи з дітьми раннього віку в сенсорно збагаченому середовищі. дис. ... д. пед. н. : 13.00.04 - Теорія і методика професійної освіти. Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія МОН України, Хмельницький. URL : <https://www.kgpa.km.ua/node/2137>
3. Рассоха, І. М. (2011). Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Методологія та організація наукових досліджень» для студентів 5 курсу денної форми навчання

- освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» спеціальностей 8.050106, 8.03050901 “Облік і аудит”, 8.050201 “Менеджмент організацій”, 8.03060101 “Менеджмент організацій і адміністрування (за видами економічної діяльності)». Харківська національна академія міського господарства. URL: [https://eprints.kname.edu.ua/24084/1/2010\\_п\\_90Л\\_Методологія\\_наукових\\_досліджень.pdf](https://eprints.kname.edu.ua/24084/1/2010_п_90Л_Методологія_наукових_досліджень.pdf)
4. Чемерис, Г. Ю. (2020). Формування графічної компетентності майбутніх бакалаврів з комп'ютерних наук. дис. ... PhD : 015 - Професійна освіта (за спеціалізаціями). Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького. URL: <http://nrat.ukrintei.ua/searchdoc/0820U100211/>
  5. Curtin, A., & Hall, K. (2018). Research methods for pedagogy: Seeing the hidden and hard to know. *International Journal of Research & Method in Education*, 41(4), 367–371. DOI : 10.1080/1743727X.2018.1495366
  6. González-Zamar, M.-D., & Abad-Segura, E. (2020). Implications of Virtual Reality in Arts Education: Research Analysis in the Context of Higher Education. *Education Sciences*, 10(9), Art. 9. DOI : 10.3390/educsci10090225
  7. Kjällander, S., & Frankenberg, S. J. (2018). How to design a digital individual learning RCT-study in the context of the Swedish preschool: Experiences from a pilot-study. *International Journal of Research & Method in Education*, 41(4), 433–446. DOI : 10.1080/1743727X.2018.1470161
  8. Nind, M., Brindle, P., & Lewthwaite, S. (2023). *Handbook of Teaching and Learning Social Research Methods: Bun. Understanding research methods textbooks: pedagogy, production and practice*. Edward Elgar Publishing.
  9. Nind, M., & Lewthwaite, S. (2018). Methods that teach: Developing pedagogic research methods, developing pedagogy. *International Journal of Research & Method in Education*, 41(4), 398–410. DOI : 10.1080/1743727X.2018.1427057

## ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ ЕТИКЕТКИ БРЕНДІ

Ковальова Софія <sup>1</sup>, Брянцев Олександр <sup>2</sup> [0000-0002-9220-0653]

<sup>1</sup> здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна antonguzema073@gmail.com

<sup>2</sup> старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Спілки дизайнерів України, Україна albrupaper@gmail.com

**Анотація.** У статті розглядається історія виникнення брендів як напою. Пояснюється відмінність понять «брендів» та «коньяк». Розглядається зміни у дизайні етикеток в рамках глобальних технологічних новацій. Зазначається що активна увага дизайну етикеток припадає на період кінця 19 століття і до кінця 20 століття.

**Ключові слова:** дизайн, історія, етикетка, брендів.

Брендів почали дистилювати у Франції приблизно в 1313 році, але він готувався лише як ліки і вважався таким чудовим зміцнюючим і оздоровчим ефектом, що лікарі назвали його «водою життя» (l'eau de vie). воно все ще зберігається (thebrandybar, 2023).

В інших джерелах зазначається, що брендів був несподівано винайдений на початку 16 століття, коли підприємливі голландські купці намагалися зберегти вино від псування при транспортуванні (WineWine, 2023). Від тоді у 17 і 18 століттях голландці та французи, виготовляли багато різноманітних брендів з місцевих фруктів. До Америки брендів потрапило завдяки іспанцям наприкінці 18 століття (Museum of Distilled Spirits, 2023), з першою експедицією генерала Портоли в 1769 році на територію сучасної Каліфорнії, тоді брендів був включений у поставки. А далі вироблявся на території сучасного Сан-Дієго з місійного винограду, як зазначає дослідник брендів з Каліфорнійського університету в Девісі Джеймс Ф. Гаймон (Boston Apothecary, 2023).

У період з 1820 по 1920 роки виробництво винних напоїв збільшилося з 2 до 20 мільйонів пляшок на рік і не останню роль тут зіграла етикетка. Звичайний шматочок паперу став могутнім рушієм торгівлі і засобом спілкування з клієнтом. Перші правила етикетування вин з'явилися на початку ХХ століття, потім всі вони об'єдналися в європейське законодавство про найменування і оформлення вин. З тих пір етикеткам приділяється велика увага. Над їх художнім оздобленням працювали такі великі художники, як Сальвадор Далі, Марк Шагал, Пабло Пікассо і Енді Воргол (wikipedia, 2023).



Окремий різновид бренді, отримав назву коньяк у XVIII столітті через те, що вироблявся у регіоні Коньяк у Франції (Detalibus, 2023). У місті знаходиться штаб-квартира компанії Хеннессі, найбільшого виробника коньяків (Укрпатент, 2023). Його було обмежено географічно і виготовляється під контролем певних стандартів якості, на відміну від звичайного бренді, який виготовляється дистиляцією виноградного вина. Отже, можна сказати, що «коньяк» — це підмножина категорії «бренді», яка має свої власні характеристики і правила виробництва.

Перші виробники використовували прості етикетки з основною інформацією про виробника та місце виробництва. Частіше етикетки були виготовлені вручну і не мали вишуканого дизайну.

З поширенням виробництва коньяку та збільшенням конкуренції виникла потреба в стандартизації та визначенні брендів. Компанії стали використовувати логотипи та символи на етикетках для визначення своїх продуктів. У середині XIX століття художники та гравери стали створювати більш складні та вишукані дизайни (див. рис. 1).

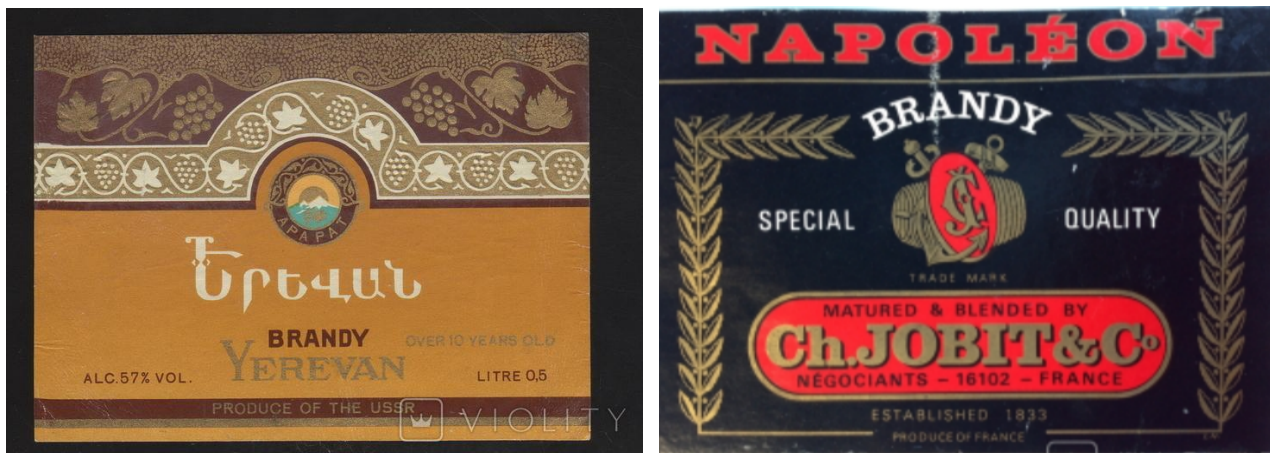


Рис. 1. Етикетки XIX століття

Технічні нововведення, такі як поліграфія та офсетний друк, надали можливість відтворювати більше деталей і здатність збільшувати зображення. Розквіт романтизму та інших художніх напрямів стимулював художників до експериментів і вираження емоцій через складніше зображення.

Культурні рухи того часу підкреслювали індивідуалізм та вираження особистих почуттів у мистецтві. Це було важливим етапом у розвитку дизайну етикеток коньяку. Етикетки отримували гравюри, які відображали тематику французької культури, замки, виноградні лози та інші символи.

В кінці XIX - початок XX століття був розквіт індустрії коньяку (Bar Convent Brooklyn, 2023). З'явилися нові бренди, і змагання між ними стимулювало розвиток вишуканих та оригінальних дизайнів етикеток. Багато етикеток мали елементи літографії та зображення пейзажів регіону, виноградників.



З 1909 і по 1962 року на етикетках бренді і коньяку з'являється підпис власника, додається оздоблення сріблом і бронзою, залучається тиснення (Vieux Cognacs, 2023).

З поширенням масового споживання та розвитком глобального ринку алкоголю, бренди здебільше зосереджувалися на дизайні етикеток, як частині своєї маркетингової стратегії. Етикетки стали більш стильними, а маркування стало більш інформативним.

В кінці 19 століття на етикетках з'явилися перші графічні елементи, такі як логотипи та зображення продукту. Розвиток друкарства та можливість виготовлення більш складних дизайнів привели до кращого використання кольорів та форм. З розвитком масового виробництва та підвищенням конкуренції, бренди стали акцентувати увагу на дизайні для привернення уваги споживачів. Яскраві кольори, стильні шрифти та привабливі зображення стали стандартними.

В кінці 20 початок 21 століття бренди почали експериментувати з різними стилями дизайну. Від модернізму до ретро, вони використовували різні естетичні підходи, щоб відобразити свій унікальний стиль (див. рис. 2).



Рис. 2. Етикетка. Бренді «CARTE BLANCHE» та Бренді «AVANTAGE». Мотто. 2012.

В сучасних умовах дизайн етикеток часто враховує екологічні аспекти. Використання природних матеріалів та привертання уваги до етикетки на упаковці стає важливим для споживачів. В сучасному дизайні етикеток можна помітити тенденцію до мінімалізму. Мінімалістичний підхід являє собою

сучасний тренд і простий спосіб показати своїм клієнтам, що Ваш продукт є тим, що дійсно має значення (Краплак, 2023). Прості лінії, нейтральні кольори та чіткий шрифт можуть стати ключовими елементами. Також набуває популярності персоналізація, коли бренди створюють унікальні дизайни для різних варіацій свого продукту.

Сучасні етикетки брендів можуть містити інноваційні елементи, такі як QR-коди або RFID-технології, щоб споживачі могли отримувати більше інформації про виробника, історію коньяку та його виробництво.

Етикетка вважається паспортом брендів і те, як вона виглядає, як оформлена, її розмір — відіграє вирішальну роль при виборі. Етикетка дозволяє споживачам із зручністю і економією часу знаходити продукцію певного бренду серед аналогічних виробів конкурентів (Пазюк, 2015).

Приваблива етикетка збільшує частоту імпульсних купівель, а значить, активно знайомить аудиторію з брендом. При вдало розробленій стратегії, етикетка навіть може бути провідним засобом створення бажаного для виробника іміджу.

Етикетка стає першорядним засобом комунікації бренду, яка ідентифікує продукт, несе його емоційні вигоди, цінності та переваги, а також транслює інформацію, важливу для покупця за прийнятими держстандартами. Етикетка повідомляє споживачеві про якість і особливі вигоди продукту (Koloro, 2023). Гарна і незвичайна етикетка зацікавлює покупця і мотивує його до здійснення купівлі. Грамотний і виразний дизайн етикетки виділяє продукт на полиці серед незліченної кількості аналогів, привертає увагу, робить бренд впізнаваним.

## Літературні джерела

1. WineWine (2023). Бренди. URL: [https://winewine.com.ua/spirit/vid\\_brendi/](https://winewine.com.ua/spirit/vid_brendi/)
2. Museum of Distilled Spirits (2023). Brandy Tour: Wine becomes Spirit. URL: <https://museumofdistilledspirits.com/brandy-tour-wine-becomes-spirit>
3. Boston Apothecary (2023). 1983 James F. Guymon Lecture: California Brandy — Yesterday, Today, Tomorrow by Elie C. Skofis. URL: <https://www.bostonapothecary.com/1983-james-f-guymon-lecture-california-brandy-yesterday-today-tomorrow-by-elie-c-skofis/>
4. The Brandy Bar. (2023, 1/12). *The History of Brandy*. URL: <https://thebrandybar.com/brandy-history/>
5. Detalibus. (2023, 1/12). *Коньяк Hennessy: з чого роблять і скільки коштує найпопулярніший напій?* URL: <https://detalibus.com.ua/konyak-hennessy-z-chogo-robylyat-i-skilki-koshtuye-najpopulyarni-shij-napij/>
6. KOLORO.ua (2023, 1/12) *11 правил розробки дизайну етикетки. як не вступити у калюжу.* URL: <https://koloro.ua/ua/blog/dizain/11-pravil-razrabotki-dizajna-jetiketki-kak-ne-vstupit-v-luzhu.html>
7. Пазюк, В.Л. (2015). Етикетка, як інструмент формування винного бренду. *Глобальні проблеми економіки та фінансів: збірник тез наукових робіт II Міжнародної*

- науково-практичної конференції, 10-13. URL:  
<https://www.inter-nauka.com/uploads/public/14352406043191.pdf#page=11>
8. Vieux Cognacs (2023) *Martell Cognac - 1864 to 2017*. URL:  
<http://vieuxcognacs.com/Martell/Martell.html>
9. wikipedia (2023). *Етикетка*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Етикетка>
10. Kraplak (2023) *Правильний дизайн етикетки – Ваш прямий шлях до успіху*. URL:  
<https://kraplak.com.ua/uk/korysni-statti/pravylnyi-dyzain-etyketky/>
11. Укрпатент (2023) *Державна служба інтелектуальної власності України апеляційна палата* URL: <https://ukrpatent.org/atachs/erisioni-vsop-res-2017.pdf>
12. Bar Convent Brooklyn (2023) *The Lost History of California Brandy: Rediscovering California's Native Spirit*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=vJJnOsj7VRw>

## ОГЛЯД СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ГЕЙМДИЗАЙНУ

Ковальчук Майя [0000-0001-7273-5872]

<sup>1</sup> кандидат педагогічних наук, доцент кафедри КТiМС, Поліський національний університет

**Анотація.** У тезах розглядаються найпопулярніші ігри останніх років, які відрізняються своїм вражаючим дизайном. На основі аналізу цих ігор виділено п'ять ключових тенденцій у геймдизайні: інтерактивність і залученість гравців, поєднання різних жанрів, розвиток віртуальної та доповненої реальності, експериментування з новими ігровими механіками, збереження доступності ігор для всіх. Геймдизайнери постійно експериментують з новими технологіями, механіками і ідеями, що дозволяє створювати ігри, які постійно розвиваються і еволюціонують.

**Ключові слова:** геймдизайн, ігрова індустрія, технології.

Ігри стають все більш популярними. Згідно з дослідженням, проведеним компанією NPD Group, у 2022 році в США було продано 6,3 мільярда відеоігор. Це на 10% більше, ніж у 2021 році (LB.UA, 2014). Зростання популярності ігор призвело до зростання попиту на геймдизайнерів. За даними сайту Glassdoor, середня зарплата геймдизайнера в США становить 110 000 доларів на рік (Solod, 2022).

Геймдизайн є багатогранною областю, яка має потенціал для позитивного впливу на світ. Геймдизайнери можуть використовувати свої навички для створення ігор, які навчають, розвивають і розважають людей (Schreier, 2020).

Метою тез є надання загального уявлення про те, в якому напрямку розвивається геймдизайн в даний час, на основі аналізу найпопулярніших ігор виділення основних тенденцій геймдизайну.

Розглянемо ряд сучасних найпопулярніших ігор, що захопили користувачів вражаючим дизайном:

Starfield (Bethesda Game Studios, 2023) – це рольова гра в жанрі наукової фантастики. Гра має величезний відкритий світ, який складається з безлічі планет і космічних станцій.

Horizon Forbidden West (Guerrilla Games, 2022) – це продовження популярної постапокаліптичної RPG. Гра має ще більш реалістичний і детальний світ, ніж її попередниця.

Elden Ring (FromSoftware, 2022) – це рольова гра, яка відбувається в фентезійному світі, створеному Джорджем Р.Р. Мартіном. Гра має приголомшливий дизайн локацій, персонажів і монстрів.

Forza Horizon 5 (Xbox Game Studios, 2021) – це гонкова гра з відкритим світом, яка відбувається в Мексиці. Гра має приголомшливий графічний двигун, який дозволяє відтворити красу і різноманітність мексиканських пейзажів.

Ratchet & Clank: Rift Apart (Insomniac Games, 2021) – це платформер, який розповідає історію двох космічних друзів, які подорожують між паралельними всесвітами. Гра має яскравий і стильний дизайн, який оживляє її барвистий і захоплюючий світ.

Cyberpunk 2077 (CD Projekt Red, 2020) – ця RPG гра від CD Projekt Red отримала велику кількість шанувальників завдяки вражаючому світу майбутнього, величезному місту Найт-Сіті, яке вражає своєю деталізацією та атмосферою. Гра пропонує гравцям свободу вибору, дозволяючи їм досліджувати місто будь-яким способом, який вони вважають за потрібне.

The Last of Us Part II (Naughty Dog, 2020) – гра розроблена студією Naughty Dog і прославилася не тільки завдяки захоплюючому сюжету, а й через вражаючий дизайн персонажів та світу після апокаліпсису. Гравці можуть відчути всю трагедію світу, в якому вони опинилися, завдяки реалістичному дизайну персонажів та локацій.

Ghost of Tsushima (Sucker Punch Productions, 2020) – пригодницька гра, яка розгортається в період японсько-монгольської інвазії. Гра відзначається красивими пейзажами та деталізованим дизайном. Гравці можуть відчути всю красу і велич Японії X століття завдяки реалістичному зображенню природи та архітектури.

Assassin's Creed Valhalla (Ubisoft, 2020) – Гра від Ubisoft переносить гравців до періоду вікінгів з вражаючими пейзажами та деталізованими локаціями. Гравці можуть відчути всю жорстокість і красу вікінгського світу завдяки реалістичному зображенню природи та культури.

Control (Remedy Entertainment, 2019) – сюжетна гра від Remedy, яка славиться своєю неймовірною атмосферою та унікальним дизайном оточуючого світу. Гравці можуть відчути себе частиною загадкового і таємничого світу, в якому відбувається дія гри.

Sekiro: Shadows Die Twice (FromSoftware, 2019) – відома своєю складною грою та красивими дизайнами персонажів та оточуючого світу. Гравці можуть відчути всю жорстокість і красу японського середньовіччя завдяки реалістичному зображенню природи та культури.

Red Dead Redemption 2 (Rockstar Games, 2018) – гра від Rockstar Games з вражаючим відкритим світом і деталізованим зображенням Дикого Заходу. Гравці можуть відчути себе частиною Дикого Заходу, досліджуючи його безмежні простори та стикаючись з різними персонажами.

God of War (Santa Monica Studio, 2018) – гра, яка перетворилася на серію ігор «Бог війни», отримавши високі оцінки за дизайн персонажів, бойову



систему та вражаючий світ. Гравці можуть відчутися справжнім воїном, досліджуючи світ скандинавської міфології та стикаючись з різними міфічними істотами.

Всі ці ігри демонструють, що сучасні геймдизайнери приділяють велику увагу дизайну своїх ігор. Гравці хочуть відчувати себе частиною ігрового світу, і дизайн допомагає їм у цьому. Гравці хочуть бачити красиві і реалістичні світи, цікавих персонажів і захоплюючі історії. Ігри, які відповідають цим вимогам, завжди будуть популярними серед гравців.

На основі аналізу, вищезначених ігор спробуємо виділити ключові тенденції в геймдизайні.

1) Інтерактивність і залученість гравців: гравці хочуть відчувати себе частиною гри, а не просто спостерігати за тим, як вона відбувається. Наприклад, у грі Forza Horizon 5 гравці можуть вільно досліджувати Мексику, відвідуючи різні міста, села і пейзажі. А у грі The Last of Us Part II гравці можуть приймати рішення, які впливають на сюжет гри. У грі Starfield гравці можуть обирати, як вони хочуть грати, і це впливає на результат гри.

2) Поєднання різних жанрів: у міру того, як геймдизайнери експериментують з новими ідеями, спостерігаємо зростаючу тенденцію до поєднання різних жанрів. Це дозволяє створювати більш унікальні та захоплюючі ігри, які задовольняють потреби різних гравців. Наприклад, у грі Ratchet & Clank: Rift Apart поєднуються жанри платформера та пригодницької гри.

3) Розвиток віртуальної та доповненої реальності: VR і AR стають все більш популярними технологіями, які мають великий потенціал для геймдизайну. VR дозволяє гравцям повністю зануритися в ігровий світ, а AR дозволяє їм взаємодіяти з ігровим світом у реальному світі. Наприклад, у грі Half-Life: Alyx використовується VR для створення захоплюючого ігрового досвіду.

4) Експериментування з новими ігровими механіками: геймдизайнери постійно експериментують з новими ігровими механіками, щоб створювати більш захоплюючі та інноваційні ігри. Наприклад, у грі Sekiro: Shadows Die Twice використовується механіка «смерті та воскресіння», яка дозволяє гравцям навчатися на своїх помилках.

5) Збереження доступності ігор для всіх: геймдизайнери все більше усвідомлюють важливість того, щоб ігри були доступними для всіх гравців, незалежно від їхніх можливостей або віку. Це проявляється в розробці ігор з адаптивними налаштуваннями. Наприклад, у грі Control гравці можуть налаштувати управління та графіку гри відповідно до своїх потреб. А, у грі Stardew Valley гравці можуть насолоджуватися грою, навіть якщо вони не мають досвіду в відеоіграх. Гра Horizon Forbidden West має режим для дорослих та дітей, який робить гру більш доступною для різних гравців.

Ці тенденції свідчать про те, що геймдизайн розвивається в новому напрямку. Гравці хочуть відчувати себе частиною гри, бачити нові і цікаві речі і

мати можливість грати в ігри, які відповідають їхнім потребам; хочуть бачити ігри, які візуально вражають. Також, геймдизайн може бути використаний для створення унікального ігрового досвіду; для створення атмосфери, яка допомагає гравцям зануритися в ігровий світ; гравці можуть краще зрозуміти сюжет гри, якщо вони будуть бачити, як він розгортається в ігровому світі.

## Літературні джерела

1. Індустрія комп'ютерних ігор зміцнила економіку | *Портал новин Лівий Берег - LB.UA* (2014). URL : [https://lb.ua/world/2014/11/12/285802\\_industriya\\_kompyuternih\\_igr\\_ukrepila.html](https://lb.ua/world/2014/11/12/285802_industriya_kompyuternih_igr_ukrepila.html)
2. Solod, T. (2022). Скільки отримують геймдев-спеціалісти у світі: аналіз зарплат від Pingle Game Studio | *GameDev DOU*. URL : <https://gamedev.dou.ua/blogs/gamedev-salary-comparison-pingle-studio/>
3. Schreier, J. (2020). Gaming Sales Are Up, but Production Is Down. *The New York Times*.

## ЗМІСТ

<b>ВИЗНАЧЕННЯ РОЛІ ДИЗАЙНУ У КОМІКСНОМУ ВИДАННІ</b>	<b>10</b>
Бережна Вероніка, Димова Анастасія	
<b>РЕТРОСПЕКТИВНИЙ ОГЛЯД ВИДІВ ІЛЮСТРАЦІЙ</b>	<b>14</b>
Бережна Поліна, Брянцев Олександр	
<b>ЦИКЛ Д. КОЛБА – ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ</b>	<b>19</b>
Борисов Вячеслав, Борисов Гліб	
<b>ХАРАКТЕРИСТИКА СТИЛІВ КИТАЙСЬКОЇ КАЛІГРАФІЇ</b>	<b>23</b>
Борисова Світлана, Кійченко Поліна	
<b>ЕТНІЧНІ СИМУЛЯКРИ В УКРАЇНСЬКОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ</b>	<b>29</b>
Борисова Світлана, Семенова Євгенія	
<b>ДИЗАЙНЕР ПАПЕРУ, ПРОФЕСІЯ У ПАПЕРОВОМУ МИСТЕЦТВІ</b>	<b>34</b>
Брянцев Олександр	
<b>ВИКОРИСТАННЯ ПРОСТОРУ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ ОБКЛАДИНОК КНИЖОК</b>	<b>38</b>
Брянцева Ганна	
<b>COMBATTING DEERFAKES: THE ROLE OF THE PUBLIC AND DESIGN COMMUNITY</b>	<b>46</b>
Chemerys Hanna	
<b>СТВОРЕННЯ ТА ВИРОБНИЦТВО АРТБУКУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МИСТЕЦЬКОГО ПІДХОДУ ТА УНІКАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ</b>	<b>55</b>
Вересова Влада, Брянцева Ганна	
<b>СТІМПАНК В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ</b>	<b>58</b>
Винник Марія, Борисов Вячеслав	
<b>ДИЗАЙН ЛАНДШАФТІВ ДЛЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР</b>	<b>63</b>
Гаврилюк Артур, Ковальчук Майя	
<b>СУЧАСНИЙ СТАН ІНФОРМАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ</b>	<b>66</b>
Ганзіна Владислава, Брянцев Олександр	
<b>ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В МЕДІА: РИЗИКИ І ПЕРСПЕКТИВА</b>	<b>70</b>
Георгадзе Тетяна	
<b>БРЕНД, ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ</b>	<b>75</b>
Гетьман Оксана	
<b>ДИНАМІКА ТВОРЧОГО СИНТЕЗУ: НАЦІОНАЛЬНЕ ТА ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНЕ В ДИЗАЙНІ</b>	<b>78</b>
Гешева Ганна	

<b>ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВЗАЄМОДІЇ З КОРИСТУВАЧАМИ У ПРОСТОРІ</b>	<b>81</b>
Гієнко Катерина, Чемерис Ганна	
<b>ІНТЕГРАЦІЯ ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ У ДИЗАЙНІ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ</b>	<b>85</b>
Годько Юлія, Гресик Ірина	
<b>ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ЗАСТОСУНКІВ ФІНАНСОВОГО КЕРУВАННЯ</b>	<b>90</b>
Гордієнко Кирило, Брянцев Олександр	
<b>РОЗВИТОК КНИЖКОВОЇ ІЛЮСТРАЦІЇ ДЛЯ ДІТЕЙ</b>	<b>93</b>
Грін Марія, Кардашов Микола	
<b>ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ГЕОІНФОРМАЦІЙНОЇ КАРТИ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗОН ЖИТОМИРЩИНИ</b>	<b>96</b>
Грицкевич Данило, Ковальчук Майя	
<b>ЗНАЧЕННЯ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ НА ТЕМУ ВІДЕОІГОР У СУЧАСНІЙ КУЛЬТУРІ</b>	<b>99</b>
Губрак Катерина, Потапенко Микола	
<b>ОСОБЛИВОСТІ КОМІКСОВОГО СТИЛЮ</b>	<b>102</b>
Гузема Антон, Брянцев Олександр	
<b>ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ МАЛЬОПИСІВ</b>	<b>108</b>
Димова Анастасія	
<b>ЗД-МОДЕЛЮВАННЯ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАСТОСУВАННЯ</b>	<b>112</b>
Ємець Даніель, Ковальчук Майя	
<b>СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ІЛЮСТРУВАННІ ДРУКОВАНИХ ВИДАНЬ</b>	<b>115</b>
Зєвахіна Юлія, Потапенко Микола	
<b>ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ WEB-ДИЗАЙНУ</b>	<b>117</b>
Івашко Наталія, Георгадзе Тетяна	
<b>ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ ОПЕРАТОРА В РОБОТІ НАД АУДІОВІЗУАЛЬНИМ ТВОРОМ</b>	<b>122</b>
Калашник Олександр	
<b>АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДИЗАЙН-ОСВІТИ І ХУДОЖНЬО-ТВОРЧОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ</b>	<b>127</b>
Кардашов Володимир, Кардашов Микола	
<b>СУЧАСНІ МЕТОДИ ПЕДАГОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ. ВІТЧИЗНЯНИЙ ТА ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД</b>	<b>132</b>
Кардашов Микола	

<b>ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ ЕТИКЕТКИ БРЕНДІ</b>	<b>137</b>
Ковальова Софія, Брянцев Олександр	
<b>ОГЛЯД СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ ГЕЙМДИЗАЙНУ</b>	<b>142</b>
Ковальчук Майя	



Матеріали  
II міжнародної науково-практичної конференції  
ДИЗАЙН, ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА ТВОРЧІСТЬ:  
сучасні тенденції та технології

Том 1

12 грудня 2023 року

Підписано до друку 12.12.2023.  
Гарнітура Oswald, Times New Roman.  
Цифровий друк.

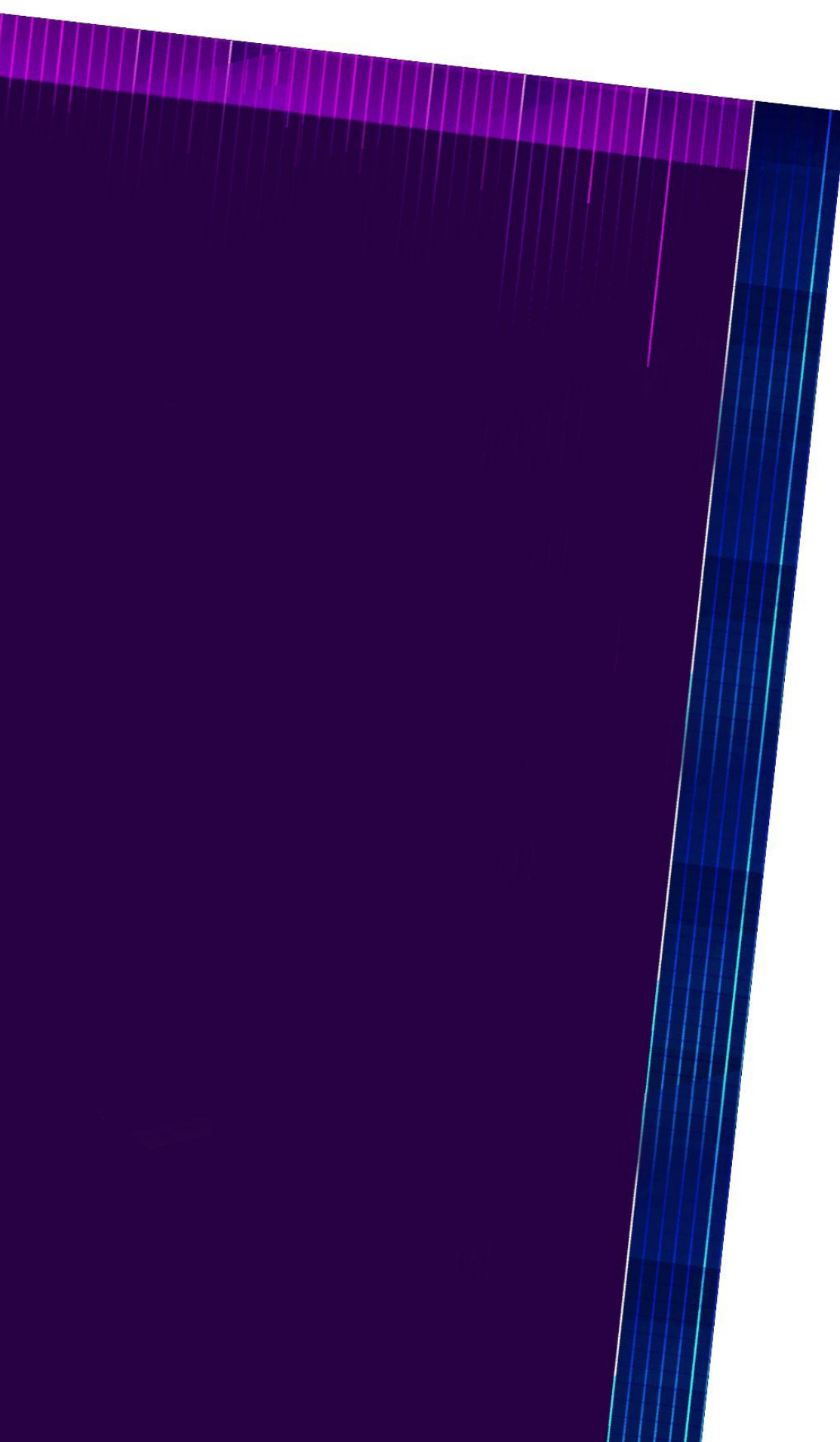
Віддруковано з готового оригінал-макета.

DVAC 2<sup>ND</sup>  
INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC & PRACTICAL  
CONFERENCE

December 12, 2023  
Zaporizhzhia National University  
Zaporizhzhia, Ukraine

DESIGN  
& VISUAL ART  
CREATIVITY  
Modern Trends and Technologies

Запорізький національний університет  
69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66,  
Тел./факс +38 (061) 228-75-08  
E-mail: design@znu.edu.ua



See proceeding  
of DVAC conference  
from previous years

