



kaunas
university of
technology



DVAC 3rd INTERNATIONAL SCIENTIFIC & PRACTICAL CONFERENCE

December 12, 2024
Zaporizhzhia, Ukraine
OnLine

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 «Innovative Horizons of Ukraine» (Kyiv, Ukraine)

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

12th of December 2024



Zaporizhzhia
National
University

2024

UDC 7.012(062)

Д448

Proceedings of IIIrd International Scientific and Practical Conference «Design, Visual Art & Creativity: Modern Trends and Technologies», held on 12th of December 2024

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 IIIrd International Scientific and Practical Conference (12th of December 2024) / Zaporizhzhia National University. Zaporizhzhia : ZNU, 2024. Vol. 1. 131 p.

UDC 7.012(062)

Д448

© Zaporizhzhia National University, 2024

© Authors of publications, 2024

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 «Інноваційні обрії України» (Київ, Україна)

Міжнародна науково-практична конференція

ДИЗАЙН, ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО ТА ТВОРЧІСТЬ:

сучасні тенденції та технології

12 грудня 2024



Запорізький
національний
університет

2024

УДК 7.012(062)
Д448

Збірник укладено за результатами III міжнародної науково-практичної конференції «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології», що проходила 12 грудня 2024 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 III міжнародної науково-практичної конференції, (12 грудня 2024 р.) / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. Том 1. 131 с.

УДК 7.012(062)
Д448

© Запорізький національний університет, 2024
© Автори публікацій, 2024

Organizational committee:

Chairman of the organizing committee: **Bondar O.**, Doctor of Law, Professor, Acting Rector, First Vice-Rector of 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), Visiting Researcher at Indiana University, 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. **Barabash V.**, lecturer at the Design Department of Zaporizhzhia National University;
18. **Dymova A.**, Lecturer at the Design Department, Zaporizhzhia National University;
19. **Nikonenko V.**, Lecturer at the Design Department of Zaporizhzhia National University;
20. **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;
21. **Kozub D.**, 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: **Бондар О.**, доктор юридичних наук, професор, В.о. ректора, перший проректор Запорізького національного університету.

Заступник голови оргкомітету: **Бука І.** 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 Французького дослідницького центру гуманітарних та соціальних наук (CEFRES), гостьова дослідниця Університету Індіани, 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 Спілки 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. **Барабаш В.**, викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету;
 18. **Димова А.**, викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету;
 19. **Ніконенко В.**, викладач кафедри дизайну Запорізького національного університету;
 20. **Чорна Г.**, старший викладач кафедри дошкільної та початкової освіти, голова Ради молодих вчених факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету.
 21. **Козуб Д.**, голова Наукового товариства студентів, аспірантів, докторантів факультету соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету.

ІНТЕРАКТИВНА ІНФОГРАФІКА В ПРЕДМЕТНОМУ ДИЗАЙНІ

Азарاپіна Софія ¹, Костюк Ольга ² [0000-0001-5309-2816]

¹ здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна

azarapinasofia@gmail.com

² кандидат філософських наук, доцент, завідувач кафедри дизайну, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна

olgakostuck@gmail.com

Анотація. Інтерактивна інфографіка в предметному дизайні, дає можливість для візуалізації розвитку предметів у різні часові періоди, їх основні характеристики та інші особливості. Предметний дизайн є невід'ємною частиною сучасного суспільства. Ми проаналізуємо роль інтерактивної інфографіки на прикладах у висвітленні теорії предметного дизайну. Також поставимо питання: Чи доцільне використання таких інструментів у науково-дослідних проектах? Визначаємо перспективне використання даного методу, оскільки такі інструменти можуть ефективно візуалізувати складну інформацію і полегшує її сприйняття аудиторією. Інфографіка спрощує процес навчання, робить матеріал доступним через інтерактивні елементи. Дані технології допомагають систематизувати великі обсяги даних і представляти їх у зрозумілій формі, що значно прискорює процес дослідження.

Ключові слова: інтерактивна інфографіка, сприйняття інформації, предметний дизайн, теорія дизайну.

У сучасному світі інтерактивна інфографіка є одним з найпотужніших інструментів для залучення людини до вивчення контенту, незалежно від різновиду інформації. За допомогою елементів графічного дизайну, кольорових рішень і інтерактивних елементів даний спосіб створює новий рівень сприйняття інформації.

Сприйняття інформації в інфографіці базується на поєднанні візуальних, текстових та структурних елементів, які полегшують розуміння даних, що відбувається через кілька етапів і залежить від принципів дизайну, психології сприйняття та способів подачі інформації. Спочатку людина сприймає загальну композицію, кольорову гамму, основні форми та великі елементи. Головну увагу

привертають великі заголовки, яскраві кольори або виділені частини. Після первинного огляду людина починає розглядати деталі: графіки, діаграми, текстові блоки. Рух очей залежить від структури інфографіки, зокрема розташування елементів та використання візуальних підказок (стрілки, лінії, іконки). При інтерпретації інформації, відбувається зчитування даних, зіставлення їх із візуальними елементами (графіками, діаграмами) і формується загальне розуміння змісту. Інформація запам'ятовується легше завдяки яскравим візуальним асоціаціям та спрощенню складних даних. Загалом, інфографіка полегшує сприйняття складної інформації завдяки поєднанню тексту, графіки та кольору в гармонійній структурі (Kostiuk, 2023).

Теорія предметного дизайну. Предметний дизайн завжди включав в себе не тільки покращення зовнішнього вигляду, але ще й елементи функціональності і композиційної єдності, тобто доведення до ідеалу предметів, які використовує людина у повсякденному житті. До цього переліку входять такі речі як: автомобілі, меблі, побутова техніка та інші.

У еволюції предметного дизайну є ключові етапи: 1920-ті роки вплив індустріалізації та використання геометричних фігур (характерних для стилю ар-деко); 1950-ті роки, коли почали запроваджувати нові матеріали (наприклад пластик); 1970-ті роки, зосередження на екології через нафтову кризу; 2000-ні роки, запровадження комп'ютерів, а в подальшому і штучного інтелекту.

Теорія предметного дизайну охоплює ключові аспекти, які допомагають розробляти функціональні, естетично привабливі об'єкти у відповідності до потреб користувачів. Основні компоненти теорії предметного дизайну: функціональність, естетика, вибір матеріалів та впровадження нових технологій. У сучасному дизайні велика увага приділяється сталому розвитку: мінімізація відходів, переробка матеріалів, зменшення впливу на довкілля, важливим є розробка дизайну з урахуванням соціальних, культурних і психологічних потреб людей.

Метод візуалізації. Термін «інформаційна графіка» або «інфографіка» походить від англійського information graphics; infographics. Це графічне візуальне поєднання відомостей або знань, призначених для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації. Інфографіка покращує сприйняття інформації, бо використання графічних матеріалів підвищує можливості зорової системи людини бачити моделі і тенденції. Процес створення інфографіки можна розглядати як візуалізацію відомостей, створення інформаційних схем та моделей подання інформації. У традиційному трактуванні «інфографіка» – це спосіб подання інформації за допомогою графічних елементів (діаграми, графіки, образи) або це візуалізація складної інформації (Інфографіка як один зі сучасних засобів цифрового контенту, 2024).

Одним із прикладів є інфографіка розвитку автомобільного дизайну, де можна побачити зміни кожні 10 років.

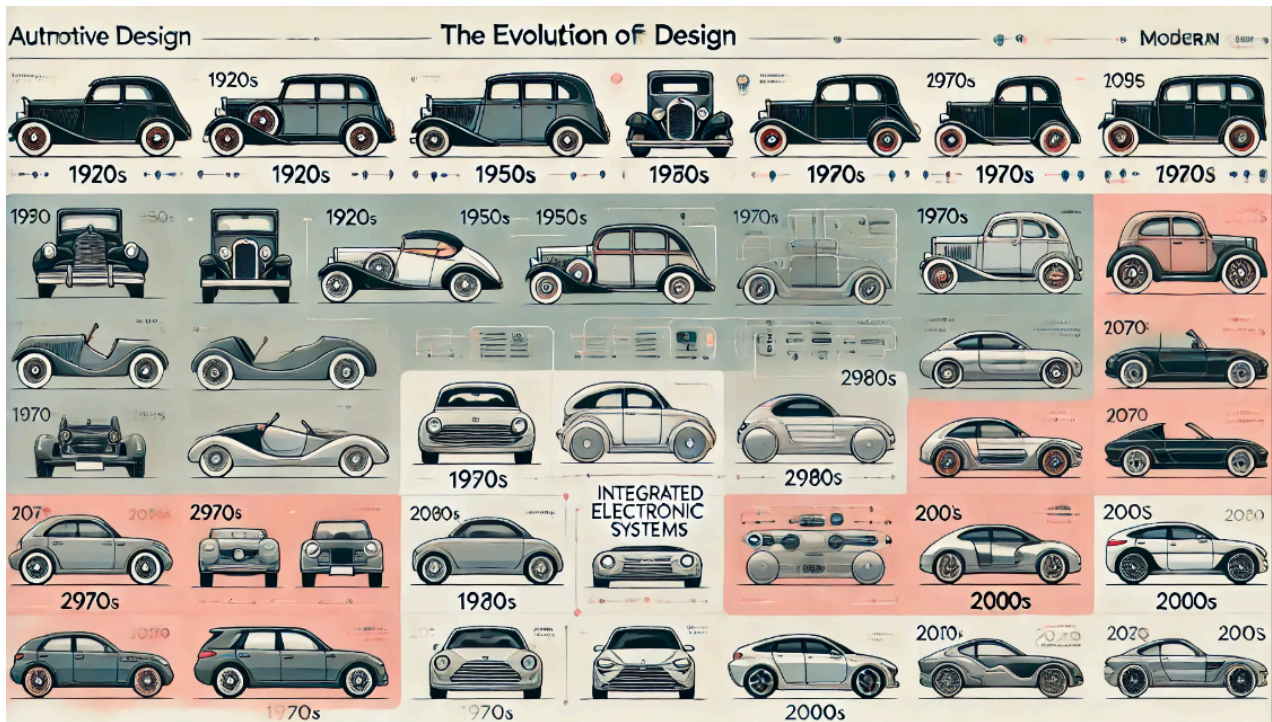


Рис.1. Розвиток автомобільного дизайну

Інфографіка відображає розвиток автомобільного дизайну у різні періоди, демонструючи зміни в технологіях, стилістиці та функціональності автомобілів: 1920-ті роки: простота форм, мінімальне декорування, наголос на функціональності; 1950-ті роки: з'являються хромовані елементи, плавні лінії й акцент на комфорті; 1970-ті роки: у відповідь на нафтову кризу – компактність і економічність; 1980-ті роки: інтеграція електронних систем, покращення безпеки; 2000-ті роки: аеродинамічність, екологічність, розширений функціонал; сучасність: високі технології, мінімалізм і інтеграція зі смарт-системами. Отже, інфографіка автомобільного дизайну передає ключові зміни, що визначали вигляд та функціонал автомобілів протягом десятиліть.

Ще одним з прикладів може бути інфографіка велосипедного транспорту, де можна побачити візуалізацію про користь велосипедів.

На зображенні показана інфографіка про велосипедний транспорт, що містить декілька розділів, які візуалізують дані про користь велосипедів, їхні типи, вплив на довкілля та інші характеристики.

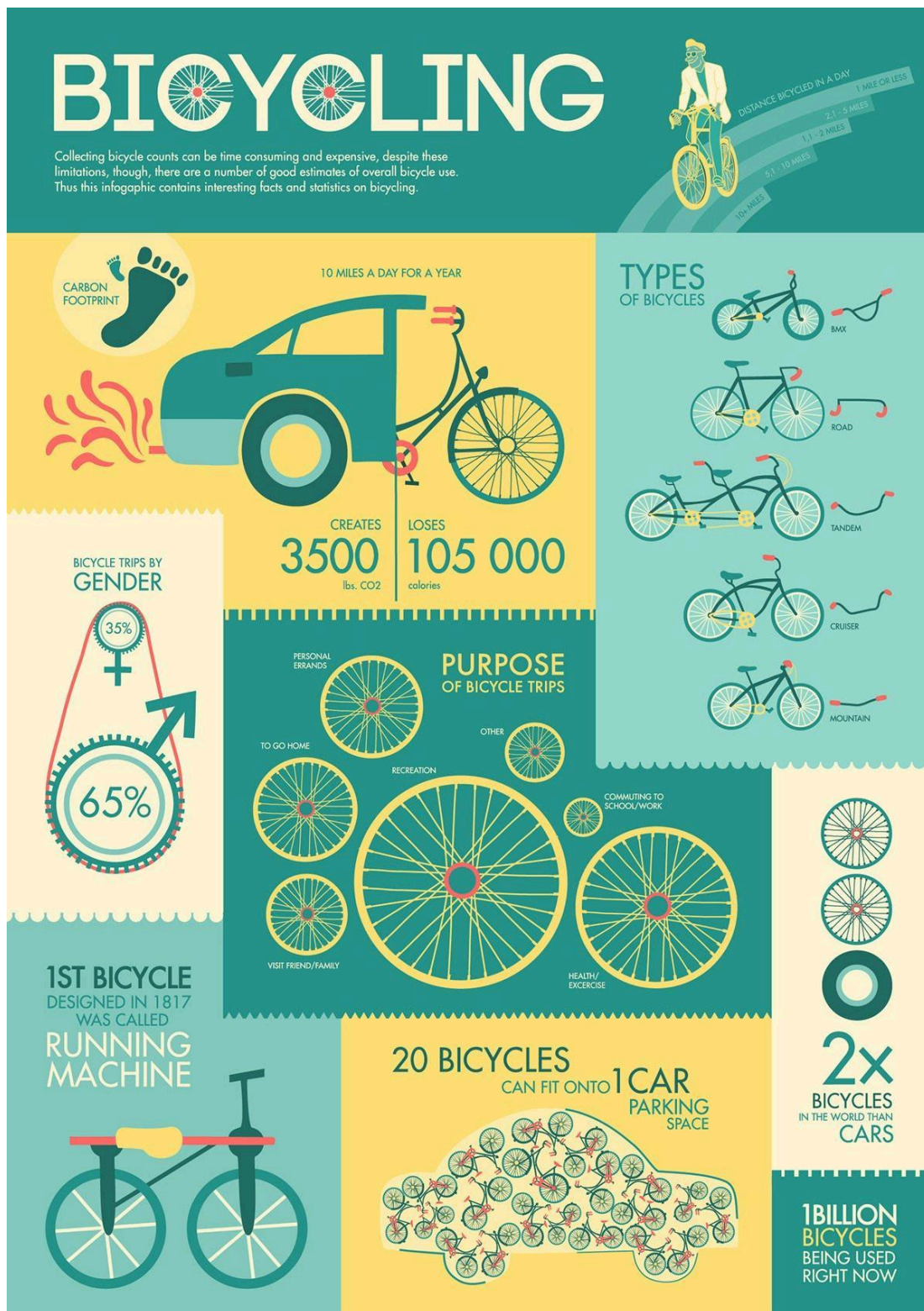


Рис. 3. Велосипедний транспорт (фото взяті з <https://www.behance.net/gallery/14934985/Bicycling-Infographic>)

Основні цікаві факти: щоденна їзда на велосипеді по 10 миль (приблизно 16 км) протягом року дозволяє знизити викиди CO₂ на 3500 кг і спалити 105 000 калорій; зображено різні види велосипедів: стандартний, тандем, круїзер,

гірський, дитячий та інші; жінки становлять 35% велосипедистів, чоловіки – 65%; головні причини використання велосипедів включають: поїздки на роботу, відвідини друзів, заняття спортом, рекреацію; перший велосипед, створений у 1817 році, називався «бігова машина» (Running Machine); на місці для паркування одного автомобіля може розміститися 20 велосипедів; у світі використовується 1 мільярд велосипедів, що вдвічі більше, ніж кількість автомобілів. Зображення виконане у теплих кольорах із приємним дизайном, який акцентує увагу на перевагах велотранспорту.

Результати. Інтерактивна інфографіка є потужним інструментом для візуалізації теорії предметного дизайну, що допомагає краще розуміти зміни, які відбулися впродовж розвитку даних об'єктів про їх пріоритети у використанні. Визначаємо, що даний метод відкриває нові можливості в обласні освіти, науки та популяризації теорії дизайну. У майбутньому такі інструменти можуть бути розширені за допомогою штучного інтелекту та віртуальної реальності, що ще більше збільшить вплив на аудиторію.

Літературні джерела

1. Інфографіка: просте про складне. (2024). Fractus. URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/infografika-prosto-pro-skladne/>
2. Інфографіка як один зі сучасних засобів цифрового контенту (2024). ЛОУНБ : Львів. URL: URL : <http://www.lounb.org.ua/Files/infografica.pdf>
3. Kostiuk, O. (2023). Aesthetic perception of colour in training of design students. *The Modern Higher Education Review*. №8. DOI : 10.28925/2617-5266.2023.89

ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК КЛЮЧ ДО НОВОГО ЕТАПУ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Барабаш Вікторія ¹ [0009-0008-7331-4920]

¹ Викладачка кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна
victoriabara2579@gmail.com

Анотація. У статті розглядається роль візуальної комунікації як ключового інструменту культурної трансформації в Україні під час війни. Візуальна мова стала основним механізмом передачі емоцій та формування нових сенсів, сприяючи зміцненню національної ідентичності. Художники, дизайнери та медіа активно використовують культурні символи й образи, переосмислюючи традиційні цінності та інтегруючи нові культурні наративи, що підтримують українську єдність і спротив. Особлива увага приділяється прикладам, таким як : перший український журнал про дизайн Telegraf та документальний фільм «20 днів у Маріуполі», який здобув міжнародне визнання, а також іншим культурним проектам, що демонструють силу візуальної комунікації в розвитку українського дизайну. Візуальні форми стали важливими елементами формування нової культурної ідентичності, що активно втілюється через мистецтво, дизайн та кінематограф.

Ключові слова: Visual Communication, Ukrainian Culture, Design & Illustration.

З початком повномасштабної війни в Україні культура та креативні індустрії стали важливими складовими національного спротиву та відновлення. У цей складний час дизайн набув не лише естетичної, але й глибокої соціальної та психологічної функції, підтримуючи суспільство та допомагаючи йому адаптуватися до реалій. Візуальні наративи перетворилися на життєво важливий інструмент, який об'єднує, просвітлює та надає українцям етичної розради, водночас наполегливо сприяючи культурним метаморфозам України.

Людський мозок здатний обробляти візуальну інформацію швидше, ніж будь-який інший тип стимулів: адже, близько 90% всієї інформації, яку ми сприймаємо, є візуальною (International Forum of Visual Practitioners). Завдяки зоровим рецепторам сигнали надходять до кори головного мозку, де миттєво аналізують колір, форму й просторові зв'язки. Унікальність візуальної

комунікації полягає в її здатності викликати емоційний відгук: образи стимулюють області мозку, що відповідають за пам'ять та почуття, роблячи візуальний контент ефективним інструментом впливу та запам'ятовування (Вайншенк, 2024). Крім того, візуальна комунікація, долаючи мовні та культурні бар'єри, здатна не лише інформувати, а й формувати нові сенси та наративи. Мультимедійні технології пропонують багато можливостей для вираження ідей, передачі емоцій та донесення ключових повідомлень, роблячи візуальну комунікацію особливо ефективною та впливовою у соціальній практиці. У перших числах квітня 2022 року художниця Женья Полосіна (Polosunya) поділилася в Instagram зображенням, опублікувала в Instagram зображення, яке стало вірусним через контекст: на розмитому фоні видно текст «Чутливий контент. На цьому зображенні можуть бути зображені люди, будинки або сцени з околиць Києва, що можуть викликати занепокоєння. Будьте обережні, побачивши картинку, вам буде важко просто закликати всіх до миру». У коментарях до публікації учасники висловили свою підтримку, але деякі не змогли зрозуміти глибину повідомлення та зазначили, що зображення не завантажується, вважаючи це технічною помилкою Instagram. Метою цього посту було не лише привернути увагу, а й спонукати глядача до рефлексії та критичного мислення (Малюнок 1).

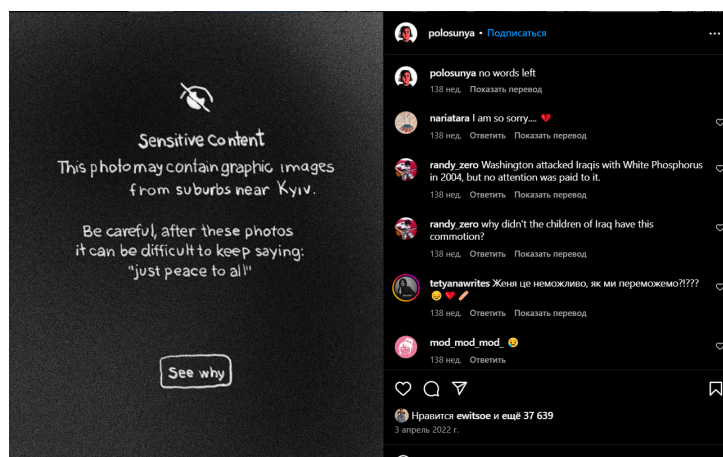


Рис. 1 Instagram @/polosunya

Художники України переосмислюють звичайні речі, образи і символи при створенні дизайну та ілюстрацій, для підняття духу української нації та розвитку мистецької культури. Виставка "Плакати воєнного часу", організована Туристичним інформаційним центром Запоріжжя, продемонструвала плакати сучасних українських митців, наповнені культурним символізмом та яскравими меседжами (Запоріжжя.City, 2024) (Малюнок 2).



Рис. 2 роботи Максима Павленко і Нікити Тітова

Креативні індустрії, використовують візуальні образи, текст та композицію для ефективної передачі інформації та створення візуальних наративів, які сприяють емоційному впливу, стимулюють розуміння і привертають увагу до ключових ідей. Українці сприймають культурні символи як важливу частину історії своєї нації, які зустрічаються в різних видах мистецтва, пронизують різні етапи історії, та слугують важливою частиною національної ідентичності. Від гончарного посуду та вишивки, що зберігає сліди минулих звичаїв, до витончених орнаментів Петриківського розпису — кожна складова має глибоке значення для українського народу. Трансформація звичних для кожного понять, предметів і символів може стати поштовхом до виникнення нової форми мистецтва, відображаючи глибокий зв'язок між об'єктами, людьми та культурною спадщиною (Telegraf).



Рис. 3 Telegraf.Design #1: Український дизайн (2021)



Рис. 4 Telegraf.Design #2: Креатив у війні (2022)



Рис. 5 Telegraf.Design #3: Воля (2023)



Рис. 6 Telegraf.Design #4: Завтра (2024)

Випуски Першого українського журналу про дизайн Telegraf.Design: Telegraf.Design #1: Український дизайн (2021) (Малюнок 3), Telegraf.Design #2: Креатив у війні (2022) (Малюнок 4), Telegraf.Design #3: Воля (2023) (Малюнок

5) та Telegraf.Design #4: Завтра (2024) (Малюнок 6) — стали своєрідним літописом життя і творчості дизайнерів та митців в умовах війни. Журнал виступає важливим свідченням того, як дизайн стає інструментом національної єдності, творчого спротиву та креативної трансформації в складні для українського народу часи. Кожен випуск розповідає про особисті історії та проекти людей які застосовують свої таланти для підтримки країни для формування нових культурних сенсів та переосмислення українського дизайну. Сучасні музейні та виставкові простори стали важливими осередками для інтерактивного діалогу між мистецтвом і глядачем, які не лише демонструють твори мистецтва, але й створюють середовище для занурення в історичний культурний контекст, спонукаючи до рефлексії та активного обговорення. Інноваційні підходи до експозицій — з використанням мультимедійних технологій, інтерактивних інсталяцій та віртуальної реальності — перетворюють традиційні виставкові простори на динамічні платформи для творчого самовираження, комунікації та перформансу (Suspilne.media, Київське бієнале, 2023). У контексті війни візуальна комунікація набуває вирішального значення як інструмент відображення суспільних і культурних змін в Україні, переосмисленню національних символів та формування національної ідентичності. Український документальний фільм «20 днів у Маріуполі» здобув «Оскар» у номінації «Найкращий документальний фільм», що є визначною подією для української кіноіндустрії (Suspilne.media, 2024). Цей фільм — не лише розповідь про трагедію війни, але й приклад потужної візуальної комунікації, яка передає глибокі емоції та реалії окупації. Візуальна мова стрічки, через шокуючі кадри, вплинула на міжнародну аудиторію, викликаючи співпереживання та глибше розуміння української боротьби. Це досягнення демонструє, як візуальне мистецтво стає ключовим інструментом культурної трансформації, культурного сильного голосу незалежної держави.

Літературні джерела

1. International Forum of Visual Practitioners. *Why our brain loves pictures*. IFVP. <https://ifvp.org/content/why-our-brain-loves-pictures>
2. Вайншенк, С. М. (2024). *100 речей, які дизайнер повинен знати про людей*. ArtHuss. <https://www.arthuss.com.ua/shop/100-rechey-yaki-kozhen-dyzayner-povynen-znaty-pro-lyudy>
3. Polosunya. *Polosunya* [Instagram profile]. Instagram. URL : <https://www.instagram.com/p/Cb4gzulNDyB>
4. Запоріжжя.City. (2024). *Плакати воєнного часу: символіка, послання та вплив*. Запоріжжя.City. <https://zaporizhzhia.city/news/plakati-voennogo-casu1>
5. PRJCTR. (2021). *Telegraf magazine: Ukr design*. PRJCTR. URL : <https://www.prjctr.store/product-page/telegraf-magazine-ukr-design>
6. Telegraf.Design. (2022). *Telegraf.Design #2: Креатив у війні*. Projector Publishing. <https://www.telegrafdesignmag.com/vol2>
7. PRJCTR. (2023). *Telegraf magazine: Volia*. PRJCTR. URL : <https://www.prjctr.store/product-page/telegraf-magazine-volia>
8. PRJCTR. (2024). *Telegraf: Завтра*. PRJCTR. URL :

- <https://www.prjctr.store/product-page/telegraf-zavtra>
9. Suspilne.media. (2023). *Київська бієнале у Відні та Любліні, присвячені війні в Україні: кого з українських художників там представляють*. Suspilne. URL : <https://suspilne.media/culture/601137-kiivska-bienale-u-vidni-ta-lublani-prisvaceni-vijni-v-u-kraini-kogo-z-ukrainskih-hudoznikiv-tam-predstavlat>
 10. Suspilne.media. (2024). *«20 днів у Маріуполі» отримав «Оскар» за найкращий документальний фільм*. Суспільне. <https://suspilne.media/culture/702656-20-dniv-u-mariupoli-otrimav-oskar-za-najkrasij-dokumentalnij-film>

РОЛЬ АЙДЕНТИКИ В СУЧАСНОМУ БРЕНДИНГУ: ВПЛИВ, СКЛАДОВІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Бела Анна ¹, Брянцева Ганна ² [0000-0002-9689-8497]

1 Студентка кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна
annabelaa305@gmail.com

2 Кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри дизайну, член Спілки дизайнерів України, Запорізький національний університет, Україна
bganna33@gmail.com

Анотація. У статті розглядається поняття айдентики та її роль у сучасному світі, а також її складові, такі як логотип, типографіка, графічні елементи, тощо. Проаналізовано важливість логотипу та його вплив на бренд, залежно від форми та кольору. Виокремлено аналіз вибору шрифтів та асоціації з ними. Також, приділяється увага сучасним тенденціям у розробці айдентики та їх важливість на сьогоднішній день. У висновках зібрані аргументи щодо важливості айдентики у XXI-му столітті, а також на чому ґрунтується успішна айдентика.

Ключові слова: айдентика, логотип, бренд, споживач, конкурент.

Айдентика — це сукупність візуальних, текстових та інших елементів, що створюють унікальний образ бренду і виділяються серед конкурентів. У сучасному світі, де ринки наповнені різноманітними товарами та послугами, а конкуренція росте з кожним днем і стає дедалі суворішою, саме айдентика відіграє вирішальну роль у формуванні зв'язку між брендом і споживачем.

Розглядаючи основні компоненти айдентики, а саме логотип, кольорову палітру, типографіку, графічні елементи та інше, вибудовується певний стиль, який характеризує бренд та його місію. Головною складовою є логотип — це те, з чого починається візуальна частина компанії. Це найстабільніша частина айдентики.

Бренд може оновити візуальну концепцію, однак головні елементи емблеми, вірогідно, залишаться без змін.

Логотип є центральним елементом, що визначає візуальну ідентичність бренду, дозволяючи споживачам миттєво впізнавати його серед конкурентів. Через нього можна передати характер компанії та створити перше враження. В

залежності від цілі бренду логотип створюється у певних кольорах та формах, адже вони можуть викликати відповідні емоції та асоціації. Наприклад, помаранчевий — колір енергії, екстравагантності та унікальності, блакитний — це колір гармонії, вірності, довіри та спілкування. Квадрат асоціюється з надійністю, впевненістю та порядком, а трикутники, в свою чергу, з енергією, динамікою та рухом.

Не менш важливою складовою є шрифти. Вони також несуть свій характер. Наприклад, шрифти без засічок надають більш сучасного вигляду, у той час як шрифти із засічками асоціюються з серйозністю, що формує образ надійного бренду. Всі ці складові будуть тим чи іншим чином асоціюватись з компанією, а отже будуть впізнаваними серед споживачів.

Вдало створена айдентика має забезпечити асоціативний зв'язок між візуальними елементами компанії та його продукцією. Бренд стає впізнаваним навіть поміж надзвичайної кількості конкурентів. Наприклад, компанія «Coca-Cola» має успішну айдентику, адже її продукти можна розпізнати навіть без написів чи логотипу завдяки унікальним стилістичним рішенням.

Під впливом розвитку технологій, споживанням контенту на різних носіях, змінюється і підхід до подачі інформації.

На сьогодні до основних тенденцій в айдентиці можна віднести декілька ключових аспектів: мінімалізм, адаптивність та цифровізацію.

- Мінімалізм: простий та лаконічний стиль дозволяє споживачам легко запам'ятовувати бренд. Елементи стають менш деталізованими та більш універсальними, що відкриває більше можливостей перед компанією в інтеграції у цифрове середовище.
- Адаптивність: айдентика має бути гнучкою, щоб однаково ефективно виглядати як у друкованих матеріалах, так і на цифрових платформах.
- Цифровізація: соціальні мережі, мобільні застосунки та вебсайти з кожним днем охоплюють все більше коло споживачів, а отже повинна бути створена айдентика, яка буде дієвою на різних носіях та форматах.

Такий підхід дозволяє забезпечити високу впізнаваність компанії в будь-якому контексті, що, в свою чергу, сприяє зростанню рівня довіри з боку споживачів.

В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що айдентика є важливим інструментом у створенні впізнаваності бренду та лояльності споживачів. Вона допомагає компаніям виділитися серед конкурентів, встановити емоційний зв'язок з клієнтами та закріпитись у пам'яті. Успішна айдентика ґрунтується на якісному дизайні, глибокому розумінні цільової аудиторії та її потреб, а також адаптації до сучасних технологій.

Літературні джерела

1. Wize Club. (2023). Айдендика: навіщо потрібна та як її розробити для бренду. URL : <https://wizeclub.education/blog/ajdentika-navishho-potribna-ta-yak-yiyi-rozrobiti-dlya-brendu/>
2. UAA Team. (2021). Чому бізнесу важливі логотип та айдендика. URL : <https://uaateam.agency/blog/chomu-biznesu-vazhlivi-logotip-ta-ajdentiki/>
3. Fish Digital Agency. (2022). Що таке айдендика і чому вона потрібна кожному бренду? URL : <https://www.fishdigital.agency/blog-aydentika>
4. SendPulse. (2024). Айдендика: навіщо бренду візуальне «обличчя» і як його створити. URL : <https://sendpulse.ua/blog/creating-a-brand-identity>
5. Outsourcing Team. (2024). Що таке айдендика та її роль у розвитку бренду. URL : <https://outsourcing.team/uk/blog/smm-blog/shho-take-ajdentika-ta-yiyi-rol-u-rozvitku-brendu/>

ДІАГОНАЛЬ ЯК ПРИЙОМ ВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕТВОРЕННЯ СТАТИКИ В ДИНАМІКУ

Бикієва Дарина¹, Дерев'янка Наталія ² [0000-0003-1172-3282]

¹ Здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна

² Кандидатка педагогічних наук, професорка кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна, derevyanko@khnnra.edu.ua

Анотація. В статті розглядається поняття статичної і динамічної композиції. Аналізується їхня роль у створенні візуальних творів та вплив на сприйняття цільовою аудиторією. Досліджується використання прийому діагоналей, розглядаються різні варіанти напрямку маршруту читання композиції. Підкреслюється важливість балансу між статичними та динамічними елементами у композиції.

Ключові слова: статика, динаміка, діагональ, візуальний сприйняття, композиція, дизайн.

Композиція є основою творів мистецтва та продуктів дизайну, оскільки вона визначає, як елементи твору поєднуються для створення гармонійного цілого. Статика та динаміка – це принципи композиції, які використовуються для створення візуального інтересу, привертання уваги, створення яскравого враження та переконливості.

Візуальна мова має власну граматику, що складається з правил, які дозволяють її правильну інтерпретацію. Основні з них стосуються просторової конфігурації та композиції елементів. Знання їх допомагає візуальному дизайнеру краще спілкуватися з цільовою аудиторією.

Поняття статичної і динамічної композиції є ключовими для розуміння візуального мистецтва, оскільки визначають спосіб організації простору та взаємодії елементів у творі. Статика зазвичай асоціюється з стабільністю, рівновагою та гармонією, тоді як динаміка вказує на рух, енергію та активність. Визначення цих понять у контексті візуального мистецтва дозволяє художникам створювати твори, які привертають увагу глядача та передають емоційний заряд.

Статика часто виражається через симетрію, розташування форм та кольорові палітри наближеною тональністю. Симетричні композиції створюють відчуття спокою, порядку та надійності, тоді як асиметричні можуть викликати більш динамічні емоції (Рис. 1).



Рис. 1. Статична композиція

У свою чергу, динаміка в композиції може бути досягнута шляхом використання нахилів, перетворень, зміни масштабу та ритму елементів. Динаміка в композиції відноситься до елементів, які створюють відчуття руху, енергії та нестабільності. Дизайнер може створити враження руху через лінійні елементи, які «ведуть» погляд глядача у певному напрямку, або через контрасти кольорів і форм. Динамічні композиції активно залучають увагу, можуть викликати переживання, емоції та навіть впливати на настрій.

Одним з найпростіших але ефективних засобів досягнення динамічності є використання діагоналей. Діагональна орієнтація – це композиційний прийом, корисний для подолання статичності зображення, який сприяє створенню візуального враження руху, приковує погляди глядача, викликає інтерес в рекламі та поліграфічній продукції. Наявність діагоналей надає композиціям високого динамізму. Вони приводять у рух як вертикальну, так і горизонтальну осі, створюючи одночасний рух у двох напрямках. У дизайні рекламних зображень вони корисні для додання напруги та отримання ефекту руху.

У книзі «Мистецтво та візуальне сприйняття» Рудольф Арнхейм писав «...будь-яка візуальна модель динамічна. Ця елементарна властивість насправді виявляється найзначнішим атрибутом художнього твору, оскільки, якби скульптура чи картина не висловлювали динаміки напруги, вони не змогли б достовірно відображати наше життя» (Арнхейм, 2012).

Діагоналі відрізняються напрямком. Перша відмінність визначається орієнтацією: вплив / (зправа наліво) відрізняється від впливу \ (зліва направо), що слід розглянути в контексті напрямку читання; на що впливає культурний контекст (наприклад, ми, жителі Заходу, читаємо зліва направо). Отже візуальний маршрут читання композиції скеровує під час дослідження зліва направо, так само як ми пишемо зліва направо (Giancola, 2019). Також слід

зауважити, що Арнхейм визначає анізотропію простору: елементи, які знаходяться вгорі, мають відмінну (оптичну) цінність від тих, що знаходяться внизу; а також ті що знаходяться зліва мають інше значення (або вагу) від тих, що справа.

Діагональ верхня ліва-нижня скерована вправо (\) для культури заходу є дисгармонійною, хоча за своєю природною структурою є найменш стомлюючою для нас, жителів Заходу: вона, фактично, слідує напрямкам зору звернувши вниз і зліва направо, типових для нашої системи читання.

Пересуваючись таким чином, дисгармонійна діагональ створює прогресивне розрядження внутрішніх сил композиції, тому що погляд переходить від області більшої ваги сприйняття (ліворуч угорі) до області меншої ваги (праворуч унизу). Таким чином, це корисно для показу тіл у спокої в положенні лежачи (Рис. 2).



Рис. 2. Дисгармонійна діагональ

Якщо, однак, читати його в протилежному напрямку, дисгармонійна діагональ суперечить обом напрямкам читання західного суспільства: фактично, вона змушує нас рухатися знизу вгору та справа наліво. Ця інверсія може бути досягнута за допомогою сигналів і індикаторів, щоб підказати напрямок читання, штовхаючи око в «неприродному» напрямку. Вироблене зусилля має динамічний ефект імпульсу, спрямований на подолання самої сили тяжіння.

Гармонійна діагональ (/) скерована зліва знизу вправо догори, на відміну від дисгармонійної діагоналі, має менший ступінь виразності. Насправді, який би вірш не читали, він завжди дотримується одного з двох критеріїв читання та суперечить іншому: зверху вниз, але справа наліво, або зліва направо, але знизу вгору.

Гармонічна діагональ саме тому, що вона рухається між двома областями, подібними за вагою сприйняття (одною внизу ліворуч і тією, що розташована вгорі праворуч), вносить драматичний елемент, який робить дію складнішою, але не вносить напругу в обмеження.



Рис. 3. Гармонійна діагональ

Досить часто ми зустрічаємо перетин діагоналей, тобто в одній композиції можуть бути використані обидві діагоналі, зробивши їх перехрещеними або збіжними. Динамізм зростає і досягає кульмінації в місці зустрічі, яке стає центром уваги, на якому зосереджується погляд.

Зустріч між двома діагоналями, зокрема, визначає напрямок обертання або помітне відцентрове напруження. Це ефект, який можна використовувати для передачі хвилювання, швидкості та миттєвості.



Рис. 4. Перетин діагоналей

Візуальне мистецтво та дизайн, що використовують принципи статички та динаміки, стає потужним інструментом самовираження та досягнення цілей дизайнера відповідно до мети завдання. Важливо також підкреслити, що одні й ті ж елементи можуть сприйматися по-різному в залежності від контексту та інтерпретації креатура та глядача. Це підкреслює гнучкість композиційних рішень та їхній вплив на розширення горизонтів сприйняття.

Узагалі, статика та динаміка в композиції формуються не тільки творчими техніками, але і психологічними аспектами сприйняття. Роль кожного елементу

у творі можуть бути проаналізовані через призму психології сприйняття: баланс, асиметрія, глибина простору – це все фактори, які через форму за допомогою композиційних прийомів і принципів створюють враження емоційного та інтелектуального зв'язку з цільовою аудиторією.

Таким чином, статика та динаміка зберігають важливу систему координат для дизайнера, який прагне створювати продукти що привертають увагу і провокують емоції. Фокусування на цих принципах композиції може підштовхнути до глибшого розуміння дизайну і візуального мистецтва. Вибір між статикою та динамікою або їх поєднання залежить від цілей, які ставить перед собою дизайнер.

Літературні джерела

1. Арнхейм, Р. (2012). *Искусство и визуальное восприятие*. Архитектура-С.
2. Giancola, C. (2019). L'uso delle diagonali nelle immagini pubblicitarie. URL : <https://blog.codencode.it/l-uso-delle-diagonali-nelle-immagini-pubblicitarie/>

ЗІНИ: КУЛЬТУРА, НАТХНЕННЯ, ВИДИ, ПРИКЛАДИ

Борисов Вячеслав ¹ [0000-0002-3117-2118], Винник Марія ² [0009-0004-0386-2607]

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

² Здобувачка вищої освіти 1 курсу магістратури навчально-наукового інституту мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна, vinnikmasha36@gmail.com

Анотація. Стаття присвячена зін-міні-журналам як унікальному явищу сучасної культури, що поєднує творчість, самовираження та доступність. У матеріалі розглядаються різновиди зінів, включно з фан-зінами, персональними, мистецькими, політичними та науково-популярними виданнями. Наголошено на значенні зінів у збереженні культурного і природного надбання, а також їх значення як оригінального інструменту поширення знань, ідей і соціальних ініціатив. Зіни подано як платформу для обміну думками та створення різноманітних спільнот.

Ключові слова: зін, міні-журнал, різновиди, натхнення.

Вступ. Зін-міні-журнали (або просто «зіни») – це унікальна форма самостійно видаваної літератури, яка поєднує в собі творчий підхід, самовираження і доступність. Їх історія сягає корінням у середину ХХ століття, коли субкультури й окремі ентузіасти створювали невеликі друковані видання для обміну ідеями, історіями чи художніми творами. У наш час зіни стали ще більш популярними завдяки доступності цифрових технологій і зростанню інтересу до ручної роботи.

Постановка завдання. Аналіз зінів як особливого виду видання та їх різновиди.

Результати дослідження та їх обговорення. Зін – маленький друкований або цифровий журнал, який зазвичай створюється вручну або невеликими накладками. Зазвичай його сторінки прикрашаються колажами, малюнками, фотографіями чи рукописним текстом. Зіни можуть охоплювати різні теми: від екології й мистецтва до біології чи історії. Mini Journal: Audubon Warblers та Mini Journal: Ladybugs – два яскравих приклади таких журналів, присвячених

природничій тематиці. Вони вражають не лише своїм дизайном, а й змістом. У першому журналі висвітлюються птахи родини воронових, зокрема їх роль в екосистемах та поведінкові особливості. Другий зін знайомить читачів зі світом сонечок, підкреслюючи їх екологічну важливість і красу.

У світі багато ентузіастів долучаються до створення подібних видань. За даними досліджень, зін-культура особливо популярна у США та Європі, де проводяться фестивалі та ярмарки, присвячені цим самобутнім журналам, зокрема, Zine Fest (Introvert, 2014). Наприклад, у статті в Zine World Magazine (Forman, 2010) зазначається: «Зіни – це не лише спосіб самовираження, а й платформа для розширення знань і поширення ідей у неповторній формі».

У дослідженні N. Spada наголошується на важливості навчання сприйняттю іншомовних акцентів, де зіни можуть допомагати у навчанні толерантності та розуміння різноманітності через творчі та освітні матеріали (Spada, 2015).

Зазначимо, що зіни (або зін-міні-журнали) – це дуже гнучкий формат, що дозволяє втілювати різноманітні ідеї, і саме це сприяло появі багатьох їх різновидів. Кожен із них має свої характерні особливості, але всі об'єднує головна риса – незалежність у створенні та розповсюдженні.

1. *Фан-зіни (Fan-zines)*

Тематика: Культура, фан-клуби, поп-культура.

Фан-зіни є одними з найстаріших видів зінів. Вони створюються фанатами, щоб ділитися любов'ю до певної тематики: фільмів, серіалів, коміксів, літератури чи музичних гуртів. Наприклад, фан-зіни, присвячені Star Wars чи Doctor Who, можуть включати фан-арт, альтернативні сценарії чи інтерв'ю зі схожими ентузіастами.

2. *Персональні зіни (Perzines)*

Тематика: Самовираження, особисті історії, спогади.

Ці видання часто відображають думки, переживання чи життєвий досвід автора. Вони можуть бути у вигляді щоденника чи листів самому собі. Наприклад, автор може розповідати про подорожі, своє дитинство або боротьбу з труднощами.

3. *Політичні зіни (Poli-zines)*

Тематика: Активізм, соціальна справедливість, права людини.

Політичні зіни створюються для того, щоб донести ідеї про важливі соціальні чи політичні питання. Вони можуть включати маніфести, інструкції з активізму чи критику існуючих структур. Цей тип зінів був популярним у 70-х і 80-х роках серед анархістів та інших рухів.

4. *Мистецькі зіни (Art-zines)*

Тематика: Візуальне мистецтво, фотографія, графічний дизайн.

Мистецькі зіни часто є платформою для художників, які бажають показати свої роботи. Вони можуть бути повністю присвячені ілюстраціям, фото-проектам або змішаним технікам, таким, як колажі.

5. *Музичні зіни (Music-zines)*

Тематика: Огляди альбомів, інтерв'ю з музикантами, роздуми про жанри.

Музичні зіни, такі, як Punk Planet або Maximum Rocknroll, з'явилися разом із музичними субкультурами, такими, як панк і гранж. Вони пропонують альтернативний погляд на музичну індустрію, часто публікуючи контент, який не знайти у великих ЗМІ.

6. Літературні зіни (Lit-zines)

Тематика: Поезія, проза, есе.

Це зіни для письменників і читачів. Вони зазвичай включають експериментальні форми тексту, короткі розповіді чи поетичні збірки, часто з нестандартним дизайном.

7. Науково-популярні зіни (Science-zines)

Тематика: Природа, біологія, наука для всіх.

Прикладом є згадані вище Mini Journal: Audubon Warblers та Mini Journal: Ladybugs. Цей вид зінів ідеально підходить для ентузіастів, які хочуть ділитися знаннями у сфері біології, хімії чи астрономії в креативній формі.

8. Феміністські та LGBTQ+ зіни

Тематика: Гендерна рівність, права жінок, питання гендерної ідентичності.

Такі зіни, як Riot Grrrl Zines, спрямовані на створення платформи для розповіді історій, які часто ігноруються основними ЗМІ. Вони мають значення для просування рівності та підтримки спільноти.

9. DIY-зіни (Do-It-Yourself)

Тематика: Поради, інструкції, лайфхаки.

DIY-зіни зосереджуються на практичних порадах щодо створення речей своїми руками, від ремонту техніки до створення власних меблів чи одягу.

10. Гібридні зіни

Тематика: Змішана.

Деякі зіни не обмежуються одним напрямком, а поєднують кілька форматів. Наприклад, журнал може містити особисті історії, огляди книг і мистецькі ілюстрації, утворюючи унікальний креативний мікс.

Головною перевагою зінів є їхня відкритість до будь-яких ідей. Це простір, де кожен може знайти свій голос, незалежно від теми чи стилю. Завдяки зін-культурі тисячі людей отримали можливість бути почутими й обмінюватися своїм баченням із навколишнім світом.

Висновки. Зін-міні-журнали є не лише захопливим хобі, а й потужним інструментом поширення знань та ідей. Вони втілюють поєднання мистецтва, науки та душевного тепла, що робить їх цікавими для читачів усього світу.

Літературні джерела

1. Spada N. (2015). SLA research and L2 pedagogy: Misapplications and questions of relevance. *Language Teaching*, 48(1), 69-81. doi: 10.1017/S026144481200050X
2. Forman H. D. (2011). Bringing Zines to the Community. *Zine World*. URL: http://www.zineworld.org/zines_community.html
3. Introvert N. (2010). Everything You Wanted to Know About a Zine Fest (But Were Afraid to Ask). *Zine World*. URL: http://www.zineworld.org/zine_fests.html

АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ АДВЕНТ-КАЛЕНДАРІВ

Борисова Світлана¹ [0000-0003-0610-644X], Копотілов Максим² [0009-0005-2007-2727]

¹ Кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну навчально-наукового інституту мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», svitlana.borysowa@gmail.com

² Здобувач вищої освіти 4 курсу навчально-наукового інституту мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна, kopotilov.maxim@gmail.com

Анотація. Проаналізовано зв'язок між ціною категорією адвент-календарів та їхньою цільовою аудиторією, фокусуючи увагу на залежності вартості продукту, запропонованого дизайну та характеристики представників цільової аудиторії. Розглянуто п'ять типових адвент-календарів з різних цінових категорій, від бюджетних до преміальних, з виявленням застосованих для виробництва матеріалів. З'ясовано, що бюджетні адвент-календарі зорієнтовані на внутрішню сімейну спільну діяльність, дизайн-проекти для middle-сегменту приваблюють оригінальністю й інтерактивністю, а для преміум-сегменту – ексклюзивністю і практичністю. Результати дослідження можуть бути використані при адаптації проєктів дизайну адвент-календарів, виконаних майбутніми графічними дизайнерами, відповідно до запланованої цільової аудиторії.

Ключові слова: об'єкт дизайну, адвент-календар, цільова аудиторія, дизайн, проєктування, майбутні графічні дизайнери.

Адвент-календар, як святкова традиція індикування та фіксування часу, що залишився до Різдва (Борисова, 2021), пройшов еволюцію від простих виробів ручної роботи, виконаних з паперу, воску, деревини, до складних, багатофункціональних тематичних продуктів. Початково адвент-календарі були розраховані на дітей, які ще не вміли читати і рахувати, але з часом вони набули популярності серед ширшої аудиторії: підлітків, дорослих, з розмежуванням за гендером або навпаки – із забезпеченням універсальності.

Для більш глибокого розуміння зв'язку між вартістю адвент-календарів, запропонованих дизайн-рішень та їхньою цільовою аудиторією було проаналізовано 87 адвент-календарів 2024 року, які, на думку CNN і Wirecutter, є кращими зразками цього об'єкту дизайну (CNN Underscored, 2024; Wirecutter, 2024).

Метою аналізу стало перш за все формування висновків щодо ціноутворення, сегментації споживачів, зв'язку запропонованого дизайну і сприйняття цінності календаря. З'ясовано, що дослідження співвідношення між ціною адвент-календарів та їх цільовою аудиторією дає можливість:

по-перше, зрозуміти як різні цінові категорії впливають на дизайн продукту, вибір матеріалів, маркетингові стратегії та споживчі переваги;

по-друге, виявити, як ціновий фактор впливає сприйняття адвент-календарів покупцями та їх готовність інвестувати у святкові товари;

по-третє знайти оптимальні дизайн-рішення при проєктуванні адвент-календарів для різних цінових сегментів, на основі узгодженого брифу, який допомагає структурувати і систематизувати інформацію (Копотілов, 2024), забезпечуючи оптимальне співвідношення між вартістю, якістю та привабливістю продукту.

Аналізуючи вибірку сучасних адвент-календарів, запропоновану в незалежному огляді редакторів CNN Underscored (CNN Underscored, 2024) та (Wirecutter, 2024), які висвітлюють найкращі пропозиції станом на жовтень-листопад 2024 року, увагу було зосереджено на вивченні асортименту популярних адвент-календарів: на описі їх контенту, особливостях проєктної пропозиції, ціновій політиці, що містить актуальні роздрібні ціни. З цієї вибірки було виділено п'ять адвент-календарів (див. рис. 1-5), які є типовими прикладами цінових сегментів до 25 доларів, до 50 доларів, до 75 доларів, до 100 доларів, вище 101 долару:

- адвент-календарю *Lindt Teddy Bear Holiday Chocolate Advent Calendar*, вартістю \$10, створеному для дітей і сімейного користування, притаманний мінімалістичний дизайн. Різнокольорове святкове опаккування приховує індикатори відліку часу – мініатюрних шоколадних ведмедів з молочного шоколаду. Адвент-календарі з цієї цінової категорії об'єднує їх доступність, святковий настрій, що робить їх ідеальним вибором для створення передріздвяного настрою;



Рис.1 Lindt Teddy Bear Holiday Chocolate Advent Calendar

- адвент-календар *Heilemann Confiserie*, вартістю \$40, також має наповнення з шоколаду: за дверцятами коробки приховано 24 різноманітні міні-фігурки з молочного шоколаду, серед яких представлено святого Ніколаса, сніговика, янгола, потяг та інші святкові образи. Так само, адвент-календар дарує разом із солодощами атмосферу свята;

\$40

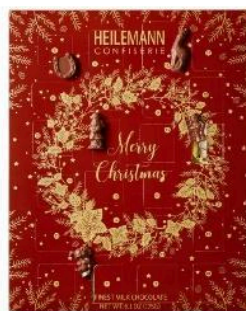


Рис.2 Heilemann Confiserie Advent Calendar

- адвент-календар *See's Candies*, вартістю \$75, вирізняється оригінальністю дизайну опакowania, яке містить знахідки для поціновувачів солодоців. Цей адвент-календар від каліфорнійської легенди кондитерської майстерності складається з шухлядок, в кожній з яких приховано різноманітні ласощі, зокрема, фірмові льодяники;

\$75

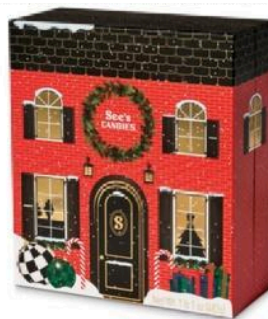


Рис.3 See's Candies Advent Calendar

- адвент-календар *Bonne Maman*, вартістю \$100, має незвичне ексклюзивне опакowania – святковий поїзд. Кожна міні-баночка поїзду презентує класичні смаки солодоців, зокрема, чотири фрукти чи суміш ягід, унікальні делікатеси, наприклад, вишню з рожевим перцем або каву з карамеллю. Основною метою адвент-календаря є підкреслення неповторності кожного дня очікування і перетворення його на гастрономічну пригоду;

\$100



Рис.4 Bonne Maman Advent Calendar 2024 Edition

- адвент-календар *Revolve Beauty 2024*, вартістю \$150, зорієнтований на молодь і поціновувачів краси. Ексклюзивне, проте практичне опакowania – дизайнерська міні-валіза, містить 24 сюрпризи. На думку виробника, унікальна пропозиція має перетворювати кожен день грудня на свято.

\$150



Рис.5 Revolve Beauty 2024 Advent Calendar

Проведений аналіз дав можливість уточнити сегментування адвент-календарів відповідно до трьох основних цінових категорій, що відповідають особливостям запропонованого дизайну і представникам цільової аудиторії: економ-сегмент (вартість до \$30): бюджетні варіанти для користування всієї сім'єю з традиційним вмістом (міні-іграшками, паперовими новорічними прикрасами, солодощами тощо); middle-сегмент (вартість \$30-\$100): набори для молоді, сімей з дітьми, з тематичним наповненням (косметикою, іграшками, високоякісним шоколадом, цукерками, креативними дрібничками тощо); преміум-сегмент (вартість \$100 і вище): адвент-календарі для колекціонерів, споживачів ексклюзивних товарів з акцентом на розкіш, високу якість та унікальність.

Ці категорії відображають основні характеристики цільової аудиторії, які впливають на вибір адвент-календаря: економ-сегмент шукає доступність і традиційність, middle-сегмент – креативність та інтерактивність, а преміум-сегмент – ексклюзивність і персоналізацію.

Матеріали адвент-календарів також залежать від ціни: в бюджетних календарях використовують прості картонні опакування, тоді як преміум-продукти відзначаються складним дизайном з екологічних матеріалів, застосуванням інтерактивними елементами тощо.

Таким чином, для ефективного задоволення потреб споживачів важливо адаптувати ціноутворення та пропозиції дизайну відповідно до кожної категорії споживачів, що забезпечить успішну комерціалізацію продукту.

Отримані результати можуть стати в нагоді при підготовці майбутніх графічних дизайнерів до проєктування об'єктів дизайну, зокрема, при проєктуванні адвент-календарів, які гармонійно поєднують емоційність, практичність і потенційну комерціалізацію в конкурентному світі святкової продукції. Студенти можуть більш точно враховувати побажання споживачів: від сімей, які шукають доступні календарі у традиційному стилі, до молоді, яка прагне сучасних рішень і тематичних інновацій, та вибагливих клієнтів, для яких важлива ексклюзивність.

Наприклад, для економ-сегмента може бути запропонований дизайн настільного перекидного адвент-календаря на картонній основі тривалістю 24 дні з використанням святкових елементів та мотиваційних написів. Орієнтуючись на аудиторію, що має обмежений бюджет, оптимальним

вбачається використання стандартних матеріалів, таких як папір і картон, що дозволить досягнути доступності ціни. Розробка адвент-календаря з наповненням і додатковими інтерактивними елементами (наприклад, QR-кодами для доступу до цифрового контенту, де кожен день відкривається нова ілюстрація, що створює піднесений святковий настрій), може розглядатись проєктом, що може задовільнити вимоги споживачів middle-сегменту.

З урахуванням зростання попиту на преміальні товари, в пропозиції для преміум-сегменту максимальну увагу має бути привернуто до високого рівня естетичності, персоналізації і, тим не менше, функціональності адвент-календаря, що забезпечить адаптацію творчої пропозиції святкового продукту, обмеженого в термінах реалізації святковим періодом, до ринкових умов.

Літературні джерела

1. CNN Underscored. (2024). The best Advent calendars have officially arrived. Here are 67 of our favorites in 2024. URL: <https://edition.cnn.com/cnn-underscored/gifts/best-advent-calendars>
2. Wirecutter Staff. (2024). Our 20 Favorite Advent Calendars of 2024. URL: <https://www.nytimes.com/wirecutter/reviews/our-favorite-advent-calendars/>
3. Борисова, С. В. (2021). Визначення особливостей адвент-календаря як об'єкту дизайну. *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвуз. зб. наук. праць. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 35 (1), 32–36. DOI: DOI : 10.24919/2308-4863/35-1-5
4. Копотілов, М. В. (2024). Бриф як інструмент для успішного виконання дизайн-проекту. *Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір в умовах воєнного часу* : зб. тез доп. V Міжнар. наук. практ. конф. Запоріжжя : Вид-во Хортицької національної академії, 708-710.

ПРОЄКТУВАННЯ НАСТІННОГО КАЛЕНДАРЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ОБРАЗІВ ДОМАШНІХ ДУХІВ (СЛОВ'ЯНСЬКА МІФОЛОГІЯ)

Борисова Світлана ¹ [0000-0003-0610-644X], Семенова Євгенія ² [0009-0003-6237-3232]

¹ Кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну навчально-наукового інституту мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна, svitlana.borysowa@gmail.com

² Здобувачка вищої освіти 3 курсу навчально-наукового інституту мистецтв, ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», Україна, yugynka@gmail.com

Анотація. Розглянуто можливості інтеграції образів слов'янської міфології в сучасний графічний дизайн, зокрема як засіб збереження культурної спадщини, підвищення естетичної привабливості продукції. Особливу увагу приділено дослідженню потенціалу популяризації міфічних істот, таких як домашні духи, через їх адаптацію у графічних концепціях. Обґрунтовано доцільність використання етнічних міфічних образів у проєктуванні настінних календарів, які подають символіку місяців календарного року через асоціативний зв'язок із конкретними міфічними персонажами. Проаналізовано етапи створення настінного календаря, від вивчення культурного контексту, розробки ілюстрацій до верстки й підготовки до друку. Наведено приклад реалізації настінного календаря, де образи домашніх духів слов'янської міфології відображаються через призму змін пір року і відображення характеристик етнообразів. Дослідження демонструє, що використання слов'янських етнообразів у дизайні є інструментом популяризації національної культури, водночас задовольняючи запит на оригінальну та культурно значущу поліграфічну продукцію.

Ключові слова: слов'янська міфологія, проєктування, дизайн, об'єкт графічного дизайну, поліграфічне видання, календар.

Дослідження останніх років демонструють невпинну зацікавленість сучасного українського суспільства у зверненні до притаманних народу етнічних образів, традицій, вірувань (Борисова, 2011; Кравченко, 2022). Так, А. Король (Король, 2013) розглядав методичні аспекти трансформації етнічних

зображувальних мотивів у графічному дизайні. А. Грицай і О. Мельник (Грицай, 2021) переймалися ідентифікацією візуально-образної мови міфологічного образу в ілюстрації та творах графічного дизайну, класифікацією персонажів української міфології і виявленням тенденцій використання міфологічної тематики. Нами приверталась увага до побутування етнічних симулякрів в графічному дизайні (Борисова, 2023), був проведений аналіз українського ринку поліграфічної продукції щодо використання міфічних образів у об'єктах графічного дизайну.

Отримано висновки, що значна частка міфічних персонажів не має поширення через недостатній обсяг інформації про їх побутування або замовчується через їх негативні характеристики. З іншого боку, образи популярних міфічних істот представлені у вигляді стікерпаків, пазлів, настільних ігор, на одязі, ювелірних виробів, канцелярії, товарах для побуту, аксесуарах, іграшках, обкладинках книг, продукції езотеричного характеру (Борисова, 2023: 30-31). Вважаємо, що з метою популяризації маловідомих міфічних образів необхідно використовувати об'єкти дизайну, які зацікавлять та стануть в нагоді широкому колу споживачів впродовж відносно тривалого часу. Таким об'єктом, зокрема, може стати календар, оскільки він є одним з найширше застосованих по тривалості та кількості взаємодій серед різних видів поліграфічної продукції, поєднує в собі інформаційні, функціональні й естетичні аспекти (Gong, 2016). Календар має широку цільову аудиторію – від дітей, яких приваблює яскраве, тематичне, цікаве візуальне оформлення поліграфічної продукції, до дорослих, для яких календар базово слугує системою структурування та використання часу.

Оскільки в залежності від потреб та призначення календарі бувають різних видів (настільний, настінний, календар-будиночок, кишеньковий календар, плакатний календар тощо), з метою популяризації міфічних етнообразів необхідно обрати такий тип календаря, що здатен розкрити закладену ідею, тематичне спрямування, матиме достатній розмір для зручності використання, як з огляду на орієнтацію в часових проміжках, та і з огляду на інформаційну складову. При створенні дизайну такого виду поліграфічної продукції необхідно також враховувати технологічні, інформаційні й художні аспекти аби досягти найбільшої впливовості календаря. За підсумками проведеного дослідження було обрано проєктування настінного перекидного календаря.

З метою популяризації маловідомих міфічних образів слов'янської міфології було виокремлено окрему, більш вузьку тему – домашні духи через її непоширеність у дизайн-проєктах. До питання популяризації домашніх духів слов'ян звернено увагу в книгах Д. Корній «Чарівні істоти українського міфу. Домашні духи» та О. Кононенко «Українська міфологія. Духи, персони, обряди». Домашні духи символізують побутовий спокій, добробут та гармонію, вважаються охоронцями дому та сім'ї, вони здатні створити атмосферу захищеності від негативних зовнішніх й підсвідомих, внутрішніх чинників, сприяти знаходженню людиною опори в житті. З інформаційною метою

важливо, щоб календар не лише надавав загальні відомості про міфологічні образи. Можливе залучення невеликих описів про зображуваних істот, що допоможе користувачу глибше познайомитися з темою, а також сприятиме виникненню зацікавленості етнообрами.

Процес проєктування тематичного настінного календаря відбувається в кілька етапів. Початковим етапом, що передусє проєктуванню, є дослідження за обраною темою. Адже образ кожної міфічної істоти має візуалізуватися у відповідності до історичних або фольклорних джерел задля збереження їх достовірності. Міфічні образи варто вивчати, зважаючи на варіації регіональних традицій, символізм та характер персонажів. В результаті утворюється вибірка яскравих, колоритних персонажів, на основі яких врешті базуватиметься концепція настінного календаря. Наступним етапом є відбір персонажів та розробка ескізів. У реалізованому нами проєкті було запропоновано наступну відповідність між місяцями року і домашніми духами:

Січень – Домовик. Домовик мешкає в хаті та піклується про неї й жителів, інколи – шкодить. За віруваннями слов'ян, Домовик з'являється в кожній новозбудованій хаті й одразу там заселяється. Січень – перший місяць року, можемо провести паралель з входженням у новий «дім». Свято домовика в Україні відзначається 25 січня, тож логічно пов'язати його образ з січнем.

Лютий – кіт Коловертій. У відповідності до того, що свято kota в країнах Європи відзначається 17 лютого, образ kota Коловертія варто пов'язати з лютим. Крім того, лютий – місяць змін, трансформації, а Коловертії втілює трансформацію духа померлого на зооморфну істоту, що є додатковим аргументом для ототожнення візуалізації цього домашнього духу з лютим.

Березень – Гуменник. Гуменник – це один з помічників домовика, котрий мешкає в гумні, тобто в господарських частинах будівлі. Березень – це перший місяць весни опісля тривалих холодів, а для слов'ян було важливим дочекатися тепла, щоб засіяти городину й поля для нового врожаю. Гуменник же охороняє і зберігає попередні запаси, отже дозволяє людям прожити час до нових жнив.

Квітень – Жировик. Жировик – теж помічник домового, мешкає в оселі по коморах та засіках, у льохах. Це божество сприяє добробуту, охороняє продовольчі запаси від знищення. Аналогічно до березня, квітень – це місяць, коли тепло тільки починає огортати природу, люди починають засівати землю, проте нового урожаю ще нема, відповідно сприяння Жировика полегшує очікування перших сходів.

Травень – Капуш. Капуш – це маленький доброзичливий домашній дух. Він мешкає перед будинком, часто – в кущах бузини (яка квітне у травні, що утворює зв'язок візуалізації духа з цим місяцем), асоціюється з радістю й легкістю, з початком весни (не зважаючи на те, що пізніше в християнстві «очорнили» образ Капуша, наділивши його негативними рисами).

Червень – Жароок. Жароок – за віруванням слов'ян – це дух вогню. У червні відбуваються свята, що пов'язані з культом шани вогню (Купайло), літнє сонцестояння, початок Ярильських свят, тому візуалізація цього образу

дотична до червня.

Липень – Ледащий. Ледащий – це дух соломи. Про нього кажуть, що він запух від сну із соломою в голові. Невід’ємною складовою образу Ледащого є його зображення на сіні. Оскільки жнива починаються в липні, коли на більшості території України достигали зернові, то для візуалізації обрано цей місяць.

Серпень – Конюшник. Домашнє божество Конюшник наділене спроможністю охороняти стаї, зокрема, коней, від лиха чи хвороб. У народі Кінське свято відзначають 31 серпня, у цей день традиційно доглядають за кіньми й готуються до осені. Відповідно, образ Конюшника віднесемо до серпня.

Вересень – Клітник. Клітник теж є одним з помічників Домовика. Він наглядає за речами, перекладає їх з місця на місце. Мешкає в коморі. У вересні люди активно заготовляють запаси на холодну частину року, допомогти в цьому може клітник. Тому його візуалізацію віднесено до вересня.

Жовтень – Сарайник. Сарайник – це домашній бог, котрий оберігає господарчі будівлі від злодіїв та диких звірів. За традиційними уявленнями дикі тварини у жовтні готуються до зимового періоду, мігрують, або намагаються проникнути до людських господарств. Крім того, 4 жовтня відзначають день тварин, тому образ Сарайника гарно співвідноситься з жовтнем.

Листопад – Доманя. Рідко згадують про дружину домовика, яку іменують Доманею. Побутує твердження, що Доманя – це власне жіноче уособлення домовика, образ якої пов’язують з життям і родючістю. Листопад асоціюється з місяцем, коли важливо зберегти родинне тепло, згуртуватися, підготуватися до настання зими. Відповідно, образ Домані пов’язано з листопадом.

Грудень – Пічник. Пічник вважається охоронцем домашнього вогнища. На теренах України існує культ печі. За повір’ям, перед Щедрим вечором піч має піти в танок, а це є святом для Пічника, тому він zarazом пританцює. Таким чином візуалізація духа Пічника відповідає грудню.

Всі ілюстрації розміщено в нижній частині сторінки, щоб не переобтяжувати тло сторінки, більшість композиційних рішень тяжіють до вертикальної симетрії. Назва кожного місяця й календарна сітка наведені чітко по центру у верхній частині сторінки. Оскільки календар має містити інформаційну складову, то крім стандартного змісту із вказанням місяця року та сіткою дат, було сформульовано й наведено короткі описи про кожного домашнього духа. Назви домашніх духів та їх короткі описи наведено в нижній частині сторінок зліва або справа, у відповідності до ілюстрації. Для текстових елементів було використано шрифт Franklin Gothic Heavy із накресленням Bold, який найбільш лаконічно і вдало відповідає загальній пропозиції та тематичній концепції календаря. Кольорова палітра календаря змінюється (від теплих до холодних кольорів) у залежності від асоціацій, пов’язаних з певним місяцем року (див. рис. 1).



Рис. 1. Обкладинка і сторінки настінного календаря : Авторський проєкт

Для проєктування календаря засобами цифрових технологій було використано поєднання двох комп'ютерних програм: Procreate для малювання растрових ілюстрацій і Adobe Illustrator для роботи з текстовими блоками і верстки сторінок настінного календаря. При створенні растрових зображень враховано, що для друку настінного календаря було обрано А3 формат, що є оптимальним рішенням, оскільки обраний розмір календаря дає можливість споживачу чітко та зручно сприймати інформацію, відслідковувати перебіг часу й визначати дати з різної відстані, а також переглядати ілюстрацій образів домашніх духів.

Отже, використання образів слов'янської міфології в сучасному дизайні поліграфічних видань сприяє збереженню та популяризації культурної спадщини, надаючи продукції унікальності та національного колориту.

Використання етнообразів домашніх духів слов'янської міфології у дизайні настінного календаря можна забезпечити завдяки символічному представленню відповідного персонажу кожного місяця, що асоціюється з порою року та характеристиками міфічної істоти. Реалізація настінного календаря з використанням образів домашніх духів демонструє практичну можливість інтеграції міфологічних мотивів у сучасний графічний дизайн, створюючи естетично привабливий і культурно значущий продукт.

Літературні джерела

1. Борисова, С. В. (2011). Етнодизайн як явище сучасної культури. *Гуманізація навчально-виховного процесу*: зб. наук. пр. СДПУ, LIV, 27-32.
2. Борисова, С., & Семенова, Є. (2023). Етнічні симулякри в українському графічному дизайні. *Design, Visual Art & Creativity: Modern Trends and Technologies: Proceedings of IInd International Scientific and Practical Conference (DVAC`23), Zaporizhzhia*, 29-33.
3. Грицай, А., & Мельник О. (2021). Ідентифікація українських міфологічних образів у сучасному графічному дизайні. *Зб. мат-в Міжн. наук.-практ. конф-ї «Актуальні проблеми сучасного дизайну»*, м. Київ, 22 квітня 2021 року. КНУТД, 34-36.
4. Король, А. М. (2013). *Методика трансформації етнічних зображувальних мотивів у графічному дизайні*. Видавництво ПНПУ імені В. Г. Короленка, 56-60.
5. Кравченко, О., Манич, Н., & Федотова, Н. (2022). Демонічні образи в сучасній українській рекламі. *Прикладні комунікаційні технології у системі соціальної діяльності*, 3(40), 88-90.
6. Gong, Y. (2016). New Trends of Small Paper Products Innovative Design – Calendar Design as an Example. *International Journal of Literature and Arts*, 4(6), 90-97.

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНА ПРИРОДА МИСТЕЦТВА В СУСПІЛЬСТВІ

Бородіна Поліна¹, Дерев'янка Наталія² [0000-0003-1172-3282]

¹ здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна

² кандидатка педагогічних наук, професорка кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна derevyanko@khnnra.edu.ua

Анотація. Дослідження присвячене вивченню ролі мистецтва як важливої складової частини художньої культури, яка є невід'ємною частиною загального культурного контексту. Мистецтво виконує різноманітні функції, серед яких суспільно-перетворююча, пізнавально-евристична, художньо-концептуальна, пророча, інформативна, комунікативна, сугестивна, естетична та гедоністична. Дослідження розглядає, як ці функції взаємодіють між собою, сприяючи розвитку особистості та суспільства в цілому. Автор акцентує увагу на важливості мистецтва як «органу» культури, який не лише відображає, але й формує соціальну свідомість, впливає на емоції та інтелект людини, забезпечує зв'язок між поколіннями та сприяє розвитку культурних цінностей.

Ключові слова: мистецтво, функція, художня культура, суспільство.

Мистецтво посідає особливе місце серед форм естетичної діяльності завдяки своєму різноманіттю форм, видів і типів. Воно виступає як важливий «орган» і складова частина культури. Кожен художній твір сприймається у тісному зв'язку з загальним культурним контекстом.

Мистецтво має багатофункціональний характер. Хоча дослідники виділяють різну кількість його функцій, усі вони тісно пов'язані між собою, адже мистецькі твори являють собою цілісний феномен, що вимагає комплексного сприйняття.

- Суспільно-перетворююча та компенсаторна функція проявляється в ідейно-естетичному впливі мистецтва, яке спонукає до змін у суспільстві. Воно також виконує роль "втіхи", сприяючи гармонізації внутрішнього стану людини.
- Пізнавально-евристична функція робить мистецтво засобом передачі

знань, життєвого досвіду, ідей та навичок мислення. Це перетворює його на своєрідний "підручник життя", що допомагає людям розуміти світ і себе.

- Художньо-концептуальна функція дозволяє мистецтву відображати уявлення митця про світ, подаючи їх у формах, які викликають емоційний відгук і дозволяють глибше осмислити буття людини та її місце у світі.
- Функція передбачення (пророча роль мистецтва) відображає здатність мистецьких творів прогнозувати майбутні тенденції та явища, подібно до міфічної Кассандри, що передбачала загибель Трої. Мистецтво може "читати" потенційні наслідки сучасних процесів і попереджати суспільство про можливі загрози чи можливості.
- Інформативна та комунікативна функція. Мистецтво є знаковою системою, яка передає повідомлення та забезпечує спілкування. Для розуміння твору потрібне знання культурного «коду», що міститься в особливостях даної культури.
- Сугестивна функція виявляється у впливі мистецтва на підсвідомість. Воно здатне навіювати певний стан думок і почуттів, впливаючи безпосередньо на емоції й обминаючи раціональні бар'єри.
- Естетична функція (мистецтво як формування творчого духу та ціннісних орієнтирів) сприяє формуванню естетичного смаку, здібностей та потреб людини. Мистецтво формує у людини естетичний смак, творчий дух і ціннісні орієнтири. Воно допомагає осмислити красу, гармонію і творчість у світі. Гедоністична функція. Мистецтво дарує насолоду через поєднання гармонії форми та змісту. Воно є сферою свободи й майстерності, де радість приносить як творення, так і сприйняття художнього твору.

Мистецтво є важливим «органом» культури, її складовою частиною, адже будь-який художній твір розглядається у контексті всієї культурної системи. Тому значущим є його включення в механізм культурного функціонування, що зумовлює виділення окремого поняття — «художня культура».

Художня культура визначається як сукупність мистецьких цінностей, створених певним суспільством, а також як процес їх створення, поширення, сприйняття та освоєння суспільством і окремими людьми. Вона охоплює не лише результати художньої діяльності, але й саму діяльність, яка включає суспільну комунікацію та відносини, пов'язані із мистецтвом.

Людина є одночасно суб'єктом і об'єктом художньої культури. Вона створює цінності культури, але водночас ці цінності впливають на її формування, сприяючи розвитку певного типу особистості. Художня культура включає:

- Результати творчої діяльності (матеріальні та духовні пам'ятки культури).
- Процес художньої діяльності (живу участь людей у створенні, організації та сприйнятті мистецьких цінностей).

Художня культура складається з різних елементів, що впорядковують її в

систему, подібну до соціального організму. Ці елементи умовно поділяються на субстанціональні й функціональні. Субстанціональні елементи є основою художньої культури, до них належать цінності, норми та установи.

Цінності художньої культури насамперед включають самі мистецькі твори. Деякі з них існують лише в процесі діяльності, коли сам акт творчості митця стає художньою цінністю. Це характерно для виконавського мистецтва та імпрровізацій. Водночас художні цінності не обмежуються лише мистецькими творами, навіть з урахуванням їх відтворення чи тиражування. До них також належать наукові та популярні праці з теорії й історії мистецтва, а також критичні дослідження.

Норми художньої культури охоплюють загальні закони мистецтва, що визначають процес творчості, естетичні принципи, сформовані певним художнім методом, та специфічні естетичні норми, залежні від напрямку, до якого належить митець.

Система установ, що обслуговують художню культуру, виконує кілька ключових функцій: створення цінностей художньої культури, їх збереження та поширення, а також забезпечення споживання цих цінностей. Вона також відповідає за організацію масової художньої пропаганди, художньої освіти та виховання. Основна мета цієї системи — сприяти художній комунікації.

Процес художньої комунікації формується завдяки узгодженій взаємодії функціональних елементів художньої культури, які спільно забезпечують її цілісність та ефективне функціонування в суспільстві. Функціонування художньої культури є складним, динамічним і взаємопов'язаним процесом, у якому всі її елементи взаємодіють, впливають один на одного та еволюціонують відповідно до загального розвитку культури. Завдяки системній узгодженості та чіткій взаємодії цих елементів художня культура займає особливе місце у духовному житті суспільства. Її унікальність визначається не лише багатогранністю функцій, які вона виконує, а й сутнісною природою мистецтва. Мистецтво, як основа художньої культури, активно взаємодіє з різними сферами суспільного життя — політикою, економікою, іншими галузями культури, що підкреслює його універсальну роль. Воно не лише формує соціальну свідомість, а й відображає історичні етапи розвитку людства, виступаючи дзеркалом епох і суспільних трансформацій. Таким чином, художня культура є ключовим фактором духовного прогресу суспільства, об'єднуючи творчий потенціал мистецтва з життєвими аспектами соціального розвитку.

Літературні джерела

1. Примуш, М. В. (2004). *Навчальний посібник*. Київ : Професіонал. URL : http://megalib.com.ua/book/101_Zagalna_sociologiya.html
2. Сандюк, Л. О., Щубелка, Н. В., Шмиголь, М. Ф., & Сулим, О. В. (2012). *Навчальний посібник*. Київ : Центр учбової літератури. URL : http://megalib.com.ua/book/82_Osnovi_kyltyrologii.html

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ІНСТРУМЕНТ ЧИ КОНКУРЕНТ ДИЗАЙНЕРА?

Бойко Олександр ¹

¹ Викладач-методист, КЗ Вінницький ліцей № 7 ім. Олександра Сухомовського, Україна, email: vl7@galaxy.vn.ua

Анотація. Стаття досліджує трансформацію сфери комп'ютерного дизайну під впливом штучного інтелекту. Автор детально аналізує, як ШІ розширює творчі можливості дизайнерів, автоматизуючи рутинні завдання та персоналізуючи навчальний процес. Особлива увага приділяється впливу ШІ на освіту в галузі дизайну, де індивідуальні навчальні траєкторії та автоматизована перевірка робіт відкривають нові перспективи для студентів. Практична значущість статті полягає в тому, що вона може слугувати практичним посібником для викладачів, які бажають інтегрувати ШІ в свої курси. Вона пропонує конкретні стратегії та інструменти для створення ефективних навчальних програм. Також в статті розглядаються інсайти для дизайнерів та допомагає їм зрозуміти, як використовувати ШІ для підвищення ефективності роботи та створення інноваційних продуктів. Автор підкреслює необхідність зваженого підходу до впровадження ШІ, зокрема, врахування етичних аспектів та забезпечення балансу між автоматизацією та людською креативністю. Стаття є цінним внеском у дискусію про майбутнє дизайну в епоху штучного інтелекту.

Ключові слова: ШІ, комп'ютерний дизайн, освіта, роль викладача.

Вступ. Швидкий розвиток технологій штучного інтелекту (ШІ) кардинально змінює ландшафт багатьох сфер діяльності людини, у тому числі освіти. Особливо гостро це питання стосується креативних індустрій, таких як дизайн. Виникнення потужних інструментів на основі ШІ ставить перед викладачами комп'ютерного дизайну нові виклики та можливості. Мета цієї статті – дослідити, як інтеграція ШІ у навчальний процес може підвищити ефективність навчання та сприяти розвитку творчих здібностей студентів.

В статті окреслено основні загальні аспекти використання ШІ у викладацьких та дизайнерських практиках. Кожен з цих аспектів має потенціал до розкриття у якості окремого науково дослідження.

Основний текст. Зв'язок між комп'ютерним дизайном і ШІ в наш час може здійснюватися на багатьох рівнях, наприклад:

- автоматизація рутинних завдань. ШІ може виконувати такі завдання, як кольорокорекція зображень, створення текстур, генерація ідей для дизайну;
- персоналізація. ШІ дозволяє створювати дизайн, адаптований до індивідуальних потреб користувача;
- створення нових творчих рішень. Генеративні моделі ШІ можуть створювати унікальні дизайни, які неможливо отримати традиційними методами;
- аналіз даних. ШІ може аналізувати великі обсяги даних про користувачів, щоб оптимізувати дизайн продуктів.

Приклади застосування ШІ в комп'ютерному дизайні:

- Adobe Sensei - інтегрований в продукти Adobe набір інструментів на основі ШІ, який автоматизує багато рутинних завдань;
- Midjourney - нейронна мережа, яка генерує зображення за текстовими описами;
- Stable Diffusion - ще одна популярна модель для генерації зображень.

В процесі навчання ШІ відкриває перед викладачами та студентами широкий спектр можливостей, а саме:

- персоналізоване навчання. Кожен студент – індивідуальність, отже ШІ дозволяє створювати персоналізовані навчальні траєкторії, адаптовані до темпу, стилю навчання та рівня знань кожного студента. Інтерактивні вправи та тести, створені на основі даних про успішність студента, дозволяють йому закріпити матеріал саме там, де йому це найбільш необхідно;
- автоматизація рутинних завдань. ШІ може взяти на себе частину рутинної роботи викладача, наприклад, перевірку домашніх завдань, створення тестових завдань з різними варіантами відповідей. Це звільнить час викладача для більш творчих завдань – менторства, розробки нових проектів та індивідуальної роботи зі студентами;
- створення інтерактивних навчальних матеріалів. Віртуальна та доповнена реальність, створені за допомогою ШІ, дозволяють студентам зануритися в інтерактивні навчальні середовища. Вони можуть експериментувати з різними дизайнерськими рішеннями, без побоювання помилок, адже в цифровому світі все можна виправити;
- генерація творчих ідей. Генеративні моделі ШІ можуть створювати різноманітні варіанти дизайну на основі заданих параметрів, що слугує джерелом натхнення для студентів. Також ШІ може допомогти подолати творчий блок і запропонувати нестандартні рішення.

ШІ може виступати як інструмент для розв'язання студентами таких завдань, як - пошук візуальних рішень, аналіз даних, створення прототипів.

Прикладами застосування ШІ у викладанні є інтерактивні підручники, в яких ШІ може адаптувати зміст матеріалу до рівня знань студента, надавати додаткові пояснення та приклади. Сюди відносяться і симулятори дизайнерських програм, в яких студенти можуть практикуватися в різних програмних продуктах без необхідності купувати ліцензії. Існують і чат-боти для підтримки здобувачів освіти, за допомогою яких ШІ-асистент може відповідати на запитання студентів, надавати зворотний зв'язок щодо виконаних завдань.

Хоча штучний інтелект відкриває безмежні можливості для вдосконалення освітнього процесу, важливо усвідомлювати, що він не позбавлений певних недоліків та обмежень.

В першу чергу мова йде про етичні аспекти. Це - авторське право, адже використання генеративних моделей ШІ може порушувати авторські права, якщо вони створюють роботи, схожі на вже існуючі. Це - упередженість алгоритмів, яка виникає внаслідок того, що ШІ-системи можуть успадковувати упередження, присутні в навчальних даних, що призводить до дискримінації та нерівності. І, звісно, приватність даних, тому під час збору та аналізу великих обсягів даних про студентів треба приділяти особливу увагу питанню конфіденційності.

Існує і проблема технічних обмежень. Сюди відносимо вартість послуг, адже впровадження ШІ у навчальний процес вимагає значних фінансових інвестицій у програмне забезпечення, обладнання та підготовку персоналу. Проблемним питанням можна назвати і доступність: не всі навчальні заклади мають доступ до сучасних технологій та можуть дозволити собі інвестувати в розробку власних ШІ-рішень.

Варто зазначити і такий аспект, як педагогічні виклики. З появою ШІ виникає питання про те, як зміниться роль викладача. Чи не стане він лише куратором навчального процесу, а основну роботу виконуватиме ШІ? Нагальної необхідності набуває і питання відповідної підготовки викладачів, яким для ефективного використання ШІ необхідно володіти новими навичками та знаннями та систематично підвищувати рівень власної кваліфікації.

Окремим пунктом визначаються психологічні аспекти. Це - залежність від технологій, надмірне використання яких може призвести до зниження творчих здібностей студентів та їхньої здатності до самостійного мислення. Сюди ж відносимо і проблему соціальної ізоляції. Онлайн-навчання, яке часто супроводжує використання ШІ, може обмежити соціальну взаємодію між студентами та викладачами.

Конкретними кроками у допомозі викладачам та адміністрації навчальних закладів в успішному інтегруванні ШІ у навчальний процес може бути:

- вибір відповідних доступних інструментів та платформ ШІ, з урахуванням їх функціоналу, вартості та відповідності навчальним цілям, а також систематично оцінювати рівень технічної підготовки викладачів та студентів;
- розробка навчальної програми, базовими принципами якої є інтеграція ШІ-інструментів у навчальний план з урахуванням специфіки дисципліни, створення модулів, присвячених освоєнню ШІ-інструментів та їх застосуванню в дизайні.

Для відповідної підготовки викладачів рекомендовано проведення тренінгів та семінарів для викладачів з метою підвищення їхньої цифрової компетентності та надання викладачам методичних рекомендацій щодо використання ШІ у навчальному процесі.

Для створення сприятливого середовища необхідно мати організований доступ студентів до необхідного обладнання та програмного забезпечення. Позитивну роль гратиме і створення спільноти для обміну досвідом та ідеями щодо використання ШІ у навчанні.

Необхідною умовою є розробка системи оцінки ефективності використання ШІ у навчальному процесі. Наприклад:

- створення онлайн-курсів з використанням інтерактивних елементів, створених за допомогою ШІ;
- використання чат-ботів для надання студентам первинної підтримки.
- застосування генеративних моделей ШІ для створення навчальних матеріалів (наприклад, зображень, відео);
- розробка індивідуальних навчальних планів для кожного студента на основі даних про його успішність.

Висновки. Штучний інтелект відкриває безмежні можливості для трансформації освіти в галузі комп'ютерного дизайну. Персоналізація навчання, автоматизація рутинних завдань та створення інтерактивних середовищ – це лише початок. Однак, для того, щоб ШІ став справжнім рушієм прогресу, необхідно збалансувати його використання з розвитком критичного мислення, творчих здібностей та соціальних навичок у студентів. Майбутнє освіти комп'ютерного дизайну – це співпраця людини та штучного інтелекту, де кожен з них доповнює іншого.

Важливо розуміти, що впровадження ШІ в освіту – це не лише технологічний, а й етичний виклик. Створення алгоритмів, які не містять упереджень, забезпечення прозорості у прийнятті рішень та захист персональних даних студентів – це завдання, яке стоїть перед усіма учасниками освітнього процесу.

Роль викладача в епоху ШІ зазнає значних змін. Від виконавця рутинних

завдань він перетворюється на ментора, який допомагає студентам розвивати критичне мислення, творчі здібності та навички вирішення проблем. ШІ може взяти на себе частину рутинної роботи, звільнивши час викладача для більш глибокої взаємодії зі студентами. Однак, саме викладач залишається ключовою фігурою в навчальному процесі, яка формує навчальне середовище та мотивує студентів до навчання.

Для успішного впровадження ШІ в освіту необхідна спільна робота навчальних закладів, бізнесу та державних органів. Тільки об'єднавши зусилля, ми зможемо створити освітню систему, яка готуватиме фахівців, здатних успішно працювати в умовах цифрової трансформації.

Літературні джерела

1. Бескоровайний, К. (2020). Нештучне мистецтво створене штучним інтелектом. URL : <https://kunsht.com.ua/neshtuchne-mistectvo-stvoreneshtuchnim-intelektom/>
2. Геренко, С. С. (2024). Штучний інтелект у графічному дизайні: кейс генеративних нейромереж. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 7(1). DOI : 10.31866/2617-7951.7.1.2024.300924
3. Шашенко, С. (2023). Переваги залучення штучного інтелекту для оптимізації дизайнерських процесів у сфері медіа. *Український Інформаційний простір*, 1(11), 163-174. DOI : 10.31866/2616-7948.1(11).2023.279625
4. Чібалашвілі, А. (2021). Штучний інтелект у мистецьких практиках. *Сучасне мистецтво*, 17, 41-50. DOI : 10.31500/2309-8813.17.2021.248425
5. ТОП-7 найкращих у світі програм зі штучним інтелектом, які вміють малювати. URL : <https://psm7.com/uk/technology/top-7-luchshix-vmire-programm-s-iskusstvennym-intellektom>

ОСОБЛИВОСТІ СПОСОБІВ ВИГОТОВЛЕННЯ ПАПЕРОВИХ ШАРІВ

Брянцев Олександр¹ [0000-0002-9220-0653]

¹ старший викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, член Спілки дизайнерів України, Україна, albrypaper@gmail.com

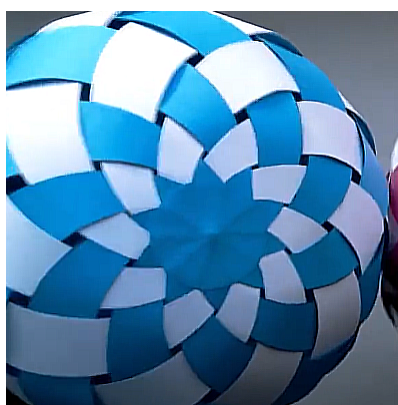
Анотація. У статті розглядається способи створення паперових шарів, які застосовуються за дизайну паперового декору. Представлено вісім способів та їх варіації, які дизайнери можуть поєднувати між собою для створення нових ідей. Розглянуті способи відкривають можливості для творчих експериментів із відкритою та закритою формою елементів паперового шару, включаючи вирубку, оздоблення та інші компоненти, що розширюють потенціал художньо-конструктивного та естетичного пошуку.

Ключові слова: паперова куля, паперовий шар, паперова інженерія, паперове мистецтво.

У проектування паперових конструкцій ефективне використання матеріалів і простота складання є важливими чинниками. Розмір первинної моделі має значення для швидкого вирізання і зменшення витрат матеріалів, що є значущим орієнтиром. Паперова куля є однією з простих форм, конструюванню якої науковці і дизайнери присвятили чимало досліджень. Нині розрізняють кілька способів макетування форми кулі з паперу.



а



б



в

Рис. 1. Паперовий шар. Способи: а – смужка; б – плетіння; в – куля-сота.

Найпростішим способом створення паперової кулі є метод паперової стрічки, яка з'єднана в кільце (рис. 1а). Використовуючи циліндричну основу смужки паперу склеюються в кільця однакової форми, вкладаються одне в одне і фіксуються в місцях перетину. Виготовлення такої кулі доступне для дітей дошкільного віку для створення простих святкових прикрас. Інший спосіб створення кулі передбачає залучення маніпуляції плетіння – у такому випадку кільце складається з двох однакових смужок (рис. 1б).

Паперова куля-сота (рис. 1в) – є іншим способом, вона складається з паперових кіл однакового діаметру складених навпіл і з'єднаних між собою за допомогою лінійного шаблону з почерговим зміщенням, що дозволяє створювати ефект сот. Кількість сот за вертикаллю може варіюватися від однієї до потрібної кількості. Спосіб складання дозволяє легко складати для збереження і розкласти горизонтальним відкриттям на 360 градусів, за центральною віссю.

В основу кулі плісе (рис. 2а), покладена маніпуляція плісування. Вона створюється шляхом складання листа паперу в гармошку. Для формування шару використовується нитка, до якої прикріплені обмежувачі полюсів шару. Технологія плісе дозволяє досягти цікавого текстурного вигляду, при якому складки паперу надають елементів об'єму та глибини. Куля при цьому може імітувати стилістику різних історичних періодів, зокрема, рококо чи арт-деко.



а



б



в

Рис. 2. Паперовий шар. Спосіб: а – плісування; б – каркас; в – спосіб Міямото

Інші способи виготовлення шару потребують відповідного допоміжного обладнання і інструментів.

Шар створений способом китайського паперового фонарика (рис. 2б) має давню традицію ремісництва. Паперова куля формується на основі пелюсткових фрагментів наклеєних на каркасну форму. Каркасна основа дозволяє фігурі легко складатися для збереження.

З появою цифрових технологій стало можливим вирішення інших способів побудови паперових шарів через сферу UV та ікосферу. В основі яких покладено принципи перетину кіл і поєднань трикутників. Які дають змогу оперувати трьома базовими елементами: вершинами (точка, де зустрічаються два або більше ребра); ребрами (відрізок, який з'єднує дві вершини) і площинами (двовірна поверхня, яка

утворюється між трьома і більше вершинами з'єднаними ребрами). Для паперової інженерії саме вершини відіграють важливу роль у поєднання площин та їх трансформації.

Шар Міямото (Yoshinobu Miyamoto) складається з однакових квадратних модулів (площин), які з'єднуються між собою завдяки специфічним прорізам на кутах. Іноді місця з'єднання працюють на зчеплення (рис. 3), іноді дві вершини що з'єднують протилежні площини вздовж спільного ребра виконують різні функції для одної площини зчеплення а бля другої – упору (рис. 2в). Також площини, що з'єднуються між собою можуть набувати різних форм: проста (рис. 3а); з вирубкою (рис. 3б); зміненою зовнішньою формою (рис. 3в).

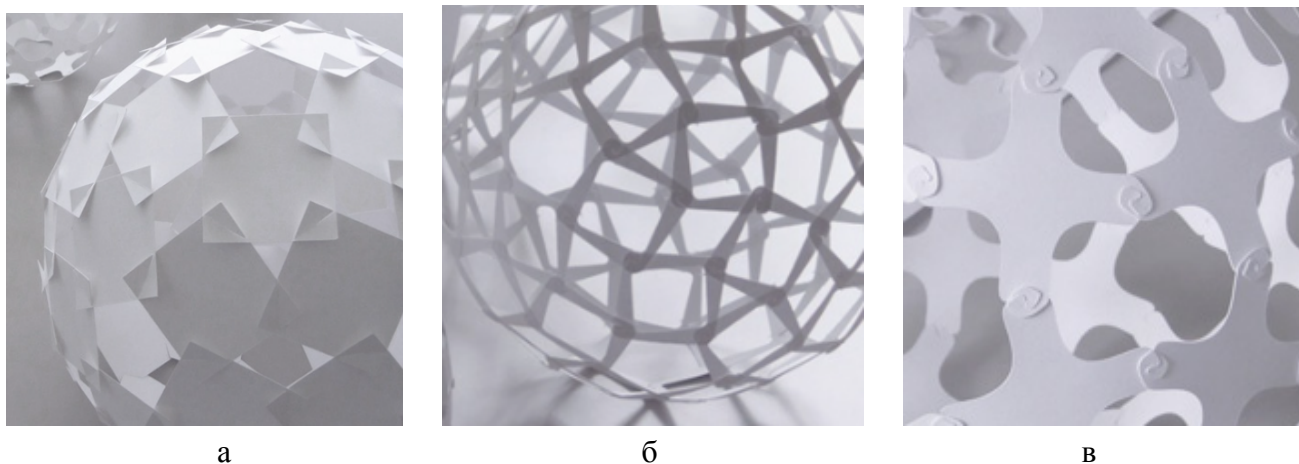


Рис. 3. Паперовий шар Miyamoto. Модуль:
а – квадрат; б – квадрат з вирубкою; в – квадрат з вогнутим краєм

Техніка sliceform, яка з часом набула власної назви женігамі (*jenigami*), насправді походить від математика О. Генрічі, який опублікував у Лондоні наприкінці 19 ст. – поч. 20 ст. статтю про слайси. Особливістю техніки є те, що створенні фігури легко можуть складатися завдяки паралельності всіх площин, які з'єднуються між собою через зустрічні пази (рис. 4а).

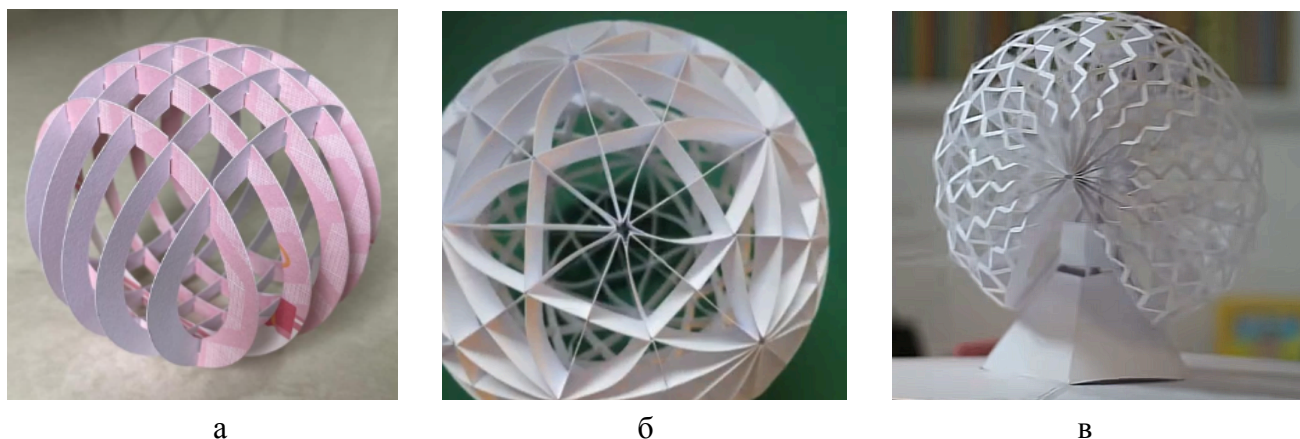


Рис. 4. Паперові шари: а – женігамі; б – М. Raynsford; в – Р. Dahmen

Паперовий шар М. Рейнсфорд (M. Raynsford), має змішаний спосіб моделювання шару (рис. 4б). Цей спосіб передбачає створення модульної слайс-стрічки, яка згинається у фігуру і поєднується з іншою. Конструкція повторює положення ребер сфери. Інший приклад формування шару був представлений П. Даменом (P. Dahmen) у техніці pop-up (рис. 4в). Його шар складався і відкривався у розгорті папки автоматично.

Отримати форму шара також є можливим за використанням техніки пап'є-маше, яка за нашаруванням клаптиків паперу дозволяє досягти повноцінної поверхні шару (рис. 5а). А технологія паперового крафтінгу (рис. 5б) відтворювати полігональну модель шару.

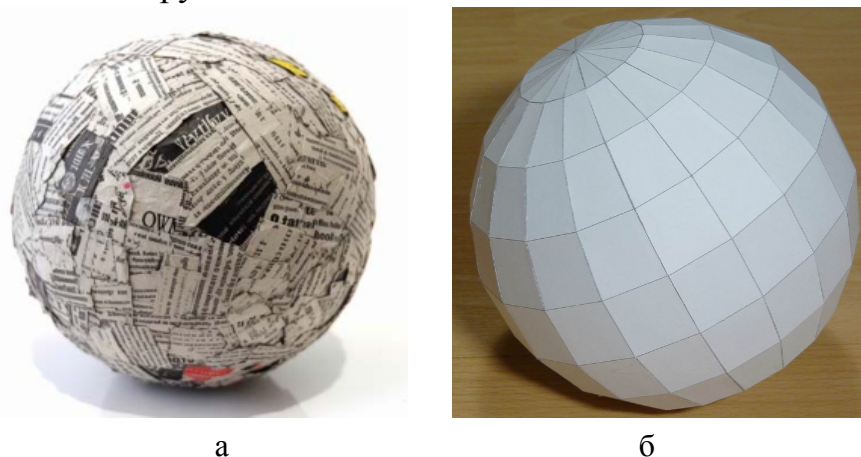


Рис. 5. Паперові шари: а – пап'є-маше, б – крафтінг

Представлені відомі способи моделювання шарів з паперового матеріалу віднайшли застосування у декоруванні святкових заходів, таких як святкові імпрези, новорічні свята, святкові івенти, фотосесіях, творчих проєктах дизайнерів і митців, а також як частина стильних інтер'єрів. Оглянуті базові способи надають можливості для творчих пошуків щодо відкритої і закритої форми елементів, які складають паперовий шар, наявності в елементах вирубки і оздоблення, елементів які розширюють і надають додаткових можливостей для творчого конструктивного і художньо-естетичного пошуку.

Літературні джерела

1. Yoshinobu Miyamoto: Paper Engineer. (2013). WordPress. <https://arch251section1.wordpress.com/2013/09/20/yoshinobu-miyamoto-paper-engineer/>
2. The Magic Moment: Work by paper engineer Peter Dahmen. (2024) The Kid Should See This. <https://thekidshouldseethis.com/post/the-magic-moment-the-work-of-paper-engineer-peter-dahmen>
3. sliceform - papercraft - kusudama - 31 great circles - tutorial - dutchpapergirl. (2014) dutchpapergirl, Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=0eQgVGpgEyE&t=323s>
4. Sliceforms. (2010) Wordpress. <https://sliceforms.wordpress.com/page/2/>

ВИКОРИСТАННЯ АКТИВІТИ-ЕЛЕМЕНТІВ У ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ПІКЧЕРБУКІВ

Брянцева Ганна ¹ [0000-0002-9689-8497]

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

Анотація. У статті розглядаються сучасні способи, по які вдаються дизайнери й ілюстратори, коли залучають до дизайну пікчербуків елементи активіти-елементів. Представлені як окремі способи, так і розкрита сучасна практика комбінованого використання цих способів на прикладі як українських, так і пікчербуків закордонних видавництв. Розглянуті способи відкривають можливості для творчих експериментів із дизайном пікчербуків, передусім завдяки непересічному поєднанню способів використання активіти-елементів у сучасних пікчербуках.

Ключові слова: дизайн, пікчербук, книжка-картинка, розгорт, сторінка, ілюстрація, текст, активіти-елемент.

Дослідники, класифікуючи сучасні дитячі видання, зазначають, що пікчербуки або книжки-картинки, – це найрозповсюдженіша категорія дитячих ілюстрованих книжок на сучасному ринку (Еліна Елліс, 2024). У першій чверті ХХІ століття пікчербуки або книжки-картинки вийшли на новий рівень розвитку, і йдеться не лишень про технології друку. Нині дослідники сучасних пікчербуків констатують, що сучасний пікчербук став окремим видом мистецтва, який активно розвивається і сміливо варіює у одному виданні геть різні на перший погляд підходи і способи організації текстового і візуального контенту. Укладачі фахового видання «Дитячі книжки-картинки: Мистецтво візуальної оповіді» (з англійської «Children's Picturebooks. The art of visual storytelling» українською переклало і видало у 2023 році київське видавництво ArtHuss) Мартін Солсбері (Martin Salisbury) та Морар Стайлз (Morag Styles) зокрема зазначають, що цифрова «книжка-картинка», яку свого часу вважали загрозою для паперового попередника, майже зійшла зі сцени, виконавши важливу місію – вдихнути нове життя в традиційну книжку. Автори констатують передусім наявність тенденції, коли якість виготовлення пікчербуків стрімко зростає. Автори відмічають, що багато з сучасних

книжок-картинок можуть «похвалитися» рельєфним друком, тисненням і вибіркоvim ламінуванням, їх друкують на якісному папері з яскравими додатковими «плашковими» кольорами, і це все в поєднанні задовольняє потребу споживачів цієї книжкової продукції у всебічному тактильному та естетичному сприйнятті книжки. При цьому автори наголошують, що нерідко це були знахідки незалежних малих видавців, яких ставало дедалі більше впродовж останнього десятиліття, вони поживали галузь і спонукали видавничі корпорації наслідувати їхній приклад. Як результат, чимало корпорацій стали розробляти власні продукти з незалежними іменами та місією публікувати художньо витончені книжки. Автори резюмують, що на щастя для творців книжок-картинок, ілюстраторів, видавців і, найголовніше, дітей, усе це говорить про те, що ми є свідками нового золотого віку дитячих книжок з картинками. Поряд з усім цим продовжує зростати академічна зацікавленість книжками-картинками – стає більше міжнародних публікацій і конференцій як з прикладних досліджень, так і з нової теорії в галузі дитячої літератури (Солсбері & Стайлз, 2023).

Традиційно під активіті-буками розуміють книжку, іноді зшиток – і перша і другий створені для активного залучення дітей (або дорослих) до виконання різноманітних завдань, ігор чи вправ. Таку книжку зазвичай утворюють інтерактивні елементи, які сприяють розвитку мислення, уяви, уваги та інших навичок. Найчастіше у активіті-буках можна натрапити на активності на кшталт різного рівня деталізації «розмальовки» та різноманітні «головоломки» (лабіринти, кросворди, завдання на логіку, зокрема на пошук відмінностей чи однакових елементів). На українському видавничому ринку активіті-буки пропонує зокрема видавництво «Ранок» (рис.1). На сторінках активіті-книжок з серії «STEM-Старт для дітей» містяться пояснення наукових фактів та законів, за якими працює все навколо. А виконуючи завдання за кожною темою, дитина закріпить отримані знання та розвине логічне мислення і кмітливість (рис. 2).



Рис. 1. Активіті-книжки з серії «STEM-Старт для дітей» видавництва «Ранок».

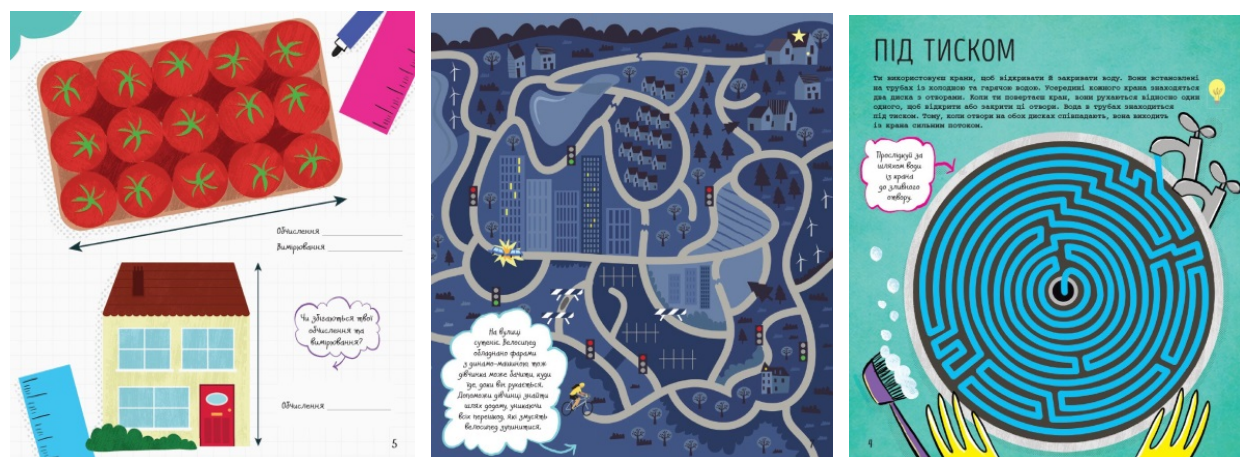


Рис. 2. Приклади активіті на сторінках книжок з серії «STEM-Старт для дітей».

В сучасній практиці книговидавництва останнім часом практикується підхід, передусім у випадках, коли видання заживає неабиякої популярності у читачів, – підхід, за якого активіті-бук випускають окремою книжкою, і з появою такого активіті-бук основне видання разом із активіті-бук утворюють своєрідний книжковий сет, як-от у прикладах на рис. 3 і на рис.4.



Рис. 3. Приклад книжкового сету «Історія України. Від первісних часів до сьогодні» видавництва «Ранок»: нон-фікшн видання і активіті-бук.



Рис. 4. Приклад книжкового сету «Історія України. Від первісних часів до сьогодення» видавництва «Ранок»: книжка з ілюстраціями і активіті-бук.

За такого зростлого інтересу до можливостей активіті-буків у додатковому залученні цікавості, а отже прихильності читацької аудиторії, видавці пікчербуків почали шукати способів, як залучити елементи активіті-буків до пікчербуків. На українському ринку пікчербуків – українських і неукраїнських авторів і ілюстраторів – маємо низку цікавих прикладів того, як автори, ілюстратори і видавці залучають активіті-елементи на обкладинки, форзаци, розгортки і сторінки своїх пікчербуків. Розглянемо найцікавіші з них.

Перша група прикладів – це серія з двох пікчербуків американського письменника й ілюстратора Майка Сміта – «Стоповерховий автобус» і «Стоповерхова ракета». Обидва пікчербуки переклало і видало українською харківське видавництво «Читаріум». У цій серії про активіті-елемент читача повідомляють одразу – написом на обкладинці: «З ВЕЛИ-И-ИКОЮ розкладною сторінкою!» (рис. 5). І, власне, коли читач дістається останнього розгортку пікчербуку, він дійсно переконується, що сторінка за умови, що вона розкладена на повну висоту, справді чималенька заввишки (рис. 6).



Рис. 5. Пікчербуки «Стоповерховий автобус» і «Стоповерхова ракета» видавництва «Читаріум», які містять розкладні активіті-елементи.

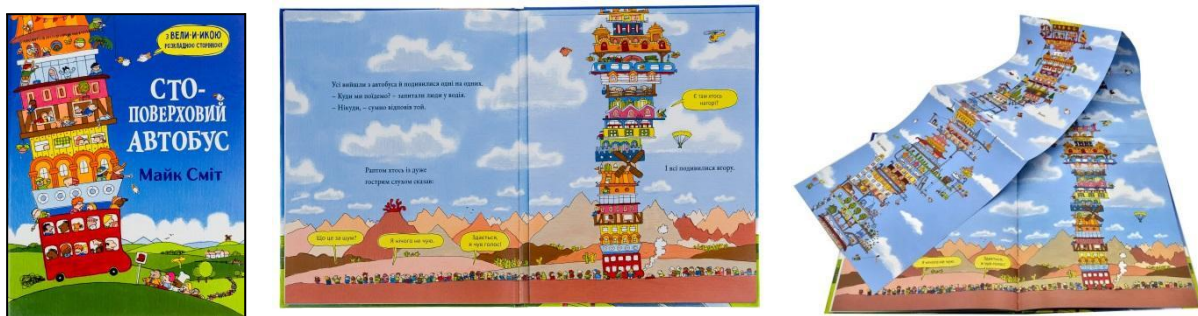


Рис. 8. Приклад активіті-елементу «розкладна сторінка» у пікчербуку «Стоповерховий автобус».

Друга група прикладів – це серія пікчербуків англійського письменника й ілюстратора Ніка Баттерворта, які перекладає і продовжує видавати, починаючи з 2022 року, харківське видавництво «Читаріум» (рис. 7). Кожний з пікчербуків містить великі прямокутні/квадратні кольорові вклейки, на яких зображені великі ілюстрації, які складаються/розкладаються, як-от у пікчербуку «Після бурі», або велика ілюстрація, яка зображує газон-лабіринт у пікчербуку «Таємна стежка», або велика ілюстрація з кімнатою доглядача Персі, на якій треба відшукати силу-силенну речей: точилку від олівців, пір'їнку, імбірно-горіхове печиво, гудзик, наперсток, метелика, цукерку, сонечко, котушку ниток та один з гральних кубиків доглядача парку Персі (рис. 8).



Рис. 7. Пікчербуки з серії «Історії парку Персі» видавництва «Читаріум», які містять активіті-елементи.



Рис. 8. Приклад активіті-елементу «Газон-лабіринт» у пікчербуку «Таємна стежка».

Третя група прикладів – це активіті-елементи, які виглядають як ілюстрація на форзаці з малюнками-інструкціями і дороговказами щодо створення певного об'єкту або для досягнення конкретного результату. Перший приклад тут – це перекладений українською видавництвом «Ранок» пікчербук «Мрія Піноккіо» автора й ілюстратора Ена Лейсена. На обкладинці цього пікчербука зображений головний герой – хлопчик Піноккіо, на голові якого вдягнутий імпровізований паперовий «капелюшок» у вигляді перегорнутого паперового човника. Відповідно другий форзац містить активіті ілюстрацію-інструкцію «Згортаємо паперовий човник» (рис. 9). Другий приклад у цьому блоці прикладів – це пікчербук «Особлива традиція» авторки Ольги Пінчук й ілюстраторки Марії Рудюк. У ньому обидва форзаці – це активіті-елемент у вигляді семикрокової ілюстрації-інструкції про те, як виростити Василину (квасолину) разом з головним героєм пікчербука – хлопчиком Богданом (рис. 10).

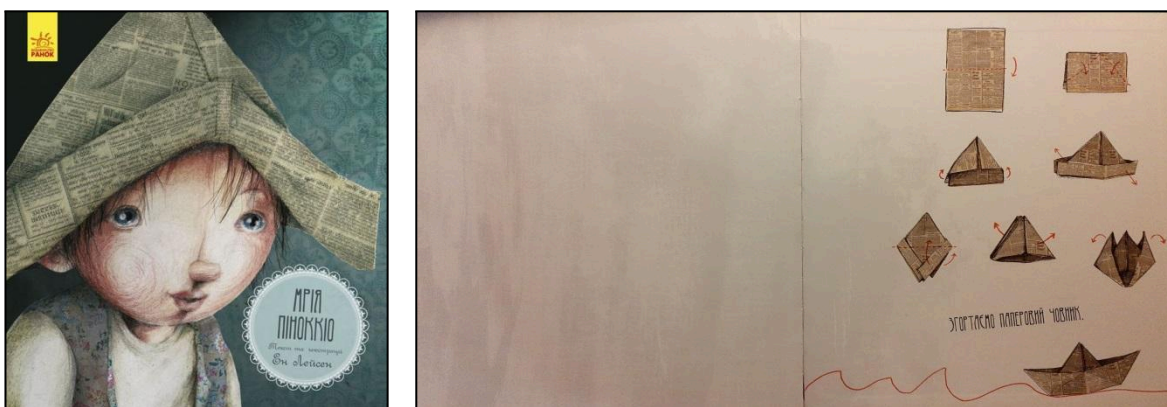


Рис. 9. Приклад активіті-елементу на форзаці пікчербука «Мрія Піноккіо».



Рис. 10. Приклад активіті-елементу на форзацах пікчербука «Особлива традиція».

Четверта група прикладів. Ілюстратори й дизайнери сучасних пікчербуків активно включають елементи-активіті не тільки як конструктивні масштабовані аркуші-вклейки або розміщують на форзацах палітурки, а ще й вбудовують їх безпосередньо у сюжетну канву прямо на сторінках пікчербука. Наприклад, як у пікчербуках нижче.

У пікчербуку «Чи легко жити Циклопам?» автора й ілюстратора Олександра Шатохіна, присвяченому особливостям життя людей з обмеженими властивостями, розкрита активіті «як писати шрифтом Брайля» (рис. 11).



Рис. 11. Приклад активіті-елементу на сторінці пікчербуку «Чи легко жити Циклопам?»

У пікчербуку «Кіт, я та кораблики» авторки й ілюстраторки Інни Масляк, не просто міститься ілюстрація, супроводжена пояснювальним текстом «Ми дуже любимо робити паперові кораблики», а й створений активіті-елемент «Ось так!», який крок за кроком показує, як створити власний паперовий кораблик маленькому читачеві цього пікчербуку (рис. 12).



Рис. 12. Приклад активіті-елементу на сторінці пікчербуку «Кіт, я та кораблики»

У пікчербуку «Про що мріють листочки» авторки Христини Лукашук й ілюстраторки Оксани Драчовської більш, як половина розгортів містить той чи інший активіті-елемент. На рис. 13 читачеві пропонується активність «поєднати шкарпетки в пари», щоби пан Листочок Святковий Метелик міг подарувати їх своїм приятелям і приятелькам. Узагалі, особливістю ілюстрацій у цьому пікчербуку є те що вони комбіновані – за основу береться справжній Листочок, а далі за допомогою засобів ілюстрування Оксана Драчовська перетворює цей Листочок на Пана або Пані. На рис. 14 задіяний активіті-елемент «створити власних героїв».

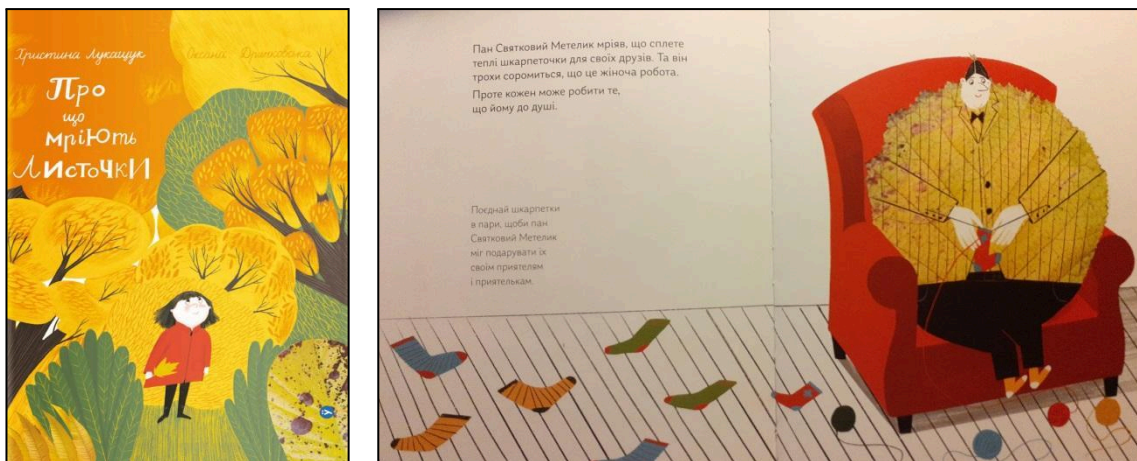


Рис. 13. Приклад активіті-елементу «поєднати шкарпетки в пари» на сторінці пікчербуку «Про що мріють листочки»

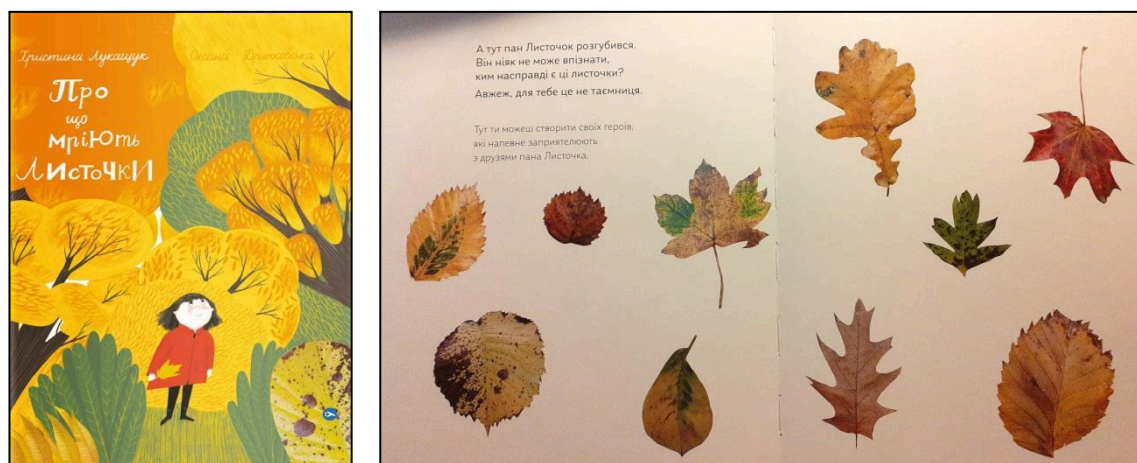


Рис. 14. Приклад активіті-елементу «створити власних героїв» на сторінці пікчербуку «Кім, я та кораблики»

Представлені способи використання активіті-елементів у сучасних пікчербуках істотно розширюють арсенал прийомів і засобів, які сприятимуть зростанню інтересу читацької аудиторії до пікчербуків, передусім дитячої аудиторії. Як показують вже наявні напрацювання двох десятиліть ХХІ століття, запровадження активіті-елементів дозволить збагатити як змістовий так і візуальний зміст пікчербуків і створять нові можливості для творчого конструктивного і художньо-естетичного пошуку у книговидаванні.

Літературні джерела

1. Елліс, Е. (2024). Доросла книга про дитячу ілюстрацію. Київ: ArtHuss.
2. Солсбері, М., & Стайлз, М. (2023). Дитячі книжки-картинки: Мистецтво візуальної оповіді. Київ: ArtHuss.

ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ГЕНЕРАТИВНОГО ШІ

Бузницький Дмитро ¹

¹ Студент кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна

Анотація. У статті розглядаються основні аспекти використання генеративного штучного інтелекту (ШІ). Зокрема, аналізуються загрози, пов'язані з етикою, приватністю, дезінформацією, а також можливості, які він надає для науки, бізнесу та мистецтва. У висновках підкреслено важливість розвитку етичних норм і політик для ефективного використання цієї технології.

Ключові слова: генеративний ШІ, етика, можливості, загрози, технології.

Генеративний штучний інтелект (ШІ) став одним із найбільш обговорюваних технологічних досягнень останніх років. Завдяки йому можливо створювати тексти, зображення, музику й навіть програми, які майже не відрізняються від продуктів людської творчості. Водночас, ця технологія породжує чимало етичних, соціальних і правових викликів. Метою цієї статті є аналіз загроз і можливостей генеративного ШІ та визначення шляхів його безпечного застосування. Генеративний ШІ, зокрема моделі типу GPT, DALL-E та Stable Diffusion, вже довели свою ефективність у творчих і бізнес-завданнях. Дослідження від OpenAI (2023) показали, що ШІ сприяє автоматизації рутинних завдань. Водночас, згідно з роботою Bender et al. (2021), важливим питанням залишається контроль за поширенням дезінформації, яку можуть генерувати ці моделі.

Деякі дослідники (Floridi, & Chiriatti, 2020), наголошують на необхідності розробки етичних принципів, тоді як інші (Zhou et al., 2022) акцентують увагу на комерціалізації ШІ й ризиках нерівного доступу до цієї технології.

Загрози генеративного ШІ

Генеративний ШІ може створювати контент, який складно відрізнити від справжнього. Наприклад, технології deepfake дозволяють генерувати відео, де люди "говорять" або "роблять" те, чого вони насправді не робили. Це може бути використано для маніпуляцій у політичних кампаніях, підробки доказів у судових справах або кібершахрайства. Крім того, генерація текстів, які виглядають переконливо, але містять хибну інформацію, створює ризики для

суспільної довіри до інформації загалом. Наприклад, підроблені новини можуть поширювати паніку чи впливати на виборчий процес. Без належного контролю, ці технології можуть перетворитися на зброю для маніпуляцій.

Автоматизація творчих і рутинних завдань за допомогою ШІ створює загрозу для робочих місць. Наприклад, журналісти, художники, музиканти та програмісти вже стикаються з конкуренцією з боку ШІ, який може виконувати їхню роботу швидше та дешевше. Дослідження показують, що хоча технології створюють нові робочі місця, вони також вимагають підвищення кваліфікації працівників. Однак багато людей не мають можливості адаптуватися до швидких змін, що призводить до соціальної нерівності.

Одна з ключових проблем — правова невизначеність. Наприклад, якщо картина, створена генеративним ШІ, стане об'єктом плагіату або принесе прибуток, виникає питання: хто є її автором? Компанія-розробник, користувач чи сам ШІ? Також відсутність чітких норм щодо використання ШІ може призводити до порушення приватності. Наприклад, ШІ може генерувати контент, використовуючи персональні дані без згоди користувачів.

Можливості генеративного ШІ

Генеративний ШІ дозволяє значно прискорити процес обробки інформації та моделювання складних систем. Наприклад, у медицині моделі ШІ можуть прогнозувати побічні ефекти ліків або допомагати у створенні нових препаратів. Також ШІ активно використовується в біології, де він допомагає моделювати структури білків, як у проєкті AlphaFold від DeepMind, який зробив революцію у вивченні біомолекул.

У бізнесі генеративний ШІ сприяє автоматизації маркетингу, зокрема створенню персоналізованих рекламних кампаній. Наприклад, компанії можуть використовувати моделі ШІ для генерації текстів, які краще відповідають потребам клієнтів. Додатково, ШІ допомагає аналізувати ринки та прогнозувати тренди. Завдяки цьому підприємства отримують конкурентні переваги, а клієнти — кращий сервіс.

Генеративний ШІ відкриває нові горизонти для творчості. Художники використовують ШІ для створення експериментальних творів, які виходять за межі людських уявлень. Наприклад, художні роботи, створені DALL-E, вже виставлялися на міжнародних платформах. У музиці ШІ допомагає композиторам створювати нові твори або адаптувати існуючі стилі. Це дозволяє не лише розширити межі творчості, але й зробити мистецтво доступнішим для широкої аудиторії.

ШІ вже використовується для розробки інтерактивних освітніх платформ. Наприклад, навчальні додатки з використанням ШІ можуть адаптуватися до рівня знань учня, пропонуючи персоналізовані рекомендації. Також генеративний ШІ може бути корисним для створення нових навчальних матеріалів, симуляцій і навіть віртуальних тренінгів. Це особливо актуально для

технічних і медичних спеціальностей.

Аналіз показує, що генеративний ШІ може бути інструментом для прогресу за умови, що будуть розроблені відповідні політики й механізми контролю. Найбільш небезпечними залишаються загрози у сфері дезінформації та зловживань технологіями. У той же час, використання ШІ відкриває нові горизонти в медицині, бізнесі й мистецтві. Створення етичних рамок і міжнародної співпраці в цій сфері дозволить мінімізувати ризики й максимізувати користь.

Висновки. Генеративний ШІ є потужним інструментом, який може змінити багато аспектів життя, але його використання потребує зваженого підходу. Головним викликом для сучасного суспільства є розробка етичних принципів, правових норм і освітніх ініціатив, які дозволять уникнути зловживань.

Літературні джерела

1. Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the Dangers of Stochastic Parrots: Can Language Models Be Too Big?
2. Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: Its Nature, Scope, Limits, and Consequences. *Minds and Machines*.
3. Zhou, H., Wang, X., & Li, J. (2022). Ethical AI: Challenges and Solutions in Practice. *IEEE Transactions on Artificial Intelligence*.

NARRATIVE OF RESISTANCE, MEMORY AND CULTURAL CONTINUITY IN THE CONTEXT OF WAR: A SYSTEMS APPROACH

Chemerys Hanna ^{1, 2, 3} [0000-0003-3417-9910]

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

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

² visiting researcher, Indiana University, USA

Abstracts. The study of commemorative practices in the context of contemporary conflicts, particularly the war in Ukraine, highlights the importance of visual images in shaping national identity and collective memory. Visual, symbolic, and documentary representations not only preserve historical heritage but also have a profound psychological impact, mobilizing society, fostering unity and patriotism, and supporting moral resilience. Special attention is given to the role of heroic images, symbols, monuments, and memorials, as well as depictions of war victims, civilian suffering, and cultural heritage, which preserve national identity and cultural memory in difficult times.

Keywords: commemoration, national identity, collective memory, visual images, Ukraine war.

Problem statement. Commemoration of war events has always been an integral part of the formation of national identity and collective memory. In the context of contemporary conflicts, images of war perform a dual task: providing a link to the past and constructing narratives that mobilise society to fight. Visual, symbolic, and documentary forms of depicting war not only preserve the historical heritage, but also affect the emotional state of citizens, their ability to unite and resist.

Overview of the current state of the art. This paper will provide an overview of the literature and various scholarly perspectives on decolonisation, national identity and memory in the context of contemporary conflicts, including the Russian aggression against Ukraine, which are highlighted by interdisciplinary approaches that shed light on the complex geopolitical, historical and cultural dynamics at play in this area. Barkawi (2022) analyzes the war in Ukraine through the lens of decolonization, emphasizing its historical and geopolitical significance. His work

examines how these processes reshape notions of sovereignty in contemporary conflicts. Blum (2007) investigates the formation of national identity among youth in the context of globalization in post-Soviet societies. The study underscores the challenges young people face in building a state identity while integrating into a globalized world. Eppinger (2022) discusses the transition from "limited sovereignty" to decolonization in Ukraine, exploring how the Soviet legacy manifests in contemporary identity politics. Mälksoo (2022) focuses on the postcolonial dimension of the Russia-Ukraine war, offering a framework that interprets the conflict as a rejection of imperial legacies. The research provides insights into how the postcolonial lens deepens our understanding of the causes and implications of the war. Marks (2000) examines cultural aspects of memory through cinema, delving into intercultural perspectives on war and collective remembrance. Her work enriches understanding by addressing how sensory and intercultural elements influence memory construction. Olivier (2019) analyzes issues of decolonization, identity, and neo-colonialism, exploring the relationships between colonial legacies and modern power structures. This study aids in comprehending neo-colonial challenges faced by independent nations. Tilmans, van Vree, and Winter (2010) investigate the intersection of memory, history, and identity in Europe. Their work offers a cultural perspective on how narratives influencing collective consciousness are formed. Vorbrugg and Jevgeniy (2022) concentrate on the political geography of knowledge and expertise, analyzing how the Western world attempts to contextualize the Russia-Ukraine war within the broader scope of global conflicts. Young (1994) explores Holocaust memorials as symbols of collective memory, providing parallels for understanding how similar approaches could be applied to preserving the memory of other tragedies.

Main text. The study of commemorative practices is an urgent task for the humanities, as they reveal the dynamics of social perceptions, emotional reactions and behavioural patterns during conflicts. The diversity of heroic, commemorative, cultural and symbolic images creates a unique space for studying the mechanisms of influence on the collective consciousness. Particularly important are aspects of their psychological impact, including motivation to act, maintaining collective cohesion, and preserving cultural identity.

The analysis of the key categories of commemoration in images and their place in contemporary Ukrainian society focuses on the multifaceted forms of their influence - from mobilisation and patriotism to the experience of grief and loss. The systematic approach to understanding these images allows us to understand how the narrative of resistance, memory and cultural continuity is created in the context of war.

Heroic images and symbols of courage are key to maintaining national identity, fostering patriotic feelings and building resilience in a society in times of war. They encompass a wide range of visual and narrative elements, including images of contemporary warriors, historical figures, important events in national history, and symbols of military victory. Images of heroic warriors personify strength, courage

and indomitability, which helps society feel confident in its ability to defend its land. These images build trust in the strength of the nation and inspire pride in the heroes of today who selflessly fulfil their duty to the state. Historical figures, symbols of prominent national heroes, are also of great importance, as they establish a link between generations, inspire new feats and remind us of the centuries-long struggle for independence. Significant past events emphasise the continuity of the struggle, and national symbols such as flags, coats of arms, emblems support a sense of unity and identity, uniting the people in a common narrative of resilience.

Sacrifice and remembrance of the dead is another important category of commemorations that focuses on honouring the memory of those who gave their lives for freedom. Memorial candles symbolise grief, eternal rest of souls and honour their feat, reminding us of the importance of preserving this memory. Monuments and military cemeteries serve as materialised manifestations of shared grief and collective memory, and at the same time become places of emotional unity. The images of fallen heroes, through their realistic portraits, create a strong emotional connection between those who are left alive and those who gave their lives, evoking gratitude, deep respect and a desire to continue their work with dignity.

Visual narratives of civilian suffering focus on the destruction, pain and loss experienced by ordinary people. These images become a mirror of the tragedy of war and the difficult circumstances faced by civilians. Their impact is multifaceted: on the one hand, they evoke empathy and compassion, motivating people to actively help the victims; on the other hand, they contribute to the realisation of the cost of peace by demonstrating the real scale of grief. The images of destroyed buildings, injured people and devastated territories convince us of the need to act to restore normal life and avoid the recurrence of such tragedies in the future.

National and cultural symbols are particularly important in preserving the identity of the people in times of war. Landscapes of the native land, picturesque architectural elements, ethnographic motifs, national clothes and symbols such as the trident or viburnum affirm the beauty and uniqueness of the nation's heritage. They awaken a sense of love for the native land and emphasise the importance of preserving and honouring national traditions. A special place is occupied by traditional ornaments, which serve as a reminder of the nation's roots, preserve cultural memory and inspire a sense of unity in difficult times.

The images of unity and solidarity demonstrate the collective strength of the people, their unity around common goals and mutual support. Group photographs that capture moments of unity, such as during volunteer activities or public events, evoke a sense of belonging and security. Allegories of the struggle for freedom, such as hands with a shield, birds or other symbolic images, add strength and optimism. Flags of friendly countries and references to international assistance symbolise solidarity with the global community and give confidence in the rightness of the chosen path.

Images of resistance and struggle against the aggressor represent a negative character, the enemy, in a satirical or allegorical form. Cartoons reduce fear, help to

realise moral superiority and demonstrate the resilience of the people. Scenes of victory, inspired by successes on the battlefield or in diplomatic confrontation, call for faith in one's own strength and justice. Symbolic allegories, such as a hand with a sword, remind us once again of the indomitable spirit of the people.

Real evidence of war becomes the strongest argument against aggression. Photographs, documentary videos, art posters, and modern interactive digital projects not only record tragic events, but also become a way to convey them to future generations. They allow us to experience events with emotional immersion, creating new means of memorialising historical moments.

Table 1 : systematic approach to understanding these images allows us to understand how the narrative of resistance, memory and cultural continuity is created in the context of war

Category	Image type	Description	Psychological aspect
Heroic images and symbols of courage	Images of warriors and defenders	Images of modern military heroes who personify the strength, courage and resilience of the nation.	They inspire pride, trust, and confidence in the people's ability to resist the aggressor.
	Historical figures	Images of prominent national heroes of the past that symbolise the continuity of the struggle and national dignity.	They keep generations connected, inspire heroic deeds, and awaken patriotic consciousness.
	Historical events	Depictions of key events in national history that point to the traditions of the struggle for independence.	They strengthen the sense of national pride and identity, create a common narrative about the heroism of the people.
	Symbols of military victory	Flags, coats of arms, emblems of military formations that remind of strength and patriotism.	They build unity, patriotism, and resilience in the fight for national interests.
Sacrifice and memory of the dead	Memorial candles	The image of candles as a symbol of grief and commemoration of the dead.	They evoke sadness and remind us of the importance of honouring those who gave their lives.
	Monuments	Memorials dedicated to the dead, symbolising the sacrifice and tragedy of war.	They reinforce the memory of the dead, evoke an emotional response and a sense of loss.
	Cemeteries	Depiction of military cemeteries as symbolic places of memory of the fallen.	They evoke sadness and remind us of the sacrifices made in the struggle for freedom.
	Visual narratives of civilian suffering	Images of destruction and injuries illustrating the suffering of civilians.	They evoke empathy and motivation to help victims and support their recovery.
	Portraits of fallen heroes	Realistic portraits of fallen defenders that become part of the collective memory.	They create an emotional connection, inspire gratitude and respect.
National and cultural symbols	Images of the native land	Landscapes and architectural landscapes that emphasise the importance of the national territory and its beauty.	They evoke love for the native land and form a sense of connection with the cultural heritage.
	Ornaments and ethnographic motifs	The use of ornaments that reflect folk motifs and traditional elements that reinforce cultural identity.	They support national identity and promote cultural awareness.
	National clothes	Depicting traditional costumes as visual symbols of national identity.	They evoke pride in cultural heritage and strengthen national identity.

Category	Image type	Description	Psychological aspect
	Traditional symbols (trident, viburnum, willow)	Emblems that reinforce national pride and emphasise the cultural connection to Ukrainian heritage.	They build pride in their country, strengthen identity and community.
Images of unity and solidarity	Group images	People uniting in support, symbolising cohesion around a common goal.	They evoke a sense of support and protection, and promote collective unity.
	Allegories of the struggle for freedom	The images of birds, hands with a sword or shield symbolise the will to freedom and steadfastness in the struggle.	They support the patriotic spirit and give confidence in the fight for freedom.
	International support	Flags of other countries or symbols of solidarity that express support for international allies.	They evoke a sense of global support and confidence in the rightness of their struggle.
Images of resistance and struggle against the aggressor	Caricatures of the enemy	Depictions of the aggressor in a satirical form that demonstrate a negative attitude towards him.	They reduce fear and form a critical attitude towards the aggressor.
	Scenes of victory and confrontation	Moments of physical and spiritual victory that emphasise the people's ability to resist the aggressor.	It strengthens the fortitude and belief in victory.
	Allegories of struggle (hand with a sword, crown of thorns)	Symbols that emphasise the indomitable spirit and strength of resistance.	They support the spirit of resistance, give confidence in the duration of the struggle and possible victory.
Real footage from the war and documentary evidence	Photos of the fighting	Real images from the battlefield documenting the chronicle of the war.	They evoke an emotional response and support the memory of events.
	Documentary videos	Video archives of events that capture real moments and provide true information about the war.	They maintain awareness and create a reliable picture of events.
	Art posters	Artistic images that become part of the visual archive of the war form images of heroism and patriotism.	They form a lasting memory of the war, inspire pride and respect for the heroes.
	Digital memorial projects	Interactive projects (VR, AR) that allow you to preserve your memory and relive events in a new format.	They allow for a deeper understanding and emotional experience of historical events, and preserve them in digital culture.

All these images together have a multifaceted psychological impact. They create a sense of involvement in a common cause, pride in the country and its heritage, and motivate resilience and struggle. At the same time, they help to survive the pain of loss and focus attention on the values of peace, freedom and compassion. All these visual elements become key to maintaining national identity, moral resilience and collective memory in times of war.

Conclusions. The commemoration of war events through images plays a critical role in shaping national identity and collective memory, particularly during times of conflict such as the ongoing war in Ukraine. Visual representations not only preserve historical heritage but also have a profound psychological impact on citizens, serving to unite, motivate, and galvanize society in the face of adversity. Heroic symbols, monuments, and memorials reinforce the continuity of the nation's struggle and resilience, fostering a sense of unity and pride. Images of sacrifice, civilian suffering,

and cultural symbols serve as powerful reminders of the cost of war, deepening the emotional connection between generations and affirming the importance of collective action to secure a peaceful future.

The multi-dimensional nature of these visual narratives reveals the complex mechanisms by which memory, identity, and patriotism are constructed and preserved, demonstrating the integral role of commemorative practices in times of war. Ultimately, these images shape not only the present narrative but also ensure that the memories of sacrifice and unity will persist for future generations, strengthening the cultural and historical foundations of society.

Funding. The work is performed within the research CEFRES, UAR 3138 CNRS–MEAE Research topic «Visual Narratives, Commemoration of War and Graphic Representation of National Identity: Comparative Analysis of Ukrainian and European Contexts».

References:

1. Barkawi, T. (2022) War and decolonization in Ukraine. *New Perspectives*, 30(4), 317–322.
2. Blum, D. W. (2007) *National Identity and Globalization: Youth, State, and Society in Post-Soviet Eurasia*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Eppinger, M. (2022) From “limited sovereignty” to decolonization in Ukraine. *Journal of Ethnographic Theory*, 12(3), 659–667.
4. Mälksoo, M. (2022) The Postcolonial Moment in Russia’s War Against Ukraine. *Journal of Genocide Research*, 25(3-4), 471–481.
5. Marks, L. U. (2000) *The Skin of the Film: Intercultural Cinema, Embodiment, and the Senses*. Durham and London: Duke University Press.
6. Olivier, B. (2019) Decolonisation, Identity, Neo-Colonialism and Power. *Phronimon*, 20(1), 1–18.
7. Tilmans, K., van Vree, F., & Winter, J. M. (2010) *Performing the Past: Memory, History, and Identity in Modern Europe*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
8. Vorbrugg A., & Jevgeniy B. (2022) Making Sense of (the Russian War in) Ukraine: On the Politics of Knowledge and Expertise. *Political Geography*, Elsevier BV, Art. No. 102700.
9. Young, J. E. (1994) *The Texture of Memory: Holocaust Memorials and Meaning*. New Haven: Yale University Press.

ЄВРОПЕЙСЬКІ ТА УКРАЇНСЬКІ ПРАКТИКИ ІНТЕГРАЦІЇ FRONT END РОЗРОБКИ У ПІДГОТОВКУ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ

Гарматенко Олександр ¹ [0009-0000-9298-3371]

¹ Аспірант 2 року навчання кафедри дизайну,
Запорізький національний університет
alexgarmatenko@gmail.com

Анотація. Стаття аналізує інтеграцію Front End розробки у підготовку майбутніх дизайнерів як важливий напрямок модернізації освіти в умовах цифровізації. Розглянуто досвід університетів США, Швейцарії та Великої Британії, які активно впроваджують сучасні технології (HTML, CSS, JavaScript, Figma, Adobe XD, React) у навчальні програми. Особливу увагу приділено українському контексту, де інтеграція Front End дисциплін тільки починається. Підкреслено можливість адаптації міжнародного досвіду з урахуванням національної ідентичності. Запропоновано рекомендації щодо впровадження курсів, орієнтованих на UX/UI дизайн та етнонаціональні мотиви у цифрових продуктах. Результати дослідження показують, що інтеграція Front End розробки сприяє підготовці конкурентоспроможних спеціалістів, здатних створювати інноваційні цифрові продукти, що поєднують сучасні технології верстки та дизайну.

Ключові слова: Front End розробка, дизайнерська освіта, цифровізація, UX/UI дизайн.

У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій та зростання вимог до професійної підготовки дизайнерів інтеграція Front End розробки у навчальні програми стала одним із ключових напрямів модернізації освіти. Університети різних країн активно впроваджують передові практики навчання, орієнтуючись на формування компетенцій у галузі UX/UI дизайну, створення інтерактивних прототипів та адаптивних веб-застосунків.

Аналізуючи ступінь розробленості питання, можемо виокремити низку закордонних публікацій. Наприклад у своїй статті, присвяченій стандартам мультимедійного графічного дизайну в освіті, автори (Aldalalah, & Ababneh, 2015) обговорюють важливість цих стандартів для покращення навчального

процесу. Вони підкреслюють роль мультимедійного дизайну в сприянні ефективному навчанні та пропонують методи для його інтеграції в освітні практики. У книзі (Altshuller, 1984), яка вводить теорію вирішення дизайнерських проблем, автор пропонує структурований підхід до творчості. Вона фокусується на знаходженні закономірностей в технологічних інноваціях і застосуванні систематичних методів для вирішення складних проблем у різних сферах. Технічні аспекти комп'ютерної графіки для IBM Personal Computer описуються в іншій роботі (Ammeraal, 1986), яка охоплює основи програмування графіки, а також апаратне та програмне забезпечення, необхідне для створення графічних дизайнів на ранніх персональних комп'ютерах. Ще одне видання (Ammeraal, 1986) розглядає основні принципи програмування, що застосовуються в комп'ютерній графіці. Автори пояснюють важливість алгоритмів графіки та структур даних для створення ефективного програмного забезпечення в цій галузі. У статті про розвиток навичок цифрового дизайну в студійному середовищі (Artman, & Arvola, 2008) акцентується увага на тому, як студенти набувають компетентності через практичну роботу в реальних умовах, де автори аналізують важливість співпраці в навчальному процесі. Інша публікація (Assefa, & Sedgwick, 2004) надає огляд процесу Болонської системи та її впливу на структуру бакалаврських програм у європейських університетах, підкреслюючи основні реформи та їхні наслідки для освітніх систем. Дисертація, присвячена розробці програми комп'ютерної графіки для художніх напрямків (Leeman, 1985), акцентує на необхідності створення збалансованої навчальної програми, що поєднує технічні навички та художню креативність для підготовки студентів до кар'єри в цифрових мистецтвах.

Аналізуючи сучасний ринок праці, виявляємо, що наявна вимога від дизайнерів не лише творчих, але й технічних навичок, зокрема знань у сфері Front End розробки. Університети Європи, США та України активно адаптують свої навчальні програми, щоб відповідати викликам цифровізації, що зумовлює необхідність аналізу кращих практик і визначення шляхів їх впровадження у професійну підготовку. Аналіз досвіду закордонних університетів дозволяє визначити ефективні моделі інтеграції технічних знань у дизайнерську освіту, що сприяє розвитку як творчих, так і технічних навичок здобувачів освіти. Водночас українські заклади вищої освіти стикаються з викликами адаптації цих підходів до національного контексту, включаючи акцент на етнонаціональній ідентичності та культурній спадщині. Аналіз закордонного досвіду систематизовано у таблиці 1.

Закордонні університети, такі як California College of the Arts (США), École Polytechnique Fédérale de Lausanne (Швейцарія) та University of the Arts London (Велика Британія), активно інтегрують Front End технології у свої програми з дизайну. Ці заклади орієнтуються на практичне навчання HTML, CSS, JavaScript, а також роботу з інструментами для UX/UI дизайну, такими як Figma, Adobe XD, та Sketch.

Таблиця 1: Аналіз європейського досвіду інтеграції front end розробки у підготовку майбутніх дизайнерів

Назва закладу	Країна	Спеціалізація	Програмне забезпечення/мова програмування	Деталі
California College of the Arts	США	Фронтенд та UX/UI дизайн	HTML, CSS, JavaScript, Sketch, Figma	Основи фронтенду, розробка інтерфейсів
University of the Arts London	Велика Британія	UX/UI дизайн	Figma, Adobe XD, HTML/CSS основи	UI дизайн, інтерактивні прототипи
Carnegie Mellon University	США	Фронтенд, UX/UI	HTML, CSS, JavaScript, React	Фронтенд і користувацький досвід
Savannah College of Art and Design	США	Веб-дизайн, UX/UI	HTML, CSS, Sketch, Adobe XD	Веб-дизайн, прототипування, інтерфейси
Parsons School of Design	США	UX/UI дизайн	Figma, InVision, Adobe XD	UX/UI дизайн, цифрові продукти
University of Southern California	США	UX/UI дизайн	Adobe XD, HTML/CSS, JavaScript	UI дизайн, фронтенд-застосунки
Princeton University	США	UX/UI дизайн	HTML, CSS, Figma, Sketch	UX/UI прототипи, основи фронтенду
Massachusetts Institute of Technology (MIT)	США	Фронтенд, UX/UI дизайн	HTML, CSS, JavaScript, React	UI дизайн, UX дослідження
University of Helsinki	Фінляндія	Фронтенд, UX/UI дизайн	HTML, CSS, JavaScript, React	Курси з фронтенду та UX-досліджень
Royal College of Art	Велика Британія	UX/UI дизайн	Figma, Sketch, InVision	Інтерактивні дизайни та користувацький досвід
University of Amsterdam	Нідерланди	UX/UI дизайн, веб-розробка	HTML, CSS, Figma, JavaScript	UX/UI проектування, розробка веб-сайтів
École Polytechnique Fédérale de Lausanne	Швейцарія	Фронтенд, UX/UI	HTML, CSS, JavaScript	UX дослідження, розробка інтерфейсів
Savannah College of Art and Design (SCAD)	США	UX Design, Web Design, Interaction Design	HTML, CSS, JavaScript, Figma, Adobe XD, Sketch	UX/UI проектування, розробка веб-сайтів
University of California, San Diego (UCSD)	США	Cognitive Science with Design and Interaction	Data-driven UX, HCI Technical Systems, Unity	UX/UI проектування, розробка веб-сайтів, Information Visualization
University of Michigan	США	UX Concentration, Building Interactive Apps	HTML, CSS, JavaScript, Figma, Adobe XD, Sketch	UI дизайн, UX дослідження
Carnegie Mellon University	США	Front-End Engineering and UX Design	HTML, CSS, JavaScript, React.js, Adobe XD, Sketch, Figma	UI дизайн, UX дослідження
University of Toronto	Канада	UI/UX Design Specialization	HTML, CSS, JavaScript, Python, Figma, Adobe	UI дизайн, фронтенд-застосунки

Назва закладу	Країна	Спеціалізація	Програмне забезпечення/мова програмування	Деталі
			XD, Sketch	
University of Calgary	Канада	Front-End Web Development	HTML, CSS, JavaScript, jQuery, DOM	Основи веб-розробки, включаючи HTML5, CSS3, JavaScript
University of Washington	США	Front-End Development	HTML, CSS, JavaScript, Responsive Design	Створення адаптивних веб-додатків, базові та розширені концепції CSS та JavaScript
University of Melbourne	Австралія	Design	HTML, CSS, UX/UI, JavaScript, Figma, Adobe XD	Основи веб-розробки та дизайну, UX/UI для веб-додатків
University of the Arts London	Велика Британія	Web Design and Development	HTML, CSS, JavaScript, UX/UI, WordPress, Adobe XD	Основи фронтенду, UX/UI дизайн, побудова веб-сайтів
Rochester Institute of Technology	США	Web and Mobile Computing	HTML, CSS, JavaScript, React, Angular, Figma	Створення веб-додатків, проектування інтерфейсів з використанням сучасних бібліотек
Technical University of Denmark	Данія	IT and Design	HTML, CSS, JavaScript, Adobe XD, Figma	Дослідження та проектування веб-дизайну з інтеграцією сучасних веб-технологій
Harvard Extension School	США	Front End Web Development Graduate Certificate	HTML5, CSS3, JavaScript, jQuery, GitHub, Sublime Text	Створення інтерактивних сайтів, доступність, інтернаціоналізація
Cornell University (eCornell)	США	Web Design and Development Certificate	HTML, CSS, JavaScript, jQuery	Основи фронтенду та UX/UI дизайну
University of California, Irvine (UCI)	США	UX/UI Bootcamp	HTML, CSS, JavaScript	Фокус на UX/UI дизайні, адаптивний дизайн
University of Helsinki	Фінляндія	Full Stack Web Development	HTML, CSS, JavaScript, React	Сучасні інструменти веб-розробки та фреймворки

Особливу увагу приділяють розвитку інтерактивних прототипів і створенню користувацьких інтерфейсів. Наприклад, Massachusetts Institute of Technology (MIT) пропонує курси з UX-досліджень, акцентуючи на використанні React.js для створення адаптивних застосунків. Водночас Royal College of Art у Великій Британії зосереджується на дизайні інтерактивних систем, що сприяє формуванню крос-культурної обізнаності студентів.

Університети також застосовують міждисциплінарні підходи. Наприклад, University of California, San Diego пропонує курс, що поєднує когнітивну науку, UX-дизайн та технічні системи, розширюючи перспективи студентів у створенні інтерактивних продуктів. На веб-сторінці Університету Невади (University of Nevada) представлена програма бакалавра мистецтв з комп'ютерних наук, де детально описано навчальний план, доступні спеціалізації та кар'єрні перспективи для студентів. Програма бакалавра комп'ютерних наук в галузі графіки та мультимедійних технологій в Університеті Малайзії Паханг надає студентам глибокі знання в цій галузі та готує їх до кар'єри в індустрії мультимедійних технологій (Universiti Malaysia Pahang). Університет Технологій Малайзії пропонує програму бакалавра з комп'ютерних наук, яка спеціалізується на графіці та мультимедійних програмних рішеннях, поєднуючи теоретичні знання з практичними навичками для розвитку висококваліфікованих фахівців у цій сфері (Universiti Teknologi Malaysia).

В Україні ж інтеграція Front End розробки у програми підготовки дизайнерів лише набирає обертів. Вітчизняні заклади вищої освіти мають потенціал для адаптації закордонного досвіду, зокрема через впровадження курсів із Front End розробки, орієнтованих на створення етнонаціональних дизайнів.

Наприклад, українські освітні програми можуть запроваджувати курси з основ HTML, CSS, JavaScript, орієнтуючись на потреби національного ринку. Окрім цього, значний акцент може бути зроблено на UX/UI дизайні з використанням таких інструментів, як Figma та Adobe XD, що дозволяє створювати продукти, адаптовані до українського культурного контексту.

Однією з перспектив є інтеграція навчальних матеріалів, які дозволяють поєднувати сучасні технології з національними мотивами. Це може включати проекти, орієнтовані на інтеграцію української культури у цифровий дизайн, зокрема через створення веб-продуктів із елементами традиційного мистецтва.

Таким чином можна зробити висновок, що інтеграція Front End розробки у професійну підготовку дизайнерів є важливим кроком для забезпечення їх відповідності сучасним вимогам ринку праці. Досвід закордонних університетів підтверджує ефективність поєднання технічних знань із креативними навичками, що дозволяє випускникам створювати якісні, адаптивні та інноваційні цифрові продукти.

Для українських закладів освіти цей підхід відкриває нові можливості

модернізації програм підготовки дизайнерів. Застосування сучасних технологій і методів навчання, орієнтація на інтеграцію національної культурної ідентичності у дизайн, а також використання популярних інструментів, таких як Figma, React та Adobe XD, здатні суттєво покращити якість освіти. Реалізація цих ініціатив сприятиме формуванню конкурентоспроможних спеціалістів, здатних відповідати вимогам глобального ринку, зберігаючи при цьому національну автентичність у своїх роботах. Це не лише підвищить професійний рівень українських дизайнерів, але й сприятиме просуванню української культури у цифровому світі.

Літературні джерела

1. Aldalalah, O., & Ababneh, Z. (2015). Standards of multimedia graphic design in education. *Journal of Education and Practice*, 6(17), 102–110. URL: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1079860>
2. Altshuller, G. S. (1984). *Creativity as an exact science: The theory of the solution of inventive problems*. Amsterdam: Gordon and Breach.
3. Ammeraal, L. (1986). *Computer graphics for the IBM Personal Computer*. John Wiley and Sons Ltd.
4. Ammeraal, L. (1986). *Programming principles in computer graphics*. Chichester [West Sussex]; New York: Wiley.
5. Artman, H., & Arvola, M. (2008). Studio life: The construction of digital design competence. *Nordic Journal of Digital Literacy*, 3(02), 78–96. URL: https://www.idunn.no/dk/2008/02/studio_life_the_construction_ofdigitaldesign_competence
6. Assefa, M., & Sedgwick, R. (2004). The Bologna bachelor's degree: An overview. *World Education News and Review*, 17(1), 1–7. URL: <https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/GENPRESS/W040200B.pdf>
7. Bachelor of Arts in Computer Science Degree Program. . University of Nevada. URL: <https://www.unlv.edu/degree/ba-computer-science>
8. Bachelor of Computer Science (Graphics & Multimedia Technology) Degree Program. . Universiti Malaysia Pahang. URL: <https://fskkp.ump.edu.my/index.php/en/academic/undergraduate/programmes/38-bachelor-of-computer-science-graphics-multimedia-technology-with-honours>
9. Bachelor of Computer Science Degree (Graphics and Multimedia Software) Program. Universiti Teknologi Malaysia. URL: <http://engineering.utm.my/computing/bachelor-of-computer-science-graphics-and-multimedia-software/>
10. Leeman, R. W. (1985). *Design and curriculum considerations for a computer graphics program in the arts* (Thesis). Ohio State University. URL: <https://eric.ed.gov/?id=ED284530>

ЗАСТОСУВАННЯ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ В СТВОРЕННІ ТА ІЛЮСТРАЦІЇ ХУДОЖНІХ ЗБІРОК ВІРШІВ

Герцій Олександра ¹ [0009-0000-0496-2096], Кардашов Микола ² [0000-0001-6369-3842]

¹ Студентка кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна, sasha.mulyavka@gmail.com

² Викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна, kurator.design@gmail.com

Анотація. У тезах розглянуто основні підходи до застосування дизайн-мислення як інструменту для вирішення складних завдань у творчих, бізнесових та соціальних сферах. Описано принципи дизайн-мислення, його ключові етапи (емпатія, визначення проблеми, генерація ідей, прототипування, тестування) та їх вплив на створення інноваційних рішень. Особлива увага приділяється ролі емпатії та креативності в процесі, а також взаємодії між членами команди та користувачами. Досліджено приклади успішного застосування методології дизайн-мислення на практиці в різних сферах: бізнесі, освіті, та соціальних проєктах. Підкреслено, що дизайн-мислення сприяє глибшому розумінню потреб користувачів та створює передумови для інноваційного мислення. Стаття також висвітлює перспективи та виклики, пов'язані з інтеграцією дизайн-мислення в організаційні процеси, зокрема питання ефективності, масштабованості та впровадження культури експериментування в умовах швидкозмінного середовища.

Ключові слова: дизайн-мислення, емпатія, інновації, творчий процес, прототипування.

Вступ. Творчий процес створення ілюстрацій до художніх збірок є складним взаємозв'язком літератури та візуального мистецтва. Дизайнер, виступаючи як медіатор між текстом і читачем, здійснює глибоке занурення у поетичний світ, аналізуючи не лише сюжетні лінії, а й прихований підтекст, символіку та емоційний настрій твору. Це дозволяє йому виявити глибинні шари тексту і трансформувати їх у візуальні образи, які не просто ілюструють, а доповнюють і розширюють сприйняття читача.

Дизайн-мислення як методологія проектування, що орієнтована на людину та

орієнтована на рішення, стає незамінним інструментом у цій творчій співпраці. Воно дозволяє дизайнеру систематично досліджувати потреби читача, аналізувати контекст твору та генерувати інноваційні ідеї для візуального втілення поетичних образів. Застосування методів дизайн-мислення, таких як емпатія, визначення проблем, генерація ідей, прототипування та тестування, дозволяє створювати ілюстрації, які не тільки естетично привабливі, але й ефективно передають зміст та емоції тексту.

Таким чином, практичне застосування методів дизайн-мислення в ілюструванні поезії підтверджується численними дослідженнями. Зокрема, О. Поліщук підкреслює роль дизайн-мислення в трансформації навколишнього світу (Поліщук, 2005), К. Дорст акцентує увагу на його адаптивності (Dorst, 2011), а П. Мікелі та його співавтори пропонують детальний огляд концепції та напрямків подальших досліджень (Micheli et al., 2018).

Мета публікації полягає у вивченні методологічних підходів дизайн-мислення, що дозволяють дизайнерам створювати візуальні інтерпретації поетичних творів.

Ілюстрація, що включає такі елементи, як малюнок, гравюра, фотографія, репродукція, карта або схема, є візуальним компонентом, який допомагає пояснити або доповнити текст видання, посилюючи його сприйняття й додаючи емоційне забарвлення, а також може стати інтерпретацією тексту з точки зору ілюстратора (Ковальчук, 2014). У контексті художніх збірок віршів ілюстрації набувають статусу витворів мистецтва, одночасно залишаючись органічною частиною художнього оформлення книги. Вони виконують інформаційну, емоційно-психологічну та естетичну функції, сприяючи збагаченню емоційного сприйняття тексту та полегшуючи запам'ятовування прочитаного (Ковальчук, 2014; Савченко, 2021).

Сучасне дизайн-мислення створює методологічну основу, що сприяє ефективній організації візуальних компонентів, забезпечуючи їхню взаємодію і цільову ефективність (IDEO, 2021). Застосування принципів дизайн-мислення до процесу ілюстрування поетичної книги створює нові можливості для творчого самовираження та покращує здатність художника візуалізувати образи вірша та komponувати його візуальні елементи. Такий підхід не лише поглиблює сприйняття віршованих творів, але й додає емоційно збагачені та інноваційні елементи у візуальне оформлення, роблячи його цілісним і вражаючим (Adobe, 2023).

Опис літературного твору-складний процес, в якому поєднуються мистецтво, технології і сам літературний контент. Використання цифрового мистецтва, комп'ютерної графіки і спеціальних програм дозволяє художникам втілювати свої ідеї з високою точністю і деталізацією. Вручну це може бути складно або дорого коштувати (Савченко, 2021).

Основні етапи дизайнерського мислення, такі як аналіз, генерація ідей та

створення прототипів, відіграють важливу роль у створенні візуальних інтерпретацій текстів, особливо віршів. Цей метод забезпечує зосередженість на потребах користувача, допомагаючи розробляти інноваційні рішення, що є важливими в графічному дизайні та веб-дизайні для передачі змісту через візуальні елементи та структуру, яка є зручною у використанні. Використання дизайн-мислення у UI/UX-дизайні сприяє створенню продуктів, орієнтованих на вирішення проблем користувачів (Дизайн-мислення, 2021).

Науковці виявляли інтерес до дизайн-мислення як до підходу, що дозволяє структурувати процеси розробки, інтегруючи наукові методи у дизайн. Цей підхід почав формуватися ще у 1960-х, коли Бакмінстер Фуллер запровадив концепцію «синергетики» і став одним із перших, хто створив міждисциплінарні групи для роботи над дизайн-проектами (Ковальчук, 2014). Ідея міждисциплінарності стала основою для розвитку сучасного дизайн-мислення.

У 1971 році Віктор Папанек у книзі «Дизайн для реального світу» наголосив, що якісний дизайн неможливий без проведення антропологічних досліджень. Його праця стала основою для скандинавського кооперативного дизайну, зокрема вплинула на екологічно орієнтовану політику IKEA (Schön, 1995). У свою чергу, професор Оксфорду Брайан Лоусон, досліджуючи відмінності між науковцями та дизайнерами, довів, що вчені фокусуються на проблемі, тоді як дизайнери — на пошуку рішення, що є ключовим аспектом дизайн-мислення (IDEO, 2021).

Дизайн-мислення як підхід до інновацій було вперше інтегровано в бізнес-модель компанії Apple. Стів Джобс, засновник компанії, наголошував, що дизайн — це не лише зовнішні риси продукту, але і його практична функціональність. Він розглядав дизайн-мислення як основоположну методологію для створення інноваційних продуктів, що стало передумовою для трансформації персонального комп'ютера з абстрактної ідеї 1970-х у повсякденний пристрій упродовж наступних трьох десятиліть (Design Thinking, 2024).

Заснування IDEO у Каліфорнії стало ключовим етапом у становленні дизайн-мислення. Британський дизайнер Майк Ньютол, професор Девід Келлі та Білл Могрідж, відомий як творець першого ноутбука, доклали значних зусиль для популяризації цього підходу, який став рушійною силою інновацій у багатьох сферах. IDEO розробила методологію дизайн-мислення, спираючись на теоретичні концепції та аналіз реальних випадків, створюючи тим самим платформу для широкого впровадження цього підходу в практику. Відомий популяризатор дизайн-мислення для недизайнерів Тім Браун, нинішній виконавчий директор IDEO, також сприяв його розповсюдженню (IDEO, 2024).

Дизайн-мислення стало не лише інструментом для вирішення проблем, але й способом переосмислення підходу до життя та самоідентифікації, що сприяє

розробці "Я-концепції". Це клієнт-орієнтований, мультидисциплінарний метод, що спирається на спостереження, емпатію та рефлексію, дозволяючи людині розглядати світ і проблеми під новим кутом зору (Schön, 1995).

Дизайнерське мислення, орієнтоване на людину та емпатію, дозволяє дизайнерам адаптувати ідеї та концепції ілюстрацій, щоб доповнити, підсилити і навіть розширити значення тексту, створюючи загальне емоційне враження від колекції (Dorst, 2011).

Емпатія, яка є невід'ємною частиною дизайн-мислення, дозволяє дизайнеру поглибити розуміння поетичного тексту. Фреймінг, у свою чергу, допомагає перевести це розуміння у візуальний образ. Таким чином, дизайнер може створити ілюстрації, які не просто ілюструють текст, а й передають його емоційний заряд та глибину (Dorst, 2011).

Фреймінг, або формування контексту, дозволяє дизайнерам створювати осмислені рішення, концентруючись на ключових аспектах своєї роботи, тому у випадку з ілюстраціями, що становлять основу дизайн-мислення, фреймінг допомагає встановити зв'язок між текстом і візуальним чином і визначити напрямок інтерпретації. Дизайнер аналізує зміст, стиль, емоційне забарвлення та культурний контекст поезії, щоб створити цілісну та відповідну ілюстрацію. Наприклад, у романтичній поемі можна використовувати пастельні тони та природні елементи, щоб передати ніжність та меланхолію.

Дизайнер може описати подію в термінах ліричних героїв або дати узагальнене бачення твору. Це дозволяє створювати різні інтерпретації одного і того ж тексту. Визначення мети ілюстрації допомагає дизайнеру зосередитися на певних аспектах вірша. Наприклад, контрастні кольори і динамічні композиції можуть бути використані для підкреслення емоційної напруги. Візуальна метафора є потужним інструментом обрамлення, і, описуючи вірші про самотність, дизайнери можуть використовувати образ самотньої людини на безлюдному острові.

Розглянемо вірш Тараса Шевченка «Заповіт». Дизайнер повинен підібрати рамку, яка відображає: контекст - історичний період, український фольклор, національну ідентичність; перспективу - погляд поета на душу поета, який мріє про національну свободу; мету - передати тугу, надію і боротьбу, виражені у вірші; візуальну метафору - могилу на горі як символ пам'яті, річку Дніпро як символ України, Вибір кадрів відображає взаємодію з текстом - ілюстрація уривків з поеми, таких як зображення могил та весняних квітів.

Як демонструє вірш Шевченка, встановлення контексту, визначення мети та використання обрамлення для вибору візуальної метафори - це лише перші кроки в процесі створення ілюстрації. Згодом, застосовуючи принципи дизайн-мислення, дизайнери можуть глибше зрозуміти текст, згенерувати низку ідей та створити прототипи, що відповідають поставленому завданню. Таким чином, фреймінг стає відправною точкою для подальшої творчої роботи.

Процеси емпатії, генерування ідей, створення прототипів і тестування, які є ключовими етапами дизайн-мислення, сприяють глибшому розумінню поетичних текстів та їх візуальній інтерпретації (IDEO, 2021). Емпатія, зокрема, дозволяє ілюстратору зрозуміти внутрішній світ персонажа й автора та посилює емоційний зв'язок з текстом. На етапі генерації ідеї створюються різноманітні образи, які дозволяють поетові візуалізувати тему та настрій вірша. Наприклад, у вірші про пошук ідентичності на етапі генерації ідеї можуть з'явитися різні версії символічних образів, таких як дороги та компаси. Прототипи ілюстрацій можуть бути створені та протестовані, щоб перевірити, наскільки точно вони відповідають авторському задуму, і можуть бути доопрацьовані для покращення візуального сприйняття тексту.

За словами К. Дорста, дизайн-мислення характеризується адаптивністю до складних завдань (Dorst, 2011). Ця гнучкість дозволяє створювати унікальні ілюстрації до окремих творів, зберігаючи при цьому цілісність концепції видання. Наприклад, ілюстрації до поетичних збірок можуть варіюватися від експресивних зображень до мінімалістичних, залежно від стилю кожного тексту. О. Поліщук та інші дослідники наголошують на емоційній складовій дизайн-мислення, яка набуває особливого значення при роботі з літературою (Поліщук, 2005; Ковальчук, 2014). Емоційний підхід дозволяє дизайнерам передати настрій вірша, створюючи ілюстрації, які не лише доповнюють його зміст, а й посилюють емоційний вплив, наприклад, використовуючи приглушені кольори для передачі відчуття меланхолії.

Завдяки сучасним технологіям дизайнери можуть поєднувати традиційні та цифрові методи, щоб глибше розкрити тему (Савченко, 2021). Наприклад, змішана графіка поєднує ручну роботу та цифрові ефекти для створення складних зображень, які передають суть вірша, але відповідають сучасним мистецьким тенденціям.

Таким чином, застосування дизайн-мислення до створення ілюстрацій до поетичних збірок значно розширює можливості художника передати зміст та емоцію твору. Згідно з низкою досліджень, фреймінг є основним методологічним інструментом, що дозволяє дизайнерам встановити чіткий зв'язок між текстом і візуальними образами. Основні етапи дизайн-мислення - емпатія, ідея, прототипування та тестування - сприяють ефективній організації творчого процесу та роблять ілюстрацію глибоко змістовною, емоційно насиченою та естетично досконалою. Інтеграція традиційних і цифрових технологій забезпечує сучасний підхід до графічного дизайну літературних видань, поєднуючи інновації з художнім баченням. У такий спосіб дизайн-мислення не лише посилює взаємодію між літературою та візуальним мистецтвом, а й надає дизайнерам методологічні інструменти для створення ілюстрацій, що відповідають потребам сучасного читача, заохочуючи до глибшого розуміння та запам'ятовування поетичних образів.

Літературні джерела

1. Дизайн-мислення. Практичний путівник з реальними прикладами. URL : <https://galaktica.io/blog/shcho-take-dyzayn-myslennya>
2. Ковальчук, Т. І. (2014). Ілюстрація. URL : <https://ube.nlu.org.ua/article/Ілюстрація>
3. Ознайомчий посібник з дизайн-мислення. URL : <https://www.adobe.com/ua/creativecloud/design/discover/design-thinking.html>
4. Савченко, Т. (2021). Роль ілюстрації в сприйнятті поезії: сучасні підходи. *Літературознавчі праці*, 110-115.
5. Brown, B. (2012). *Daring Greatly: How the Courage to Be Vulnerable Transforms the Way We Live, Love, Parent, and Lead*. New York: Gothen Books.
6. IDEO (global design company). URL : <https://www.ideo.com/eu/>
7. Schön, D. (1995). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. Basic Books.
8. Поліщук, О. П. (2005). Дизайн-мислення: художньо-проектний елемент у творчості і культурі. *Гуманітарний часопис. Збірник наукових праць*, (3), 103-109. URL : <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/8723>
9. Dorst, K. (2011). The core of 'design thinking' and its application. *Design Studies*, 32(6), 521-532. DOI : 10.1016/j.destud.2011.07.006

ПАРАЛЕЛЬ МІЖ ТРАДИЦІЙНИМ ЖИВОПИСОМ ТА ЦИФРОВОЮ ІЛЮСТРАЦІЄЮ

Гетьман Оксана ¹ [0000-0002-5758-9683], Недбайло Єлизавета

¹ старший викладач кафедри дизайну ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка», (м. Полтава, Україна) oksana.gethman@gmail.com

² здобувачка освіти 2 курсу кафедри дизайну
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
(м. Полтава, Україна) email: Lizanedbajlo6@gmail.com

Анотація. Робота присвячена взаємозв'язку традиційного живопису та цифрової ілюстрації у процесі творчого розвитку. Традиційний живопис, що базується на тактильному досвіді, дозволяє глибше відчувати матеріал і природу кольору, тоді як цифрова ілюстрація, відкриває широкі можливості для експериментів, поєднуючи різноманітні техніки, текстури та кольорові рішення в одній роботі. У роботі досліджується, як кожен із цих видів мистецтва сприяє розкриттю творчого потенціалу, формуванню індивідуальності та розширенню горизонтів для самовираження.

Ключові слова: Традиційний живопис, цифрова ілюстрація, творчий потенціал, індивідуальність, самовираження, мистецтво, експерименти, техніки, текстури, кольори, тактильний досвід.

Традиційний живопис є одним із найстаріших видів мистецтва, що базується на фізичній і тактильній роботі з широким різноманіттям матеріалів, таких як полотно, фарби та пензлі. Він має глибокі історичні корені і зберігає зв'язок із класичними художніми техніками. У свою чергу, цифрова ілюстрація – це сучасний винахід, який відкриває нові можливості для творчості, дозволяючи художникам створювати роботи без значних витрат на матеріали. Все що потрібно мати – це комп'ютер, графічний планшет і спеціалізовані програми. Мета цієї роботи – дослідити, як ці два різновиди мистецтва розрізняються між собою, а також як вони взаємодоповнюють одне одного, сприяючи розвитку творчого потенціалу художника.

Живопис – вид образотворчого мистецтва, що базується на передачі художнього образу на двовимірній площині за допомогою кольору, світлотіні, ліній та текстур. Він дає можливість відтворити реальність або уяву, передаючи

емоції, ідеї, чи концепцію художника. У процесі роботи використовуються закони перспективи, композиції, гармонію кольору, які забезпечують виразність та етику твору (Освіта UA).

Живопис є інструментом для відображення суб'єктивного бачення реальності через творчість. Воно дозволяє художнику передавати не тільки загальну картину світу, а й емоції, думки та почуття після побаченого. Андре Моруа підкреслював: «Мистецтво – це суб'єктивне відображення реальності художником, виконане в індивідуальному стилі» (Сайт Мусатової Світлани Олександрівни).

Живопис поділяють на декілька видів, кожен з них має свої особливості та техніки. Перший вид який можемо зазначити – це монументальний живопис, він створюється у зв'язку з архітектурними спорудами. Характеризується великими масштабами та простором. Прикладом цього виду живопису являються фрески Сікстинської капели (Мікеланджело). Другий вид являється – станковим, станковий живопис виконується на полотнах, папері або дошках. Відрізняється самостійністю, незалежно від архітектурного контексту, прикладами є портрети, пейзажі та натюрморти. Третій вид – декоративний, призначений для прикрашення інтер'єрів або екстер'єрів. Включає в себе елементи орнаменту, тематичні малюнки або стилізовані композиції.

Ключовою складовою живопису являється художній образ. Художній образ – це не просто зображення об'єкта чи явища, а й емоційно-естетичне осмислення. Це означає, що живопис не обмежується однією технічною передачею реальності, а й інтегрує внутрішній світ митця, його індивідуальний стиль бачення (Скляренко, 2009).

Цифрова ілюстрація стає важливою складовою сучасного життя, яка розвивається на швидкому та захоплюючому етапі. Вона передбачає створенню візуальних зображень за допомогою комп'ютерної техніки та спеціалізованого програмного забезпечення. Однією з основних переваг в роботі з цифровою ілюстрацією – це легке редагування роботи, експерименти з техніками, та мінімальні затрати на закупівлю матеріалу (папір, полотно, фарби, пензлі) (Петреній & Калиновська, 2023, с. 46).

Основними інструментами цифрової ілюстрації є комп'ютер, планшет, або графічний планшет. Серед популярних програм для роботи особливу увагу привертають Adobe Photoshop і Adobe Illustrator, які забезпечують професійні можливості для художників, а також Procreate, який став улюбленим інструментом завдяки простоті й багатофункціональності. Цифрова ілюстрація має широкий спектр застосування. У ігровій індустрії вона використовується для створення концепт-арту, персонажів та середовищ. У кінематографії — для розробки спецефектів і анімації. У рекламі цифрові художники створюють маркетингові матеріали, що привертають увагу. Крім того, цифрова ілюстрація відіграє важливу роль у науці та освіті, допомагаючи візуалізувати складні ідеї та процеси.

Виділимо спільні та відмінні риси між цими двома видами мистецтва, вони мають спільну мету, яка закладається в створенні художнього образу. Можемо виділити те, що використовують базові принципи композиції, перспективи, кольору та світлотіні. Обидва підходи дозволяють митцю виразити свій унікальний стиль та емоції в своїх роботах, вони впливають на глядача психологічно, стимулюючи уяву, викликаючи емоції. Різняться ці види мистецтва матеріалами, у традиційному живописі це фізичні матеріали, тоді як у цифровій ілюстрації – технічне обладнання. Також відмінностями між ними являється техніка виконання. Традиційний живопис потребує безпосереднього контакту з матеріалами, в той час коли цифрова ілюстрація передбачає роботу через техніку. У цифровій ілюстрації редагування роботи проходить в рази легше, через те, що є можливість роботи з шарами надає більший контроль над зображенням. В той час коли традиційний живопис обмежений матеріалом та середовищем, цифрова ілюстрація дає безмежні можливості для експериментів з текстурями та ефектами.

Можемо зазначити, що традиційний живопис та цифрова ілюстрація доповнюють один одного. Цифрові художники перед початком своєї роботи в сучасних технологіях використовують саме традиційний живопис, роблячи ескізи на папері, які в майбутньому переносяться та обробляються у програмах. Художники експериментують з поєднанням технік традиційного живопису та цифрової ілюстрації, створюючи гібридні роботи. Традиційний живопис і цифрова ілюстрація, маючи різні технічні підходи, спільно сприяють творчому розвитку. Традиційний живопис розвиває тактильне відчуття матеріалу й дає глибоке розуміння кольору, тоді як цифрова ілюстрація забезпечує легкість експериментів і широкий вибір інструментів. Їхня взаємодія дозволяє митцям створювати унікальні роботи, що поєднують багатовіковий досвід із сучасними технологіями, відкриваючи нові горизонти для самовираження.

Літературні джерела

1. Загальна характеристика видів мистецтва. Живопис. *Освіта UA*. URL : <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/10555/> (дата звернення: 10.11.2024).
2. Петреній, О. М., & Калиновська, І. М. (2023). Художні особливості цифрового живопису: матеріали кваліфікаційної роботи. Івано-Франківськ. С. 46–51. URL : <https://odpmr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/16/2024/02/petrenij-o.-khudozhni-osoblyvosti-tsyfrovoho-zhyvopysu.pdf>.
3. Сайт Мусатової Світлани Олександрівни. Вислови про мистецтво. URL: <https://lanatvortheastvo.jimdofree.com/вислови-про-мистецтво/> (дата звернення: 5.11.2024).
4. Складенко, Г. Я. (2009). Живопис. *Енциклопедія Сучасної України* / Ред. І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України. URL : <https://esu.com.ua/article-19107>

INVESTIGATING VISUAL ART TEACHERS' EXPERIENCE IN USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY IN THE CLASSROOM

Demirbilek Muhammet ¹ [0000-0001-7448-9206]

¹ Professor, Suleyman Demirel University, International Advisory Board Member British Journal of Educational Technology, Member of Higher Education Video Game Alliance, Turkey, mdbilek@gmail.com

Abstract. The rapidly developing technology has made our lives easier and has also led to many changes. One of the areas most affected by technological developments is education. In this context, visual arts education has also received its share from technology. Technology is a great aid and material support for teachers. However, some problems arise due to the deficiencies of teachers in technology education and the lack of necessary support in schools. The aim of this study is to investigate the experiences of visual arts teachers in using information transmission technologies. 10 visual arts teachers participated in the study and answered semi-structured interview questions. They gave Answers contents have been subjected to analysis. Visual arts their teacher's majority in your classes technology they use emerge has put. Also, visual arts in your lesson Teachers digital contents lack of technical to problems emphasis they have done.

Keywords: Visual arts, technology, ICT, technology integration, art education, problems.

Introduction. The purpose of art education is to develop aesthetic perception and judgment, to elevate and liberate the human spirit, to meet the spiritual needs of individuals, and to create a cultured, democratic, contemporary, and sensitive society. It is known that individuals or communities that have received a qualified art education experience fewer spiritual problems and are more sensitive to what is happening around them.

Visual arts education has an important place among art education. All the functions and purposes of art are also valid for visual arts. It is very important to provide visual arts education to individuals from a young age. Visual art awareness acquired at a

young age is essential for raising individuals who are highly imaginative and visually perceptive, questioning, investigative, and solution-oriented.

It can be said that children think more creatively than adults. If this creative ability that a child has is not used and developed, his creativity will decrease in his later life or it will not be productive enough. It is possible to develop and strengthen this potential with various art activities. These activities teach the child to be constructive and to express new and unique ideas that come to his mind” (Johnson, 1965) (cit. Çapar, 2006). Although art education is not emphasized much in schools in our country, it has great importance in terms of child development.

The place of technology in our rapidly developing and changing world is undeniable. One of the institutions most affected by this change and development is undoubtedly the education sector, which provides manpower to various fields. The continuity of changes has ensured that our knowledge and skills are inadequate day by day, and therefore the need for technology has increased. If the knowledge and skills acquired in schools are supported by technology, it becomes possible to reach the level of knowledge of our age. For this reason, technological integration is necessary and even mandatory in every field of education. As in all fields, technology should quickly take its place in art education. In the age of technology, it can meet all the concepts required for visual, auditory, mental and conceptual and motor development.

According to the results of the research conducted by Philips at the University of Texas in the United States, people remember 10% of what they read, 20% of what they hear, 30% of what they see, 50% of what they both see and hear, 80% of what they see, hear and say, and 90% of what they see, hear, touch and say (Kinder, 1973, p. 39). Based on these data, it is possible to understand the importance and necessity of technology in education. In other words, with the help of technology, it is possible to include all auditory, sensory, visual and tactile supports in the lesson.

As in every field of education, it is necessary to comply with the requirements of the age in visual arts education and to train educators in this field. A good art education is possible with qualified educators who constantly improve themselves. This is possible by knowing contemporary technologies, knowing how to use these technologies in the education system, using them and developing them (Teker, 1990). In other words, all teachers should first have information literacy skills. Paul G. Zurkowski defined information literacy as follows: “Information literate individuals are those who know how to use information sources and have the ability to use various information tools as well as primary sources.” According to Bundy (2004), information literacy can be seen as a subset of independent learning and independent learning as a subset of lifelong learning.

Visual Arts Education and Technology. Art comes from the Greek word “techne” and the Roman word “ars”. These concepts explain the ability of people to make and perform (Shinner, 2004, p. 49). Visual arts are all the arts that appeal to our

eyes and are aesthetically pleasing (painting, sculpture, graphics, photography, printing, etc.). This term was first used in French as *beaux arts*, was used to describe the visual arts such as painting, sculpture, printmaking. Today, it more often means traditional visual arts associated with classical or academic art.

In terms of access to information, art education could use technology more than expected in order to increase efficiency with the methods used and to be used. Art produces information, information produces technology, and technology ensures the maturation of the information produced and the dissemination of information. In the field of fine arts, “information” is the theorization of art (Black, & Browning, 2011).

The use of technology in art education is extremely effective in terms of the content and objectives of the course. If the content that students find difficult is prepared in a way that appeals to many of their senses, learning will become easier, and its permanence will increase. According to Güngördü (2003) and Tan (2009), the use of teaching materials in learning environments puts the student at the center, provides richer learning opportunities, makes art education fun, and creates opportunities to develop artistic sensitivity and ensure art production.

An art education that is suitable for the purpose at every stage of education is possible with qualified art educators (Buyurgan, & Buyurgan, 2012:6). Therefore, a good “visual arts teacher; should be able to use the tools and methods of contemporary art education skillfully in teaching processes; should have enough general culture to understand the relationships between visual arts fields and other fields; should know the relationship between program development and instructional technology well, should be able to use it in visual arts classes, should ensure the preparation of the necessary working environment and should include audio-visual tools in their classes” (Mamur Yılmaz, 2014, p. 10). However, students who can access information, use the information they have accessed, produce information, share the information they produce with others, communicate and adapt to changing environments can be raised with teachers who understand the importance of technology and can use technology effectively (Mamur, Yılmaz, & Bilici, 2016).

In the traditional method, everything is largely shaped according to the visual arts teacher. The teacher is the one who teaches the lesson, and the student is the passive listener who is bound by strict timetables and feels the pressure of punishment, criticism and authority. However, communication is one-way. Group teaching is essential, and students' individual differences, talents, interests, speed of understanding, etc. are not sufficiently considered. In such an application, the student suffers the most. (Lim, & Tay, 2003) In a technology-supported visual arts lesson, the teacher is not a tool for transferring information, but a guide and guide for the student's learning. According to Güngördü (2003) and Tan (2009), the use of educational technologies in learning environments puts the student at the center, offers richer learning opportunities, makes art education fun, and creates opportunities to develop artistic sensitivity and ensure art production.

The purpose of this study is to investigate the experiences of visual arts teachers in using information transmission technologies. In this context, the following questions were answered.

- What is the experience of teachers in using instructional technologies in the Visual Arts Education course?
- What are the problems they experience and how are these problems solved?
- What are the problems experienced by visual design teachers during and after the integration of technology into the Visual Arts Education course?

Method. In this study, a case study (case study) from qualitative research methods was used. Within the scope of the study, interviews were conducted with ten volunteer visual arts teachers working in state and private schools. The research data were obtained as a result of face-to-face interviews. A semi-structured interview form was prepared as a data collection tool. In the preparation of the interview forms used in the study, the information obtained by scanning the literature data, data collection tools used in research conducted on this subject, studies conducted, and expert opinions were taken into consideration. A voice recorder was used in the interviews. Six questions were asked to the teachers in the interviews.

Participants. The research was conducted with ten randomly selected Visual Arts teachers from across Turkey. The research was based on volunteering and the identities of the participants were kept confidential. The participants varied in terms of socio -economic level, geographical region and gender.

Table 1 : Personal characteristics of the participants

Feature	Level	Frequency
Gender	Woman	5
	Male	5
Seniority	0-10 years	5
	11-20	2
	20 and above	3
Age	Between 20-30	5
	30 and above	5
The level of school they attend	High school	4
	Middle school	5
	Primary school	1

Data Collection Tool. The data in the study were obtained by interview technique, which is one of the most frequently used data collection methods in qualitative research. Interview is a very powerful method used to reveal people's perspectives, subjective experiences, feelings, values and perceptions (Yıldırım and Şimşek, 2008).

The following questions were asked during the interview:

1. Do you use technology in Visual Arts class?
2. What kind of technologies do you use?

3. How often do you use technology in your classroom?
4. What are the reasons that prompt you to use technology in your class?
5. What kind of problems do you encounter when using technology in visual arts class?
6. Have you received any training/seminar/course etc. regarding the use of technology ? What do you think about the training you received?

Analysis of Data. The data collected were analyzed using descriptive and content analysis. In content analysis, concepts and relationships were reached to explain the collected data. According to Yıldırım and Şimşek (2008), data are analyzed in four stages in content analysis. These are coding the data, finding the themes, organizing the codes and themes, defining and interpreting the findings. In descriptive analysis, the obtained findings were organized and interpreted and presented to the reader in a meaningful integrity.

Findings. The findings of the research conducted to reveal the views of Visual Arts Teachers on the extent to which they use technology in their classes and the problems they experience are given below.

The responses given to the question "Do you use technology in Visual Arts class?" are shown in the table below.

Table 2: Visual Arts Teachers' Use/Non-Use of Technology in Their Classes

Category	Components Frequencies	
Yes	I use it	9
No	I don't use	1

As seen in the table, the rate of teachers using technology in their lessons is quite high (90%). Technology is the best supporting and complementary tool for the lesson.

The responses to the question "What kind of technologies do you use?" posed to the participants are shown in the table below.

Table 3: Technologies Used by Visual Arts Teachers in Their Classes.

Tools	Frequencies
Smart Board	7
Projection	5
Computer	8
Tablet	2
Smartphone	5
Printer	2
Browser	2

As seen in the table, Visual Arts Teachers use smart boards at 70%, projectors at

50%, computers at 80%, tablets at 20%, smartphones at 50%, printers at 20% and scanners at 20%.

The responses given to the question "How often do you use technology in your lessons?" are shown in the table below.

Table 4: *Frequency of Technology Use by Visual Arts Teachers in Their Classes.*

Tools	Frequencies
Very Often	5
Occasionally	3
Very little	1
Never	1

Based on the data in the table, it can be said that Visual Arts Teachers frequently use technology. The ST coded teacher's opinion on the frequency of technology use in the Visual Arts course is as follows: "I use it in almost every course. In applied courses, art history courses and all courses. I also use social media in terms of communication with children."

The view of the teacher with code AD is as follows: "I turn on the smart board from the moment I enter my class. Since I cannot convey the art lesson without visuals, I always teach with the smart board. When children do not see the visual of the subject I am explaining, they cannot visualize it in their imagination, and it remains abstract. I can say that I teach my lesson completely with technology. Although older children shape what I explain to some extent, we need to show it concretely to younger children since they do not have these schemas."

The question directed to the participants was "The answers to the question "What are the reasons that prompt you to use technology in your lesson?" are shown in the table below.

Table 5: *Reasons for Visual Arts Teachers to Use Technology in Their Classes.*

Components	Frequencies
Resource Shortage	4
Making the Lesson Concrete	5
Using Time Efficiently	6
Adapting to the Age	3

The MD coded teacher's opinion about the reasons that prompt him to use technology in class is as follows: "Reasons such as saving time, providing the opportunity to access information quickly and easily, emphasizing visuality, and keeping up with the innovations required by our age motivate me to use technology."

The view of the teacher coded AD regarding the reasons that prompt him to use technology in class is as follows: "Children do not have sufficient resources, they do not have the habit of carrying books with them, I need technology to concretize the subjects and to use time efficiently and effectively."

N.C. The coded teacher's opinion about the reasons that prompted him to use

technology in class is as follows: "I prefer using technology because it provides visual examples, saves time in terms of quickly accessing the outcomes and information, offers practicality due to the limited lesson hours, and allows us to access visual presentations in the demonstration-based activities of our class."

As seen in the table, teachers who need additional resources and concrete materials in the lesson also prefer to use technology in order to save time due to limited lesson hours. In addition, they have found it appropriate to use up-to-date resources in order to reach the level of contemporary knowledge required by the age and not to fall behind the age.

The responses to the question "What kind of problems do you encounter when using technology in visual arts classes?" are shown in the table below.

Table 6: Problems Encountered by Visual Arts Teachers While Using Technology in Their Classes.

Components	Frequencies
Technical Issues	5
Don't Take the Easy Way	1
MEB's Limited Internet Access	4
Lack of Information (Education)	4
Hardware Inadequacy	5

ST The coded teacher's view on the problems encountered while using technology in the lesson is as follows: "Students can be ready-made, they can take the easy way out, they expect everything from the teacher. Instead of doing something new, they encourage what has been done, if we do not save the projects we have made, they can be lost when there is a power outage, the computer can crash. Since the internet used in the Ministry of National Education accesses limited sites, we cannot access sufficient resources related to the lesson, the computer remains only a device for us. It is difficult to create a concrete archive just because it is recorded in memory, permanence and sincerity decrease."

MT The coded teacher's opinion about the problems encountered while using technology in the lesson is as follows: "Hardware problems, lack of knowledge. (Some teachers even have difficulty accessing EBA).

"There is not enough training. In-service training activities are insufficient. Serious in-service training should be provided for graphic programs and Office programs."

HUNGRY. The coded teacher's view on the problems encountered when using technology in class is as follows: "There are millions of sites for Visual Arts, the Ministry of National Education also has its own site, but I cannot find sufficient documents there. When I want to use different sources on the internet, I encounter restrictions from the Ministry of National Education. I receive a warning that access to this site is blocked."

As can be seen from the data in the table, in addition to the technical problems experienced by teachers, hardware inadequacy, lack of information and most importantly internet limitations are problems that teachers face. Since the Visual Arts course is a course that requires multiple stimulants and creativity, these problems

limit the work area of teachers and students.

The responses to the question "Have you received any training/seminar/course etc. regarding the use of technology? What do you think about the training you received?" are shown in the table below.

Table 7: Problems Encountered by Visual Arts Teachers While Using Technology in Their Classes.

Components	Frequencies
I bought it, I think it is useful	3
I Bought It, I Don't Think It's Useful	5
I didn't get it	2

MD The coded teacher's opinion about the problems encountered while using technology in the classroom is as follows: "Yes, I took these courses, but I do not find these courses sufficient. The education given on these types of courses is very superficial and does not provide much opportunity for the individual to improve himself. For this reason, I believe that the individual should improve himself by taking on certain activities."

Ş.S. The coded teacher's opinion about the problems encountered while using technology in the lesson is as follows: "I took it. It was a course I took at the university; we learned very good programs, but it was not very productive due to limited time. Other than that, I was satisfied."

AD regarding the problems encountered while using technology in the classroom is as follows: "We received various trainings and seminars on the use of technology, but they were not very productive. I learned some things through my own efforts. We need more of this type of training, but no work is being done on this issue."

When we look at the table above and examine the teachers' opinions, we see that the training given on technology is insufficient and some teachers have no knowledge on this subject. It is an undeniable fact that teachers must be trained first for quality and efficient education. Technology literacy, one of the greatest requirements of our age, is a necessity for all teachers.

Discussion and Conclusion. In light of the findings obtained from one-on-one interviews with Visual Arts Teachers, the following conclusions were reached:

In the century we live in, it is a necessity to benefit from technological developments in the field of art education as in every field. The first condition of this necessity is to review the education of the teachers who are planned to provide education. We need to take into consideration the abilities of the students in teacher education. A teacher who has not come face to face with technology before cannot be expected to use technology integration in his/her lesson. In the in-service trainings given in our country, technology education should be processed separately and in detail for each lesson. The graphic programs and supporting programs required for the Visual Arts lesson should be taught to teachers in a way that will meet the needs. In addition to the professional equipment of teachers, the development of their characteristics that will keep up with the age and support the development of children

should be targeted. In addition to teacher education, hardware needs should be determined and monitored, and support and auxiliary technologies should be provided to every school in every province. In addition, it has been determined that since resource books are not sufficient in education and do not meet the needs, teachers and students can access limited materials from wide research areas such as the internet, and that the restriction narrows down the learning areas. It can be suggested that the Ministry of National Education produce and present new content and different materials in addition to the Fatih project on this subject.

As a result, this research has shown that according to the opinions of Visual Arts teachers, the use of technology in the course is necessary but insufficient. This insufficiency is due to lack of education, insufficient hardware and limitations. More effort should be made to find solutions to these problems and separate technology education programs should be prepared for visual arts courses and each course.

References

1. Bauer, J., & Kenton, J. (2005). Toward Technology integration in the Schools Why It Isn't Happening. *Journal of Technology and Teacher Education*, 13, 4.
2. Bundy, A. (2004). Australian and New Zealand Information Literacy Framework. (second edition). Australia: Library Publication.
3. Buyurgan, S. ve Buyurgan, U. (2007). Sanat Eğitimi ve Öğretimi, Ankara: Pegem A Yayıncılık.
4. Capar, M. (2006). Temel eğitimde 9-12 yaş çocuklarda uc boyutlu çalışmaların yaratıcılık eğitimine etkisi. (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
5. Güngördü, E. (2003, Kış). Öğretimde görsellik ve görsel araçlarda bulunması gereken özellikler. *Milli Eğitim Dergisi*, 157.
7. Kinder, J. S. (1973). Using instructional media. New York: Litton Educational Pub. Inc.
8. Lim, C. P. & Tay, Y. (2003). Information and communication technologies (ICT) in an elementary school: Students' engagement in higher-order thinking. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 12 (4), pp. 425–451.
9. Mamur Yılmaz, E. (2014). Görsel sanatlar öğretmen adaylarının ilköğretim okulları öğrencilerine sanatsal düzenleme ilkelerinin öğretimine yönelik öğretim materyali tasarım süreçleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara
10. Mamur Yılmaz, E & Bilici, S. (2016). Görsel Sanatlar Dersinde Öğretim Teknolojileri ve Materyali Kullanım Durumları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 17(1), p. 343-362
11. Tan, Z. (2009). İlköğretim birinci kademe görsel sanatlar eğitimi müze bilinci öğrenme alanında materyal kullanımının etkisi ve uygulanması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
13. Teker N. (1990). Video Merkezli Bireysel Öğrenme Yöntemi, Ankara
14. Shinner, L. (2004). Sanatın İcadı. Sanat ve Kuram Dizisi (Çev: İsmail Türkmen). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
15. Yıldırım, A., & Simsek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara Seckin Yayınları.

ВИКОРИСТАННЯ АРХЕТИПІВ У ДИЗАЙНІ БРЕНДІВ

Дороніна Олександра ¹, Чемерис Ганна ^{2, 3, 4} [0000-0003-3417-9910]

¹ студентка магістратури, кафедри дизайну, Запорізький Національний
Університет, Україна, alexdoron1naa@gmail.com

² PhD, доц., завідувач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,
Україна, Anyta.Chemeris@gmail.com

³ associate researcher, CEFRES (French Research Center in Humanities and Social
Sciences), the Czech Republic

⁴ visiting researcher, Indiana University, USA

Анотація. У статті розглянуто використання архетипів у брендингу, їх роль у формування взаємозв'язку між споживачами (цільовою аудиторією) та місією бренду. Показано як 12 архетипів (за визначенням К. Юнга) викликають відчуття знайомого у користувачів. Приклади включають в себе архетип Героя, Невинного, Мудреця, Коханця, Бунтара та Творця, та на їх площині пояснено, яким чином вони впливають на зміст бренду.

Ключові слова: архетип, бренд, цільова аудиторія, Невинний, Бунтар, Мудрець, Коханець, Герой, Творець, дизайн, ідентичність бренду, Карл Юнг.

Для ефективної взаємодії бренду з аудиторією, формування міцного зв'язку з користувачем та сформувати ідентичність бренду або продукту використовується такий засіб як створення архетипу. Архетип звертається до образу, який відображається у психіці користувача та пробуджує відчуття чогось знайомого. По своїй суті це концепція, яка містить у собі ідеї, що кожен бренд може представляти собою певний узагальнений образ (архетип), який знаходить відгук у цільової аудиторії.

Швейцарський психолог Карл Густав Юнг виокремив 12 архетипів, які поділяються на 4 групи, в кожній з яких 3 рівня архетипу (Юнг, 2012). Серед найбільш поширених архетипів можна виділити Героя, Інноватора, Лучника, Експерта, Жартівника, та інші.

Архетип Героя у брендингу відображає цінність перемог над будь-якими викликами, прагнення до справедливості та бажання більшого. Архетип Героя надихає своїх користувачів на великі досягнення, бажання стати частиною

чогось більшого. Основною метою є викликати бажання досягати великих звершень та закликати інших до досягнень подолати труднощі та проблеми. Основною рисою є схвалення справедливості, героїчності та чесних вчинків. Архетип Героя використовується у бренді Nike, який відображає жагу до перевершень своїх власних можливостей у користувача (Carol S. Pearson, 1991). Або український бренд Сміливості Be Brave Like Ukraine, який націлений на асоціювання бренду з сильною незалежною Україною, яка бореться за власну свободу, протистоїть своєму ворогу, “другій армії світу”.

Архетип Невинного відображає ідеї чистоти та безпеки, транслює позитивні емоції та невинність, акцентує увагу аудиторії на надійності продукту чи послуг. Архетип Невинного ефективно використовується для споживачів, які цінують чистоту, простоту та безпеку в послугах та продуктах. Наприклад, бренд краси Dove, який вказує на природну красу та екологічні складові, які дбайливі до шкіри, або дитячий бренд Disney, який став світовим лідером у сегменті розваг для дітей та дорослих, базується на ідеях дитячої невинності та чистоти (Carol S. Pearson, 1991).

Архетип Шукача має на меті жити кращим та більш наповненим життям, прагнути до досліджень та розширення меж, різноманітних пригод, та власних відкриттів. Використання цього архетипу в брендингу сприяє побудові динамічному іміджу та великих можливостей для досліджень та вивчень нового. Яскравим представником брендів, які використовують архетип Шукача є бренд екшн-камер GoPro, який за використання цього архетипу може впливати на аудиторію, яка шукає захопливі пригоди та хоче їх зберегти у пам’яті апарату, або автомобільний бренд Jeep, який асоціюється у споживачів зі свободою, покоренням нових територій та пригодами (Скуба, 2009).

Архетип Мудреця підходить для брендів, які шукають істину, досконало володіють предметом та використовують інтелект для розуміння світу. Окрім цього такі бренди створюють враження експертності та надійності, розуміють потреби аудиторії та пропонують раціональні рішення. А зосереджуються на стабільному розвитку. Прикладами брендів, які використовують архетип Мудреця, може виступати газета The New York Times, яка завжди ставить перед собою завдання надавати споживачам глибоко проаналізовану та правдиву інформацію. А також автомобільний бренд Mercedes Benz, прагнучий до високих стандартів у розділі безпеки та технологічних інновацій. Або Google, що є основою для пошуку правдивої та точної інформації для кожного (Бойко, 2022).

Бунтар це відмова від культурної поведінки, шокуючі вчинки та революції. Архетип Бунтаря зруйнує все, що не працює. У собі він несе інновації, свободу та відмову від традиційних цінностей. Такий дизайн ніби кидає виклик вже усталеним нормам сприйняття аудиторією. Використовуються незвичайні кольори та форми, які не вписуються у звичайне поняття дизайну.

Яскравим прикладом архетипу бунтаря можна вважати бренд Dr. Martens, який виражає дух протесту в своїй маркетинговій кампанії, використовуючи субкультури у своєму образі (Коцюра, Данілова, 2021).

Для жіночої цільової аудиторії особливим архетипом бренду є архетип Коханця. У собі він несе шлях до блаженства, чуттєві та заспокійливі настрої, асоціюється з романтикою, глибиною взаємозв'язків та пристрасстю. У такому дизайні використовуються розкішні та витончені елементи, м'які форми та теплі кольори. Прикладом використання архетипу Коханця у дизайні виступають такі бренди Chanel та Dior, які акцентують увагу у дизайні на романтичних та розкішних елементах (Бойко, 2022).

Ще одним з основних архетипів, які використовуються брендами у створенні своїх маркетингових планів та дизайну, у створенні свого образу серед цільової аудиторії це архетип Творця. У собі він несе ідеї створення чогось нового, винаходів, нового бачення певних форм та структур. Особливість архетипу творця може виражатись у нових незвичних матеріалах, самовираженні дизайнера, експериментах з кольором, формою та текстурами. Брендами Творцями представлені Adobe, Pinterest та Lego (Ларіна, 2023).

Отже, архетипи дуже широко використовуються у створенні маркетингової концепції майже кожного бренду. Для бренду важливо розуміти, яким чином архетип, який використано у дизайні буде комунікувати з цільовою аудиторією. Задача ж дизайнера розуміти, як можна використати архетип бренду для більш тісної взаємодії зі споживачем, які використати знайомі елементи та особливості. При чіткому розумінні кожного архетипу дизайнер може створювати проекти, які будуть працювати на користь бренду.

Літературні джерела

1. Юнг, К.Г. (2012). Архетипи і колективне несвідоме. Львів, Астролябія.
2. Carol S. Pearson. (1991). *Awakening the Heroes Within: Twelve Archetypes to Help Us Find Ourselves and Transform Our World*. HarperOne.
3. Скуба, В. (2009). Використання теорії архетипів для створення успішного рекламного повідомлення. *Наукові записки. Серія "Культура та соціальні комунікації"*, 183-191.
4. Бойко, І. А. (2022). Використання архетипів у формуванні ідентичності бренду. *Економіка підприємства: сучасні проблеми та теорії*, 13.
5. Коцюра, І. К., Данілова, Л. Л. (2021). Архетипи сучасного брендингу. *Бренд-Менеджмент: Маркетингові Технології. Збірник Тез Доповідей III Міжнародної Науково-Практичної Конференції*, Київ. 141-143.
6. Ларіна, К. В. (2023). Використання теорії архетипів для вирішення психологічно-комунікативних завдань брендів. *Бренд-комунікації: сучасні виклики та тренди: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 25 травня 2023 р. : тези допов.* Київ: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2023. С. 41-43.

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ

Дороніна Олександра ¹, Кардашов Микола ² [0000-0001-6369-3842]

¹ студентка магістратури, кафедри дизайну, Запорізький Національний
Університет, Україна, alexdoron1naa@gmail.com

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

Анотація. З відкриттям штучного інтелекту для українців з'явилися нові можливості та технології, які необхідно дослідити. Тема використання штучного інтелекту у сфері культури та мистецтва досить цікава та нова. ШІ може використовуватись для багатьох напрямків робіт: створення творів мистецтва, реставрації, аналізу та інтерпретації. Штучний інтелект вносить іновації у візуальне мистецтво. Таким чином ШІ стає майданчиком для випробування можливостей творчості.

Ключові слова: нейромережа, штучний інтелект, візуальне мистецтво, дизайн, Adobe.

Найпростішим ком'ютерним алгоритмом для створення візуальних робіт штучним інтелектом є AI Art. Він аналізує стилі художніх робіт а потім на основі них може створювати власні, наслідуючи базу проаналізованих робіт. Однією з наскладніших моделей ШІ це технологія DALL-E, яка використовує модель GPT-3 з використанням техніки глибокого машинного навчання. На основі короткого опису ШІ може генерувати зображення, які можуть використовуватися у дизайні, рекламі або іншому (Волинець, 2023).

Штучний інтелект може бути залучений до мистецтва методом імітації. У цьому способі ШІ імітує характерні стильові риси певного автора. Відомий приклад використання ШІ для імітації картин у стилі Рембранта є проект The Next Rembrandt. Для створення картини зі стилем письма Рембранта штучним інтелектом було проаналізовано більше 300 робіт художника.

Після створення цифрового зображення воно було роздруковано на полотні з імітацією олійних фарб. За допомогою цього проекту було відновлено деякі втрачені частини картин Рембранта (Чібалашвілі, 2021).

Окрім відновлення втрачених роіт ШІ може використовуватись як нова цифрова технологія, таким чином Скот Ітон використовував у своїх роботах текстури, які були згенеровані штучним інтелектом на основі завантажених у його базу.

Таким чином можна дійти висновку, що штучний інтелект, окрім наслідування проаналізованої бази може генерувати нові зображення, змінювати творчі індустрії, можливості професійної діяльності дизайнерів.

Отже нейромережа надає можливість перетворювати слова та думки митця у готовий до використання продукт або допоміжний для подальшої роботи. За рахунок алгоритмів та баз даних нейромережа витрачає лічені хвилини на створення готового зображення, що значно прискорює роботу дизайнера.

Окрім швидкості роботи нейромережа надає дизайнеру великий спектр зображень, які він може використати у подальшій роботі. ШІ дає на вибір митцю різні стильові напрямлення, запам'ятовує його вибір та продовжує працювати у обраному напрямку (Колісник, 2023).

Окрім окремих програмних забезпечень для генерації зображень штучний інтелект запроваджено в уже знайомий пакет програм для дизайнерів Adobe. У своїй роботі нейромережа допоможе дизайнеру оптимізувати свою роботу, виявляти патерни та реконструювати фото. У недалекому майбутньому штучний інтелект розвине свої можливості до того, що буде виконувати більшу частину рутинної роботи дизайнера, залишаючи на митця усю творчу роботу (Дерман & Ткач, 2023).

Серед академічного та творчого середовища постають питання авторського права та використання штучного інтелекту під час навчання. “Водночас штучний інтелект є лише інструментом, а людський творчий підхід залишається невід’ємною частиною успіху у графічному дизайні. Тому, дизайнери повинні використовувати нові технології у поєднанні зі своїм талантом та вміннями, щоб створювати неповторні та ефективні проєкти.” (Пантус та ін, 2023).

Штучний інтелект у візуальному мистецтві розширює можливості художників, створює нові платформи для вираження ідей. За допомогою нейромережі митець може проводити експерименти з новими стилями та візуальними формами, які виходять за межі традиційного представлення про мистецтво.

Штучний інтелект, використовуючи свої алгоритми, може пропонувати художнику неочікувані ідеї та унікальні рішення. Проте відкритими залишаються питання етичних норм використання штучного інтелекту та впливу на розвиток майбутніх дизайнерів.

Літературні джерела

1. Дерман, Л. М., & Ткач, Г. Л. (2023). Штучний інтелект у дизайні XXI століття: етичні, філософські аспекти. 158–168. DOI : 10.30525/978-9934-26-322-4-7
2. Волинець, В. (2023). Вплив штучного інтелекту на сучасне мистецтво: можливості та виклики. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*, 6(1), 21–31.
3. Колісник, О. В., Михайлова, Р. Д., Береговий, О. С., Власюк, В. В., & Куровська, Д. В. (2023). Нейромережа Midjourney як інструмент для генерування дизайн графіки. *Art and Design*, 106–115.
4. Пантус, Н., Борисова, С., & Борисов, В. (2023). Вплив штучного інтелекту на формування компетенцій у графічних дизайнерів. *Вісник науки та освіти*, (9 (15)).
5. Чібалашвілі, А. (2021). Штучний інтелект у мистецьких практиках. *Збірник наукових праць Сучасне мистецтво*, (17), 41–50.

ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ ЗАСОБАМИ ВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА

Єрусалимська Софія ¹, Дерев'янка Наталія ² [0000-0003-1172-3282]

¹ здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна

² кандидатка педагогічних наук, професорка кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна derevyanko@khnnra.edu.ua

Анотація. У статті розглядається поняття творчості з позиції філософського погляду. Аналізується роль творчого потенціалу в розвитку особистості та суспільства в цілому. Дослідження наголошує важливість творчості як рушійної сили прогресу та саморозвитку особистості, аналізує різні підходи до розуміння творчості, від традиційного погляду на творчість як на процес створення нового, до більш сучасних концепцій, які розглядають творчість як невід'ємну частину природних процесів.

Ключові слова: творчість, творчий потенціал, творча особистість, мистецтво, візуальне мистецтво.

Поняття творчість багатогранне саме тому його дослідження відбувається в різних площинах. Але слід звернути увагу на філософський аспект творчості. Оскільки саме філософія феномен творчості розкриває з точки зору онтологічного змісту та породження чогось нового. Платон наголошував, що плід божої творчості – це світобудова, яка базується на божественному спогляданні, що в свою чергу, в процесі людської творчості виявляється як розумне.

Ця ідея була розвинена у як “творіння з ніщо”, яке виправдовувало ідею божественного творіння світу у сфері чистого духу. Слід звернути увагу, що філософи доби Середньовіччя розглядали поняття творчість у двох аспектах: теїстичному та пантеїстичному. В основі першого лежить розуміння творчості як веління божественної особистості – Бог є творцем світу і людини, крім того, він не тільки створив світ, але й завдяки божественному провидінню керує ним. В основі другого аспекту творчості лежить скоріше платонівське розуміння творчості як розуму, що споглядає сам себе.

Творчість виступає соціальним феноменом, вона не можлива без носія, тобто індивіда або суспільства в цілому. Індивід, в свою чергу, розкривається саме через творчість, він має певний творчий потенціал, можливості, що встановлюють його здатність до творчості. Крім того, творчий потенціал є важливим ресурсом для здійснення творчої діяльності. Також важливо враховувати, що творчість може розглядатися у різних масштабах і в різних сферах життєдіяльності людини. Поняття “творча людина” означає не тільки наявність творчого потенціалу, а й здібність використовувати цей потенціал для здійснення творчих задумів.

Таким чином, здатність індивіда до перетворення навколишньої реальності, тобто соціально-культурного середовища, можлива за умови наявності творчого потенціалу. Творчий потенціал, зі свого боку, характеризується сукупністю творчих здібностей, особливостей творчого мислення та внутрішніх ресурсів людини. Слід зауважити, що творчість та творчий потенціал є ключовими факторами успіху у сферах, де необхідно застосовувати творчі підходи, наприклад наука, філософія, мистецтво тощо. Важливо підтримувати та розвивати творчі здібності людей, щоб вони створювали нові ідеї та продукти, які будуть змінювати світ навколо нас. Таким чином, протиріччя які виникають між суспільством та окремою особистістю у вирішенні суспільних проблем, допоможе подолати саме актуалізація творчого потенціалу особистості.

В основі творчості лежить людська діяльність, спрямована на створення нових духовних і матеріальних цінностей. Ця діяльність виступає внутрішньою основою творчості, а людина і суспільство виступають суб'єктами творчості. Проте творчість не обмежується лише діяльністю, що приносить щось нове. Людська діяльність має різноманітні аспекти, включаючи продуктивну, репродуктивну (орієнтовану на відтворення вже існуючого) і псевдо діяльність. Тому творчість не є простим синонімом діяльності й новаторства.

У другому підході природа творчості тлумачиться більш розширено, природні й неживі об'єкти наділяються творчим потенціалом. Фактично, творчість сприймається як невід'ємна частина об'єктивного розвитку природи. Це означає, що творчість виявляється в природних процесах трансформації, розвитку і саморегуляції. Творчість вимагає інтелектуальних знань, рефлексій, організаційних навичок і самооцінювальних умінь. Ці компоненти сприяють розвитку креативного мислення, яке є основою для створення нових ідей, концепцій та рішень. Чим більше вмінь та навичок розвиває людина, тим більше можливостей вона має для прояву своєї творчості.

Важливо також зазначити, що творчість є процесом, який може бути вдосконалений і розвинений. Практика, навчання, відкритість до нових ідей і досвідів допомагають розкрити та розширити потенціал творчості людини. Кожна нова вивчена навичка або здобути знання відкривають нові горизонти та можливості для творчого самовираження.

Розглядаючи творчість як результат взаємодії активних та пасивних чинників, важливо враховувати, що вона включає в себе не тільки конкретні дії, але й внутрішні мотивації, ставлення, погляди, емоції та свідомість. Саме мотивація визначає механізми творчості, тому результати творчої діяльності не завжди є повністю новими або суспільно важливими. Унікальність полягає в індивідуальному підході до творення відомого, у власних відкриттях і розвитку вже існуючих ідей. Творча особистість, використовуючи наукові аргументи, поетичні форми та критику, може впливати на інших, передаючи їм конкретні ідеї, емоції та образи. Незважаючи на різницю методів досягнення цієї інспірації у різних сферах творчості, їх об'єднує творчий синтез. Автор повинен намагатися досягти глибокого узагальнення та синтезу в найвищому розумінні цього терміну, розвиваючи свою творчість. Кожен з нас сприймає світ зі своєї позиції чи точки зору, і з цього сприйняття ми створюємо ментальний образ світу. Творчість сприяє формуванню важливих рис, які обов'язково стануть у нагоді надалі в житті. Це спостережливість, естетичне сприйняття, художній смак. Розвиваються пам'ять, просторові уявлення. Відвідування виставок, музеїв та інших культурних подій є одним із ефективних засобів стимулювання креативного мислення та розвитку творчості. Ці події надають можливість побачити нові ідеї, відкрити для себе невідомі напрями та способи вираження. Вони надають можливість зануритися у світ мистецтва, культури та історії, що сприяє розширенню кругозору та розвитку творчих здібностей. Прийоми, які можна використовувати під час відвідування культурних подій, включають активне сприйняття та аналіз представлених творів, обговорення з іншими відвідувачами, письмове враження та рефлексію. Ці прийоми допомагають зосередитися на деталях, зрозуміти мотиви та ідеї авторів, а також розвивають здатність до критичного та творчого мислення. Відвідування виставок, музеїв та інших культурних подій є ефективним методом розвитку креативності та інноваційного мислення. Ці події надають можливість зануритися у світ творчості та відкрити для себе нові ідеї, що можуть стати джерелом натхнення та стимулювати розвиток власних творчих здібностей. Відвідування культурних подій допомагає розширити кругозір, розвиває критичне та творче мислення, а також сприяє самовираженню та самореалізації.

Візуальне мистецтво є інструментом для розкриття та розвитку творчого потенціалу особистості. Воно не лише дозволяє нам виражати себе, але й стимулює уяву, розвиває критичне мислення та сприяє емоційному зростанню. Візуальне мистецтво – це не просто хобі, а потужний інструмент для всебічного розвитку особистості. Воно допомагає нам стати більш креативними, впевненими в собі та емоційно зрілими людьми. Заняття мистецтвом – це інвестиція в себе та своє майбутнє. Адже творчі люди краще пристосовуються до змін, ефективніше вирішують проблеми та з більшим ентузіазмом ставляться до життя.

Літературні джерела

1. Новіков Б. В. Потіщук О.О. Бубон Т.Б. (2023) Творчий потенціал людини як рушійна сила розвитку сучасного суспільства. *Освітній дискурс: збірник наукових праць*, 43(1-3).
2. Холоденко В.О. (2019) Творчий потенціал особистості: зміст, структура та передумови успішної реалізації у мистецькій освіті, *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 14, 26 (22-26).

ОСВІТНІ ПЛАКАТИ З ПРОФЕСІЙНО-ХУДОЖНЬОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Жданова Олександра ¹, Колесник Наталія ² [0000-0001-9384-9369]

¹ Студент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну, Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

alexandrazhd@gmail.com

² К.пед.н., доц. кафедри образотворчого мистецтва та дизайну, Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна kolesnik@zu.edu.ua

Анотація. У тезах розглядається, як відновити баланс у мистецькій освіті ХХІ-го століття, щоб зробити мистецтво більш доступним для учнів та популяризувати його у світі. Пропонується розширити традиційний підхід до співвідношення форми і змісту в мистецтві, використовуючи плакати як простий і зрозумілий спосіб візуальної комунікації. Освітні плакати, створені на основі професійно-художнього підходу, слугують інструментом для полегшення розуміння, розробки візуальних образів та впровадження інклюзивного і практичного підходу в освітній процес. У роботі враховуються теорії збалансованої інтеграції, мистецтва та сучасні освітні практики.

Ключові слова: Професійно-художнє проєктування, візуальна комунікація, освітні плакати, плакат, освіта, художнє проєктування.

Сучасні вчителі мистецтва відіграють важливу роль у розвитку візуально грамотних громадян. Вони залучають учнів до мистецтва в його різноманітних формах, ідеях і цілях, розглядаючи його як мову, що дозволяє створювати осмислені зображення з закладеними патернами реагування на них. Через навчальний процес та критичні реакції учні вчаться сприймати, інтерпретувати й оцінювати ідеї, пов'язані з візуальними образами та структурами минулого й сучасності. Під час творчого процесу учні генерують ідеї, які уточнюються й оформлюються у візуальні образи.

Як зазначив Білл Айві (Департамент освіти США та Національний фонд мистецтв, 2000), колишній голова Національного фонду мистецтв: «З поширеністю медіа в житті нашої молоді стає важливіше, щоб молодь була здатна інтерпретувати повідомлення, які лунають у медіа. Якщо наші діти не

навчатися формувати зображення, зображення формуватимуть їх».

У 21-му столітті загальна грамотність стала надзвичайно важливою, що потребує адаптації візуальних стилів у сфері освіти. Сучасні митці та викладачі мистецтва мають критично досліджувати швидко змінюваний візуальний світ (Gude, 2004). Від початкової до вищої освіти учні дедалі більше потребують навичок нового століття, серед яких важливе місце займає візуальна грамотність. Як зазначив Burmark (2002), візуальна грамотність для зображень є еквівалентом читання й письма для слів. У 2001 році понад 90% інформації ми отримували візуально, і ця тенденція лише зростає. Наша культура стає дедалі залежнішою від здатності миттєво й універсально візуально спілкуватися (Metros, 2008). Сучасні студенти повинні вміти як створювати художні об'єкти, так і розуміти значення соціальних образів, ідей і медіа, які формують наш складний візуальний світ (Sandell, 2003). Перед педагогами постає виклик: «як підготувати молодь до виживання й процвітання у світі, відмінному від того, який ми будь-коли знали чи навіть уявляли» (Gardner, 2006, p. 17). Це потребує опанування нових когнітивних навичок, таких як синтез ідей, креативність, повага до різноманітності та етичність. Водночас важливо навчити інтегрувати знання з різних сфер і цінувати їх. Незважаючи на візуальність сучасного світу, мистецтво для багатьох залишається складним. Люди не завжди розуміють його значення чи знають, як використовувати його у своєму житті. Як сказав Деніел Пінк: «Якщо малюнок вартий тисячі слів, то метафора варта тисячі малюнків» (Pink, 2005, p. 50). Пінк наголошує, що для опанування навичок, потрібних у XXI-му столітті, учні мають розвивати шість ключових аспектів:

- Дизайн – підвищення візуальної привабливості та організації.
- Історія – ефективне спілкування через розповіді.
- Симфонія – синтез ідей.
- Бачення – розуміння загальної картини.
- Емпатія – здатність бачити світ очима інших.
- Сенс – пошук глибшого значення й мети.

Вчителі мистецтва є провідниками, які допомагають учням зрозуміти мистецтво як мову, розвиваючи їхню візуальну грамотність. Це включає вміння інтерпретувати, створювати та використовувати візуальні образи для аналізу, мислення, прийняття рішень і навчання.

Основний текст. Дослідження студійного мислення (Hetland, Winner, Veenema & Sheridan, 2007) показує, що якісне залучення студентів до вивчення візуального мистецтва відбувається через побудований педагогічний процес, який ґрунтується на трьох складових: демонстрація мистецьких об'єктів і лекціях, роботі студентів над створенням творчих продуктів та критичному аналізі. Ці підходи корисні не лише для зв'язку з мистецтвом, а й для інших форм мислення, необхідних для повноцінного функціонування у 21 столітті. Однак важливо передавати ці знання через зрозумілі візуальні патерни, які

можна реалізувати за допомогою плакатів із професійно-художнього проектування.

Збалансований підхід, що враховує форму, тему та контекст твору мистецтва, допомагає учням/студентам краще розуміти візуальну мову. Досліджуючи форму – тобто структуру, яку художник вкладає у процес створення – ми можемо побачити, як вона взаємодіє з темою у відповідному контексті. Освітній плакат слугує засобом комунікації, який сприяє глибшому розумінню творів мистецтва сучасним глядачам. Плакати з професійно-художнього проектування не лише пояснюють, а й збагачують навчальний процес завдяки структурованій подачі матеріалу разом із наочними прикладами та інструментами. Вони дають учням можливість аналізувати твори мистецтва через призму особистих, соціальних, культурних, історичних, політичних, духовних та інших контекстів. Це допомагає закладати ці знання у власні творчі роботи.

Такі плакати є універсальним та легким у використанні інструментом, який підходить як для новачків, так і для досвідчених митців. Конструкція освітніх плакатів з професійно-художнього проектування допомагає організувати та збалансувати сприйняття студента/учня. Навчальні плакати допомагають уникати надмірно формалістичного підходу до мистецької педагогіки, роблячи процес створення та розуміння мистецтва більш інтерактивним. У такий спосіб плакат сприяє «прочитанню» ширшої картини мистецтва та створює баланс між формою, темою й контекстом.

Освітні плакати з професійно-художнього проектування це один із способів навчити та відкрити мистецтво широкій аудиторії. Плакат, як інструмент, значно ширший за використанням, та не обмежується професійно-художнім проектуванням. Плакати також допомагають освітянам упорядкувати подачу інформації, роблячи уроки змістовнішими. Їх можна використовувати в мистецьких навчальних закладах, школах, університетах, музеях, а також представляти на курсах для педагогів. Освітні плакати з професійно-художнього проектування можуть використовуватись будь-ким, хто зацікавлений у інтерпретації або створенні творів мистецтва. Такий спосіб донесення інформації допомагає глядачам фактично візуалізувати свій процес мислення й приходити до власних автентичних висновків. Конструкція таких плакатів організовує зміст для активізації мислення та надихає на творчість. Вони сприяють синтезу інформації, створюючи «візуальний органайзер», який полегшує розуміння та налагоджує зв'язки.

Перебалансування мистецтва та візуальної комунікації за допомогою концептуального відображення до вивчення мистецтва, що відображаються в плакатах професійно-художнього проектування, має такі характеристики: цілеспрямованість, всеохопленість, творчість та естетична привабливість. На відмінну від традиційної моделі Фельдмана (1987), яка підходить до критики мистецтва послідовно через опис, формальний аналіз, інтерпретацію та

судження, плакати запрошують до інтерактивного дослідження, розглядаючи тему «в цілому». Візуальна комунікація через плакати нагадує плетіння, де три нитки – форма, тема й контекст – створюють цілісну тканину особистого значення. Це робить мистецтво доступним і зрозумілим для широкої аудиторії, забезпечуючи його актуальність у сучасному світі.

Висновки. Використання освітніх плакатів із професійно-художнього проектування як засобу візуальної комунікації робить візуальну мову мистецтва більш значущою та доступною для учнів 21 століття. Їхні комунікативні можливості можна розглядати через призму прагматичної теорії, адже мистецтво оцінюється за його здатністю впливати на аудиторію та створювати спільний досвід. Освітні плакати, будучи серцем педагогічної практики, слугують своєрідними підказками, які допомагають кожному глядачеві сприймати візуальні ідеї, оцінювати естетику, відчувати силу краси та натхнення. Вони сприяють творчому зростанню через глибокий, натхненний досвід і комунікацію, що відкриває двері до історичного та культурного розуміння.

Літературні джерела

1. Burmark, L. (2002). *Visual literacy: Learn to see, see to learn*. Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.
2. Gardner, H. (2006). *Five minds for the future*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
3. Gude, O. (2004). Postmodern principles: In search of a 21st-century art education. *Art Education*, 56(1), 6–14. DOI : 10.1080/00043125.2004.11653408
4. Hetland, L., Winner, E., Veenema, S., & Sheridan, K. M. (2007). *Studio thinking: The real benefits of visual arts education*. New York, NY: Teachers College Press.
5. Metros, S. E. (2008). The educator's role in preparing visually literate learners. *Theory Into Practice*, 47(2), 102–109. DOI : 10.1080/00405840801992264
6. Pink, D. H. (2005). *A whole new mind: Moving from the information age to the conceptual age*. New York, NY: Riverhead Books.
7. Sandell, R. (2003). Visual literacy: Analyzing work to encode and decode images, ideas, and media in a complex visual world. In R. S. Thomas (Ed.), *Analyzing student work* (pp. 20–35). Maryland: ASCD Monograph.

MID POLY У 3D-МОДЕЛЮВАННІ: БАЛАНС МІЖ LOW POLY І HIGH POLY ТА ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУРУВАННЯ

Зайцев Микита ¹, Чемерис Ганна ^{2, 3, 4} [0000-0003-3417-9910]

¹ Здобувач вищої освіти кафедри дизайну, Запорізький національний університет,
Україна, zautsev.ne@gmail.com

² PhD, доц., завідувач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,
Україна, Anyta.Chemeris@gmail.com

³ associate researcher, CEFRES (French Research Center in Humanities and Social
Sciences), the Czech Republic

⁴ visiting researcher, Indiana University, USA

Анотація. У статті розглядається різниця між підходами low poly, mid poly та high poly у 3D-моделюванні на прикладі куба. Детально описується різниця у полігональному навантаженні (полікаунті) моделей для кожного з підходів. Особливу увагу приділено текстурюванню: аналізуються типи текстур, які застосовуються в кожному випадку, а також розглядається використання тайлових текстур у mid poly моделюванні. У фінальній частині висвітлюються основні переваги mid poly підходу, такі як оптимальний баланс між деталізацією та продуктивністю, що робить його універсальним рішенням для різних галузей 3D-дизайну.

Ключові слова: 3D-моделювання, Low Poly, Mid Poly, High Poly, Полігональність, Текстурювання.

У сучасному 3D-моделюванні важливе значення має вибір рівня деталізації моделі, оскільки це впливає на продуктивність, якість візуалізації та зручність використання. У цій статті детально розглядаються три основні підходи до моделювання: Low Poly, Mid Poly та High Poly. Зокрема, аналізуються їх особливості, різниця в кількості полігонів. Також досліджуються аспекти текстурювання.

У статті розглядається різниця між підходами до моделювання на прикладі простого куба (рисунок 1).

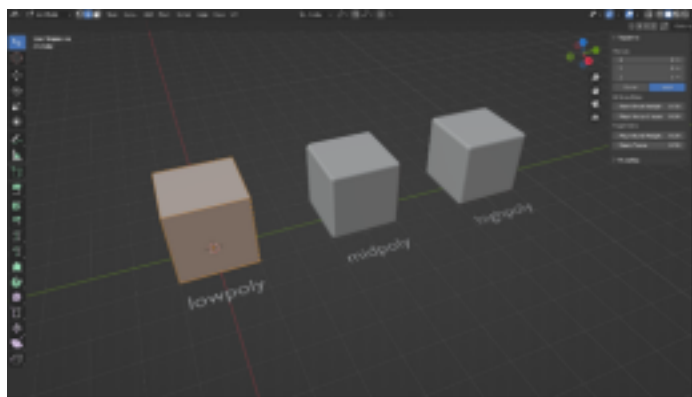


Рис. 1 Порівняння полігональних кубів

Low Poly є підходом із мінімальною кількістю полігонів і найпростішою формою моделей. Для куба в цьому підході його структура складається з 6 граней, які утворюють 12 трикутників. Це базова структура, яка використовується для забезпечення мінімального полігонального навантаження, особливо в проектах, де головною метою є оптимізація продуктивності (Рисунок 2).

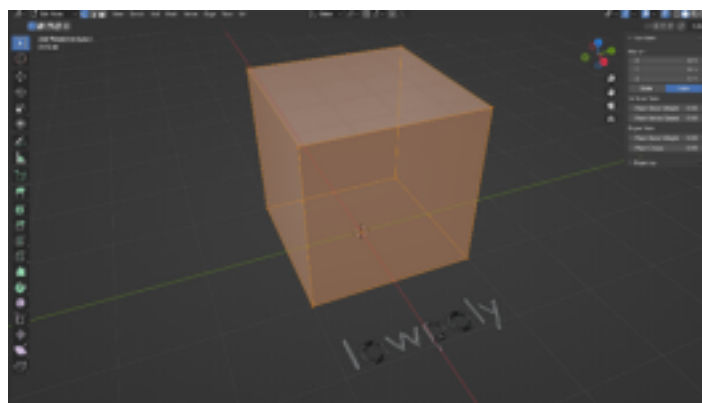


Рис. 2 Low poly куб

У Mid Poly моделюванні куб уже має 26 граней, що складають 44 трикутники. Таке збільшення полігональності відбувається завдяки додаванню фасок, створених геометрією, що робить краї куба більш гладкими та реалістичними. Це наочно демонструє ключову ідею Mid Poly – досягнення балансу між деталізацією та оптимізацією. Фаски додаються тільки там, де це необхідно для покращення вигляду моделі, що дозволяє уникнути зайвого ускладнення геометрії (Рисунок 3).

Однак, якщо розглядати більш складну форму, наприклад, крило автомобіля, різниця у полікаунті між Low Poly і Mid Poly моделями буде значно меншою, ніж у випадку куба. Це пояснюється тим, що не вся геометрія крила вимагає додавання фасок. У таких моделях приріст полігонів за рахунок додаткових деталей буде не в 3–4 рази, а лише на певний відсоток, залежно від особливостей поверхні. Наприклад, складна криволінійна поверхня в Low Poly

може складатися з 200 трикутників, тоді як у Mid Poly – з 250–300. Це дозволяє зберігати оптимальне співвідношення між якістю й продуктивністю навіть у деталізованих моделях.

Таким чином, у Mid Poly моделюванні збільшення кількості полігонів завжди враховує доцільність. Фаски додаються тільки там, де це має значення для покращення візуальної якості, а деталі моделі підлаштовуються під конкретні завдання.

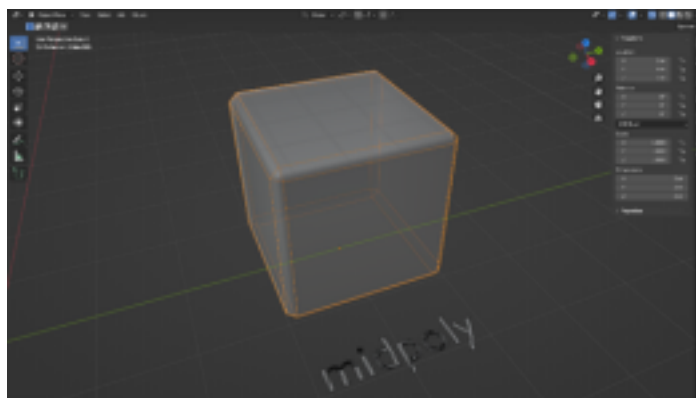


Рис.3 Mid poly куб

У High Poly моделюванні кількість полігонів практично не має обмежень і може бути доведена до безліміту, залежно від поставлених завдань. Наприклад, High Poly куб може бути деталізованим до такого рівня, що його краї будуть виглядати ідеально округлими й гладкими навіть при дуже близькому масштабуванні. Для цього замість початкових шести граней додаються тисячі, а іноді й десятки тисяч трикутників, щоб забезпечити максимальну деталізацію (Рисунок 4).

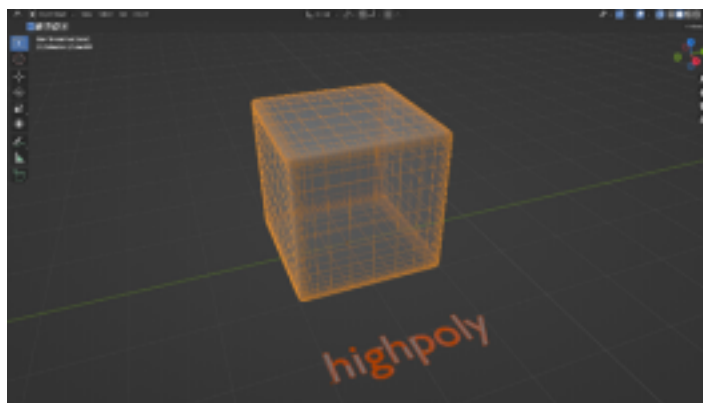


Рис.4 High poly куб

У текстурованні моделей підходи Low Poly і Mid Poly суттєво відрізняються, враховуючи їхню геометричну складність і вимоги до деталізації.

Для Low Poly текстуровання є важливим інструментом для компенсації простої геометрії. Щоб модель виглядала деталізованою, зазвичай

використовується запікання текстур із High Poly моделі. Це дозволяє перенести на Low Poly модель інформацію про деталі, які фізично відсутні в її геометрії. Основний набір текстур для Low Poly включає: Albedo, Roughness, Metalness, Normal, інші текстури, такі як Ambient Occlusion (AO), Height, Specular тощо, залежно від потреб проекту.

Однак використання нормалей у Low Poly має і свої недоліки. При текстуруванні з низькою роздільною здатністю можуть виникати артефакти, особливо на поверхнях з гострими кутами або низьким полігональним навантаженням. Це обмежує якість візуалізації, особливо при близькому розгляді об'єкта.

Для Mid Poly текстурування підходить більш оптимізований набір. Завдяки тому, що фаски у Mid Poly створюються геометрією, немає необхідності використовувати нормалі для їх імітації. Це дозволяє обходитися базовими текстурами, такими як Albedo, Roughness і Metalness, без втрати якості. Відсутність нормалей у цьому випадку не тільки зменшує вагу текстурного набору, але й дозволяє уникнути артефактів, які могли б з'явитися на Low Poly моделях через низьку роздільну здатність текстур.

Ще однією перевагою Mid Poly текстурування є можливість використовувати тайлові текстури. Цей підхід дозволяє суттєво економити пам'ять, оскільки текстури повторюються на поверхнях моделі. Наприклад, для об'єктів із великою кількістю схожих поверхонь (стіни, підлоги, металеві деталі) можна застосовувати невеликі текстури, які повторюються по UV-мапі. Тайлові текстури не тільки зменшують розмір текстурного файлу, але й дозволяють досягти високої якості без збільшення ресурсомісткості.

Таким чином, текстурування Mid Poly моделей є більш гнучким і економним у порівнянні з Low Poly. Завдяки відсутності нормалей і можливості використання тайлових текстур, Mid Poly забезпечує оптимальний баланс між продуктивністю й деталізацією, зменшуючи вимоги до апаратного забезпечення і спрощуючи процес створення текстур.

У підсумку, Mid Poly є ефективним і універсальним рішенням, яке дозволяє досягти гармонії між якістю та продуктивністю, роблячи цей підхід ідеальним для багатьох сфер 3D-моделювання.

Літературні джерела

1. Aliza Kelly (2020). High Poly vs Low Poly in 3D Modeling. Euphoria XR.
URL: <https://euphoriaxr.com/high-poly-vs-low-poly-in-3d-modeling>
2. Gleb Alexandrov (2020). Weighted Normal | Blender 2.8x Tutorial. Youtube.
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sqGFhiP-2mc>

ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ ЗАСОБАМИ ВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА

Іванченко Дар'я ¹, Дерев'янка Наталія ² [0000-0003-1172-3282]

¹ здобувачка вищої освіти кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна

² кандидатка педагогічних наук, професорка кафедри дизайну, Хортицька національна академія, Україна
derevyanko@khnnra.edu.ua

Анотація. Стаття досліджує порівняльні аспекти портретного мистецтва культур Сходу та Заходу, аналізуючи їхні філософські, релігійні та соціальні контексти, адже мистецтво портрета є ключем до вивчення культурних та історичних змін, відображаючи одвічне прагнення людства до самопізнання. Жанр портрета завжди був одним з найважливіших в мистецтві, відображаючи не тільки індивідуальні особливості людини, але і в дусі часу. Вивчаючи цю тему, ви можете побачити, як змінилися уявлення про ідеали краси, соціальні норми та людську особистість у різних історичних контекстах.

Ключові слова: Творчість, Портретне мистецтво, Східна традиція, Західна традиція, Духовний зв'язок, Філософія.

Поняття творчість багатогранне саме тому його дослідження відбувається в різних площинах. Історія портретного мистецтва в культурах Сходу та Заходу демонструє фундаментально різні підходи до зображення людини, що відображають глибокі відмінності у філософії, релігії та суспільних цінностях.

Порівняння портретних традицій Сходу і Заходу. Історія портретного мистецтва в культурах Сходу та Заходу демонструє фундаментально різні підходи до зображення людини, що відображають глибокі відмінності у філософії, релігії та суспільних цінностях.

Східна традиція. Портрети вважалися засобом духовного зв'язку між поколіннями. Зображення предків мали символічний характер і використовувалися в обрядах шанування. Матеріали: туш, шовк, традиційні китайські фарби

Китайські портрети. Характеристика: портрети підкреслювали не стільки

фізичну схожість, скільки духовну гармонію та велич спокою. Емоції часто стримані, а композиція збалансована. Основна функція: увічнення предків. Приклад: "Портрети предків династії Мін" — зображення, де обличчя індивідуалізовані, але без надмірного натуралізму.

Японські портрети. Часто зображували не тільки фізичну форму, а й сутність людини через символічні елементи. Художники приділяли увагу природним рисам обличчя, але робили акцент на духовній гармонії людини з природою.

Приклад: роботи у стилі ніка (реалістичні портрети) у період Камакура.

Філософський контекст. У Східній традиції важливими були концепції гармонії і духовного вдосконалення, що відображалось в уникненні надмірного реалізму. В основі китайської традиції лежать принципи конфуціанства, де індивідуальність вторинна до загальної гармонії.

Європейські портрети. Основна функція: демонстрація статусу, влади, багатства. У Європі портрети створювалися для увічнення правителів, святих, знаті. Вони мали на меті показати фізичну схожість та статус людини через деталі одягу, аксесуари, фон. Характеристика: реалізм, натуралізм, багатство деталей. У період бароко додавалася драматична атмосфера і складна композиція. Матеріали: олійні фарби, полотно, мозаїка.

Приклад: портрети монархів, як-от Людовик XIV у парадному одязі (робота Гіацинта Ріго).

Філософський контекст. Західне мистецтво значною мірою впливалося християнською філософією та гуманізмом, що підкреслювали унікальність кожної людини. Під час Ренесансу ідеї індивідуалізму вплинули на портретне мистецтво. Наприклад, роботи Леонардо да Вінчі та Рафаеля акцентують увагу на внутрішньому світі портретованої особи.

Літературні джерела

1. Chinese Art: Wikipedia contributors. *Four Masters of the Ming dynasty*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Four_Masters_of_the_Ming_dynasty
2. European Artistic Traditions: Wikipedia contributors. *Portrait painting*. Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Portrait_painting

УКРАЇНСЬКІ ТА ЗАКОРДОННІ ПІДХОДИ ДО НАВЧАННЯ 3D МОДЕЛЮВАННЮ В ФОРМАЛЬНІЙ ТА НЕФОРМАЛЬНІЙ ОСВІТІ

Кардашов Микола ¹ [0000-0001-6369-3842]

¹ викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,
член Співки дизайнерів України, Україна, mk@znu.edu.ua

Анотація. Стаття досліджує особливості навчання 3D моделюванню у формальній та неформальній освіті, порівнюючи український та закордонний досвід. У роботі розглянуто впровадження 3D технологій в освітні програми українських освітніх закладів, а також роль онлайн-курсів та хакатонів у розвитку практичних навичок. Проаналізовано закордонний підхід із акцентом на США та Європу, де 3D моделювання інтегрується в освітній процес через використання сучасного обладнання та інноваційних методик.

Ключові слова: 3D моделювання, формальна освіта, неформальна освіта, освітні програми, інноваційні технології.

У сучасному світі 3D моделювання стало ключовою складовою багатьох галузей, включаючи дизайн, архітектуру, інженерію та ігрову індустрію. Ця технологія сприяє розвитку образно-просторового мислення та формуванню професійних компетентностей майбутніх дизайнерів. Проте впровадження 3D моделювання в освіту стикається з викликами, такими як недостатнє технічне забезпечення та брак кваліфікованих викладачів. У статті досліджуються особливості українських і закордонних підходів до навчання 3D моделюванню у формальній та неформальній освіті.

В українських університетах 3D моделювання є частиною програм для спеціальностей дизайну, архітектури, інженерії та ІТ. Найчастіше використовуються програми Blender або 3ds Max чи інші програми моделювання локально. Однак викладання стикається з низкою проблем, таких як недостатнє матеріальне забезпечення та відсутність оновлених методик (Твердохліб & Деркач, 2023). На рівні шкіл 3D моделювання поступово інтегрується через STEAM-напрями, зокрема через появу моделювання у державному стандарті базової середньої освіти (Твердохліб & Деркач, 2023) також особливістю сучасної освіти є перехід на дистанційне навчання. “Стрімке зростання обсягу дистанційної форми навчання у світі, загалом, і в Україні,

зокрема, носить вимушений характер.” (Yeremenko, 2021)

Неформальна освіта пропонує широкі можливості для вивчення 3D моделювання через онлайн-курси широкого спрямування, наприклад як Prometheus або Udeemy та спеціалізовані приватні школи. Активно розвиваються хакатони та конкурси, що залучають молодь до реальних проєктів. Завдяки неформальній освіті студенти отримують практичні навички, які відповідають вимогам сучасного ринку праці. Вибір навчальної програми зазвичай корелюється з потребою вивчити конкретну програму для моделювання (Lapets, та інші 2023) або з маркетинговою успішністю вебінарів для людей, які не визначились.

У США та Європі 3D моделювання активно інтегрується у формальну освіту. Шкільні програми часто включають модулі з використанням сучасного обладнання, такого як 3D-принтери (Assante та ін, 2020). Неформальна освіта представлена онлайн-платформами (Coursera, Skillshare) та креативними просторами (Fab Labs, Maker Spaces). Основний акцент робиться на практичність навчання та інноваційні підходи, що дозволяють студентам швидко адаптуватися до вимог ринку. 3D моделювання часто зустрічається у сферах інформаційних технологій (IT), як-от віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), цифрового ескізування (DS) та гібридних моделях (Fonseca та ін, 2015).

Неформальна освіта в англomовному середовищі зосереджується на онлайн-курсах, хакатонах та спеціалізованих воркшопах. Платформи, такі як Udeemy, Coursera, EdX, FutureLearn та Khan Academy, пропонують широкий вибір курсів, які варіюються від базового навчання до професійного моделювання для ігрової індустрії та візуальних ефектів (Юрченко та ін, 2022). Хакатони, організовані технологічними компаніями, надають можливість учасникам працювати над реальними проєктами, використовуючи 3D-технології, такі як Blender або Unity.

У Європі неформальна освіта включає програми в таких організаціях, як Fab Labs, що поширені у Франції, Німеччині та Нідерландах. Ці лабораторії дозволяють студентам і професіоналам експериментувати з 3D-друком, моделюванням та іншими інноваційними технологіями, сприяючи обміну знаннями між різними дисциплінами (Alía та ін, 2019).

3D моделювання є важливим елементом сучасної освітньої системи, сприяючи розвитку образно-просторового мислення та професійних навичок у майбутніх дизайнерах. В Україні спостерігається поступове впровадження цієї технології в освітні програми, однак існують проблеми, пов'язані з недостатнім технічним забезпеченням та дефіцитом кваліфікованих викладачів. Порівняння українського та закордонного досвіду показує, що формальна освіта в Україні потребує оновлення програм та інвестування в обладнання, залучення стейкхолдерів у проведення хакатонів для студентів. Водночас, неформальна

освіта, зокрема через онлайн-курси та офлайн заходи, пропонує значні можливості для здобувачів, дозволяючи їм отримувати практичні навички, що відповідають вимогам ринку праці.

Літературні джерела

1. Лапець, О. В., Мащенко, Л. В., & Білобородько, О. І. (2023). Використання тривимірного моделювання у сучасному світі. *Актуальні проблеми автоматизації та інформаційних технологій*, 27, 130-135
2. Твердохліб, І. А., & Деркач, А. С. (2023). Дослідження стану вивчення 3D-моделювання в школах України та світу. *Український педагогічний журнал*, 296-298.
3. Yeremenko, L. K. (2021) Використання 3D моделювання та швидкого прототипування у викладанні дизайну інтер'єру. *Distance Education in Ukraine: Innovative, Normative-Legal, Pedagogical Aspects*, (1), 147-150.
4. Assante, D., Cennamo, G. M., & Placidi, L. (2020, April). 3D printing in Education: an European perspective. *2020 IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON)* IEEE, 1133-1138.
5. Fonseca, D., Redondo, E., Valls, F., & Gutiérrez, O. D. (2015). From formal to informal 3D learning. Assesment of users in the education. *Learning and Collaboration Technologies: Second International Conference, LCT 2015, Held as Part of HCI International 2015*, Los Angeles, CA, USA, Springer International Publishing. August 2–7, 2015, Proc. 1, 460-469.
6. Юрченко, А., Удовиченко, О., & Шершень, О. (2022). Особливості вивчення 3D-графіки в умовах неформальної освіти. *Освіта. Інноватика. Практика*, 10(5), 48-57.
7. Alía, C., Ocaña, R., Caja, J., Maresca, P., Moreno-Díaz, C., & Narbón, J. J. (2019). Use of open manufacturing laboratories (Fab Labs) as a new trend in engineering education. *Procedia Manufacturing*, 41, 938-943.

РОЗРОБКА ВІДЕО-ЕДИТУ НА ТЕМУ ВЕЛОСИПЕДНОГО СПОРТУ З ЕЛЕМЕНТАМИ РЕКЛАМИ VANS

Карпенко Гордій ¹, Слітюк Олена ² [0000-0001-9058-9979]

¹ студент кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна,
karpenkogordey@gmail.com

² к.т.н., доц., доцент кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна,
elena1200elena@gmail.com

Анотація. В роботі розглядається процес створення відео-едиту на тему велосипедного спорту BMX з інтеграцією елементів реклами бренду Vans. Окрему увагу приділено аналізу сучасних тенденцій у створенні відеоконтенту для екстремальних видів спорту, а також дослідженню впливу брендів на розвиток BMX-культури через рекламні кампанії. Метою роботи є розробка концепції та реалізація відео, що поєднує спорт, молодіжну культуру і комерційний контекст. Практичне значення дослідження полягає у можливості використання розроблених методів для створення відео-контенту, що інтегрує бренди у спортивні відео.

Ключові слова: BMX, Vans, відео-едит, інтеграція брендів, екстремальні види спорту, реклама, мультимедійний дизайн.

Вступ. BMX-культура, яка зародилася в 1970-х роках, сьогодні є однією з найпопулярніших субкультур серед молоді, що об'єднує екстремальний спорт, стиль життя та мистецтво створення відеоконтенту. Саме відео, як основний канал комунікації в сучасному світі, стає основним інструментом демонстрації досягнень BMX-райдерів, а також елементом для просування брендів. Одним із найбільш впливових брендів у сфері екстремальних видів спорту є Vans, який активно використовує відео як інструмент для популяризації своєї продукції та культури BMX. Вивчення процесу створення відео-контенту з елементами реклами бренду Vans є актуальним для розуміння тенденцій розвитку сучасного відеопродакшну та маркетингових стратегій у спортивній індустрії (Гарматюк, 2021).

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка відео-едиту на тему BMX з інтеграцією елементів реклами бренду Vans, а також аналіз процесу створення такого контенту. У ході дослідження було поставлено завдання вивчити історію BMX, його розвиток як частини молодіжної культури, а також дослідити роль бренду Vans у популяризації цього виду спорту через відео та рекламу.

Результати досліджень. Відеоконтент у BMX є одним з основних інструментів популяризації екстремального спорту. Сучасні відео, створені для цього виду спорту, використовують передові технології зйомки, такі як дрон-зйомка та slow-motion, щоб підкреслити динаміку трюків і майстерність райдерів. Встановлено, що вражаючі відео на тему BMX часто включають не тільки спортивні елементи, але й передають емоційну складову, що важливо для залучення глядачів. Сучасні тренди вказують на важливість інтеграції музичного супроводу, який підтримує ритм відео та підсилює відчуття екстриму. Такі елементи, як зміни темпу відео, кольорова корекція та монтаж в реальному часі, значно підвищують якість та емоційне сприйняття відео (Довбуш, 2022).

Інтеграція брендів у відеоконтент BMX має великий вплив на популяризацію не лише спорту, але й самої культури BMX. Бренд Vans є одним із найбільш значущих учасників цього процесу, активно підтримуючи екстремальних райдерів і фінансуючи створення відео, що демонструють їхні досягнення.

У процесі дослідження було вивчено ряд аспектів, пов'язаних із створенням відео-контенту для екстремальних видів спорту, зокрема BMX, а також з інтеграцією рекламних елементів бренду Vans у такий контент. Важливим аспектом стало вивчення того, як бренди можуть органічно вписуватися в спортивні відео, не порушуючи загального наративу та атмосфери.

Вивчення досвіду бренду показало, що інтеграція продуктів (зокрема, взуття Vans) має бути органічною частиною відео, а не нав'язливою рекламою. Логотипи та продукти бренду найкраще вписуються в контекст відео, коли їхнє використання відповідає стилю та образу райдера, демонструючи їх як невід'ємну частину культури BMX (Дорошкевич, 2019). Дослідження підтвердило, що рекламні елементи повинні виглядати як природний результат взаємодії бренду з райдером, а не як окремий рекламний сегмент, що порушує загальний наратив (Купрієнко, 2023).

В рамках дослідження було розроблено концепцію відео, що поєднує спортивні елементи BMX з інтеграцією рекламних елементів бренду Vans. Концепція передбачала використання високої динаміки відео для підкреслення емоцій та руху, а також інтеграцію логотипу Vans у моменти виконання трюків, коли це виглядає природно та органічно (Конак, 2022). Це дозволило створити контент, який поєднує рекламні елементи з емоційним посилом спорту. Важливим аспектом стало використання різноманітних локацій для зйомки, які

підкреслюють урбаністичну складову BMX-культури. Таким чином, відео не лише просувало бренд Vans, але й демонструвало стиль життя, асоційований з цим брендом (Левченко, 2021).

У процесі технічної реалізації відео-едиту було використано різні методи зйомки та монтажу для досягнення бажаного результату. Були використані стабілізатори для забезпечення плавності кадрів при швидких рухах. Відео було змонтоване з використанням уповільнених кадрів, що дозволило підкреслити техніку виконання трюків, а також було застосовано кольорову корекцію для створення відповідної атмосфери екстриму. Монтаж включав також інтеграцію брендових елементів, таких як логотип Vans та продуктів бренду, що допомогло органічно поєднати рекламу з контентом.

Висновки. У роботі розглянуті основні питання, що стосуються процесу створення відео-контенту на тему BMX з інтеграцією елементів реклами бренду Vans. Виявлено, що правильно підібрані техніки зйомки та монтажу дозволяють органічно поєднувати спортивний контент і рекламні елементи, створюючи відео, яке ефективно просуває бренд, не порушуючи його природне поєднання з культурою BMX. Таким чином, процес створення відео-едиту є комплексним завданням, яке вимагає гармонійного поєднання творчості та технічної майстерності. У цьому процесі рекламні елементи бренду стають невід'ємною частиною спортивного контексту, підкреслюючи стиль і атмосферу BMX, що сприяє досягненню цілей маркетингової стратегії. Відео, створене на основі цієї концепції, демонструє ефективність інтеграції бренду в спортивний контент, що має великий потенціал у розвитку сучасних медіа та реклами.

Літературні джерела

1. Довбуш, О. С. (2022). Методика та механізми використання відеоконтенту в рекламному інтернет-середовищі. *Проблеми системного підходу в економіці*, 2(88), 171-175.
2. Дорошкевич, Д., & Гринкевич, С. (2019). Теоретико-методичні аспекти застосування відеоконтенту як інструменту маркетингового впливу. *Підприємництво та інновації*, 7, 20-25.
3. Гарматюк, О. (2021). Використання діджитал-маркетингу у комплексі просування. *Економіка та суспільство*, 25, 18-24.
4. Купрієнко, А., & Мінченко, М. (2023). Стратегії брендів у створенні спортивного контенту. *Вісник маркетингу*, 4(102), 45-50.
5. Конак, Є., & Корнійчук, А. (2022). Технології відеомонтажу та їх вплив на сучасний рекламний контент. *Журнал відеопродакшн*, 9, 59-62.
6. Левченко, І. В. (2021). Реклама в екстремальних видах спорту: вплив на поведінку споживачів. *Маркетингові дослідження*, 3, 18-22.

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ РІШЕННЯ РОЗРОБКИ ЛОГОТИПУ ДЛЯ РЕСТОРАНУ АЗІАТСЬКОЇ КУХНІ

Кішенець Ольга ¹, Чемерис Ганна ^{2, 3, 4} [0000-0003-3417-9910]

¹ Студентка кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна
kishenetsolya11@gmail.com

² PhD, доц., завідувач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,
Україна, Anyta.Chemeris@gmail.com

³ associate researcher, CEFRES (French Research Center in Humanities and Social
Sciences), the Czech Republic

⁴ visiting researcher, Indiana University, USA

Анотація. Розробка логотипу та візуальної ідентифікації має стратегічне значення в сучасному бізнесі, де візуальний образ бренду є одним із головних чинників його успіху. Логотип, як головний елемент візуальної ідентифікації, не лише відображає автентичність і концепцію закладу, але й відіграє важливу роль у встановленні емоційного контакту з потенційними клієнтами, впливаючи на їхню зацікавленість, довіру та лояльність до бренду.

Ключові слова: графічний дизайн, азіатський ресторан, логотип, візуальна ідентифікація.

У сучасному світі, де візуальне сприйняття і здатність створювати позитивне враження мають вирішальне значення, дизайн логотипу є ключовим елементом успішного брендингу. Для азіатських ресторанів в Україні, які представляють різноманітну культурну спадщину та автентичні гастрономічні традиції, ефективно розроблений логотип є важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності та формування міцної ідентичності. Логотип не лише відображає професіоналізм та унікальність закладу, але й символізує його зв'язок з азіатською культурною спадщиною, створюючи емоційний зв'язок з потенційними клієнтами. З цією метою дизайн логотипу має враховувати кольорові асоціації, традиційні символи та естетичні характеристики, притаманні азіатській кухні, щоб викликати довіру та зацікавленість у широкій аудиторії.

Поняття логотипу значно ширше, ніж зображення, що поєднане в сукупність графічних елементів – це символ, який асоціюється споживачем з

продуктом або послугою компанії, а також формує перше візуальне враження про компанію. Логотип є однією з основних складових фірмового стилю і брендингу (Adîr, Adîr, & Pascu, 2012)

Розуміння психологічних аспектів у дизайні логотипу є ключовим для досягнення бажаного впливу на цільову аудиторію. Кольори, форми та текстури відіграють важливу роль у формуванні емоцій і асоціацій, які викликає логотип. Створюючи ефективний логотип, важливо забезпечити його зрозумілість і легкість для сприйняття. Він має бути адаптивним для використання в різних рекламних каналах: на вебсайтах, у друкованих матеріалах, на продукції бренду та інших носіях. Ретельно продуманий логотип завжди здатний привернути увагу потенційних клієнтів, залишаючи у них позитивне і стійке враження про бренд (Чернявський та інші, 2022).

Враховуючи унікальні асоціативні особливості, які мають бути відображені у логотипі для азіатського ресторану, було розроблено серію пошукових ескізів, що поєднують символ сакури та образу популярної азіатської страви. Сакура, що є уособленням краси, гармонії та духовності, репрезентує глибокі цінності азійської культури. Її зображення в логотипі додає естетичного витонченого акценту, який асоціюється із природною гармонією і спокоєм. У свою чергу, елемент популярної азіатської страви, інтегрований у концепцію, підкреслює багатство смакових традицій, кулінарну витонченість і високий рівень майстерності, притаманний азійській кухні. Пошукові ескізи зосереджені на створенні унікального поєднання цих елементів, яке б передавало ключові цінності ресторану: гармонію, баланс, естетику та автентичність (рисунок 1).



Рис. 1 Пошукове ескізування

Основними вимогами до будь-якого логотипу є його впізнаваність та оригінальність, при цьому він повинен характеризуватися простотою та легкістю сприйняття. Вимога простоти зовнішнього вигляду має важливий

додатковий аспект: логотип має бути компактним, цілісним та здатним до адаптації до різних форм, візерунків і кольорів. Це забезпечує його універсальність та можливість безперешкодної інтеграції в різноманітні носії та рекламні матеріали в процесі подальшого використання (Баб'як, & Вовк, 2022).

Під час ескізування був обраний найкращий варіант логотипу. Був створений логотип ресторану азійської кухні (рисунк 2) за основу якого було взяті такі елементи як сакура та популярна страва в багатьох країнах Азії-локшина. Внизу графічної частини логотипу розміщена шрифтова, а саме назва закладу і «AOMORI» (на честь японського міста Аоморі, відомого пейзажами та фестивалем цвітіння сакури). Було обрано шрифт для логотипу, а саме - Berlin Sans FB Demi Bold. Цей шрифт має сучасний, геометричний стиль без засічок. Лінії шрифту є чіткими та прямими, з мінімальними округленнями. Відмінною рисою цього шрифту є його товсті і рівні лінії, що надають йому впевнений і виразний вигляд. Він має чисті форми, що робить його гарно читабельним навіть у великих розмірах.



Рис. 2 Фірмовий блок ресторану азійської кухні «AOMORI»

Логотип виступає не лише естетичним вираженням індивідуальності азійського ресторану, але й здійснює психологічний вплив на потенційних клієнтів. Результати досліджень підтверджують необхідність глибокого розуміння культурних, соціальних та психологічних аспектів при створенні візуального образу бренду. Успішний логотип не тільки привертає увагу, але й формує позитивний емоційний досвід, який сприяє розвитку міцного бренду та формуванню лояльної клієнтської аудиторії.

Літературні джерела

1. Adîr, G., Adîr, V., & Pascu, N. E. (2012). Logo design and the corporate identity. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 51, 650–654. DOI : 10.1016/j.sbspro.2012.08.218.
2. Баб'як, В. С., & Вовк, О. В. (2022). Візуально-графічні і конструктивні особливості розробки фірмового стилю. *Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: матеріали молодіжної школи-семінару VII Міжнар. наук.-техн. конф.*, 17-21 травня 2022 р. (Т. 2, С. 7-8). Харків: ХНУРЕ.
3. Чернявський, Б., Слітюк, О., Хиневич, Р., & Жайворон, В. (2022). Особливості розробки фірмового стилю для спортивних компаній. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції* Київ: КНУТД. Т. 1, С. 293-296.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ

Ковальова Софія ¹ [0009-0007-0288-5630], Кардашов Микола ² [0000-0001-6369-3842]

¹ студентка кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна
k.conia02@gmail.com

² викладач кафедри дизайну, Запорізький національний університет, Україна
kurator.design@gmail.com

Анотація. Стаття висвітлює сучасні тенденції та підходи в дизайні інтер'єру, враховуючи вплив соціальних, екологічних, культурних і технологічних змін. Розглядаються концепції універсального та сталого дизайну, що забезпечують комфорт, доступність і збереження довкілля. Увага зосереджена на інтеграції функціональних, естетичних та екологічних аспектів у створенні інтер'єрів, орієнтованих на гармонію між практичністю, комфортом і стилем. Описуються популярні стилі та аналізуються зміни, викликані соціальними і культурними факторами, для створення зручних і красивих просторів. Підкреслено важливість персоналізації інтер'єру, відповідності сучасним технологіям і прагнення до гармонії між естетикою, функціональністю та екологічною відповідальністю.

Ключові слова: дизайн, тенденція, інтер'єр.

На сьогоднішній час, дизайн інтер'єру це актуальна, водночас динамічна професія, яка з часом змінюється під впливом соціальних, екологічних, культурних і технологічних факторів. Тенденції сучасного дизайну стикаються з універсальним дизайном, процесами глобалізації, технологічним прогресом та сталим дизайном, який включає у себе питання здоров'я та добробут (Kilmer, R. та інші, 2024).

Успіх дизайнерського рішення залежить не лише від витрачених коштів на естетичне облагородження приміщення, а й від смаку та майстерності дизайнерів, які об'єднують проектування, функціональність і декор у гармонійну цілісність. Наприклад, кухня-студія – це простір, який поєднує їдальню, кухню та вітальню для відпочинку і спілкування. Коворкінг – це приміщення, яке включає зону для презентацій та робочі місця для спільної діяльності. Читальна зала – це частина бібліотеки, де користувачі працюють з документами бібліотечного фонду та іншими інформаційними ресурсами.

Водночас це пропонує широкий спектр послуг, пов'язаних із цифровими ресурсами, щоб задовольнити актуальні інформаційні потреби (Кисіль та інші, 2024). Інтер'єрний дизайн постійно еволюціонує, відображаючи зміни в суспільстві, технологіях та культурних пріоритетах (Кисіль та інші, 2024).

Універсальний дизайн концепції, яка передбачає створення середовища, просторів, об'єктів і засобів комунікації для широкого кола користувачів, враховуючи різний вік і фізичні можливості, що дозволяє створювати інтер'єри на забезпечення доступності та зручності для всіх, а не лише для осіб з інвалідністю. На відміну від доступного дизайну інтер'єрів, який фокусується на мінімальних вимогах для людей з інвалідністю, універсальний дизайн інтегрує доступні функції в загальний простір, забезпечуючи комфорт для всіх груп населення, зокрема дітей, людей похилого віку та осіб з особливими потребами (Kilmer, R. та інші, 2024).

Дизайнери інтер'єрів часто працюють на міжнародному рівні з різними культурами та спільнотами, завдяки можливостям, які дає інтернет та цифрові медіа. Вони можуть мати різні національності, культурні особливості та фізичні потреби, що впливає на використання простору та кольору в дизайні. Матеріали, характерні для певних регіонів, також визначають стиль середовища. Тому дизайнерам важливо враховувати культурні відмінності для створення підходящих рішень для глобального ринку (Kilmer, R. та інші, 2024).

Сталий дизайн в інтер'єрі спрямований на зменшення шкоди природи, використовуючи екологічно чисті та відновлювані матеріали, а також оптимізують енергію та ресурси.

Важливу роль відіграють ергономічність (антропометричних, психофізіологічних, естетичних), екологічність (довговічність, екологічними будівельними матеріалами, фітодизайн, біофільний дизайн), типологічні та технічні фактори. Особливу увагу приділяють естетичним факторам, які включають використання засобів композиційної виразності, продуманого освітлення, а також гармонійний підбір меблів та декору (Андрусік, 2024).

Сучасні тенденції дизайну інтер'єру відображають прагнення до гармонії між естетикою, функціональністю та екологічністю. Орієнтація на мінімалізм, натуральні матеріали, персоналізацію та сучасні технології, що формує простір потребам людини та її цінностями, поєднуючи комфорт, добробут й відповідальність перед природою.

Літературні джерела

1. Андрусік, О. Ю. (2024). Розробка інтер'єру магазину квітів.
2. Kilmer, R., & Kilmer, W. O. (2024). *Designing interiors*. John Wiley & Sons.
3. Кисіль, С., Ришкевич, Н., & Абизов, В. (2024). Сучасні тенденції дизайну інтер'єрів цивільних будівель. *II Міжнародна наукова конференція «Глобальні виклики та інновації: шляхи розвитку сучасної науки»*, 101.

ЗМІСТ

ІНТЕРАКТИВНА ІНФОГРАФІКА В ПРЕДМЕТНОМУ ДИЗАЙНІ	10
Азарапіна Софія, Костюк Ольга	
ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК КЛЮЧ ДО НОВОГО ЕТАПУ УКРАЇНСЬКОЇ КУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ	15
Барабаш Вікторія	
РОЛЬ АЙДЕНТИКИ В СУЧАСНОМУ БРЕНДИНГУ: ВПЛИВ, СКЛАДОВІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ	21
Бела Анна, Брянцева Ганна	
ДІАГОНАЛЬ ЯК ПРИЙОМ ВІЗУАЛЬНОГО ПЕРЕТВОРЕННЯ СТАТИКИ В ДИНАМІКУ	24
Бикієва Дарина, Дерев'янка Наталія	
ЗІНИ: КУЛЬТУРА, НАТХНЕННЯ, ВИДИ, ПРИКЛАДИ	29
Борисов Вячеслав, Винник Марія	
АНАЛІЗ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ АДВЕНТ-КАЛЕНДАРІВ	32
Борисова Світлана, Копотілов Максим	
ПРОЄКТУВАННЯ НАСТІННОГО КАЛЕНДАРЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ОБРАЗІВ ДОМАШНІХ ДУХІВ (СЛОВ'ЯНСЬКА МІФОЛОГІЯ)	37
Борисова Світлана, Семенова Євгенія	
ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТА СОЦІАЛЬНА ПРИРОДА МИСТЕЦТВА В СУСПІЛЬСТВІ	43
Бородіна Поліна, Дерев'янка Наталія	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ: ІНСТРУМЕНТ ЧИ КОНКУРЕНТ ДИЗАЙНЕРА?	46
Бойко Олександр	
ОСОБЛИВОСТІ СПОСОБІВ ВИГОТОВЛЕННЯ ПАПЕРОВИХ ШАРІВ	51
Брянцев Олександр	
ВИКОРИСТАННЯ АКТИВІТІ-ЕЛЕМЕНТІВ У ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ ПІКЧЕРБУКІВ	55
Брянцева Ганна	
ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ГЕНЕРАТИВНОГО ШІ	63
Бузницький Дмитро	
NARRATIVE OF RESISTANCE, MEMORY AND CULTURAL CONTINUITY IN THE CONTEXT OF WAR: A SYSTEMS APPROACH	66
Chemerys Hanna	

ЄВРОПЕЙСЬКІ ТА УКРАЇНСЬКІ ПРАКТИКИ ІНТЕГРАЦІЇ FRONT END РОЗРОБКИ У ПІДГОТОВКУ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ	72
Гарматенко Олександр	
ЗАСТОСУВАННЯ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ В СТВОРЕННІ ТА ІЛЮСТРАЦІЇ ХУДОЖНІХ ЗБІРОК ВІРШІВ	78
Герцій Олександра, Кардашов Микола	
ПАРАЛЕЛЬ МІЖ ТРАДИЦІЙНИМ ЖИВОПИСОМ ТА ЦИФРОВОЮ ІЛЮСТРАЦІЄЮ	84
Гетьман Оксана, Недбайло Єлизавета	
INVESTIGATING VISUAL ART TEACHERS' EXPERIENCE IN USING INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY IN THE CLASSROOM	87
Demirbilek Muhammet	
ВИКОРИСТАННЯ АРХЕТИПІВ У ДИЗАЙНІ БРЕНДІВ	96
Дороніна Олександра, Чемерис Ганна	
ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ	99
Дороніна Олександра, Кардашов Микола	
ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ ЗАСОБАМИ ВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА	102
Єрусалимська Софія, Дерев'янка Наталія	
ОСВІТНІ ПЛАКАТИ З ПРОФЕСІЙНО-ХУДОЖНЬОГО ПРОЄКТУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	106
Жданова Олександра, Колесник Наталія	
MID POLY У 3D-МОДЕЛЮВАННІ: БАЛАНС МІЖ LOW POLY І HIGH POLY ТА ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТУРУВАННЯ	110
Зайцев Микита, Чемерис Ганна	
ФОРМУВАННЯ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОСОБИСТОСТІ ЗАСОБАМИ ВІЗУАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА	114
Іванченко Дар'я, Дерев'янка Наталія	
УКРАЇНСЬКІ ТА ЗАКОРДОННІ ПІДХОДИ ДО НАВЧАННЯ 3D МОДЕЛЮВАННЮ В ФОРМАЛЬНІЙ ТА НЕФОРМАЛЬНІЙ ОСВІТІ	116
Кардашов Микола	
РОЗРОБКА ВІДЕО-ЕДИТУ НА ТЕМУ ВЕЛОСИПЕДНОГО СПОРТУ З ЕЛЕМЕНТАМИ РЕКЛАМИ VANS	119
Карпенко Гордій, Слітюк Олена	

**КОНЦЕПТУАЛЬНЕ РІШЕННЯ РОЗРОБКИ ЛОГОТИПУ ДЛЯ РЕСТОРАНУ
АЗІАТСЬКОЇ КУХНІ**

122

Кішенець Ольга, Чемерис Ганна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ

125

Ковальова Софія, Кардашов Микола

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

Том 1

12 грудня 2024 року

Підписано до друку 12.12.2024.
Гарнітура Oswald, Times New Roman.
Цифровий друк.

Віддруковано з готового оригінал-макета.

DVAC 3rd
INTERNATIONAL
SCIENTIFIC & PRACTICAL
CONFERENCE

December 12, 2024
Zaporizhzhia National University
Zaporizhzhia, Ukraine

DESIGN
& VISUAL ART
CREATIVITY
Modern Trends and Technologies

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

See proceeding
of DVAC conference
from previous years

