II ВСЕУКРАЇНСЬКА
СТУДЕНТСЬКА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ

ДИЗАЙН І ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

МАТЕРІАЛИ КОНФЕРЕНЦІЇ

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

ДИЗАЙН І ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

Матеріали ІІ Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції

12 березня 2026 р.

Хмельницький - 2026

УДК 7:316.42(062.552)
Д44

Редакційна колегія:

- *Білик Анна Анатоліївна* – кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету.
- *Полєтаєва Ганна Норайрівна* – кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну Херсонського національного технічного університету.

Д44 **ДИЗАЙН І ГЛОБАЛІЗАЦІЯ** : матеріали ІІ Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, 12 березня 2026 р. / за ред. Білик А.А., Полєтаєвої Г.Н. – Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2026. – 175 с.

ISBN 978-617-8187-79-8 (електронне видання)
DOI 10.5281/zenodo.20027264

У збірнику представлено матеріали ІІ Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «**Дизайн і глобалізація**», яка організована кафедрою дизайну Херсонського національного технічного університету та проходила 12 березня 2026 р. онлайн на платформі ZOOM

Автори опублікованих тез несуть повну відповідальність за достовірність викладеного матеріалу, за правильне цитування джерел та посилання на них та за всі інші відомості.

УДК 7:316.42(062.552)

ISBN 978-617-8187-79-8 (електронне видання)

© Херсонський національний технічний університет, 2026
© Автори тез, 2026
© ФОП Вишемирський В. С., 2026

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ІНТЕГРАЦІЇ СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ КОТА У ПРОСТОРОВУ СТРУКТУРУ ЖИТЛА
Аліка АЛЕКСЄЄВА, Олена СЕРГІЄНКО ……..... **11**

МУЗЕЙ І ФЕШН ТРЕНДИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Аліна АНДРЄЄВА, Руслана ТКАЧЕНКО……..... **13**

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЖІНКИ В КОМП'ЮТЕРНІЙ КУЛЬТУРІ СЬОГОДЕННЯ
Марія АНТОНОВИЧ-НОВІКОВА, Руслана ТКАЧЕНКО… **15**

ЕМОЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ В БРЕНДИНГУ ТОВАРІВ ДЛЯ ДОМАШНЬОГО ЗАТИШКУ
Марія АТАМАНЕНКО, Наталія КОЛЕСНИК……..... **18**

ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПЦІЇ МІНІМАЛІЗМУ В UX/UI ДИЗАЙНІ МОБІЛЬНИХ ЕКРАНІВ
Нікіта БАКОВ, Руслана ХИНЕВИЧ ……..... **20**

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ
Анастасія БАРАНОВСЬКА, Олександр ЛЕМБЕРСЬКИЙ... **22**

МОБІЛЬНІ ЗАСТОСУНКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Єлизавета БЕСКОРОВАЙНА, Руслана ХИНЕВИЧ ……..... **26**

ЕВОЛЮЦІЯ ЛОГОТИПІВ: ШЛЯХ ВІД ПЕРШИХ ЕМБЛЕМ ДО СУЧАСНИХ РІШЕНЬ
Юлія БІЛОЛІД, Надія СБІТНЄВА……. **29**

ДИЗАЙН АВТОРСЬКОЇ ІЛЮСТРАЦІЇ ДИТЯЧОЇ КНИГИ: СУЧАСНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ
Вероніка БОБИЛЬОВА-ГОРЕЛІКОВА, Тетяна ШОСТАЧУК. **31**

ТРАДИЦІЙНІ ОРНАМЕНТИ ПИСАНКОВОГО РОЗПИСУ В СУЧАСНОМУ ТЕКСТИЛЬНОМУ ДИЗАЙНІ ЯК СПОСІБ ТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО СТИЛЮ
Анастасія БОРИС, Богдана ЧІХ-КНИШ ……. **33**

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДИЗАЙНУ АЙДЕНТИКИ КОМПАНІЙ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ
Даріна БУРЕНКО, Наталія СКЛЯРЕНКО…….…… **34**

КАСТОМІЗАЦІЯ ОДЯГУ ЗАСОБАМИ ГРАФІКИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА УНІФІКАЦІЮ МАСМАРКЕТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Вероніка ВАРГА, Богдана ЧІХ-КНИШ……..…... **37**

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ
Катерина ВЕЛИЧКО, Анастасія БАРАНОВСЬКА...……... **38**

ВІЗУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ АЛЬБОМІВ СУЧАСНИХ АЛЬТЕРНАТИВНИХ РОК-ГУРТІВ
Віталій ВИННИК, Ганна ПОЛЄТАЄВА ……. **40**

ОБРАЗНІ ДЖЕРЕЛА В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ СИМВОЛІКИ ГРАЛЬНИХ КАРТ
Вікторія ВОРОНЕЦЬКА, Оксана СТРИЖОВА...……. **41**

СТРАТЕГІЇ МІНІМАЛІЗМУ В СУЧАСНІЙ БРЕНДОВІЙ АЙДЕНТИЦІ
Ганна ГАВРЮШЕНКО, Надія СБІТНЄВА..……. **44**

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ
Дарина ГАЛИШИЧ, Христина БОЙКО ……... **46**

ВПЛИВ СУЧАСНИХ НАПРЯМІВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ НА ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ КОСМЕТИЧНИХ БРЕНДІВ
Анастасія ГАЛІЦЬКА, Ольга ЄЖОВА…….. **48**

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ДИЗАЙНУ КУХОННИХ ПРИМІЩЕНЬ СУЧАСНИХ ЖИТЛОВИХ КВАРТИР
Вікторія ГЛУШОК, Анна БІЛИК …….. **49**

УКРАЇНА В УМОВАХ КУЛЬТУРНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Варвара ГОМЕНЮК-ДОРОЩЕНКОВА, Людмила КОЛЧАНОВА.. **54**

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЛОКАЛЬНІ ПРАКТИКИ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ
Ілля ГОРДІЄНКО, Валентина МУЗИЧЕНКО…….. **56**

ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТРАДИЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Вікторія ГРАБОВСЬКА, Оксана ПІДДУБНА...…….. **59**

ОРНАМЕНТИ ТРАДИЦІЙНОЇ ВИТИНАНКИ У ТВОРЕННІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ІНТЕР'ЄРУ
Ярина ГРИГОРАШ, Богдана ЧІХ-КНИШ..…….. **61**

АДАПТИВНИЙ ДИЗАЙН ЯК ГОЛОВНИЙ ВЕКТОР НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ ТА МЕБЛІВ
Крістіна ДАЦКОВА, Галина ОЛІЙНИК…….. **62**

ФУНКЦІЇ ДУКАЧА У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ
Вікторія ДВОРЯНЧІКОВА, Марія АРТЕМЕНКО...…… **64**

ЗІН ЯК ВІЗУАЛЬНА ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ АНОНІМНОГО ДОСВІДУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Марія ДОВГУША, Наталія СКЛЯРЕНКО ……..……. **67**

ТРІАДА МАССІМО ВІНЬЄЛЛІ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ ПОЗАЧАСОВОГО ДИЗАЙНУ
Богдан ДУДКО, Надія СБІТНЄВА…… **69**

РОЛЬ КОЛЬОРУ ТА ФОРМИ В ДИЗАЙНІ ПЕРСОНАЖА
Богдана ЄМЕЛЬЯНОВА, Тетяна ШОСТАЧУК..……. **71**

РОЗРОБКА КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ НА ОСНОВІ СТИЛЮ «NEW LOOK» ТА УКРАЇНСЬКОГО ЕТНОСУ
Анна ЖУРАВЕЛЬ, Анастасія ЮХИМЧУК, Людмила МЕЛЬНИК...…… **74**

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ТРАДИЦІЇ ІКОНОПИСУ В СУЧАСНІ ХУДОЖНІ ПРАКТИКИ
Родіон ЗАЛЕВСЬКИЙ, Вікторія ДУТКА..…….. **76**

ЕСТЕТИКА ТІЛЕСНОСТІ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНОГО ОДЯГУ
Катерина ЗІЛЕЦЬКА, Лариса КРАСНЮК…….. **78**

СТИЛЬ JAPANDI ЯК МУЛЬТИКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН У СУЧАСНОМУ ІНТЕР'ЄРІ
Марія ІВАНОВА, Анна БІЛИК……. **81**

ЕМОЦІЙНА СКЛАДОВА В ДИЗАЙНІ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФОГРАФІКИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИКЛИКІВ
Надія КІЙКО, Ольга КВІТКА……... **85**

ОСОБЛИВОСТІ РЕНОВАЦІЇ ГРОМАДСЬКИХ БУДІВЕЛЬ ПОШКОДЖЕНИХ ВІЙНОЮ
Сергій КОВАЛЬ…… **87**

АРТБУК ЯК НОСІЙ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНІСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ КНИГИ "ТРИЗУБ: ВІДОБРАЖЕННЯ В МИСТЕЦТВІ")
Олександра КОВАЛЬЧУК, Світлана МІХНО…….. **89**

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДИЗАЙНУ (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОЇ ІЛЮСТРОВАНОЇ КНИГИ «ВТРАЧЕНІ ДУШІ»)
Анастасія КОЗАК, Оксана ПІДДУБНА …….. **92**

КОМПОЗИЦІЙНІ РІШЕННЯ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: ВІД ІДЕЇ ДО ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ
Дмитро КОЛОДИЧ, Наталія КОЛЕСНИК…..……. **94**

СУЧАСНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, ЯК ПРОСТІР ЗБЕРЕЖЕННЯ ТРАДИЦІЙ
Марія КОТЕНКО, Світлана КУКОЛЬ ……. **96**

СИНТЕЗ ФОТОГРАФІЇ, ТИПОГРАФІКИ ТА ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЯК ХАРАКТЕРНА РИСА СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ ІНФОГРАФІКИ
Владислава КОШОВА, Ольга КВІТКА …..…….. **98**

ЕМОЦІЙНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ МОВИ ІНФОГРАФІКИ (НА ПРИКЛАДІ СЕРІЇ INSTAGRAM-ПОСТІВ ПРО ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПСИХІКУ ДІТЕЙ)
Наталія КРИВОБОК, Ольга КВІТКА…… **100**

МАЙБУТНЄ ЖИТЛОВОГО ІНТЕР'ЄРУ: НЕПОМІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, АДАПТИВНІСТЬ І ЗНИЖЕННЯ КОГНІТИВНОГО НАВАНТАЖЕННЯ ЛЮДИНИ
Анастасія КУДРЯ, Олена СЕРГІЄНКО....…….. **103**

БІОФІЛІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ВІДПОВІДЬ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ У ФОРМУВАННІ ЖИТЛОВОГО ІНТЕР'ЄРУ
Христина КУЛИК, Світлана ЛІНДА……. **106**

СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ
Вероніка КУЛИК, Леся ТАРАХТІЙ…….. **109**

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ТЕАТРАЛЬНОМУ ДИЗАЙНІ: МІЖ ІНСТРУМЕНТОМ І ЗАГРОЗОЮ ДЛЯ ЖИВОГО МИСТЕЦТВА
Валерій ЛЕВЧУК, Людмила КОЛЧАНОВА……. **111**

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ДИЗАЙН НАВІГАЦІЙНИХ ЕЛЕМЕНТІВ СУЧАСНИХ ОСВІТНІХ ВЕБПЛАТФОРМ
Дарина ЛЯШКО, Денис БОРИСЕНКО……. **112**

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СУЧАСНИЙ ТЕАТР НА ПРИКЛАДІ МЕТОДИКИ ТА ТВОРЧОСТІ РОБЕРТА ВІЛСОНА
Віолетта МАЙБОРОДА, Людмила КОЛЧАНОВА…….. **114**

ТЕХНІКИ МАКРАМЕ: ВІД УЖИТКОВОСТІ ДО ІННОВАЦІЙНИХ ХУДОЖНЬО-СТИЛЬОВИХ ВІЗІЙ
Тетяна МИРОНЮК, Вікторія ДУТКА...……... **116**

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДИЗАЙНУ
Наталія НАПРИКІВСЬКА, Тетяна ШОСТАЧУК…… **118**

АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ У МЕРЕЖІ LINKEDIN: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД
Катерина ПАДЮК, Сергій ШЕЙНИК..……. **121**

АЙДЕНТИКА БРЕНДУ КАВ'ЯРНІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ «ORANGE CAFE»)
Микола ПАСЬКО, Наталія КОЛЕСНИК……. **123**

СИНТЕЗ КІНЕМАТОГРАЧНОЇ ТА ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ЕСТЕТИКИ У СТВОРЕННІ АРХЕТИПНИХ ОБРАЗІВ КАРТ ТАРО
Анастасія ПЛАХТІНСЬКА, Оксана СТРИЖОВА...…… **125**

ПРИНЦИПИ СИСТЕМНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СФЕРІ ФЛОРИСТИКИ
Тарас ПРОДОУС, Наталія СКЛЯРЕНКО...…….. **127**

ТЕХНІКА КІНУСАЙГА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩА
Анастасія РЕШЕТНІКОВА, Катерина СТЕЦЕНКО..…….. **130**

ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ БРЕНДУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ АЙДЕНТИКИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ
Сабрина РИБАЛКО, Наталія КОЛЕСНИК……... **131**

ЛОКАЦІЯ ЯК НАРАТИВНО-ІГРОВИЙ ПРОСТІР
Кирило РИЖАК, Наталій ЧУГАЙ……. **133**

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ДИЗАЙН-СИСТЕМ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ АТОМАРНОГО ДИЗАЙНУ
Катерина РУДЕНСЬКА, Руслана ХИНЕВИЧ…..……. **134**

БРОШКА ЯК ГОЛОВНИЙ АКЦЕНТ 2026
Олександра САЙКО, Тетяна КРОТОВА……... **136**

ЕТНОКУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ВИБІЙКИ ЯК САМОБУТНІЙ СПОСІБ ДЕКОРУВАННЯ ТЕКСТИЛЮ
Майя СВІТЛИЧНА, Наталія РОМАНЕНКО.……... **138**

АНАЛІЗ ДИЗАЙНУ ТА ВЕРСТКИ АРТБУКІВ ДО ВІДЕОІГОР
Катерина СІВАК, Оксана СТРИЖОВА…… **141**

СХІДНА ЕСТЕТИКА В УКРАЇНСЬКОМУ ЕТНО-ДИЗАЙНІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИШИВАНКИ ЧЕРЕЗ КРОЇ КІМОНО
Юлія ТИМОШИНА, Інна ЯКОВЕЦЬ…… **146**

СПЕЦИФІКА ПРЕДСТАВЛЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ, ЯКА МОЖЕ ВИКЛИКАТИ СИЛЬНУ ЕМОЦІЙНУ РЕАКЦІЮ
Єлизавета ТИЩЕНКО, Ольга КВІТКА……. **148**

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ МАВРИТАНСЬКОГО СТИЛЮ В АРХІТЕКТУРІ ВОДОЛІКАРНІ ГОЛЬДЕНБЕРГА В КРОПИВНИЦЬКОМУ
Анна ТРІФОНОВА, Наталія МАЛІК…….. **151**

ІНТЕР'ЄРНИЙ СТИЛЬ МІНІМАЛІЗМ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Владислава ФІЛАТОВА, Олена СЕРГІЄНКО…….. **154**

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУРАХ
Роман ХИНЕВИЧ, Ольга ЄЖОВА…….. **156**

ДИЗАЙН ФЕЙКУ: ГРАФІЧНІ ПРИЙОМИ МАНІПУЛЯТИВНИХ ЗОБРАЖЕНЬ У МЕДІА
Альона ХОМІШИНА, Ганна ПОЛЄТАЄВА…… **158**

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У РОЗРОБЦІ ДИЗАЙНУ КАРТ UNO: ВИКЛИКИ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Єлизавета ЦИГАНЕНКО, Наталія СКЛЯРЕНКО…… **161**

ДИЗАЙН ПРОЄКТУВАННЯ АНСАМБЛЮ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОШКІРИ
Яким ШУГАЙЛО, Лариса КРАСНЮК…….. **163**

ВИКОРИСТАННЯ ХУДОЖНЬОЇ МОВИ ЖОАНА МІРО ЯК ДЖЕРЕЛА СТВОРЕННЯ ДИТЯЧОГО ІГРОВОГО ПРОСТОРУ
Олена ЮДІНА, Анна БІЛИК…….. **165**

ЛОГОТИП – ЯК ЕМОЦІЙНИЙ СИМВОЛ АЙДЕНТИКИ
Павло ЯКОВЛЄВ, Оксана СТРИЖОВА…….. **167**

НАЦІОНАЛЬНА КУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАБІЛЬНОСТІ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ
Людмила ЯКУБОВИЧ, Анна ВЕРЕТІЛЬНИК…….. **171**

ФУНКЦІОНАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЛАКАТА В УМОВАХ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА
Марина ЯРЕМЧУК, Оксана ПІДДУБНА…….. **172**

Аліка АЛЕКСЄЄВА
здобувачка 3 курсу першого (бакалаврського) рівня
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Олена СЕРГІЄНКО
кандидат технічних наук, старший викладач кафедри дизайну
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ІНТЕГРАЦІЇ СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ КОТА У ПРОСТОРОВУ СТРУКТУРУ ЖИТЛА

У повсякденному житті часто виникає потреба збереження вільної площі підлоги, особливо в оселях із домашніми тваринами. За статистикою, коти є одними з найпоширеніших компаньйонів, що значно впливає на організацію простору. Раціональне використання якого є ключовим принципом сучасного проєктування інтер'єру, де меблі можуть виконувати функціональну роль з урахуванням потреб тварини. Це зумовлює переосмислення традиційних рішень дизайну меблів і перехід від окремих предметів для тварин до інтегрованих рішень, у яких зона дозвілля стає частиною просторової композиції.

Метою статті є аналіз сучасних підходів до проєктування зон перебування котів, які інтегруються безпосередньо в інтер'єр житла. Такі рішення орієнтовані на спільне використання простору людиною і твариною, забезпечуючи одночасно ергономіку та комфорт.

Актуальності це набуває в умовах житла невеликої площі, де оптимальне використання вільного простору є ключовим чинником створення комфортного середовища. Традиційні котячі комплекси часто виглядають громіздко, займають значну частину простору та стилістично відрізняються від загальної композиції інтер'єру. Можна було ефективно інтегрувати зону перебування тварини безпосередньо у меблі або настінні конструкції.

Мультивидовий дизайн (multispecies design) – це підхід до проектування простору, в якому враховуються потреби декількох біологічних видів, а не тільки людини. Тобто інтер'єр проектується одночасно для людини і кота, з урахуванням їх фізіологічних, сенсорних і поведінкових особливостей. Домашні коти, що живуть у приміщенні, потребують необмеженого доступу до місць відпочинку, де мінімізовані стресові фактори. Проєктування зон відпочинку для них слід здійснювати з урахуванням цих поведінкових потреб. Нам відомо, що коти надають перевагу закритим або напівзакритим просторам [1], що забезпечують відчуття захисту – шафи, стелажі, столи та дивани можуть виконувати подвійну роль, поєднуючи функціонал для людини та тварини (рис. 1).

Рис 1. Меблі для відпочинку

Окремої уваги потребує вертикальне зонування простору. Настінні полки чи стелажі - це ще один приклад можливого дизайнерського рішення. Різна висота розташування забезпечує вертикальний маршрут пересування, що відповідає природній поведінковій потребі тварини (рис. 2). При цьому необхідно щоб ці конструкції мали достатню глибину та витримували відповідне навантаження, бо окрім ваги кота на полицях будуть розташовані інші речі. Та варто бути обережним і передбачити захист предметів від допитливого кота. Крім того, вертикальне зонування дозволяє заощадити площу підлоги, що особливо важливо в обмежених за розміром приміщеннях. Коти люблять контролювати простір з висоти - це задовольняє їх природну потребу в безпеці і дозволяє спостерігати за оточенням.

Рис 2. Настінні полиці для активності

Отже, створення зон відпочинку та активності кота у структуру житлового інтер'єру є обґрунтованим підходом, що поєднує принципи раціонального використання простору та врахування поведінкових потреб тварини. Відмова від громіздких комплексів на користь вбудованих або

просторово включених рішень дозволяє зберегти вільну площу підлоги і підтримувати композиційну цілісність середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Herron ME, Buffington CA. Environmental enrichment for indoor cats. Compend Contin Educ Vet. Vol 32. 2010. 12 c. URL: https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3922041/ (дата звернення 04.05.2026)
2. CATable: LYCS architecture teases the curiosity of felines with adventurous furniture. 2016. URL: https://www.archipanic.com/catable/ (дата звернення 05.03.2026)

Аліна АНДРЄЄВА
здобувачка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня
Національний університет «Одеська Політехніка»
Руслана ТКАЧЕНКО
кандидат мистецтвознавства, доцент
доцент кафедри культурології та філософії культури
Національний університет «Одеська Політехніка»

МУЗЕЙ І ФЕШН ТРЕНДИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Під вплив глобалізаційних процесів потрапляють усі сфери людської діяльності, дизайн не є виключенням. В XXI столітті ключовим викликом стає надвисокий темп життя та швидка зміна модних трендів . Приклади швидкої моди (такі як Zara, H&M) перетворили дизайн на продукт масового споживання, що базується на відтворенні трендів та стандартизації стилю. Як результат, спостерігається уніфікація візуальних образів. В умовах дефіциту часу та панування «кліпового мислення» класичні музейні експозиції та академічні підходи до моди втрачають свою привабливість, особливо серед молоді, яка сприймає традиційні культурні інституції як занадто консервативні.

У добу інформаційного "буму" актуалізувалося бажання музеїв утримати "планку" суспільної зацікавленості, актуальності й популярності установи серед відвідувачів. Їхня діяльність набула нових смислів, експозиції потребують нових актуальних інтерпретацій [1]. Сучасний відвідувач вже не задовольняється статичними експонатами, а прагне інтерактивності.[2] Проведення модних показів у межах музею стає відповіддю на виклики глобалізації. Такий синтез дає змогу перетворити звичайний перегляд експонатів на захопливу подію, в яку глядач повністю занурюється та отримує свій унікальний досвід.

Одним з яскравих прикладів є музей Вікторії та Альберта (Велика Британія. Лондон) – один з найбільших музеїв декоративно-ужиткового

мистецтва та перший в Європі з таким направленням. Постійна колекція музею налічує близько 2.3 млн експонатів, серед яких: скульптури, кераміка та скло, меблі, костюми, ювелірні вироби, зразки живопису та інше. На базі музею регулярно проводяться покази мод та виставки костюмів. Репрезантативним прикладом є показ корейського дизайнеру Мінжу Кім. Уся виставлена колекція присвячена міфічному корейському образу – Princess Bari. Крім цього усім образами на подіумі притаманні корейські мотиви: паперова квітка у вигляді букету, традиційне взуття, використання традиційного корейського вузлу для зав'язування стрічок. Під час усього показу моделі передавали образ та історію перетворення Bari від простої дівчинки до богині яка молиться за людей. Після показу дана колекція певний час виставлялася у музеї [3]. Глобалізація тут стає не тільки поштовхом до розширення соціокультурних функцій музею ай каталізатором появи мультикультурного обміну.

Met Gala – найочікуваніша fasion подія моди. Головна мета якої – збір коштів для інституту костюма при Метрополітан-музеї. Кожного року головна редакторка Журналу Vogue – Анна Вінтур обирає тему вечора та дрес-код. Запрошення отримати не просто, Анна Вінтур сама ретельно обирає кожного учасника червоної доріжки, якому надсилають особисте запрошення. Окрім цього за вхід треба заплатити. Ціна квитка дорівнює сумі пожертвувань. На Met Gala 2025 було зібрано 31 млн доларів, найбільша сума пожертвувань за всі роки існування події.[4] Окрім самого показу до програми вечора додається вечеря та екскурсія по музею. В окремих випадках зірки можуть взяти сукню в оренду для вечора з колекції музею. Так, наприклад, Кім Кардашьян у 2022 році зв'явилась на червоній доріжці у вантажній сукні Мерлін Монро за 5 млн доларів.

Отже, під впливом глобалізаційних процесів сучасний дизайн та музейна справа проходять етап докорінної трансформації. У таких умовах традиційні, статичні музейні експозиції поступово втрачають привабливість для молоді, яка часто сприймає класичні інституції як надто консервативні. Це спонукає музеї до пошуку нових способів до залучення аудиторії. Одним з яких є проведення модних показів на базі музею. Залучення фешн-трендів стає каталізатором оновлення музею, роблячи його актуальним центром сучасної культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Панас Н. Музеї XXI століття в умовах глобалізації: нові смисли, виклики та тенденції. Historical and Cultural Studies. 2016. №1 С.93-96. URL:https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2018/jan/7736/18.pdf (дата звернення 05.03.2026).
2. Лисенко А. Музейна виставка: сучасні тенденції. Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції. Культурноісторична

спадщина України: перспективи дослідження та традиції збереження. 2024. С. 125-127.
3. Viktoria and Albert Museum. Korean haute couture inspired by a goddess | Minju Kim | Fashion in Motion | V&A. 2024. URL: https://youtu.be/FLh8DNvb-UQ (дата звернення 06.03. 2026)
4. Усе заради важливої мети: на Met Gala-2025 зібрали рекорду суму. Фінанси24.2025.URL:https://financy.24tv.ua/met-gala-2025-yaku-sumu-zibrali-blagodiynomu-zahodi-24_n2816061 (дата звернення 06.03.2026).

Марія АНТОНОВИЧ-НОВІКОВА
Національний університет «Одеська політехніка»
Руслана ТКАЧЕНКО
кандидат мистецтвознавства, доцент
доцент кафедри культурології та філософії культури
Національний університет «Одеська Політехніка»

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЖІНКИ В КОМП'ЮТЕРНІЙ КУЛЬТУРІ СЬОГОДЕННЯ

Відеоігри перетворилися на важливий елемент масової культури. Це вже не закрите хобі для вузького кола підлітків та молодих людей, а повноцінний інструмент для аналізу та розуміння сучасного культурного стану суспільства. [3] Тому питання гендерної репрезентації у відеоіграх є фундаментальним для аналізу соціокультурної динаміки. Еволюція жіночих образів свідчить про зміну парадигм у масовій культурі: поступову відмову від застарілих стереотипів на користь інклюзивності та багатогранності.

Західна масова культура 1980-х років була різко поляризованою, з одного боку, культ гіпермаскулінного героя, з іншого, – образ пасивної «діви в біді» або романтичного інтересу головного героя. Ці культурні настанови перейшли і в ранні відеоігри. Технічні обмеження змушували розробників вдаватися до кліше, щоб миттєво донести сюжет до гравців. Через неможливість відобразити деталізовану модель персонажа доводилося покладатися на спрощений «візуальний код». Героїні часто позначалися пастельними кольорами або довгим волоссям. [2]

У Super Mario Bros. (1985) єдиний жіночий персонаж, принцеса Піч, зображена з довгим світлим волоссям і в рожевій сукні. Її роль у сюжеті полягає в тому, щоб бути бранкою в замку та очікувати на порятунок.

У 1990-ті жінки помітно просувалися в політиці, праві та бізнесі, тому суспільство потребувало героїнь, що відображали б компетентність і незалежність, які жінки демонстрували в реальному світі. Лара Крофт, головна героїня Tomb Raider (1996), першого великобюджетного проєкту з

жіночим протагоністом, втілювала ідеал епохи: вона була сміливою, високоосвіченою і не потребувала ні напарника-чоловіка, ні «порятунку» для досягнення своїх цілей. [4]

Через події 11 вересня, війну в Іраку та страх перед загрозою тероризму у 2000-них відбулася радикальна зміна настроїв у масовій культурі, внаслідок чого образ героїні зазнав суттєвої трансформації: вона поєднала в собі ефективність емоційно відстороненої професійної вбивці з естетикою femme fatale.

Так виник своєрідний парадокс: ігрова індустрія зрозуміла, що може поєднати культурний та комерційний запити – задовольнити суспільний попит на сильних героїнь і водночас «одягнути» їх у провокаційне вбрання: латекс, корсети та взуття на підборах. Наприклад, можемо згадати Рейн з BloodRayne (2002), яка стала квінтесенцією епохи: жорстока асасин-напіввампір, що б'ється на підборах і в корсеті, або Джоанну Дарк з Perfect Dark Zero (2005), чий оригінальний дизайн був повністю перероблений у образ оперативниці з оголеним животом.

У кінці десятиліття популярності поступово набули сюжетно-орієнтовані проекти, такі як Dragon Age: Origins (2009). Вони надали гравцям можливість самим обирати стать свого персонажа та визначати його роль в історії. Це дало змогу створювати персоналізований досвід, де доля головної героїні залежали виключно від рішень і дій самого гравця.

Епоха 2010-х років ознаменувалася «гуманізацією»: суспільство втомилося від героїв, які приховують емоції за насильством, і висунуло запит на персонажів, здатних на щирі почуття та рефлексію власних психологічних травм. Почалася четверта хвиля фемінізму та рух MeToo, які активно відкидали «чоловічий погляд», що домінував десятиліттями у масовій культурі.

Дизайн героїнь остаточно змістився в бік функціональності: на зміну непрактичному вбранню прийшло реалістичне спорядження. [5] Трансформації торкнулися й самої суті репрезентації. Пріоритетом стали різноманітність та складність характеру натомість кількості персонажів. Нові героїні наділялися внутрішньою неоднозначністю, правом на помилку та підкреслено неідеальною зовнішністю.

Перезапуск Tomb Raider 2013 року зробив Лару Крофт живою та багатогранною. Гра детально демонструє її шлях від розгубленої дівчини, яка відчуває страх і біль, до загартованої лідерки. Разом із характером змінився і її гардероб: шорти поступилися місцем практичним штанам-карго. [1]

Так, образ Елой з Horizon Zero Dawn (2017) фокусується на реалізмі, без навмисного акцентування на фігурі героїні. Вона демонструє потужні бойові та лідерські якості, уособлюючи мужність, мудрість і незалежність.

Соціокультурні настрої у 2020-х знову змінилися. Суспільство, виснажене пандемією COVID-19, сформувало запит на героїнь, чия сила вимірюється здатністю до емпатії. Новий ідеал - це персонаж, яка вчиться балансувати між викликами епохи, але не втрачає здатності цінувати миттєвості життя.

Головна героїня Life is Strange: True Colors (2021) Алекс Чень докорінно переосмислила уявлення про суперсилу. Її дар - здатність бачити та відчувати чужі емоції. Гра утверджує емпатію як вищу форму сили, остаточно відмовляючись від насильства як єдиного засобу впливу.

Ми можемо зробити висновок, що еволюція жіночих образів у відеоіграх є не просто зміною візуальних трендів чи наслідком технологічного прогресу, скільки прямим наслідком глибоких соціокультурних трансформацій суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Jackson-Phelps Anna Maria. Legendary Women in Games - An Intro to Five Terrific Video Game Heroines. 2016. URL: https://medium.com/legendary-women/legendary-women-in-games-an-intro-to-five-terrific-video-game-heroines-c22d1beddcce (дата звернення: 12.03.2026).
2. Kondrat Xeniya. Gender and video games: How is female gender generally represented in various genres of video games? Journal Of Comparative Research In Anthropology And Sociology. 2015. 6(1). URL: https://scispace.com/pdf/gender-and-video-games-how-is-female-gender-generally-1uhe80mhuk.pdf (дата звернення: 12.03.2026).
3. Muriel Daniel, Crawford Garry. Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society. 2018. URL: https://www.researchgate.net/publication/323881060_Video_Games_As_Culture_Considering_the_Role_and_Importance_of_Video_Games_in_Contemporary_Society (дата звернення: 12.03.2026).
4. Okiyanti Diah Ayu, Rahmantyo Lastiko Endi. Audience Response toward Lara Croft in Tomb Raider 2013: A Study on Heterosexual Male Gamers. 2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/369231003_Audience_Response_toward_Lara_Croft_in_Tomb_Raider_2013_A_Study_on_Heterosexual_Male_Gamers (дата звернення: 12.03.2026).
5. Perreault Mimi, Perreault Gregory, Suarez Andrea. (2021) What does it mean to be a woman in ‘indie’ game storytelling? Narrative Framing in Independently-developed video games. Games & Culture. 2021. 17(2). URL: https://www.researchgate.net/publication/352743435_What_does_it_mean_to_be_a_woman_in_'indie'_game_storytelling_Narrative_Framing_in_Independently-developed_video_games (дата звернення: 12.03.2026).

Марія АТАМАНЕНКО
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Наталія КОЛЕСНИК
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ЕМОЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ В БРЕНДИНГУ ТОВАРІВ ДЛЯ ДОМАШНЬОГО ЗАТИШКУ

У сучасному глобалізованому світі дизайн перетворюється з прикладної дисципліни на потужний інструмент емоційної комунікації. Глобальні стандарти споживання полегшують вихід брендів на ринок, але водночас вимагають від дизайнерів пошуку унікальних засобів візуальної виразності для подолання інформаційного шуму. Це особливо важливо у сегменті товарів для дому та затишку, де споживач очікує не лише функціональність, а й позитивний емоційний досвід.

Емоційний дизайн у сфері Home Comfort слугує стратегічним містком між брендом та аудиторією. Концепція «дизайну, що дарує радість» (dopamine decor) використовує яскраві кольори, тактильні фактури та ігрову типографіку для створення гармонійного та енергійного домашнього середовища. Здатність бренду викликати емоційний відгук через візуальну айдентику стає його ключовою конкурентною перевагою, формуючи стійку лояльність споживачів. Дослідження сучасних візуальних комунікацій свідчить, що емоційна складова дизайну є фундаментом успішного брендингу в умовах глобального ринку. Теоретичну базу нашої роботи складають концепції єдності вербально-візуальної інформації, де кожен елемент фірмового стилю працює на розкриття цілісної проєктної ідеї. Важливу роль у цьому процесі відіграє використання засобів цифрового мистецтва. Як зазначають Колесник Н., Піддубна О. та інші дослідники, цифрові інструменти дозволяють значно розширити можливості дизайнера у створенні виразного художнього образу, поєднуючи технічну точність із творчим пошуком [4].

Важливим аспектом сучасного брендингу є враження, яке продукт справляє на користувача в перші секунди контакту. Як зазначають Павловська О. та Котлярова С., у сучасному дизайні колір стає домінуючим фактором формування візуальної ідентичності, що дозволяє бренду ефективно виокремитися у конкурентному середовищі та транслювати певні емоційні стани споживачеві [2]. Це особливо актуально для сегменту товарів для дому, де колір виступає не лише естетичним елементом, а й первинним ідентифікатором цінностей бренду.

Крім того, згідно з положеннями Д. Нормана, дизайн предметів повсякденного вжитку має базуватися на трьох рівнях сприйняття: інстинктивному, поведінковому та рефлексійному [1]. Емоційний дизайн розглядається нами як комплексна система, що поєднує ці рівні через: семантику кольору, типографічну ідентичність, графічну метафору.

Під час розробки фірмового стилю бренду товарів для дому «Berta» нами було реалізовано концепцію емоційного дизайну, що базується на створенні яскравого, енергійного та водночас затишного образу. Проєктна ідея базується на переконанні, що предмети інтер'єру мають не лише виконувати утилітарну функцію, а й активно взаємодіяти з психоемоційним станом людини. Згідно з концепцією Д. Нормана про три рівні дизайну [1, с. 27–30], айдентика бренду «Berta» активно задіює інстинктивний рівень через яскраву колірну палітру, що миттєво формує позитивне перше враження та відчуття домашнього затишку.

Ключові компоненти візуальної ідентифікації бренду «Berta»:

1. Колірна стратегія (основою айдентики обрано контрастне поєднання насиченого рожевого (C=6 M=55 Y=7 K=0), глибокого темно-синього (C=97 M=95 Y=44 K=48) та акцентного лаймового (C=36 M=0 Y=100) кольорів.

2. Типографічне рішення (вибір типографічного рішення базується на використанні шрифту Cooper Black-Regular). Згідно з дослідженнями С. Геллера та Г. Андерсона, застосування виразних акцентних шрифтів є ключовим інструментом у сучасному брендингу, оскільки вони дозволяють надати марці індивідуального характеру та забезпечити впізнаваність у глобальному візуальному просторі [3].

3. Графічна символіка (логотип поєднує текстову частину з ілюстративним елементом у формі кола, що містить стилізований жіночий силует).

4. Система маркування (розроблено серію персоналізованих стікерів та етикеток (прямокутної та круглої форм), які дозволяють маркувати різноманітні групи товарів - від керамічного посуду до текстилю, зберігаючи цілісність бренду на різних носіях).

Отже, комплексний підхід до розробки фірмового стилю бренду «Berta» дозволив створити гнучку систему візуальної комунікації. Поєднання яскравих кольорів із вивіреною типографікою забезпечує емоційну привабливість продукту, що є критично важливим для успішного позиціонування на сучасному ринку товарів для дому. На прикладі розробки фірмового стилю бренду «Berta» доведено, що використання інструментів емоційного дизайну дозволяє створити цілісну та конкурентоспроможну систему візуальної комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Норман Д. Емоційний дизайн: чому ми любимо (або ненавидимо) речі повсякденного вжитку. Харків: Клуб Сімейного Дозвілля, 2022. 320 с. URL: https://www.arthuss.com.ua/books-blog/chytaty-knyhu-dona-normana-emotsiynyy-dyzayn (дата звернення: 09.03.2026).
2. Павловська О., Котлярова С. Колір як засіб формування візуальної ідентичності бренду в сучасному дизайні. Мистецтво та освіта. 2023. № 2. С. 44–49.
3. Heller S., Anderson G. The Typography Idea Book: Inspiration from 50 Masters. London: Laurence King Publishing, 2021. 128 p.
4. Kolesnyk N., Piddubna O., Polishchuk O., Shostachuk T., Breslavska H. Digital art in designing an artistic image. Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research,. 2022. Vol. 12, № 2. P. 128-133. URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120231/papers/A_23.pdf (дата звернення: 07.03.2026).

Нікіта БАКОВ
Київський національний університет технологій та дизайну
Руслана ХИНЕВИЧ
кандидат технічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ КОНЦЕПЦІЇ МІНІМАЛІЗМУ В UX/UI ДИЗАЙНІ МОБІЛЬНИХ ЕКРАНІВ

Мінімалізм у UX/UI дизайні мобільних додатків - це підхід, який фокусується на простоті, функціональності та максимальному усуненні зайвих елементів, що відволікають увагу користувача. Його головна мета - створити інтуїтивно зрозумілий і легкий у використанні інтерфейс, який допомагає користувачам швидко та без зусиль досягати своїх цілей [1].

Цей стиль виник як відповідь на складність і перевантаженість інтерфейсів, характерну для багатьох сучасних додатків. Мінімалізм базується на принципах чіткості, гармонії та простоти, обираючи лише ті елементи, що мають реальну цінність для користувача.

Відсутність зайвих деталей сприяє не лише естетичній чистоті, а й підвищенню продуктивності додатка за рахунок швидшої навігації та зменшення когнітивного навантаження.

У контексті мобільних додатків мінімалізм має особливе значення через обмежений розмір екрану і специфіку користування – часто в русі або у короткі моменти уваги. Тому кожен елемент інтерфейсу повинен виконувати конкретну функцію, бути максимально зручним та доступним.

Простота сприйняття дозволяє користувачам ефективно взаємодіяти з продуктом, не відволікаючись на декоративні чи надмірні візуальні складності. Дуже помічним є, метод персон, використовується для створення напівфіктивних представлень цільової аудиторії продукту, що допомагає команді краще зрозуміти та врахувати потреби користувачів. Цей метод допомагає втілити результати досліджень у зрозумілий образ клієнта, створюючи односторінкові профілі персон [2].

Ключові характеристики мінімалізму у UX/UI дизайні мобільних додатків включають:

1. Використання монохромної або обмеженої кольорової палітри для створення відчуття цілісності та порядку;

2. Чіткі та лаконічні шрифти, що забезпечують легкість читання та сприйняття інформації;

3. Максимальне спрощення навігації, щоб користувачі могли швидко знаходити потрібний функціонал;

4. Прозорі та зрозумілі метафори взаємодії, що не потребують довгого пояснення;

5. Відсутність надлишкових графічних елементів і анімацій, які можуть уповільнити роботу додатку або відволікати користувача;

6. Використання векторної графіки та іконок для більшої чіткості зображень усіх елементів додатку і зручності навігації користувача.

Проектування мінімалістичних інтерфейсів також враховує технічні аспекти, такі як швидкість завантаження, оптимізація ресурсів та адаптивність на різних пристроях і платформах.

Перший принцип – це зручна навігація, яка має забезпечувати легке орієнтування користувача у додатку, швидкий доступ до основних функцій і зменшення кількості кліків для досягнення цілі [3].

Другий принцип – персоналізація, що дозволяє налаштовувати досвід відповідно до індивідуальних потреб і поведінки користувача та робить взаємодію більш персоналізованою і цікавою.

Третій принцип - адаптивність, здатність дизайну підлаштовуватися під різні розміри екранів і платформи, забезпечуючи однаковий рівень комфортності. Це важлива складова сучасного дизайну, оскільки дозволяє досягти максимальної універсальності і зменшує витрати на підтримку різних версій інтерфейсу.

Четвертий принцип - користувацьке тестування і збір зворотного зв’язку - важливий етап у процесі створення додатків, що дозволяє оцінити реальну зручність та функціональність інтерфейсу, а також швидко виявляти і виправляти недоліки.

Враховуючи ці принципи, створюються мобільні додатки, що відповідають високим стандартам, забезпечують зручність користування і сприяють підвищенню залученості клієнтів.

Отже, концепція мінімалізму у UX/UI дизайні мобільних додатків є важливим інструментом для підвищення ефективності, зручності і задоволення користувачів, що робить її ключовим напрямком розвитку сучасного мобільного дизайну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дубрівний П.І., Дубрівна А.П. Мінімалізм як функціонально-естетична основа графічної складової веб-дизайну. Наукові розробки молоді на сучасному етапі: тези доповідей XVIII Всеукр. наукової конференції молодих вчених та студентів (18–19 квітня 2019 р., Київ). Київ : КНУТД, 2019. Т. 1. С. 488–489. https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/13412\ (дата звернення 04.03.2026)
2. Юркевич Т.В., Євсейцева О.С. User Experience Design – мистецтво і наука створення позитивних емоцій через взаємодію з продуктом. Імперативи економічного зростання. Київ : КНУТД, 2021. С. 93–95. https://er.knutd.edu.ua/ handle/123456789/18652 (дата звернення 06.03.2026)
3. Шаура А., Струмінська Т., Шимко А. Особливості навігації в мобільних додатках. Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 27 квіт. 2023 р. У 2-х т. Т. 1. Київ : КНУТД, 2023. С. 395–398. https://er.knutd.edu.ua/ handle/123456789/24682 (дата звернення 04.03.2026)

Анастасія БАРАНОВСЬКА
кадет факультету психології
Інститут Військово-Морських Сил Національного університету «ОМА»
Олександр ЛЕМБЕРСЬКИЙ
старший викладач факультету лідерства
Інститут Військово-Морських Сил Національного університету «ОМА»

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

У сучасному світі знання іноземних мов є необхідною умовою успішного спілкування та участі в міжнародних процесах. Однак вивчення іноземних мов може бути тривалим і складним процесом, що вимагає значних зусиль як від учня, так і від викладача. З розвитком штучного інтелекту (ШІ) процес вивчення іноземних мов стає дедалі більш актуальним і затребуваним як інструмент навчання в освітньому процесі. Попередні дослідження Годвін-Джонса, Р. (2023) [1, с. 6–27] довели, що

технологічні інструменти та сервіси створили більше простору для використання мови, а отже, і для вивчення другої мови. Штучний інтелект здатний автоматизувати деякі рутинні роботи вчителя (наприклад, вибір візуальних матеріалів для уроку), заощаджуючи час для важливіших творчих завдань. Штучний інтелект також може активно залучати учнів до вивчення іноземної мови, занурюючи їх у яскравий процес створення проекту, розвиваючи при цьому їхнє творче та критичне мислення, командну роботу та соціально-емоційний інтелект. Метою цього дослідження є аналіз застосування штучного інтелекту в навчанні іноземних мов та його ролі у підвищенні ефективності цього процесу.

Попередні дослідження Є.В. Коваленко та В.С. Струк [2, с. 9–22] показали, що використання штучного інтелекту в навчанні іноземних мов може принести значні переваги. Дослідники припускають, що ШІ стане ефективним інструментом персоналізованої освіти, індивідуальним помічником та навігатором. Коваленко та Струк наводять приклад нейронної мережі ChatGPT, називаючи її Вікіпедією нового технологічного рівня. А для вчителів це інструмент для підготовки до уроків. Новизна цього дослідження полягає в аналізі сучасних методів застосування ШІ в навчанні іноземних мов та вивченні їх ефективності. Крім того, це дослідження запропонує комплексний аналіз існуючих застосувань у цій галузі та дозволить розпізнати оптимальні методи та стратегії в навчанні іноземних мов за допомогою використання ШІ. Виходячи з вищезазначеного, ця стаття є актуальною в галузі освіти та досліджень і пропонує нові підходи до навчання іноземним мовам з використанням штучного інтелекту. Штучний інтелект пропонує персоналізований навчальний досвід, який враховує індивідуальні потреби та можливості учнів. Вивчення мови - це складний процес, і учні часто мають різні сильні та слабкі сторони. Штучний інтелект може допомогти вчителям аналізувати прогрес учнів, адаптуватися до їхнього стилю навчання та надавати цільовий контент. Використовуючи алгоритми машинного навчання, системи штучного інтелекту можуть визначати області, в яких учні можуть мати труднощі або потребувати додаткової практики. Такий індивідуалізований підхід дозволяє вчителям ефективніше вибирати навчальний матеріал, а учні можуть зосередитися на вдосконаленні конкретних навичок, зрештою покращуючи свій загальний рівень володіння мовою.

Існують різні типи штучного інтелекту [3, с. 165–184]: 1. Інструменти штучного інтелекту, орієнтовані на учнів: допоміжні інструменти штучного інтелекту, які допомагають учням покращити свої знання з певного предмета за допомогою специфічних практичних моделей, механізмів рефлексивного зворотного зв'язку або поведінкових вправ, наприклад, такі

програми, як Babbel, які забезпечують негайний зворотний зв'язок на основі внеску учня (змішані часи, форми дієслів). 2. Системи, орієнтовані на вчителя: інструменти, орієнтовані на вчителя, які спрямовані на мінімізацію робочого навантаження вчителя, переважно в автоматизованих процесах (таких як оцінювання, механізми зворотного зв'язку, управління класом, адміністративні питання), наприклад, GradeScanner, програма, яка автоматично оцінює тести з множинним вибором. 3. Системні інструменти штучного інтелекту: алгоритми, які надають оброблені дані переважно для адміністраторів установ або зацікавлених сторін, наприклад, програмне забезпечення, яке обробляє академічну транскрипт учня та розраховує його/її майбутню успішність. Численні застосування штучного інтелекту в галузі освіти автоматизують процес навчання. Їхні функції включають вибір навчальних матеріалів, тестування та надання зворотного зв'язку щодо прогресу вивчення мови. Виділено найперспективніші програми-помічники в організації навчального процесу:

1. Teacherbot - це потужний інструмент для вчителів, який дозволяє їм створювати завдання будь-якого рівня, тематичні плани, плани уроків та використовувати свою уяву.

2. Leonardo AI - це нейронна мережа, яка використовується для створення зображень з текстових описів. Завдяки цій програмі вчителі можуть створювати ілюстрації до навчальних матеріалів, картки для запам'ятовування слів, тематичні проекти тощо.

3. ChatGPT - це програма, яка допомагає створювати цікаві вправи для учнів - текстові завдання з граматичними конструкціями, лексикою та фразами англійською мовою. ChatGPT також можна використовувати для перевірки орфографії та граматики учнівських есе.

4. Twee - це інструмент штучного інтелекту, розроблений для вчителів англійської мови. Він спрощує планування уроків завдяки інструментам для створення вікторин, історій, статей тощо.

5. Gradescope - це програма, яка спрощує процес проведення та оцінювання тестів для вчителів. Це допомагає скоротити час, витрачений на весь навчальний процес, оцінювання та забезпечує точніше розуміння досягнень учнів.

Наприклад, розглянемо роботу веб-сайту ChatGPT. Після запиту до нейронної мережі створити список прикметників, пов'язаних з темою «Які якості є найважливішими для учня?», був список із 15 прикметників: 1. Розумний 2. Допитливий 3. Працьовитий 4. Старанний 5. Рішучий 6. Креативний 7. Амбітний 8. Винахідливий 9. Старанний 10. Допитливий 11. Аналітичний 12. Наполегливий 13. Мотивований 14. Неупереджений 15. Дисциплінований Щоб краще запам'ятовувати слова, учням потрібно розуміти, як нові слова можна використовувати в контексті. Тому

наступним запитом було написати текст, використовуючи прикметники зі списку: Вона була розумною та допитливою людиною, завжди прагнула навчатися та досліджувати нові ідеї. Її працьовита та старанна натура дозволяла їй досягати успіху в усіх своїх починаннях. Завдяки рішучому та творчому мисленню вона легко та інноваційно справлялася з викликами. Будучи амбітною та винахідливою, вона змогла втілити свої мрії в реальність завдяки старанним зусиллям та наполегливості. Її допитливий та аналітичний підхід до вирішення проблем виділяв її серед інших, а її мотивація та відкритість дозволили їй використовувати нові можливості та перспективи. Вона залишалася дисциплінованою у своїй роботі, ніколи не відступаючи від своїх цілей та завжди прагнучи досконалості. Загалом, вона була яскравим прикладом людини, яка втілювала всі якості успішної та досягнутої особистості. Підсумовуючи, краще сказати, що веб-сайт ChatGPT може стати віртуальним помічником вчителя у розробці високоякісних навчальних матеріалів. При використанні штучного інтелекту було виявлено низку переваг і недоліків роботи з нейронними мережами, таких як: Доступ до широкого спектру ресурсів: ШІ може забезпечити доступ до величезної кількості матеріалів для вивчення мови, включаючи інтерактивні вправи, відео та статті, для покращення навчального процесу. Цілодобова доступність: Платформи для вивчення мови на основі ШІ доступні цілодобово, що дозволяє учням практикувати та вдосконалювати свої мовні навички у зручний для них час. - Економічна ефективність: Багато інструментів для вивчення мови на основі ШІ пропонують безкоштовні або недорогі варіанти, що робить їх доступнішими, ніж традиційні методи вивчення мови, такі як очні заняття або репетитори [4, с. 7569–7576]. Недоліки використання штучного інтелекту у викладанні іноземних мов: Обмежена здатність розуміти контекст: ШІ може мати труднощі з розумінням нюансів у мові, таких як ідіоматичні вирази, культурні посилання та сарказм, що призводить до непорозумінь у спілкуванні. Залежність від технологій: Надмірна опора на ШІ для вивчення мови може перешкодити здатності учнів розвивати критичне мислення, вирішення проблем та комунікативні навички. Технічні проблеми: Технологія ШІ не є безпомилковою та може зіткнутися з технічними збоями або помилками, які порушують процес навчання. Учні також можуть мати труднощі з використанням платформи ШІ, якщо вони не є технічно підкованими.

Штучний інтелект має значний потенціал для інноваційних способів викладання іноземних мов. Персоналізований навчальний досвід, миттєвий зворотний зв'язок та інтелектуальне створення контенту сприяють більш ефективному та захопливому процесу вивчення мови. Однак штучний інтелект не може повністю замінити вчителя; його інтеграція у викладання

мови може покращити традиційні методи та зробити вивчення мови більш доступним, ефективним та цікавим для учнів у будь-якому навчальному закладі. Оскільки технології штучного інтелекту продовжують розвиватися, ми можемо очікувати ще більш захопливих та вражаючих досягнень у сфері мовної освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Godwin-Jones, R. Emerging spaces for language learning: AI bots, ambient intelligence, and the metaverse // Language Learning & Technology.ю – 2023 – № 27(2) – P. 6–27.
2. Коваленко Є. Н., Струк В.С. ChatGPT у вищій освіті та науці: загроза чи цінний ресурс? // Вища освіта – 2023. – Т. 32. No 4. – С. 9–22.
3. 3.Schmidt, Torben & Strasser, Thomas. Artificial Intelligence in Foreign Language Learning and Teaching: A CALL for Intelligent Practice. – 2022. – № 33. – P. 165-184.
4. Rebolledo Font de la Vall, Roxana & Gonzalez Araya, Fabian. Exploring the Benefits and Challenges of AI-Language Learning Tools. // International Journal of Social Sciences and Humanities Invention. – 2023 – №. 10. – P. 7569–7576.

Єлизавета БЕСКОРОВАЙНА
Київський національний університет технологій та дизайну
Руслана ХИНЕВИЧ
кандидат технічних наук
доцент кафедри мультимедійного дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну

МОБІЛЬНІ ЗАСТОСУНКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Культурна спадщина є важливою складовою історичної пам’яті суспільства та одним із чинників формування національної ідентичності [7]. Вона охоплює матеріальні й нематеріальні прояви культури, зокрема архітектурні пам’ятки, мистецькі об’єкти, традиції, мову, фольклор та різні культурні практики. Через культурну спадщину передається історичний досвід і культурні цінності від покоління до покоління, що сприяє збереженню суспільної пам’яті та розвитку культури.

У сучасних умовах цифровізації підходи до збереження та представлення культурної спадщини поступово змінюються [1]. Традиційні форми роботи з культурними ресурсами дедалі частіше поєднуються з цифровими технологіями. Це дає можливість не лише зберігати культурні

матеріали у цифровому форматі, а й значно розширювати доступ до них для широкої аудиторії. Створення електронних архівів, цифрових колекцій та спеціалізованих онлайн-платформ сприяє систематизації культурної інформації та її поширенню [4].

Важливе місце у процесі популяризації культурної спадщини займають мобільні застосунки [3]. Поширення смартфонів зробило мобільні платформи одним із найзручніших способів отримання інформації, тому вони активно використовуються для представлення культурного контенту та інтеграції історичної інформації у повсякденний цифровий простір користувачів.

Однією з важливих переваг мобільних застосунків є можливість поєднання різних форматів подачі інформації. Текстові матеріали, фотографії, відео, аудіогіди та інтерактивні карти формують комплексний інформаційний простір, у якому користувач може отримувати культурні знання у більш наочній і зрозумілій формі [2]. Такий підхід сприяє кращому сприйняттю історичного контексту культурних об’єктів.

Крім того, цифрові технології змінюють характер взаємодії людини з культурною інформацією. Інтерактивні маршрути, елементи гейміфікації та персоналізовані рекомендації роблять процес ознайомлення з культурною спадщиною більш динамічним і стимулюють інтерес користувачів до подальшого дослідження культурного середовища [5].

Додаткові можливості для представлення культурної спадщини відкривають технології доповненої та віртуальної реальності [6]. Вони дозволяють відтворювати історичні об’єкти, реконструювати архітектурні елементи та створювати інтерактивні культурні маршрути, що поглиблює занурення користувачів у культурний контекст.

Отже, мобільні застосунки поступово стають важливим інструментом представлення культурної спадщини у цифровому середовищі. Вони сприяють популяризації культурних об’єктів, розширенню доступу до культурних ресурсів та формуванню нових способів взаємодії користувачів із культурною інформацією. Подальший розвиток цифрових технологій сприятиме появі нових форматів представлення культурної спадщини та її інтеграції у сучасний інформаційний простір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Горбул Т. О. Діджиталізація культурної спадщини у соціокультурному просторі XXI століття: дис. … д-ра філософії. Київ: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2024. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/5483/Горбул_Дисер.pdf (дата звернення: 03.03.2026).
2. Крамар Т. О. Дослідження світового досвіду запровадження технологій доповненої реальності для збереження культурної спадщини : кваліфікаційна робота магістра. Тернопіль: ТНТУ ім. І. Пулюя, 2023. 81 с. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/41160/1/SNnm-61_Kramar_T_O.pdf (дата звернення: 03.03.2026).
3. Передерій І. Г., Андрющенко А. Документно-інформаційні комунікації в умовах глобалізації: стан, проблеми і перспективи. 2023. С. 2–6. URL: https://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PoltNTU/14299/1/Збірник.%202023%20р_188-193.pdf (дата звернення: 04.03.2026).
4. Приходько Л. Збереження цифрової культурної спадщини. Архіви України. 2019. № 2. С. 68–79. URL: https://au.archives.gov.ua/index.php/au/article/download/57/24/131 (дата звернення: 04.03.2026).
5. Проблеми ідентичності культурної спадщини України в умовах війни та у повоєнний період: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ: НДІУ, 2023. 414 с. URL: https://ndiu.knu.ua/images/elektr_bibl/1/zb-25_05_23_prav__5.pdf (дата звернення: 05.03.2026).
6. Салун М., Тимошенко К. Tourism 4.0 і smart-дестинації як вектори цифровізації туристичної галузі україни у європейському інтеграційному просторі. Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry, 2025. 3(17). С.160-166. DOI:10.32782/2708-4949.3(17).2025.25
7. Сінельніков Д. І. Культурна спадщина та її атрактивність як ресурс розвитку територій. Науковий альманах НПУ імені М. П. Драгоманова. 2025. С. 361-371. DOI https://doi.org/https://doi.org/10.31392/cult.alm.2025.3.44 URL: https://almanac.npu.kiev.ua/index.php/almanac/article/download/704/646/717 (дата звернення: 05.03.2026).

Юлія БІЛОЛІД
здобувачка 3 курсу першого (бакалаврського) рівня
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Надія СБІТНЄВА
кандидат мистецтвознавства, професор
професор кафедри графічного дизайну
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ЕВОЛЮЦІЯ ЛОГОТИПІВ: ШЛЯХ ВІД ПЕРШИХ ЕМБЛЕМ ДО СУЧАСНИХ РІШЕНЬ

Логотип є одним із ключових складових корпоративної айдентики та важливим засобом візуальної комунікації бренду. Він виконує не лише ідентифікаційну функцію, а й формує перше враження про компанію, сприяє впізнаваності та створює емоційний зв'язок із аудиторією. У наукових дослідженнях зазначається, що «логотип є основним елементом фірмового стилю та найбільш узагальненим ідентифікуючим комунікаційним елементом» [1, с. 194]. У багатьох випадках саме логотип стає основою для формування всієї айдентики бренду: стилістичного підходу, типографіки, колірної гами та інших графічних елементів.

Історія логотипів має давнє коріння. Ще у стародавніх цивілізаціях зображення та символи використовувалися для позначення власності, ремісничих виробів або товарів. Одним із перших офіційно зафіксованих прикладів логотипу вважається зображення пса Ніппера, створене братами Барро на межі XIX–XX ст. Цей знак став торговою маркою кількох музичних компаній та використовувався на платівках і рекламних матеріалах [2]. Таким чином, уже на початку XX ст. логотип почав виконувати функцію ідентифікації бренду та формування його образу. Розвиток логотипів тісно пов'язаний із розвитком суспільства, технологій та ринку. У період індустріалізації зростання масового виробництва спричинило необхідність створення впізнаваних знаків для товарів і компаній. У XX ст. дизайн логотипів поступово ставав більш лаконічним та універсальним. Дизайнери почали використовувати прості геометричні форми, чіткі контури й обмежену колірну палітру, що сприяло кращій впізнаваності бренду.

Важливу роль у створенні ефективного логотипу відіграють його основні складові: форма, шрифт, рівень складності, масштабованість, колір та емоційне сприйняття. Дослідники зазначають, що саме ці елементи формують сприйняття бренду та впливають на рішення споживача [4]. Колір здатний викликати певні асоціації та емоції, форма передає характер і динаміку, а шрифт допомагає підкреслити стиль і позиціонування компанії. Не менш важливою є простота логотипу, адже вона забезпечує легкість запам'ятовування та можливість його використання на різних

носіях. Еволюцію логотипів добре ілюструють приклади відомих світових брендів. Наприклад, логотип Nike пройшов шлях від поєднання тексту і графічного знаку до самостійного символу – знаменитого «swoosh», що асоціюється з рухом, швидкістю та перемогою. Логотип McDonald's трансформувався від складної ілюстративної композиції до простої монограми у вигляді золотих арок, які сьогодні є одним із найвідоміших символів у світі. Подібну еволюцію демонструє і логотип Apple, що пройшов шлях від детального зображення Ісаака Ньютона до лаконічного силуету яблука, який став символом інновацій та технологічності [5].

Сучасний етап розвитку логотипів значною мірою визначається цифровими технологіями. Поширення інтернету, мобільних пристроїв та соціальних мереж змінило вимоги до дизайну. Сьогодні логотип має бути адаптивним, добре виглядати на різних екранах і зберігати читабельність у малому масштабі. Як зазначають дизайнери, сучасні логотипи часто орієнтовані насамперед на цифрові платформи, а вже потім на друковані носії [3]. Серед актуальних тенденцій дизайну логотипів можна виокремити мінімалізм, адаптивність, використання анімації та динамічних елементів. Також популярності набувають унікальні типографічні рішення, рукотворні графічні елементи та природні мотиви, які підкреслюють екологічність і людяність брендів. Водночас сучасний дизайн прагне поєднати естетичну виразність із функціональністю та універсальністю.

Висновок. Еволюція логотипів демонструє поступовий перехід від складних декоративних емблем до більш простих, універсальних і гнучких знаків. Сучасний логотип виконує не лише естетичну, а й комунікаційну функцію, допомагаючи брендам встановлювати зв’язок із аудиторією та формувати довіру. Саме тому створення логотипу є складним і багатогранним процесом, що поєднує творчість, маркетингові дослідження та стратегічне мислення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Білець Д.Ю., Нікітіна М.О. Логотип як основа фірмового стилю. URL: https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/c49c5b63-b6e9-4f2f-b69d-e433fa41f50e/content (дата звернення 7.03.2026).
2. Khrystyna. Czy wiesz, jakie było pierwsze logo na świecie? 2019. URL: https://dalistrategies.com/ua/a-vy-znaly-yakyy-buv-naypershyy-lohotyp-u/ (дата звернення 7.03.2026).
3. Васильєв О. Еволюція дизайну логотипів світових лідерів електронної комерції. 2024. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/81_2024/part_1/13.pdf
4. Shao Z., Ngai C.S. Why and How Effective Brand Logo Contributes to Marketing? 2023. URL:

https://www.ewadirect.com/proceedings/aemps/article/view/3116 (дата звернення 7.03.2026).
5. Kyamko M. The Apple Logo: History, Meaning, Design Influences, and Evolution. 2023. URL: The Apple Logo: History, Meaning, Design Influences, and Evolution - crowdspring Blog (дата звернення 7.03.2026).

Вероніка БОБИЛЬОВА-ГОРЕЛІКОВА
здобувачка 3 курсу першого (бакалаврського) рівня
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Тетяна ШОСТАЧУК
кандидат педагогічних наук, доцент
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ДИЗАЙН АВТОРСЬКОЇ ІЛЮСТРАЦІЇ ДИТЯЧОЇ КНИГИ: СУЧАСНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ

У сучасному дизайні дитячої книги ілюстрація є ключовим інструментом естетичного розвитку дитини. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та зростання ролі візуальної культури особливого значення набуває проєктування серії авторських ілюстрацій, що забезпечують єдність художнього образу та формують візуальні наративи видання. Сучасні українські ілюстратори активно експериментують із художніми стилями та техніками, створюючи унікальні твори вважають вітчизняні дослідники Т. Качак та Л. Круль [1, с. 292]. Ці пошуки дозволяють їх не лише висвітлювати актуальні суспільні реалії, а й інтегрувати коди української культури в контекст світового книжкового дизайну.,

Дослідники дитячої літератури підкреслюють, що ілюстрація виконує не лише декоративну функцію, а виступає повноцінним елементом оповіді. Зокрема, Перрі Нодельман (Perry Nodelman) зазначає, що зображення здатне передавати зміст швидше й універсальніше, ніж вербальний текст, оскільки візуальна інформація сприймається дитиною на інтуїтивному рівні [2]. У досліджені Марії Ніколаєвої (Maria Nikolajeva) та Серола Скотта (Cerole Scott) доведено, що дитяча книга є цілісною семіотичною системою, в якій текст і зображення взаємодіють на рівні композиції, ритму та символіки [3].

У сучасній дизайнерській практиці ілюстрування дитячих видань розглядається як синтетичний вид творчості, що поєднує образотворче мистецтво, графічний дизайн та літературний наратив. Серія ілюстрацій формує художню атмосферу книги, впорядковує візуальний ритм сторінок та структурує розвиток сюжетних подій.

До провідних тенденцій сучасного дизайну належать використання цифрових технологій та поєднання традиційних технік малювання із

цифровою графікою. Також поширеним є стилізація зображень, застосування мінімалістичних композицій, експерименти з фактурою, кольором та формою, а також інтеграція ілюстрації з типографікою та загальною структурою книжкового розвороту.

Як зазначають українські дослідники О. Лихолат, Г. Миронова та В. Єлисеєва, сучасний дизайн дитячої книги демонструє поступовий перехід від традиційної книжкової ілюстрації до використання цифрових технологій та інтерактивних форм візуальної комунікації, що розширює можливості художньої інтерпретації літературного твору та взаємодії читача з книгою [4].

Важливими складниками художньо-дизайнерського рішення дитячої книги є композиція розвороту, ритміка сторінок, масштаб і пластика персонажів, колористична система та характер графічної мови. Сукупність цих елементів визначає емоційний настрій видання та формує особливості візуального сприйняття образу читачем.

Процес створення серії авторських ілюстрацій передбачає послідовну реалізацію кількох етапів: аналіз літературного тексту, визначення ключових сюжетних епізодів, композиційне планування структури книги, розробку художньої концепції, створення образів персонажів виконання ескізів та фінальне опрацювання ілюстрацій. Особливе значення у цьому процесі має розробка макета-прототипу книги (dummy book), який дозволяє визначити ритм розворотів, розміщена текстових і візуальних елементів та забезпечити композиційну цілісність видання.

Таким чином сучасний дизайн дитячої книги передбачає комплексний підхід до створення серії авторських ілюстрацій, який поєднує художню майстерність, проєктне мислення та урахування психологічних особливостей дитячого сприйняття. Ілюстративний ряд стає важливим засобом візуальної комунікації, який не лише доповнює текст, а й формує цілісний художній образ книги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Качак Т.Б., Круль Л.М. Сучасні українські книжки-картинки для дітей: ключові теми і образи. Закарпатські філологічні студії. Випуск 35. С.290-296. DOI https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2024.35.50 (дата звернення: 09.03.2026).
2. Nodelman, P. Words about Pictures: The Narrative Art of Children's Picture Books. Athens: University of Georgia Press, 1988. 318 с. URL: https://surli.cc/uysrkl (дата звернення: 07.03.2026).
3. Nikolajeva, M., Scott, C. How Picturebooks Work. New York: Routledge, 2001. 308 с. URL: https://surli.cc/kkpytk (дата звернення: 07.03.2026).
4. Лихолат О. В., Миронова Г. А., Єлисеєва В. В. Сучасні тенденції в дизайні дитячої книги: від класичної ілюстрації до цифрової

інтерактивності (на прикладі «Чарівника країни Оз»). Ukrainian Art Discourse. 2026. № 5. С. 82–98. URL: https://surl.li/zwraux (дата звернення: 07.03.2026).

Анастасія БОРИС
Косівський державний інститут декоративного мистецтва
Богдана ЧІХ-КНИШ
кандидат мистецтвознавства
доцент кафедри історії мистецтв та гуманітарних дисциплін
Косівський державний інститут декоративного мистецтва

ТРАДИЦІЙНІ ОРНАМЕНТИ ПИСАНКОВОГО РОЗПИСУ В СУЧАСНОМУ ТЕКСТИЛЬНОМУ ДИЗАЙНІ ЯК СПОСІБ ТВОРЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО СТИЛЮ

В умовах глобалізаційних процесів та уніфікації візуальної культури особливої актуальності набуває творення українського національного стилю в сучасному громадському просторі. Суспільний запит на збереження культурної ідентичності та переосмислення традиційної спадщини зумовлює звернення митців до джерел народного мистецтва.

Одним із джерел для мистецьких інспірацій є українська писанка як унікальний феномен народної орнаментики, що побутувала в різних історико-етнографічних регіонах України. Орнаментика писанок ґрунтується на чіткій композиційній структурі, принципах симетрії та ритмічної організації площини. Це досягається шляхом поділу поверхні яйця на яруси, пояси та сектори, що створює своєрідний конструктивний каркас орнаменту, у межах якого мотиви розташовуються за принципами рівноваги та повтору. Гуцульські писанки вирізняються складною орнаментальною структурою, контрастними кольоровими поєднаннями та високим рівнем стилізації елементів, що загалом є багатим джерелом для творення сучасних зразків текстильного дизайну.

В орнаментиці українських писанок особливо вирізняються космогонічні символи – солярні знаки, зокрема «вітрячки», «сонечка», розети, восьмипелюсткові зірки, хрестоподібні структури та «сварги». Вони пов’язані з уявленнями про сонце, рух, життєдайну енергію та циклічність часу. У композиційному аспекті ці мотиви будуються на радіальній симетрії, мають чітко виражений центр і створюють відчуття руху завдяки спрямованості ліній. Наприклад, «вітрячки» утворюються через поділ площини на рівні сектори, що підсилює ефект обертання, тоді як розети або «сонечка» концентрують композицію навколо центрального елемента. Саме ці композиційні особливості добре адаптовуються до творення зразків текстилю.

У писанкарстві поширеними є і рослинні мотиви – стилізовані зображення «сосонки», «гілочки», «дубового листка», «барвінку», «вазона», «дерева життя». Орнаментальний мотив «сосонка» зображено вертикальною гілкою, що символізує ріст та оновлення, тоді як «кривулька», або «безкінечник», побудована на безперервній хвилястій лінії і уособлює нескінченність життя та тяглість традиції. Для гуцульських писанок характерне поєднання солярних і рослинних мотивів із геометричними елементами, такими як ромби, трикутники, «грабельки» або «драбинки». Завдяки цьому утворюються складні орнаментальні композиції з чітким ритмом, виразною графічною структурою та колоритом.

У сучасному текстильному дизайні мотиви писанкового розпису можуть переосмислюватися через зміну масштабу, узагальнення форм та пристосування орнаменту до текстильної площини. Солярні знаки можуть використовуватися як композиційні акценти, ярусна структура писанки – як принцип поділу площини, а рослинні мотиви – як ритмічні декоративні елементи текстильної композиції.

Отже, традиційні орнаменти писанкового розпису є важливим джерелом інспірацій у сучасному художньому текстилі та творенні виразних ознак національного стилю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Писанка: традиції та модерний дискурс / упорядник Р. Загайська. Київ: Апріорі. 2009.
2. Соломченко О. Р. Писанки українських Карпат: альбом. Ужгород: Карпати. 2002.

Даріна БУРЕНКО
Київський національний університет технологій та дизайну
Наталія СКЛЯРЕНКО
доктор мистецтвознавства, професор
професор кафедри архітектури та дизайну
Луцький національний технічний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ДИЗАЙНУ АЙДЕНТИКИ КОМПАНІЙ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

У сучасному світі процеси глобалізації суттєво впливають на розвиток дизайну та формування візуальної комунікації брендів. Поширення цифрових технологій, глобальний обмін інформацією та взаємодія різних культур сприяють формуванню нових підходів у дизайні, що орієнтовані на міжнародну аудиторію та універсальні візуальні коди. Як зазначає Е.

Манзіні, у сучасному суспільстві дизайн стає важливим інструментом комунікації та соціальних змін у глобальному середовищі [1]. Особливо актуальним цей аспект стає для компаній у сфері альтернативної енергетики, розвиток якої є одним із ключових напрямів сучасної економіки та сталого розвитку. Такі компанії формують власну візуальну айдентику, що передає ідеї екологічності, інноваційності та технологічності. У результаті під впливом глобалізаційних процесів у дизайні брендів альтернативної енергетики формуються спільні візуальні тенденції, що представляють універсальні символи чистої енергії.

Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій дизайну айдентики компаній альтернативної енергетики в умовах глобалізації.

Важливу роль у формуванні візуальної ідентичності компаній та їх комунікації з аудиторією відіграє графічний дизайн. Айдентика допомагає створити впізнаваний образ бренду. Як зазначає A. Wheeler, ефективна айдентика бренду базується на цілісній системі візуальних елементів, що забезпечує послідовну комунікацію цінностей компанії [3]. Як зазначає Є.П. Гула, сучасний графічний дизайн має інтегративний характер і поєднує художні, комунікаційні та технологічні аспекти у створенні цілісних візуальних систем [2]. Сучасний дизайн айдентики компаній альтернативної енергетики характеризується кількома основними тенденціями: мінімалізмом, використанням природної кольорової гами та технологічною стилістикою.

Мінімалізм проявляється у застосуванні простих геометричних форм і лаконічної типографіки, що забезпечує впізнаваність бренду у цифровому середовищі. Айдентика компанії ДТЕК демонструє тенденцію мінімалізму у дизайні. Логотип складається з текстового знака та графічного елемента у вигляді жовтого кола, що символізує джерело енергії та асоціюється із сонцем (рис. 1:б). Простота композиції та контрастне поєднання кольорів формують впізнавану візуальну систему бренду.

Природні кольори підкреслюють екологічність і зв'язок із відновлюваними джерелами енергії. У брендингу енергетичних компаній така кольорова гама формує асоціації з природою, чистою енергією та принципами сталого розвитку. Яскравим прикладом цієї тенденції є бренд Hogrēne – шведська компанія, що спеціалізується на технологіях чистої енергії. Логотип виконаний у мінімалістичному стилі та поєднує текстовий знак із геометричним символом, сформованим із простих модульних елементів (рис. 1:а). Зелений колір підкреслює екологічність та зв'язок із відновлюваними джерелами енергії.

Технологічна стилістика відображає інноваційний характер енергетичних компаній та проявляється у використанні чітких геометричних форм, стриманої кольорової гами та сучасної лаконічної

типографіки, що створює асоціації з високими технологіями та інженерними рішеннями. Одним із прикладів такого підходу є айдентика Tesla Energy. Логотип базується на фірмовому знаку Tesla та має лаконічну геометричну форму (рис. 1:в). На відміну від багатьох компаній альтернативної енергетики, тут не використовується зелена кольорова гама, натомість переважають нейтральні кольори, що підкреслюють інноваційний та технологічний характер бренду.

а б в

Рис. 1. Логотипи компаній альтернативної енергетики: а – «Hogrēne», Швеція; б – «ДТЕК», Україна; в – «Tesla Energy», США

Отже, проведений аналіз айдентики компаній Hogrēne, ДТЕК та Tesla Energy свідчить про формування спільних візуальних тенденцій у дизайні брендів альтернативної енергетики. Використання мінімалістичних форм, геометричних елементів та лаконічної типографіки забезпечує зрозумілість і впізнаваність брендів у цифровому середовищі. Таким чином, процеси глобалізації сприяють формуванню спільних візуальних підходів у дизайні айдентики компаній альтернативної енергетики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Manzini E. Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation. Cambridge : MIT Press, 2015.
2. Гула Є. П. Сучасний графічний дизайн: специфіка інтегральної природи творчості. Art and Design. 2020. № 3. С. 25–33. DOI: https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.3.1
3. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. Hoboken : Wiley, 2017.

Вероніка ВАРГА
Косівський державний інститут декоративного мистецтва
Богдана ЧІХ-КНИШ
кандидат мистецтвознавства
доцент кафедри історії мистецтв та гуманітарних дисциплін
Косівський державний інститут декоративного мистецтва

КАСТОМІЗАЦІЯ ОДЯГУ ЗАСОБАМИ ГРАФІКИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА УНІФІКАЦІЮ МАСМАРКЕТУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація суттєво змінила характер споживання в індустрії моди. Масмаркет як домінуюча модель виробництва одягу забезпечує доступність та широкий асортимент, проте водночас породжує уніфікацію візуального середовища: мільйони споживачів по всьому світу носять ідентичні речі, що практично нівелює індивідуальність зовнішнього вигляду. Ця тенденція формує культурну проблему: в умовах глобальної стандартизації людина втрачає здатність виражати через одяг особисту ідентичність, характер або культурну приналежність.

Кастомізація одягу засобами графіки є одним із практичних відповідей на цю проблему. Авторський принт, нанесений на серійний виріб, перетворює стандартизований продукт на унікальний об'єкт, що несе смислове навантаження. Графічне зображення на одязі – чи то абстрактна композиція, типографіка, ілюстрація, або елемент традиційного орнаменту – виконує роль візуального висловлювання, що є недоступним масовому виробництву за самою його природою.

Актуальність кастомізації зростає на тлі розвитку українського креативного ринку. Попит на авторські графічні рішення в одязі формує нову нішу між високою модою та масмаркетом – простір, де митець може реалізувати власний стиль та комунікувати з аудиторією безпосередньо через носій. Це особливо значуще в контексті збереження культурних кодів: графічна кастомізація дозволяє інтегрувати елементи національної символіки, сучасного мистецтва або особистого досвіду у повсякденний одяг – тобто в той простір, де глобалізовані продукти масмаркету витісняють локальну культурну ідентичність.

Розвиток інструментів графічного редагування та доступність технологій прямого друку на тканині зробили кастомізацію технічно доступним процесом навіть для малих виробників і незалежних авторів. Програми растрової та векторної графіки, цифрового живопису дозволяють розробляти принти з урахуванням специфіки текстилю – фактури, кольоропередачі, розгортки виробу. Таким чином, технічні бар'єри, що раніше відмежовували авторську графіку від індустрії одягу, фактично знято.

Отже, кастомізація одягу засобами графіки є не лише художньою практикою, але й свідомою відповіддю на процеси уніфікації, спричинені глобалізацією. Вона повертає одягу роль носія індивідуальних смислів і водночас створює простір для збереження культурної ідентичності в умовах домінування стандартизованих продуктів масового виробництва. Розвиток цього напряму відкриває перспективи для формування авторського стилю та впізнаваної візуальної мови молодих українських митців

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Легенький Ю. Г. Культура дизайну. Київ: КНУКіМ, 2000.
2. Barnard M. Fashion as Communication. London: Routledge, 2002.

Катерина ВЕЛИЧКО
Київський національний університет технологій та дизайну
Анастасія БАРАНОВСЬКА
доктор філософії
Київський національний університет технологій та дизайну

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Фірмовий стиль в цифрові комунікації: сайти, мобільні додатки, соціальні мережі, мультимедійні формати. Сьогодні бренд повинен не лише мати впізнаваний візуальний код, а й передавати свій характер через цифрові інструменти, такі як анімація, відео, інтерактивні елементи, реакції на користувацькі дії. Завдяки цьому формується взаємодія з аудиторією у реальному часі, створюючи відчуття діалогу, а не монологу.

Прикладом такого підходу може бути айдентика компанії Google, логотип якої набуває рухомих, ігрових форм під час свят або подій, зберігаючи при цьому впізнавану кольорову структуру. Подібна гнучкість робить бренд цікавим у цифровому середовищі та дозволяє встановлювати емоційний зв’язок із користувачем.

День батька 2024 рік

День Святого Георгія 2025 рік

Чемпіонат Європи з футболу серед чоловіків 2024

Ще однією суттєвою зміною сьогодення є активне впровадження штучного інтелекту у процеси побудови та розвитку фірмового стилю. Завдяки цьому бренди можуть виходити за межі статичних двовимірних форм і надавати своїй айдентиці голос, рух, інтерактивність і навіть адаптивний характер. Наприклад, логотипи тепер можуть реагувати на музику, змінювати форму залежно від часу доби або створювати персоналізовані варіації для різних користувачів. Разом з тим використання штучного інтелекту викликає дискусії серед дизайнерів і дослідників. З одного боку, технології значно спрощують процес створення візуального контенту та розширюють можливості творчих експериментів. З іншого боку, існує ризик надмірної автоматизації, що може призвести до зменшення ролі індивідуального творчого підходу та уніфікації дизайнерських рішень.

У контексті діджиталізації важливою характеристикою фірмового стилю є його адаптивність до різних цифрових середовищ. Бренди мають враховувати особливості візуального сприйняття на різних пристроях – від мобільних екранів до широкоформатних дисплеїв. Це зумовлює появу адаптивних логотипів, які можуть змінювати свою структуру залежно від розміру екрана, але при цьому залишаються впізнаваними. Наприклад, бренди Netflix, Spotify, Airbnb використовують варіативні версії логотипів і скорочених елементів, що дозволяють зберегти цілісність айдентики у будь-якому форматі – від додатків до смарт-годинників. Така трансформаційна гнучкість є важливою умовою успішного брендингу в цифровому середовищі.

Важливим напрямом розвитку фірмового стилю та графічного дизайну загалом у період діджиталізації є персоналізація. Бренди використовують дані про поведінку користувачів, щоб адаптувати візуальний контент і рекламні повідомлення під індивідуальні потреби клієнта. Зокрема, візуальні елементи можуть змінюватися залежно від сезону, локації або інтересів користувача, створюючи ефект «живого» бренду. Такий підхід дозволяє компаніям бути ближчими до своєї аудиторії, підвищуючи рівень довіри та лояльності. Таким чином, фірмовий стиль поступово перетворюється на інтерактивну систему, у якій взаємодія між брендом і клієнтом виходить за межі звичних форм реклами, створюючи простір для персонального досвіду.

Ще одним аспектом є формування цифрового досвіду користувача через використання зручних та привабливих інтерфейсів для цифрових продуктів, таких як вебсайти та мобільні додатки. Айдентика стає не лише візуальним маркером бренду, а й частиною взаємодії користувача з продуктом. Від кольору кнопок і типографіки до звукових сигналів - кожен елемент має узгоджуватися з загальною візуальною системою бренду,

створюючи комфортне, послідовне і впізнаване середовище. Для туристичних компаній це має особливе значення: дизайн цифрових платформ безпосередньо впливає на довіру користувача, легкість бронювання турів, навігацію сайтом тощо. Успішно реалізований фірмовий стиль у діджитал-просторі підсилює позитивний користувацький досвід, формуючи у клієнта асоціації з надійністю, сучасністю та відкритістю бренду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вілер А. Ідентичність бренду: базові рекомендації щодо створення фірмового стилю: навч. посіб. Київ : Stone Publishing, 2020. 336с.
2. Девід Ейрі Книга Лого. Дизайн. Любов. Посібник зі створення довершеної айдентики бренду: навч. посіб. Київ : ArtHuss, 2024. 230 с.
3. Шон А. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти: навч. посіб. Київ : ArtHuss, 2022. 256 с.
4. Моноліз Б. Штучний інтелект і нейромережі: навч. посіб. Київ : Монолі, 2024. 216 с.

Віталій ВИННИК
здобувач 1 курсу другого (магістерського) рівня
Херсонський національний технічний університет
Ганна ПОЛЄТАЄВА
кандидат технічних наук, доцент
Херсонський національний технічний університет

ВІЗУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ОФОРМЛЕННЯ АЛЬБОМІВ СУЧАСНИХ АЛЬТЕРНАТИВНИХ РОК-ГУРТІВ

У сучасному культурному просторі музична індустрія функціонує в умовах активних глобалізаційних процесів, що впливають як на зміст музичного продукту, так і на його візуальне представлення. Альтернативний рок, як один із найдинамічніших жанрів сучасності, демонструє виразну трансформацію візуальної мови під впливом цифрових технологій, міжнародних дизайнерських трендів та змін у способах споживання музики.

Глобалізація сприяє формуванню спільного культурного простору, у якому візуальні коди швидко поширюються та адаптуються до різних аудиторій. Обкладинка альбому перестає бути лише друкованим елементом фізичного носія й перетворюється на універсальний цифровий символ, що функціонує в межах стримінгових сервісів, соціальних мереж і мультимедійних платформ. Це змінює підходи до композиції, кольорових рішень та типографіки.

Однією з характерних особливостей оформлення альбомів сучасних альтернативних рок-гуртів є поєднання експериментальності та концептуальності. Дизайн часто базується на використанні контрастних кольорових домінант, мінімалістичних композицій із чітким акцентом або, навпаки, багатошарових колажних рішень. Активно застосовуються текстурні ефекти, візуальний шум, прийоми «glitch», символічні розриви структури, що підсилюють емоційне сприйняття музичного матеріалу.

Важливим чинником є адаптація графічного зображення до цифрового середовища. У зв'язку з тим, що обкладинка найчастіше сприймається в зменшеному форматі, дизайнери віддають перевагу лаконічним формам, чітким силуетам та виразній колірній домінанті. Такий підхід забезпечує впізнаваність і збереження емоційного впливу незалежно від розміру зображення.

Глобалізаційні процеси також сприяють змішанню культурних стилів та візуальних традицій. Сучасний альтернативний рок-дизайн поєднує елементи західної графічної культури, цифрового мистецтва, фотографії, типографічного експерименту та урбаністичної естетики. При цьому зберігається прагнення до індивідуалізації образу гурту, що дозволяє формувати унікальну айдентику в умовах глобального інформаційного простору.

Таким чином, візуальне оформлення альбомів сучасних альтернативних рок-гуртів є результатом синтезу глобальних дизайнерських тенденцій, технологічних інновацій та авторського творчого бачення. Воно виступає не лише як супровід музичного контенту, а як самостійний елемент культурної комунікації, що формує образ виконавця та впливає на сприйняття аудиторії.

Дослідження візуальних особливостей оформлення альбомів дозволяє визначити ключові тенденції розвитку сучасного музичного дизайну та окреслити перспективи його подальшої трансформації в умовах глобалізації.

Вікторія ВОРОНЕЦЬКА
Хмельницький національний університет
Оксана СТРИЖОВА
кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну
Хмельницький національний університет

ОБРАЗНІ ДЖЕРЕЛА В ДИЗАЙНІ ОДЯГУ: ТРАНСФОРМАЦІЯ СИМВОЛІКИ ГРАЛЬНИХ КАРТ

Сучасний дизайн одягу є складним творчим процесом, у якому поєднуються художні, культурні та соціальні аспекти. Одним із важливих

етапів створення колекції є пошук джерела натхнення, що формує концепцію майбутньої колекції та визначає її образність. Джерело натхнення є основою для формування дизайнерської ідеї, адже саме воно задає кольорову гаму, характер композиції, впливає на декоративні та стилістичні рішення. У процесі художнього проєктування дизайнер має здійснити аналіз джерела та трансформувати його характерні риси у форми й елементи сучасного одягу за допомогою прийомів стилізації та інтерпретації [1].

У сучасній моді джерелами творчості можуть бути історичні артефакти, мистецькі твори, природні форми, культурні символи та предмети повсякденного життя, але й не лише матеріальні об'єкти – зокрема й музика, настрій, відчуття. Дизайнер здатний трансформувати культурні символи, або історичні образи у нові форми одягу, надаючи їм сучасного змісту та художнього звучання [2]. Такий творчий підхід допомагає створювати інноваційні дизайнерські рішення, які поєднують виразні, часто незвичні, образи з актуальними фешн-тенденціями.

Одним із джерел яскравої та сміливої образності для створення колекції одягу можуть стати гральні карти. Їхня візуальна система характеризується чіткою графічною структурою, тоновим контрастним кольоровим вирішенням, впізнаваними символами. Карткова символіка має систему мастей, орнаментів і специфічних композицій, які мають чітку геометричну організацію та симетричну побудову, яку можна вдало масштабувати – від дрібних повторів у патернах, до самостійних частин одягу. Саме ці особливості роблять гральні карти вдалим творчим джерелом для дизайнерської інтерпретації у сучасний одяг (рис.1).

Рисунок 1 – Шлях натхнення – від джерела до концепт-арту

У процесі аналізу джерела натхнення виділено його характерні риси: тонова контрастна гама (білий, чорний, червоний), чітка графічна структура та використання символів мастей, як декоративні елементи, а підбір для рис

відповідних композиційних елементів (модуль, колір, оздоблення) і засобів їх об'єднання (тотожність, нюанс, симетрія, асиметрія, ритм) надав імпульс для подальшого стилізування. Колір є одним із найважливіших засобів формування художнього образу, оскільки він визначає емоційне сприйняття моделі одягу та підсилює композиційну виразність образу [3]. Використання традиційної кольорової гами – чорний, червоний та білий, дозволяє створити яскраві композиційні акценти та підкреслити графічний характер ідеї.

Іншим важливим елементом стилізації є модуль, сформований на основі символів мастей гральних карт – чирви, піки, трефи та бубни. У композиції нових моделей одягу модуль є структурною одиницею, яка може повторюватися та комбінуватися, формуючи впорядковану систему – як патерн для тканини. Використання модульних елементів дозволяє створювати декоративні орнаменти або графічні мотиви, що формують ритмічну організацію композиції та забезпечують її цілісність.

Окрім цього, важливу роль у трансформації образів гральних карт відіграє оздоблення, яке підсилює декоративність моделей і допомагає передати стилістику джерела натхнення. Оздоблення може проявлятися у вигляді рисунків-принтів, великої кількості дрібних рюшів, декоративних швів, фактурних країв, аплікацій. Завдяки таким декоративним прийомам формується впізнаваний художній образ колекції та підсилюється зв'язок між джерелом творчості й дизайнерським рішенням моделей одягу (рис.2).

Рисунок 2 – Авторська інтерпретація карткових символів у ескізах одягу

Таким чином, використання символіки гральних карт як джерела творчого натхнення дозволяє створити оригінальну дизайнерську концепцію, що поєднує графічну виразність, символічний зміст та сучасні тенденції моди. Трансформація образних елементів джерела у форму сучасного одягу сприяє формуванню індивідуального стилю колекції та підкреслює творчий підхід дизайнера до процесу проєктування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Джерело натхнення в дизайні одягу: аспекти вивчення і використання в творчому процесі. URL: https://hudprom.org.ua/archive/Herald-2007/2007-N9/07eiisau.pdf (дата звернення: 07.03.2026)
2. Sources of Fashion Garment Design Inspiration URL: https://lydenim.com/sources-of-fashion-garment-design-inspiration/ (дата звернення: 07.03.2026)
3. Білодід Ю.М., Поліщук О.П. Основи дизайну: навч. посіб. Житомир : Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2021. 200 с.

Ганна ГАВРЮШЕНКО
здобувачка 3 курсу першого (бакалаврського) рівня
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Надія СБІТНЄВА
кандидат мистецтвознавства, професор
професор кафедри графічного дизайну
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

СТРАТЕГІЇ МІНІМАЛІЗМУ В СУЧАСНІЙ БРЕНДОВІЙ АЙДЕНТИЦІ

Сучасне візуальне середовище перевантажене образами. Рекламні екрани, інтерфейси застосунків, стрічки соціальних мереж, усе змагається за увагу глядача [1]. На цьому тлі особливо помітними стають бренди, які обирають іншу стратегію: стриманість, чистоту форми та мінімум графічних засобів. Лаконічна айдентика перестала бути лише естетичною, вона перетворилася на спосіб чіткої та швидкої комунікації. У візуальній ідентичності сучасних брендів легко помітити спільні риси: чисті геометричні форми, обмежену палітру, стриману типографіку та значну кількість вільного простору. Подібні рішення забезпечують чіткість і легкість сприйняття. Спрощені знаки добре працюють у різних масштабах – від великих рекламних носіїв до маленької іконки мобільного застосунку [2].

Водночас одна й та сама графічна мова може мати різне смислове наповнення залежно від сфери використання. У технологічному середовищі

мінімалістичний стиль підкреслює логіку та зрозумілість продукту [3]. Простий знак, чітка композиція і відсутність декоративних деталей створюють відчуття технологічної прозорості. Саме тому багато компаній у сфері цифрових технологій використовують максимально спрощені символи та стриману кольорову систему. У модній індустрії аналогічні прийоми працюють інакше [3]. Чорно-біла палітра, строгі шрифтові логотипи та мінімальна кількість графічних елементів формують атмосферу ексклюзивності. Такий підхід дозволяє зосередити увагу на самому продукті – його формі, фактурі та силуеті. У люксовому сегменті лаконічна айдентика часто сприймається як ознака впевненості бренду, який не потребує декоративних ефектів для привернення уваги. Ще одна важлива риса – послідовність [1]. Лаконічна айдентика переконливо працює лише тоді, коли підтримана в усіх точках контакту з брендом [2]. Вона проявляється не тільки у логотипі, а й у пакованні, рекламних матеріалах, архітектурі магазинів та цифрових інтерфейсах. Саме ця цілісність формує впізнаваний образ і зміцнює довіру до бренду. Порівняння брендів добре демонструє цю різницю. В обох випадках використовується проста графічна мова: мінімум деталей, монохромні рішення та чітка композиція. Проте сприйняття цих образів різниться. У технологічному контексті стриманість асоціюється з функціональністю, інноваційністю та точністю. У модному середовищі вона створює відчуття статусності та розкоші.

Висновки. Стримана візуальна мова стала однією з найпомітніших тенденцій сучасного брендингу. Її виразність ґрунтується не на кількості елементів, а на точності їх використання. Кілька форм, продумана типографіка та правильно організований простір здатні створити сильний і впізнаваний образ. Мінімалізм у сучасній айдентиці є багатогранним явищем. Він забезпечує не лише технічну перевагу, а й формує психологічні зв'язки з аудиторією.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Kimbarovsky A. Why a Minimalist Logo Can Work Great For YourBusiness // Crowdspring Blog. 16.11.2023. URL: https://www.crowdspring.com/blog/logo-design-minimalism-branding-business (дата звернення 07.03.2026)
2. Кривокульська К., Проскуряков О. Використання принципів мінімалізму в графічному дизайні. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2022. Вип. 48. С. 132–141.
3. Mohnot R. Minimalism in Logo Design: Understanding the Significance of Minimalistic Brand Identities. URL: https://www.re-thinkingthefuture.com/architectural-community/a10868-minimalism-in-

logo-design-understanding-the-significance-of-minimalistic-brand-identities/ (дата звернення: 07.03.2026).

Дарина ГАЛИШИЧ
Національний університет «Львівська політехніка»
Христина БОЙКО
кандидат архітектури, доцент
доцент кафедри дизайну та основ архітектури
Національний університет «Львівська політехніка»

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ

Штучний інтелект (далі ШІ), як галузь досліджень, був започаткований у 1956 р. та використовувався як екперементальна програма. Згодом, його було впроваджено у комп'ютерні ігри та програми, різноманітні дослідження, і саме вузькому колу фахівців було відомо про цю галузь. Однак, з 2022 р. після запуску чат-боту ChatGPT компанією OpenAI ШІ став доступним і для повсякденного використання [1]. Його почали застосовувати як інструмент для роботи, навчання, пошуку відповідей на запитання тощо.

Наш світ не поділяється на «чорне та біле». У кожного явища є переваги та недоліки. ШІ дає змогу людям делегувати одноманітні завдання і натомість, приділити увагу важливішій категорії справ. Чого вартує лише допомога алгоритмів у сфері медицини. Хочу навести приклад робота-хірурга, який був розроблений американськими вченими. Машина успішно провела операцію на жовчному міхурі свині [2]. Ця подія є прикладом того, як ШІ вселяє надію на те, що у випадках надзвичайних ситуацій у світі, пов'язаних із природними катаклізмами, техногенними катастрофами, одночасним масовим пораненням великої кількості людей внаслідок агресивних військових дій, що розгортаються на наших очах, запрограмовані ШІ машини зможуть допомогти врятувати життя та замінити можливу нестачу лікарів.

Хоча отримати відповідь на запитання у чат - боті тепер можливо легко та швидко, вона не завжди є правдивою, що, однозначно, може погіршити якість знань людей, то ж перевірка правильності інформаційних джерел досі є необхідною. Не можу не зазначити, що із появою ШІ, стало надзвичайно просто створювати імітовані (фейкові) фото та відеоматеріали. Тому, у режимі реального часу, спостерігаємо стрімке зростання ризиків цькування та маніпулятивної поведінки у сучасному глобалізованому світі.

У студентському середовищі часто зауважую переживання колег щодо можливого витіснення фаху дизайнера інтер'єру - освіти, яку здобуваю у ЗВО, ШІ, що, очевидно, може позбавити людей праці. Однак, на мою думку,

з розвитком AI усі професії будуть модернізовані, з'являться нові посади для обслуговування цієї галузі, а наявні сфери діяльності однозначно не зникнуть, оскільки ШІ - це лише інструмент, якому необхідна інформація від людини - фахівця, чия праця та досвід завжди будуть затребуваними для супроводу та реалізації будь-якого проєкту з використанням комп'ютерного інтелекту. То ж закономірно виникає питання: чи замінить ШІ дизайнера інтер'єру?

ШІ чудово працює з алгоритмами, патернами та візуальними референсами. Але дизайн інтер'єру – це не просто «красиво», це відчуття простору, настрою та замовника, який в ньому перебуватиме. Дизайнер відчуває баланс і напругу в просторі, працює з емоціями, асоціаціями, життєвими сценаріями, створює не трендовий, а живий та персоніфікований інтер'єр. І цю глибину поки що неможливо повністю закодувати. ШІ може згенерувати варіанти, але не може вибудувати довіру, зняти сумніви, заспокоїти чи переконати – а це критично важливо у роботі з простором та великими бюджетами. Адже, реальний інтер'єр – це не зображення в Pinterest, а: пропорції, світло, акустика, запахи, емоції, тактильність матеріалів, нюанси будівельних обмежень та реальних умов. Але, очевидно, що дизайнер не може ігнорувати ШІ, скільки – це потужний інструмент, який дозволяє швидко тестувати дизайн-концепції, може допомогти клієнту вже на етапі проєктування поринути у майбутній простір задовго до його реалізації [3]. На моє глибоке переконання, майбутнє не за ШІ без фахових дизайнерів. Майбутнє за ШІ з дизайнерами, які мислять, відчувають і вміють з ним працювати та реалізовувати бажання замовників.

Реальною проблемною є й те, що люди почали користуватись допомогою ШІ надмірно, що спричиняє шкоду не лише здатності самостійно аналітично мислити й аналізувати, а й екології зокрема. Згідно з дослідженням Harvard Business Review, ШІ потребує величезної кількості природних ресурсів, у тому числі й прісної води, він споживає тисячі мегават-годин електроенергії та викидає в атмосферу сотні тонн вуглецю [4]. ШІ - інструмент, який дійсно може завдати шкоди правдивому інформаційному середовищу, людській здатності до самоаналізу та розвитку розумових здібностей, екології. Однак, галузь, яка зараз активно розвивається здатна водночас рятувати життя, та зберігати цінний час для важливіших задач.

Я вважаю, що нові технології та дослідження дуже скоро нормалізують рівень використання природних ресурсів для обслуговування AI, однак варто контролювати обсяг його використання, оскільки, на мою думку, ШІ дуже швидко зможе знеохотити людей до саморозвитку, що натомість пригальмує наукові відкриття, дослідження нових ідей та їх реалізацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:
1. Створення і запуск чат-боту ChatGPT компанією OpenAI. URL: https://share.google/Xe6pm7tNdj7RcesaR (дата звернення: 08.03.2026)
2. Озтурк І. Проведення надскладної операції роботом-хірургом. URL: https://share.google/cIqviC7M2BHAyvi1u (дата звернення: 08.03.2026).
3. Чи замінить штучний інтелект дизайнерів інтер'єру? URL: https://www.instagram.com/p/DTfbwHdDCNd/?img_index=9. (дата звернення: 09.03.2026)
4. Погончук Я. Як штучний інтелект шкодить екології? URL: https://share.google/VCauMqIkQLJZD8Boq (дата звернення: 08.03.2026).

Анастасія ГАЛІЦЬКА
Київський національний університет технологій і дизайну
Ольга ЄЖОВА
доктор педагогічних наук, кандидат технічних наук
Київський національний університет технологій і дизайну

ВПЛИВ СУЧАСНИХ НАПРЯМІВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ НА ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ КОСМЕТИЧНИХ БРЕНДІВ

Сьогодні у графічному дизайні, особливо у сфері косметичних брендів, все більшої популярності набуває напрям, пов'язаний з натуральністю та екологічністю. Сучасні споживачі звертають увагу не лише на якість самого продукту, а й на те, як бренд комунікує свої цінності через дизайн. Візуальний стиль, кольорова палітра, матеріали пакування та загальна естетика бренду можуть підкреслювати його відповідальне ставлення до природи та навколишнього середовища [1]. Саме тому багато компаній використовують у дизайні природні кольори, прості форми та мінімалістичні графічні рішення.

Однією з важливих складових сучасного дизайну косметичних брендів є екологічне пакування. Бренди все частіше переходять на перероблювані матеріали або зменшують кількість пластику [2]. Наприклад, Lush відома мінімальним пакуванням або концепцією «naked packaging», а Aesop використовує стриманий дизайн з можливістю переробки. Такі рішення формують довіру до бренду та підкреслюють його екологічну відповідальність.

Також у дизайні таких брендів часто використовуються природні кольори та відтінки зеленого, бежевого, пісочного або білого [3]. Вони асоціюються з природою, чистотою та безпечністю продукту. Разом із мінімалістичною типографікою та простими графічними елементами це створює сучасний і водночас зрозумілий впізнаваний візуальний стиль.

Розроблено авторський фірмовий стиль для бренду сонцезахисних кремів, у якому враховано принципи натуральності та екологічності. Одним із ключових рішень стало використання екологічного пакування, що підлягає переробці. Такий підхід дозволяє не лише створити привабливий візуальний образ бренду, але й підкреслити його відповідальне ставлення до навколишнього середовища. Крім того, у дизайні використано прості графічні елементи та стриману кольорову палітру, що допомагає передати ідею природності та безпечності продукту для шкіри.

Отже, сучасні тенденції графічного дизайну демонструють, що екологічність стає не лише етичним принципом виробництва, але й важливою складовою візуальної комунікації бренду. Використання природних кольорів, мінімалістичних форм та екологічного пакування допомагає брендам підкреслити свої цінності та сформувати довіру споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Косаревська Р. О. Візуальна комунікація та маркетинг: аналіз впливу графічного дизайну на споживачів. Мистецтвознавчі записки : зб. наук. пр. 2023. Вип. 44. С. 11–17. DOI: https://doi.org/10.32461/2226-2180.44.2023.293905 (дата звернення: 03.03.2026).
2. Підлісна О. А., Снігур М. Д. Сучасні проблеми економіки і підприємництво : зб. наук. пр. 2020. Вип. 26. С. 82–89. URL: https://ela.kpi.ua/handle/123456789/55184 (дата звернення: 03.03.2026).
3. Костюченко, О., Михайлова, Р. Стратегії кольору в сучасному бренд-дизайні. Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну. 2022. 5(2). С. 227–242. DOI: https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266909.

Вікторія ГЛУШОК
здобувачка 1 курсу другого (магістерського) рівня
Херсонський національний технічний університет
Анна БІЛИК
кандидат мистецтвознавства, доцент
Херсонський національний технічний університет

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ДИЗАЙНУ КУХОННИХ ПРИМІЩЕНЬ СУЧАСНИХ ЖИТЛОВИХ КВАРТИР

У сучасній квартирі кухня має особливу атмосферу, тут кожного дня збирається вся родина, тут проходять зустрічі із друзями та близькими за душевними розмовами, тут формуються сімейні традиції, і все це робить кухню серцем квартири. Однак обмежений простір і незручне планування кухні можуть ускладнювати користування нею. Невпорядкована кухня збільшує час на пошук продуктів та посуду. Наприклад, дослідження

американських учених показало, що середньостатистичний господар витрачає до 15 хвилин на день на пошук предметів, які можна ефективно розташувати за принципом «часто використовуване – близько до руки» [1]. Саме тому грамотна організація простору на кухні є важливою для створення комфортного, безпечного та функціонального середовища. Раціональне кухонне зберігання, оптимальне розташування меблів та використання вертикального простору дозволяють ефективно використовувати площу навіть у невеликих кухнях. Планування кухні з урахуванням цих принципів допомагає поєднати естетику та зручність, перетворюючи кухню на дійсно затишне місце для всіх членів родини [2].

Функціональність простору – це здатність задовольняти конкретні потреби і виконувати завдання, для яких він призначений. Вона визначає, наскільки простір відповідає своєму призначенню і сприяє ефективному використанню.

Саме функціональність має значний вплив на дизайн інтер'єру, формуючи основу для багатьох дизайнерських рішень. Простота використання, планування та оптимізація площі, розташування і пересування у просторі, зберігання та організація, ергономіка, матеріали і технічне оснащення, адаптивність, безпека, естетика та емоційне благополуччя є основними складовими функціональності в дизайні інтер'єру [3].

Ергономіка – це наука, що займається проєктуванням та організацією предметів, якими користуються люди, таким чином, щоб і люди й речі взаємодіяли найбільш ефективно й безпечно у системі «людина-предмет-середовище», тобто як зробити меблі чи робочий простір зручнішим для користувача, як оптимізувати простір та робочі процеси [4].

Internation Ergonomics Association визначає три широкі ергономічні сфери, що зосереджені на добробуті людей. Фізична ергономіка – найпоширеніша форма, знання якої та способів її інтеграції значною мірою впливає на безпеку. Вона заснована на декількох дослідженнях людини: анатомічних – будова тіла; антропометричних – вивчення розмірів тіла; фізіологічних – функціонування тіла живих істот; біохімічних, які пов’язані з хімічними речовинами та речовинами, які містяться в живих організмах. Когнітивна ергономіка вивчає когнітивні здібності користувача під час використання певного продукту чи простору. Це знання людського сприйняття, пам’яті та розумової обробки користувача та предмету. Організаційна ергономіка займається оптимізацією дизайну робочого місця та планування робочого часу в компанії. Хороша організаційна ергономіка робочого простору може визначити загальний добробут співробітника в компанії [4].

Ергономіка в організації простору на кухні допомагає мінімізувати навантаження і підвищити ефективність. Дослідження показують, що застосування принципів ергономіки знижує час на приготування страв на 20-30% та зменшує ризик травм [5]. На кухні це означає: принцип робочого трикутника; оптимальні висота робочих поверхонь та шаф; доступність часто використовуваних предметів [2].

Робочий трикутник на кухні – це оптимальне розташування мийки, плити та холодильника, яке забезпечує зручність у пересуванні та приготуванні їжі, економію часу під час роботи. Цей принцип – основа ергономічного планування кухні. Ідеальна довжина сторін трикутника: від холодильника до мийки: 1,2-2,7 м.; від мийки до плити: 1,2-2,7 м.; від плити до холодильника: 2,1-3,6 м.

Ці відстані дозволяють одночасно мати швидкий доступ до продуктів, мийки та плити, не перевантажуючи ноги і не створюючи «транспортних заторів» на кухні. Наприклад, у малих кухнях (до 10 кв.м.) робочий трикутник компактний: зазвичай холодильник і плита розташовані на одній стіні, мийка – поруч у кутку; у середніх кухнях (10–20 кв.м.) використовують L-подібне або U-подібне планування; у великих кухнях (понад 20 кв.м.) робочий трикутник можна винести на кухонний острів: холодильник на одній стіні, плита на острові, мийка поруч.

Залежно від розміру та форми приміщення виділяють такі функціональні типи кухонь (рис 1.): лінійна кухня (1-рядна) характеризується розташуванням елементів в одному ряду, що забезпечує легкий доступ до всіх зон . Це ідеальний вибір для вузьких та довгих приміщень, де важливий кожен сантиметр простору.

У паралельній кухні (2-рядній) елементи гарнітура розміщені на двох протилежних стінах. Дворядне планування підходить для приміщень середнього розміру, де можна використати дві протилежні стіни для розташування меблів і техніки.

Кутова або Г-подібна кухня розміщується уздовж двох стін і кута. Дозволяє раціонально організувати простір на кухні та застосувати правило робочого трикутника. Підходить для приміщень середнього розміру.

П-подібне планування ідеально пасує до просторих кухонь, де є достатньо місця для комфортного розміщення півострова. Додаткову площу можна використати як обідню зону або робочу поверхню.

Острівна кухня (кухня-острів) ідеально підходить для просторих приміщень. На кухонному острові можна розмістити плиту та мийку чи організувати робочу поверхню. Забезпечує зручний доступ зі всіх сторін та має ефектний дизайн [2].

Отже, вибір типу планування кухні залежить від розміру та форми приміщення (стандартної чи нестандартної), наявності столу і

холодильника, розташування дверних прорізів, і, звичайно, потреб та естетичних уподобань замовника. В залежності від того, чи замовник правша чи лівша, перераховані зони розташовуються за годинниковою стрілкою або ж проти неї.

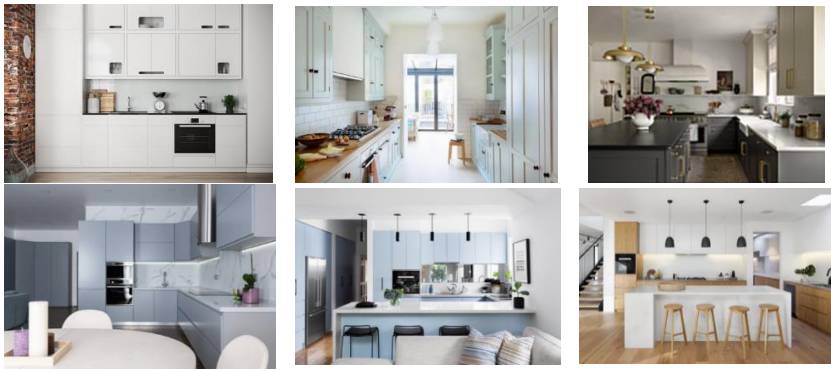


Рис.1 Приклади функціональних типів кухонь

Оптимізація простору на кухні по зонах дозволяє максимально використати кожний м², забезпечуючи комфорт і зручність у повсякденному користуванні. Суттєвого підвищення рівня функціональності можна домогтися, якщо розділити кухню на 5 функціональних зон (рис.2):

Зона зберігання продуктів або «запаси». У цій зоні розміщуються продукти (холодильник та шафки для зберігання круп, макаронних виробів, хлібобулочних виробів, печива, солодощів, консервацій, спецій, напоїв, овочів та фруктів тощо).

Зона зберігання посуду або «зберігання». Тут розташовуються столові прилади і посуд.

Зона миття продуктів та посуду або «мийка». Основні елементи цієї зони – власне мийка та посудомийна машина. Під мийкою зручно зберігати миючі засоби і тримати відро для сміття. Рекомендується робити планування кухні так, щоб зона миття була біля зони зберігання посуду.

Зона підготовки продуктів або «підготовка». Тут знаходиться різноманітне приладдя, посуд, кухонна техніка тощо. Найзручнішим варіантом для зберігання стануть висувні шухляди з внутрішніми роздільниками та органайзерами, повністю або частково висувні.

Зона приготування їжі. Тут розташовують варильну поверхню, духовку, витяжку, мікрохвильовку, мультиварку, сковорідки, каструлі, дошки для нарізання, рушники та інший кухонний інвентар, що може знадобитися в

процесі приготування страв, і бажано в безпосередній близькості від плити. Цю зону рекомендовано робити не менше 1 м завдовжки та розміщувати між зонами приготування їжі та миття посуду та обов'язково подбати про функціональне підсвічування робочої поверхні [6; 7].

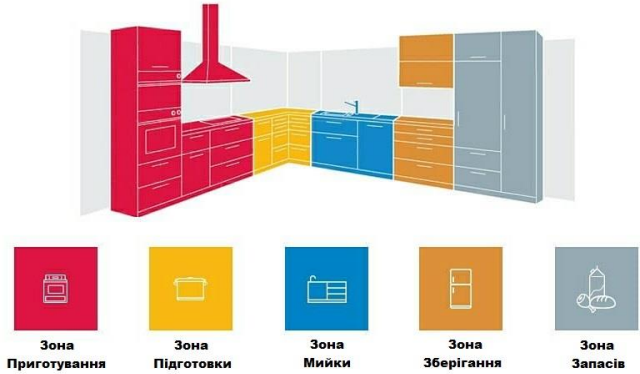


Рис.2. П'ять функціональних зон на кухні

Також на планування кухні впливають соціальні фактори або персоналізація простору, до яких належать: кількість людей, які постійно користуються кухнею, їхній вік, наявність інклюзії, звички та індивідуальні риси. Наприклад, визначальними у правильному плануванні обідньої зони кухні будуть розмір столу, кількість місць, спеціальне місце для дитини чи людини, яка використовує візок тощо. Також від соціального аспекту залежить розміщення побутових приладів, висота стільниці та робочих поверхонь, підвісних шаф та полиць, тобто зазвичай висоту підлаштовують під зріст людини, яка готуватиме на кухні частіше за інших. [1].

Отже, персоналізація простору або врахування індивідуальних потреб є ще одним ключовим аспектом при створенні функціонального простору. Тому для цього важливо врахувати наступні фактори: збір інформації (детальна розмова із користувачами простору для встановлення їхніх побажань); аналіз способу життя або робочого процесу та можливість персоналізації простору, щоб відобразити особистість та користувачів (наприклад, можливість вибрати колірну гамму, елементи декору або стиль меблів) [3].

Функціональність в дизайні інтер'єру є фундаментальним аспектом, який взаємодіє з естетикою, ергономікою, безпекою та іншими факторами для створення простору, який не тільки красивий, але і практичний та комфортний у використанні. Правильне зонування та планування кухні

допоможе створити ефективний простір, що стане не лише місцем приготування їжі, але й центром сімейного та дружнього спілкування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Параскевич В.В. Ергономіка кухонь: як все продумати заздалегідь. Paskevych.com.ua. 2021. URL: https://paskevych.com.ua/ergonomika_kuhni/. (дата звернення: 02.02.2026)
2. Організація простору на кухні: науковий підхід до ергономіки та планування. 2025. URL: https://fremont.com.ua/dyzajn-inter-ieru/orhanizatsiia-prostoru-na-kukhni-naukovyj-pidkhid-do-erhonomiky-ta-planuvannia/. (дата звернення: 05.02.2026).
3. Кнуренко Олег. Як створити функціональний простір? Поради дизайнера інтер'єру. Oleg Knurenko Interior Design. URL: https://okstudio.in.ua/articles/yak-stvoryty-funktsionalnyi-prostir.html. (дата звернення: 10.02.2026).
4. Ярош Альона. Що таке ергономіка у дизайні. URL: https://nerukhomi.ua/ukr/news/lajfhaki/scho-take-ergonomika-u-dizajni.htm.(дата звернення: 09.02.2026).
5. Glushko V. Дисципліна організації. LibreTexts, 2022. URL: https://ukrayinska.libretexts.org (дата звернення: 05.02.2026).
6. Оптимізація простору – правила маленьких кухонь. URL: https://dvorsky.kiev.ua/ua/stati/kuxni/optimizacziya-prostranstva-kuhni/. (дата звернення: 10.02.2026).
7. Бандура Юлія. Секрети оптимізації простору на кухні, про які ви навіть не здогадувались. URL: https://viyarbazar.com/blog/sekreti-optimizatsii-prostoru-na-kukhni-pro-yaki-vi-navit-ne-zdogaduvalis/?utm_medium=organic&utm_source=google. (дата звернення: 12.02.2026).

Варвара ГОМЕНЮК-ДОРОЩЕНКОВА
Харківський національний університет мистецтв імені І.П. Котляревського
Людмила КОЛЧАНОВА
Харківський національний університет мистецтв імені І.П. Котляревського

УКРАЇНА В УМОВАХ КУЛЬТУРНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

1. Сутність культурної глобалізації:

- Культурна глобалізація - це процес взаємодії та взаємовпливу культур різних народів світу.

- Завдяки технологіям, медіа та інтернету культурні ідеї, традиції та мистецтво швидко поширюються між країнами.

2. Україна як частина світового культурного простору
- Українська культура активно інтегрується у світовий культурний простір.
- Українські митці, музиканти, режисери та письменники стають відомими за межами країни.
- Прикладом є успіхи українського кіно, музики та сучасного мистецтва на міжнародних фестивалях.

3. Вплив глобалізації на українську культуру
- Поширення світових культурних тенденцій: музики, моди, кінематографа, масової культури.
- Зростання культурного обміну та співпраці з іншими країнами.
- Розвиток нових творчих напрямів і стилів.

4. Виклики культурної глобалізації
- Існує ризик втрати національної культурної ідентичності.
- Домінування масової культури може витісняти традиційні культурні форми.
- Важливо зберігати українську мову, традиції та культурну спадщину.

5. Збереження і популяризація української культури
- Підтримка національного мистецтва, літератури та кіно.
- Популяризація української культури у світі через фестивалі, виставки, переклади книг.
- Використання сучасних технологій і соціальних мереж для поширення української культури.

6. Висновок
- Культурна глобалізація відкриває для України нові можливості розвитку.
- Водночас важливо зберігати власну культурну самобутність.
- Поєднання відкритості до світу та збереження традицій є ключем до розвитку української культури.

Ілля ГОРДІЄНКО
Черкаський державний фаховий бізнес коледж
Валентина МУЗИЧЕНКО
старший викладач, завідувачка відділення дизайну
Черкаський державний фаховий бізнес коледж

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ЛОКАЛЬНІ ПРАКТИКИ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Сучасний розвиток графічного дизайну відбувається в умовах глобалізації, що сприяє швидкому поширенню візуальних тенденцій, технологій та професійних стандартів у різних країнах світу. Завдяки цифровим платформам, соціальним мережам і міжнародним проєктам дизайн перетворюється на універсальну мову візуальної комунікації. Глобалізація створює умови для активного обміну ідеями між культурами та професійними спільнотами. Як зазначає Віктор Папанек – Дизайн став найпотужнішим інструментом який формує середовище та спосіб життя людини [1].

Яскравим прикладом впливу глобалізації є візуальна айдентика міжнародних брендів, зокрема Apple та Nike. Їхній дизайн базується на принципах мінімалізму, чіткої композиції та універсальної символіки, що дозволяє ефективно комунікувати з аудиторією в різних культурних середовищах. Ще один приклад – музична платформа Spotify, яка використовує динамічну графічну айдентику, що легко адаптується до різних форматів цифрових медіа та глобальної аудиторії.

Водночас сучасний дизайн дедалі частіше поєднує глобальні тенденції з локальною культурною ідентичністю. Наприклад, український бренд TELIZHENKO з м. Черкаси працює над створенням мистецьких виробів, оздоблених вишивкою, які демонструють глибинну українську традицію, втілену в сучасних творах. Бренд використовує традиційні українські орнаменти та символіку у сучасному оформленні продукції (Рис. 1).

Рис. 1. Приклади виробів бренду TELIZHENKO [2]

Подібні підходи простежуються і в сучасних проєктах міської айдентики, зокрема в айдентиці Києва та багатьох обласних центрів, де сучасна графічна система поєднується з історичними символами та культурними кодами.

Особливо помітним вплив глобалізації став у період повномасштабної війни, коли український графічний дизайн активно інтегрувався у світовий інформаційний простір. Наприклад, ілюстрації та плакати Нікіти Тітова (Рис. 2) та поштівки Андрія Єрмоленка (Рис. 3), присвячені темі спротиву та підтримки України, активно поширюються в міжнародних медіа та соціальних мережах, формуючи потужний візуальний наратив сучасної української культури.

Рис. 2. Плакати Нікіти Тітова [3]

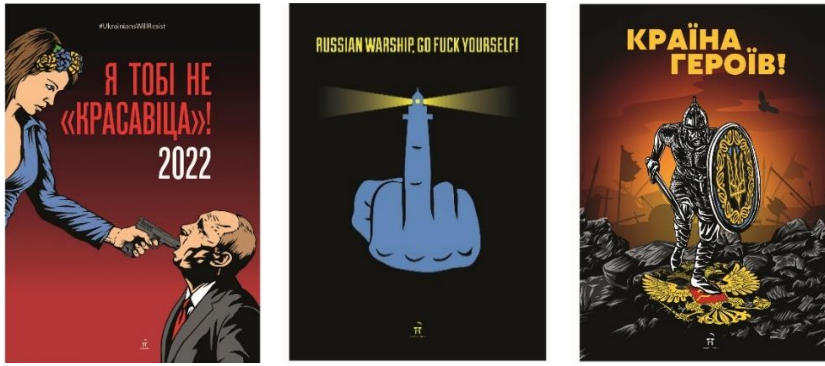


Рис. 3. Поштівки Андрія Єрмоленка [4]

Також значної популярізації набули патріотичні візуальні символи, зокрема плакати з гаслом «Русскій воєнний корабль…», що стали частиною міжнародної інформаційної кампанії на підтримку України після подій, пов'язаних з обороною Островів Зміїний.

Ці приклади демонструють, що сучасний український графічний дизайн здатний не лише відображати національні події, а й формувати глобальний візуальний сторителінг, який зрозумілий міжнародній аудиторії та стає частиною світового культурного простору.

Важливу роль у глобалізації дизайну відіграють і сучасні цифрові технології. Використання професійних програмних середовищ, таких як Adobe Illustrator, Adobe Photoshop та Figma, дозволяє дизайнерам з різних країн працювати над спільними проєктами, обмінюватися ідеями та створювати міжнародні дизайнерські продукти.

Отже, процес глобалізації суттєво впливає на розвиток графічного дизайну. Він розширює можливості професійної діяльності дизайнерів, сприяє поширенню нових технологій, стилістичних тенденцій та форм візуальної комунікації. Водночас глобалізація стимулює поєднання міжнародних дизайнерських підходів із локальною культурною ідентичністю, що дозволяє створювати актуальні та впізнавані візуальні образи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Папанек В. Дизайн для реального світу: Екологія людства та соціальні зміни. Переклад з англ. Дарія Цепкова. Київ. ArtHuss, 2020. 448 с.
2. TELIZHENKO Fashion House. URL: https://telizhenko.com.ua

3. Нікіта Тітов. Він малює українську боротьбу за свободу. URL: https://novapolshcha.pl/article/nikita-titov-vin-malyuye-ukrayinsku-borotbu-za-svobodu/
4. Андрій Єрмоленко. Набір поштівок «Ukrainian resistance». URL: https://www.arthuss.com.ua/shop/nabir-poshtivok-ukrainian-resistance

Вікторія ГРАБОВСЬКА
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Оксана ПІДДУБНА
завідувачка кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ЗБЕРЕЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТРАДИЦІЙ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сьогодні, в умовах сучасної глобалізації, дизайн стикається з викликом уніфікації та стандартизації візуальних умов. Процес всесвітнього поширення інновацій часто диктує певні шаблони, де виробники використовують однаковий дизайн для різних брендів із метою заниження ризиків та вартості виробництва [3, с. 90]. Це призводить до втрати регіональної самоідентичності, що робить питання збереження національного коду критично важливим для розвитку креативних індустрій [1, с. 113].

Однією з найефективніших стратегій розв'язання цієї проблеми є «глокалізація» – синтез глобальних технологічних процесів із локальним культурним контекстом. Глокальний дизайн дозволяє створювати продукт, який є зрозумілим світовому споживачу за функціональністю, але несе в собі унікальну ідентичність через використання фундаментальних символів та етнічних мотивів [6, с. 13].

У контексті України, особливо з 2022 року, мистецтво та дизайн стають інструментами «духовної безпеки» та культурного опору [2, с. 232]. Національна спадщина у дизайні стає інструментом об'єднання суспільства та забезпечує стійкість культурної самосвідомості перед зовнішніми викликами [2, с. 234]. У той час як проєкти «OBERIG JEWELRY» та «Etnodim» успішно адаптують етнічні коди до ювелірних прикрас та одягу [7, С.100–103], у площині візуальних комунікацій є приклад популяризації української культурної спадщини через комерційний продукт. Дизайн пакування «Львівської майстерні шоколаду» – це вдалий приклад інтеграції елементів західноукраїнського модерну та етнічних мотивів у сучасний продукт. Такий підхід дозволяє гармонійно поєднати візуальні традиції з актуальними дизайнерськими рішеннями, сприяючи популяризації української культурної спадщини [7, с. 101]. Цей процес також посилюється

розвитком цифрової типографіки, наприклад створенням варіативних шрифтів «Kyiv Type» (Дмитро Растворцев) та «Volja» [4; 5], які переносять історичну пам'ять у площину UI/UX-дизайну та сучасної айдентики.

Інтеграція національних мотивів у графічний дизайн, UI/UX-дизайн та моду не лише підтримує культурну пам'ять, а й підтримує конкурентоспроможність українського продукту на міжнародному ринку [1, с. 115; 9, с.103]. Застосування інноваційних методів цифрового відродження традиційних орнаментів дозволяє ефективно залучати різні групи суспільства до збереження спадщини, що корелює із сучасними тенденціями посилення національної ідентичності у візуальних комунікаціях [1, с. 112–115].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шевченко А., Горносталь І. Аналіз тенденцій посилення культурної ідентичності в сучасному графічному дизайні. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. 2024. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24716 (дата звернення 12.02.26).
2. Ковальова М., Вернюк Я., Журавльова Н. Українське мистецтво як чинник формування національної ідентичності в суспільстві. Актуальні питання гуманітарних наук. 2025. Вип. 89. Ч. 1. С. 214–220. URL: http://aphn-journal.in.ua/archive/89_2025/part_1/35.pdf (дата звернення 12.02.26).
3. Гарбар Р. Глобалізація як актуальна проблема сучасного дизайну. Актуальні проблеми сучасного дизайну: зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 25 квітня 2024 р.). Київ: КНУТД, 2024. Т. 2. С. 89–90. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/28303/1/APSD_2024_V2_P089-090.pdf (дата звернення 02.02.26).
4. Растворцев Д. Варіативний шрифт Kyiv Type: характер міста в цифровій типографіці. Telegraf Design. 2020. URL: https://cukr.city/news/2019/dyzayner-dmytro-rastvortsev-stvoriuie-shryft-dlia-kyieva/ (дата звернення 11.02.26).
5. Ношкалюк К.М. «Воля ціни не має», – дизайнерка Марчела Можина про шрифт, натхненний Нілом Хасевичем 2022 URL: https://kultura.rayon.in.ua/topics/551356-volya-tsini-ne-mae-dizaynerka-marchela-mozhina-pro-shrift-natkhnenniy-nilom-khasevichem (дата звернення 14.02.26).
6. Borodavko-U. N. Glocal Design as an Interdisciplinary Model of Project Work. Demiurge: ideas, technologies, perspectives of design. 2024. Vol. 7. No. 1. P. 11–18. URL: https://www.researchgate.net/publication/379615541 (дата звернення 07.02.26).

7. Мосендз О. В. Касьяненко К. С. Красильникова І. В. Роль національних мотивів у сучасному українському дизайні та їхній вплив на глобальні тренди. ResearchGate. 2024. № 6. С. 97–108. URL: https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/326/280 (дата звернення 16. 02.26).

Ярина ГРИГОРАШ
Косівський державний інститут декоративного мистецтва
Богдана ЧІХ-КНИШ
кандидат мистецтвознавства
доцент кафедри історії мистецтв та гуманітарних дисциплін
Косівський державний інститут декоративного мистецтва

ОРНАМЕНТИ ТРАДИЦІЙНОЇ ВИТИНАНКИ У ТВОРЕННІ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ІНТЕР'ЄРУ

Традиційна витинанка з паперу була поширеною в Україні до середини минулого століття. Після тривалої перерви сьогодні вона переживає справжнє відродження. Вперше витинанки з'являються в Україні у середині XIX ст. як елементи інтер'єру в селянських хатах. Народні умільці виявляли багато смаку, вміння і винахідливості, прикрашаючи своє житло. На стінах розміщували розпис та різноманітні паперові прикраси, а над вікнами, дверима, на мисниках і поличках прилаштовували паперові "лиштви" і "рушники"[2,41]. Як зазначав М. Коцюбинський [2,44], на Подніпров'ї і Поділлі витинанками з паперу обліплювали стіни від покуті до дверей, а для півдня Подніпров'я розетковими витинанками прикрашали передній кут селянської хати [2,43].

Серед орнаментальних мотивів паперових витинанок найпоширенішими в Україні були геометричні й рослинні зображення, дещо рідше вирізали антропоморфні й зооморфні фігури, архітектуру та предметів побуту тощо [1,77]. Орнаментика українських народних витинанок є різноманітною, це зумовлено технологічними особливостями виконання та регіональними художніми особливостями.

Композиційні структури традиційних витинанок пов'язані із ритмічним повтором окремих елементів, відповідно складеними та вирізаними. Особливо виразними є розети, стрічки ритмічних елементів, вазони чи дерева з парними зображеннями квітів, птахів та ін. що відображають світобудову.

Орнаментика традиційних паперових витинанок є дуже виразною, тут відображено світоглядні символи та естетичні вподобання українців. Використання орнаментів народних витинанок у художніх творах для

громадського простору є актуальним, а витинанки сучасних українських художників закорінені у традицію та національну художню естетику.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Khramova-Baranova O. L. Slhouette in context of modern visual culture of Ukraine. 2018 C.77 URL https://doi.org/10.32703/2415-7422-2018-8-1(12)-75-82 (дата звернення:05.03.2026)
2. Станкевич М. Є. Українські витинанки. Київ: Наукова думка, 1986. С. 41-43.

Крістіна ДАЦКОВА
Хмельницький національний університет
Галина ОЛІЙНИК
кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну
Хмельницький національний університет

АДАПТИВНИЙ ДИЗАЙН ЯК ГОЛОВНИЙ ВЕКТОР НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРУ ТА МЕБЛІВ

Стрімка еволюція цифрових інструментів та перегляд професійних стандартів в Україні докорінно змінюють підходи до навчання майбутніх фахівців з дизайну інтер'єру та меблів у вищих навчальних закладах. Фундаментальним орієнтиром у розвитку просторового середовища стає концепт адаптивності, який забезпечує ефективну синергію художньої виразності, практичності та соціальної відповідальності проєктних рішень. Інтеграція ШІ в методику адаптивного проєктування дозволяє вийти за рамки простої технічної підтримки та перейти до створення інтелектуальних персоналізованих інтер'єрних систем. Це перетворює процес розробки концепції на глибоке дослідження індивідуального сценарію життя споживача та забезпечує максимальну ефективність і автентичність кожної деталі дизайн-проєкту.

Актуальним вектором такого розвитку є перехід до гібридних підходів, у яких традиційний візуальний пошук збагачується інтелектуальними алгоритмами ШІ. Це не лише стимулює творче мислення майбутнього фахівця з дизайну інтер'єру та меблів, але й підсилює трансформацію задуму в життєздатну концепцію. Для дизайнерів інтер'єру та меблів така інтеграція методів є ознакою високої майстерності, що дозволяє поєднати естетичну довершеність із найсучаснішими технічними стандартами.

Цифровий інструментарій дизайнера інтер'єру та меблів сьогодні охоплює 3D-моделювання, графічні редактори та хмарні сервіси для командної роботи. Інтеграція цих засобів в освітній процес трансформує

його в адаптивну систему, що гнучко реагує на індивідуальні запити здобувачів освіти. Це забезпечує персоналізацію навчання, доступ до верифікованих знань, виступає потужним стимулом для розвитку міждисциплінарних зв'язків і дистанційної комунікації.

Впровадження алгоритмів штучного інтелекту стає невід'ємним складником підготовки фахівців із дизайну інтер'єру та меблів. Використання генеративних моделей оптимізує етап концептуалізації: вони дозволяють майбутнім фахівцям з дизайну не лише варіювати стилістичні параметри в реальному часі, але й верифікувати складні композиційні рішення на ранніх стадіях проєктування.

У контексті дизайн-проєктування такі рішення відкривають принципово нові горизонти для моделювання простору, вибору колористичного рішення, підбору матеріалів, вибору освітлення, меблів та обладнання тощо. Гібридний підхід до навчання, який полягає у поетапній еволюції концептуальної ідеї починаючи від ескізу та зарисовок і закінчуючи цифровим моделюванням, відкриває нові горизонти та можливості для підготовки фахівців з дизайну інтер'єру та меблів. Даний підхід дозволяє поєднувати інтуїтивний пошук форми з потужними аналітичними можливостями сучасних цифрових середовищ.

Штучний інтелект у системі адаптивного дизайну виступає осередком інновацій, що інтенсифікує проєктний процес, не порушуючи академічних традицій. Кінцева мета такої освіти полягає у підготовці фахівця з дизайну інтер'єру та меблів, здатного гармонізувати цифрові алгоритми з творчою індивідуальністю. Це забезпечує формування високої професійної культури, у якій поєднання технічної досконалості та командної взаємодії стає запорукою створення конкурентоспроможних інтер'єрних рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шевченко А.І. та ін. Стратегія розвитку штучного інтелекту в Україні: монографія / за ред. А.І. Шевченко. Харків: ІПШІ, 2023. 305с.
2. Касич А.О., Яковенко Я.Ю., Клюс Ю.М., Динько І.Ю. Штучний інтелект та інтелектуальна власність у креативній індустрії: можливості і виклики. Вісник НТУ «ХПІ». Економічні науки. 2023. №6. С.77-83. DOI: 10.20998/2519-4461.2023.6.77

Вікторія ДВОРЯНЧІКОВА
магістрантка кафедри дизайну
Херсонський національний технічний університет
Марія АРТЕМЕНКО
кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну
Херсонський національний технічний університет

ФУНКЦІЇ ДУКАЧА У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

У контексті сучасних глобалізаційних процесів та одночасного зростання потреби в культурній ідентифікації в умовах триваючої російсько-української війни дукач, як традиційна українська прикраса, набуває нових смислів і функцій, які виходять далеко за межі суто декоративного призначення. В цілому в Україні сьогодні спостерігається відродження інтересу до дукача серед споживачів та майстрів, трансформування його з музейного експоната в елемент сучасної культури з актуальним дизайном. Це підтверджується аналізом понад п'ятдесяти зразків таких виробів останнього десятиліття. Діапазон різновидів таких прикрас доволі широкий від реконструктивного вектору розвитку - відтворення автентичних зразків із дотриманням історичних технологій, наприклад, майстерня «Видимо-Невидимо» [1], до експериментально-футуристичного вектору, зокрема, бренд «Dukachi» [2] інтерпретує класичні елементи прикраси у формі каблучок, сережок та футуристичних підвісок.

В історичні ретроспективі значення та багатофункціональність дукачів XVIII–XX ст. ґрунтовно досліджені у працях науковців, зокрема таких як Хведір Вовк [3], Іван Спаський [4], Катерина Волік [5], Ольги Фрасинюк [6] та інших. Актуалізація уваги до автентичних зразків цих прикрас зумовлена їхньою мистецькою унікальністю та етнокультурною самобутністю.

Сучасний дукач стає не лише об'єктом матеріальної культури, а й платформою для творчої саморефлексії майстрів, транслюючи національні коди в актуальних світових контекстах. Опрацювання вибірки виробів дає підстави для наукового обґрунтування нових функцій дукача як об'єкта актуального ювелірного, прикладного та дизайнерського мистецтва (рис. 1).

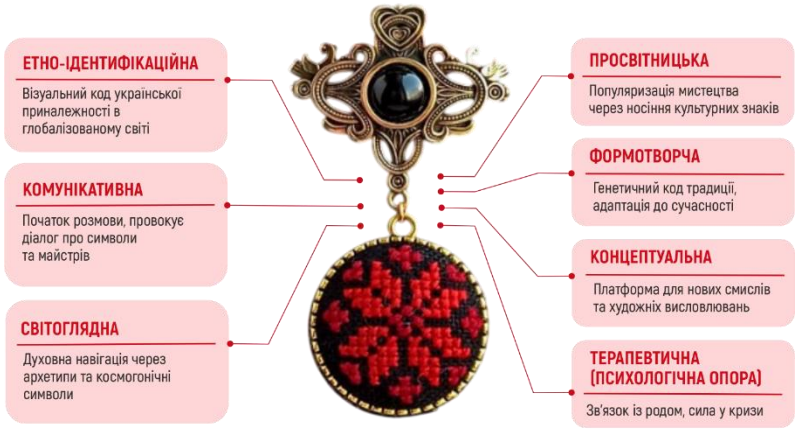


Рис. 1. Функції дукача в сучасній Українській культурі

Етно-ідентифікаційна – чи не найголовніша функція сьогодення. Дукач слугує візуальним кодом, який без слів каже: «Я — українка, я знаю свою історію». Це спосіб продемонструвати приналежність до української культури в сучасному глобалізованому світі.

Комунікативна функція, коли прикраса часто стає темою для розмови, своєрідним каталізатором діалогу. Вона привертає увагу, провокує питання про походження, значення символів, про творчість, біографію майстра, тощо. Це спосіб популяризувати українське мистецтво через власну появу в публічному просторі.

Терапевтична, психологічна, функція опори проявляється у часи криз та війн звернення до коріння дає відчуття сили та стабільності. Носіння прикраси, яку носили прабабусі, дає жінці відчуття зв'язку з родом, відчуття, що вона не одна, а є частиною великого тривалого ланцюга поколінь.

Просвітницька функція. Такі прикраси популяризують українське мистецтво. Наприклад, коли на дукачі з'являється «звір» Марії Приймаченко або трипільська спіраль, прикраса стає приводом розповісти іншим про ці культурні артефакти. Ви носите на собі не просто металевий виріб, а цілий напрямок мистецтва.

Світоглядна, філософська функція – це функція «духовної навігації»: власник такої прикраси заявляє про свої цінності та розуміння світу через глибинні архетипи (наприклад, Дерево Життя чи Світове Яйце). Сюжети з міфологічними персонажами або трипільськими знаками відповідають за зв'язок людини з космогонією (уявленням про будову світу).

Формотворча функція. Дукач тут виступає як «генетичний код» або конструктор. Дизайнери (як у випадку з брендом Dukachi [2]) беруть лише структуру, наприклад, поєднання верхньої частини (банта) та нижньої (медальйона) – і на цій платформі створюють абсолютно нові об'єкти: каблучки-дукачі, мінімалістичні сережки-дукачі або навіть об'ємні кольє, що лише віддалено нагадують прототип. Це спосіб виживання та продовження традиції в сучасному середовищі. Завдяки зміні форми дукач адаптується до актуального модного гардеробу (casual, діловий стиль, вечірня сукня). Традиція не консервується в музеї, а трансформується, щоб органічно входити в повсякденний простір сучасної людини.

Концептуальна функція розкривається, коли форма дукача стає платформою для нових сенсів та художніх висловлювань.

Практика показує, що сучасний дукач остаточно перетворився з етнографічного артефакту на динамічну платформу для дизайнерських концептуальних інновацій, що поєднує в собі потужний інструмент культурної дипломатії та живий символ національної стійкості. Стаючи «фундаментом» для нових дизайнерських сенсів – від трипільської архаїки до футуристичних форм, – він доводить, що справжня традиція живе через адаптацію, залишаючись актуальною як на модних подіумах, так і на вищому державному рівні та повсякденному житті. Сьогодні дукач виконує роль ідентифікаційної «точки опори», яка не лише єднає сучасне покоління з глибинними пластами історії, а й формує впізнаваний візуальний бренд України у глобальному просторі.

Отже, сучасне переосмислення функцій дукача дозволяє зафіксувати перехід від простого копіювання старовини до творення нової дизайнерської традиції, де прикраса стає платформою для інтелектуальних роздумів, трансляції глибинних архетипів та формування впізнаваного міжнародного образу України через високу художню майстерність.

Однак трансформація дукача з музейного експоната у впізнаваний символ все ще вимагає подолання існуючого когнітивного розриву в знаннях молоді про власну спадщину. Популяризація цього артефакту має розглядатися не лише в естетичній площині, а й як стратегічне завдання з утвердження культурної самобутності українців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. ВидимоНевидимо: Традиційність як тренд: [сайт]. URL: https://vydymonevydymo.in.ua/ (дата звернення: 12.02.2026).
2. Dukachi: сучасні ювелірні прикраси : [сайт]. URL: https://dukachi.ua/ (дата звернення: 12.02.2026).
3. Вовк Хв. Студії з української етнографії та антропології / упоряд. Ю. Іванченко. Київ: «Мистецтво», 1995. С. 67, 126– 127, 129–130, 145.

4. Спаський І.Г. Дукати і дукачі України: Історико-нумізматичне дослідження. Київ. 1970. 165 с.
5. Волік К.С. Виникнення та поширення культури дукачів в Україні у XVII – поч. XX ст. Вісник ХДАДМ. 2014. №1. С. 57–62.
6. Фрасинюк О. Н. Дукач – традиційна прикраса української жінки. Науковий вісник Національного музею історії України. 2019. Вип.4. С.534-540.

Марія ДОВГУША
Київський національний університет технологій та дизайну
Наталія СКЛЯРЕНКО
доктор мистецтвознавства, професор
професор кафедри архітектури та дизайну
Луцький національний технічний університет

ЗІН ЯК ВІЗУАЛЬНА ФОРМА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ АНОНІМНОГО ДОСВІДУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У сучасному інформаційному просторі, що характеризується швидкоплинністю медіаповідомлень, особливої актуальності набувають альтернативні та незалежні форми комунікації. Однією з подібних форм є зіни (від англ. «magazine»), що уособлюють собою малотиражні авторські видання, які історично слугують інструментом самовираження, соціальної критики та культурної репрезентації поза межами масових медіа [2]. Завдяки незалежності від інституційних інформаційних майданчиків та їхніх обмежень, зіни дозволяють працювати із чутливими темами, зберігаючи автентичність та анонімність висловлювання.

Метою дослідження є висвітлення сутності зінів як візуальної форми обговорення анонімного досвіду, що сприяє репрезентації окремих верств суспільства та збереженню культурної ідентичності. Глобальне культурне злиття призводить до утворення «глобального села» (від англ. «global village») [5], де простори стають універсальними, а культурний контекст спрощеним задля досягнення масового споживача, що розмиває вийнятковість айдентики. Зіни ж в свою чергу стають альтернативним інформаційним майданчиком для обговорення локальних наративів та особистого досвіду [3], тим самим повертаючи цінність індивідуальному та традиційному у візуальній культурі.

Історично зін культура розвивалася як альтернатива офіційному книговиданню. Від фензінів 1930-х років до сьогодні цей формат пов’язаний із потребою у висловленні та самовираженні. З 1970-х років видання почали розширюватися та рухатися у напрямку критичного погляду на політичні системи того часу. Свого піку популярності вони

досягли вже в 1990-ті разом із популярністю феміністичного руху Riot Grrrl, де зіни публікувалися в основному жінками заради висвітлення суспільної проблематики та свого анонімного досвіду та переживань, які не хотіли проєднувати до публікації масові медіа [4].

Візуальна мова зінів базується на принципах DIY (від англ. «Do It Yourself» – «зроби це самостійно») та передбачає композиційну свободу ілюстрацій та відмову від жорстких комерційних канонів на користь динамічності [6]. Інтимність такого видання проявляється у обмеженні тиражу, ручному зшитті сторінок та авторському виборі елементів структури зіну. Окрім цього горизонтальні зв'язки та підтримка і взаємна співпраця ком'юніті особливо вирізняє зіни від глобальних інформаційних платформ та дозволяє їм виступати у якості культурного архіву [1].

За своєю історією та характером зіни часто виступають у ролі соціального видання та мають на меті викриття суспільних вад. Задля порушення критичного дискурсу від автора вимагається особлива робота із аудиторією видання, що здійснюється за допомогою візуальної мови. До прикладу, можливості ілюстрації дозволяють акцентувати увагу на деталях та передати почуття через особливості лінії, тону та кольору. Використання обмеженої палітри, грубих штрихів або колажування дозволяє дистанціюватися від надмірного реалізму (що у випадку роботи із анонімним досвідом буває ретравматизуючим) і зосередитися на документуванні подій (рис. 1).

Рис. 1. Ілюстрація у зіні Brandt F., Grünke M. «Poultry Farm» [2]

Важливу роль у документальній ілюстрації відіграє принцип суб'єктивного свічення, який не приховує авторської інтерпретації. Анонімність у даному випадку не означає відсутність авторства або ідентичності, адже вона дозволяє відокремити досвід від конкретної особи, перетворюючи його на універсальний наратив. У візуальній культурі це

проявляється через узагальнені образи персонажів, відсутність чітко виражених портретних рис або використання символічних форм.

Аналіз демонструє, що в умовах глобалізації дизайн часто позбавляється ідентичності заради залучення якомога ширшої аудиторії. Стирання культурних кордонів у даному випадку є прямим наслідком прагнення до комерціалізації універсального досвіду. Досліджено, що на противагу цьому зіни виступають культурними архівами, створюючи альтернативний інформаційний майданчик для самовираження та поширення анонімного та особистого досвіду в обхід заборонам масовими медіа. Формат зіну визначається як протидія культурній уніфікації у сучасному глобалізованому світі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Baker S., Cantillon Z. Zines as community archive. Archival Science. 2022. Vol. 22. P. 539–561. DOI: https://doi.org/10.1007/s10502-022-09388-1
2. Brandt F., Grünke M. Poultry Farm. Köln: Tbooks Cologne, 2010. 40 c
3. Gilbert A., Bandel J.-F., Prill T. Under the Radar: Underground Zines and Self-Publications. Leipzig: Spector Books, 2017. 368 c.
4. Marcus S. Girls to the front : the true story of the Riot grrrl revolution. New York: Harper Perennial, 2010. 367 p.
5. Sachs A. Global Design. Internationale Perspektiven und Individuelle Konzepte. Baden : Müller, 2010. 319 c.
6. Triggs T. Fanzines : the DIY revolution. San Francisco, CA: Chronicle Books, 2010. 258 p.

Богдан ДУДКО
здобувач 3 курсу першого (бакалаврського) рівня
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Надія СБІТНЄВА
кандидат мистецтвознавства, професор
професор кафедри графічного дизайну
Харківської державної академії дизайну і мистецтв

ТРІАДА МАССІМО ВІНЬЄЛЛІ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТВОРЕННЯ ПОЗАЧАСОВОГО ДИЗАЙНУ

Сучасне візуальне середовище характеризується надлишком образів та тотальною недовговічністю. У цифрову епоху, коли тренди змінюються з шаленою швидкістю, виникає явище «візуального забруднення» – надлишок неструктурованої графічної інформації, що загрожує культурі комунікації [3]. Ця проблема актуалізує пошук фундаментальних принципів, здатних забезпечити дизайну довговічність, ясність та функціональну доцільність. У цьому контексті постать італо-

американського дизайнера Массімо Віньєллі (1931–2014) набуває особливого значення. Центральним елементом його універсального підходу, побудованого на принципі «Design is One», є концептуальна тріада «Семантика – Синтактика – Прагматика» [3]. Адаптувавши ці терміни із семіотики, Віньєллі перетворив їх на практичний методологічний інструмент. Метою дослідження є утвердження того, що тріада Віньєллі є не набором стилістичних догм, а цілісною методологією створення «позачасового» дизайну.

Філософія Віньєллі базується на європейському модернізмі та ідеях Швейцарській школі з її модульними сітками, асиметричною версткою та гротесковими шрифтами. Семантика як перший компонент тріади відповідає на запитання «чому?», передбачаючи глибоке занурення в контекст: вивчення клієнта, його продукту, ринкової позиції та культурного середовища. Кожен елемент дизайну повинен мати причину для існування. Синтактика визначає «як» – структуру, організацію та взаємозв'язок усіх елементів: модульну сітку, типографіку, палітру кольорів. Віньєллі дотримувався «хроматичної дієти», використовуючи переважно основні кольори як чіткі сигнали. Прагматика є фінальним випробуванням: «чи працює це?» – перевіркою на ясність сприйняття та функціональність. Позачасовість є не стилем, а точкою рівноваги, де семантика задає мету, синтактика надає форму, а прагматика виступає фінальним арбітром [3].

Карта метро Нью-Йорка (1972) демонструє конфлікт між синтаксичною досконалістю та прагматикою. Визнана дизайнерами шедевром, вона була відхилена пасажирами через відсутність наземних орієнтирів. Проте її принципи стали стандартом для транспортних карт у всьому світі, а у 2011 р. схему було відроджено у цифровому додатку MTA, де вона виявилася найбільш прагматичною [4].

Айдентика American Airlines (1967) є прикладом успішного прагматичного компромісу. Логотип шрифтом Helvetica без пробілу між словами, розділений кольором (червоний і синій), став монолітною графічною формою. Попри вимушене додавання символу орла, система проіснувала понад 45 років завдяки жорсткому брендбуку та модульній уніфікації всіх носіїв [1].

Айдентика Knoll International (1966–1980) ілюструє ідеальну гармонію тріади. Семантично дизайн мав відображати елегантність та індустріальну естетику бренду. Синтаксично система побудована на суворій модульній сітці, шрифті Helvetica та фірмовому помаранчевому кольорі; радикальним кроком став перехід з формату US Letter на європейський A4 заради ідеальних пропорцій. Прагматично кольорове кодування спростило складні прайс-листи із тисячами конфігурацій, а «суперграфіка» забезпечила

домінування бренду у фізичному просторі. Система досі формує публічний образ Knoll [2].

Таким чином, тріада Віньєллі є динамічною системою стримувань і противаг, де позачасовість досягається через баланс компонентів. Її принципи знаходять пряме відображення у сучасних практиках: семантика - у Human-Centered Design, синтактика - у дизайн-системах, прагматика - у UX-тестуванні. Фундаментальна логіка «зрозуміти - структурувати - перевірити» залишається незмінним орієнтиром якісного проектування в епоху інформаційного перевантаження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. American Airlines. Archivio Grafica Italiana. URL: https://www.archiviograficaitaliana.com/project/309/americanairlines (дата звернення: 25.02.2025).
2. Knoll by Vignelli. Dedece. URL: https://dedece.com/knoll-by-vignelli/ (дата звернення: 25.02.2025).
3. Vignelli M. The Vignelli Canon. Baden : Lars Müller Publishers, 2010. 112 p.
4. Vignelli subway map – a legacy for information design. Timeproof Design. URL: https://timeproofdesign.com/vignelli-subway-map-a-legacy-for-information-design/ (дата звернення: 25.02.2025).

Богдана ЄМЕЛЬЯНОВА
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Тетяна ШОСТАЧУК
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

РОЛЬ КОЛЬОРУ ТА ФОРМИ В ДИЗАЙНІ ПЕРСОНАЖА

У сучасному візуальному мистецтві дизайн персонажа є важливим інструментом невербальної комунікації між автором і глядачем. Персонаж розглядається не лише як одиниця сюжету (актант), а й як семіотична система, що транслює емоційні стани, ідеологічні установки та соціокультурні цінності. У процесі візуалізації образу особливу роль відіграють форма та колір – базові елементи візуальної мови, що формують первинне сприйняття та визначають характер образу.

Візуальні характеристики образу здатні інтуїтивно передавати інформацію про його характер, психологічний стан та соціальну роль, не потребуючи додаткових пояснень [1]. Колір, як ключовий засіб емоційної експресії, формує психофізіологічний контекст персонажа: теплі кольори та їх відтінки (червоний, помаранчевий, жовтий) асоціюються з активністю,

оптимізмом та відкритістю, а холодні (сині, фіолетові, зелені) – зі стриманістю, стабільністю або меланхолією. Паралельно з колористикою геометричні примітиви (форми) складають структурний каркас образу, кожна з яких несе певне психологічне навантаження: кола та еліпсоїдні форми підсвідомо сприймаються як безпечні, гармонійні та доброзичливі; трикутники та гострокутні структури сигналізують про динаміку та агресію; квадратні та прямокутні модулі виступають маркерами стабільності, надійності та фізичної сили [5].

Актуальність дослідження ролі кольору та форми, у процесі створення дизайну персонажа, зумовлена широким застосуванням персонажів у мультимодальній індустрії: анімацію, гейм-дизайн, літературу, рекламу та брендинг. Ефективне використання цих візуальних засобів дозволяє розробляти образи, що миттєво передають ключову інформацію про свій характер та роль у наративі, забезпечуючи швидку ідентифікацію та формування емоційного зв'язку з аудиторією [3]. Синтез візуальної концепції з психологічною зрозумілістю створює ефект «самоочевидності» образу, де глядач отримує цілісний портрет персонажа без необхідності додаткового пояснення [4].

Взаємодія колористичних рішень та морфологічних структур виступає одним із головних інструментів конструювання художнього образу. Традиційні комбінації, наприклад, теплі кольори з округлими формами або холодні кольори з гострими фігурами, гуртуються на сталих психофізіологічних асоціаціях, що забезпечують прогнозовані емоційні реакції реципієнта та формують первинне враження про персонажа [2].

Проте сучасні тенденції в дизайні частіше апелюють до експериментальних поєднань, що базуються на принципі візуального контрасту або когнітивного дисонансу. Поєднання загострених форм із теплими відтінками (наприклад, активний агресивний герой із позитивною мотивацією) або холодної палітри з округлими формами дозволяє створювати складні, несподівані, але психологічно виразні образи. Такі підходи розширюють можливості художньої виразності та забезпечують більш глибоке розкриття характеру персонажа [6].

Інтуїтивне сприйняття кольору та форми сприяє миттєвій передачі інформації про ставлення героя до ситуацій, його настрій та соціальні ролі, підсилюючи емоційний контакт з аудиторією. Завдяки цьому дизайн персонажів стає потужним інструментом у медіа та комерційних сферах, де важливо швидко привертати увагу споживача та отримати зворотній зв'язок.

Підсумовуючи, зазначимо, що колір і форма у дизайні персонажа виконують дві взаємодоповнюючі функції: морфологічна структура забезпечує архітектоніку та психологічну зрозумілість образу, а

колористика виступає каталізатором емоційного впливу. Саме синергія цих елементів визначає життєздатність та актуальність персонажа мультимодальному середовищі (від анімації до реклами), а експериментальні візуальні комбінації відкривають нові можливості для креативної виразності, а також надають героям концептуальної глибини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Прищенко С. В. Візуальна мова кольору: авторська концепція комплексного дослідження. Дизайн. 2020. № 37. С. 17. URL: https://medium.com/@theodorusyoder/the-psychology-of-character-design-49fffe6f4f0b (дата звернення: 27.02.2026).
2. Шаура А., Батрак В., Ігнатенко А. Психологія кольору та форми в айдентиці брендів дитячих іграшок. Актуальні питання гуманітарних наук. 2025. Т. 2, № 92. С. 185. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/92_2025/part_2/92-2_2025.pdf (дата звернення: 27.02.2026).
3. Alieva S. The language of colour in character design. 2023. С. 2. URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/815951/Alieva_Sarra.pdf?sequence=2&isAllowed=y (дата звернення: 25.02.2026).
4. ArtStation. Principles of character design. URL: https://www.artstation.com/blogs/visualartspassage/863l/principles-of-character-design (дата звернення: 02.03.2026).
5. Medium. The psychology of character design. URL: https://medium.com/@theodorusyoder/the-psychology-of-character-design-49fffe6f4f0b (дата звернення: 01.03.2026).
6. VSQUAD | Game Art Outsourcing Studio. Understanding shape language in character design. URL: https://vsquad.art/blog/understanding-shape-language-in-character-design (дата звернення: 26.02.2026).

Анна ЖУРАВЕЛЬ
здобувачка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня
Анастасія ЮХИМЧУК
аспірантка
Київський національний університет технологій та дизайну
Людмила МЕЛЬНИК
кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри мистецтва та дизайну костюма
Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБКА КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ НА ОСНОВІ СТИЛЮ «NEW LOOK» ТА УКРАЇНСЬКОГО ЕТНОСУ

У сучасній індустрії моди спостерігається тенденція до переосмислення культурної спадщини та інтеграції історичних стилів. Стиль «New Look», сформований Крістіаном Діором у 1947 році, відзначається чіткою конструктивністю, акцентом на талії та романтичною жіночністю, тоді як український національний костюм є носієм символізму, етнічних кодів та автентичної декоративності. Синтез цих двох напрямів дозволяє створити сучасний сценічний образ, який поєднує витонченість, ідентичність і мистецьку виразність.

Метою дослідження є визначення шляхів інтеграції естетики «New Look» та елементів українського національного костюму при створенні колекції сценічного одягу.

Результати дослідження. Стиль «New Look», започаткований Крістіаном Діором, став відправною точкою нового етапу в європейській моді, повернувши романтичність та елегантність у жіночий одяг. Втіленням абсолютної краси дизайнер вважав квіти, які були прообразами силуетів нової моди. Формотворчі ознаки стилю чітко простежуються у характерних пропорціях: акцентованій талії, пишних спідницях, округлих лініях плечей і виразному контрасті між верхньою та нижньою частиною фігури. Кутюр'є прикрашав бантами свої вироби та ретельно підбирав аксесуари до кожної сукні. Ці риси мали значний вплив у контексті історичного розвитку моди повоєнного періоду, підтвердивши важливість «New Look» як стилю, що змінив підхід до конструювання жіночого образу та став основою для сучасних дизайнерських рішень [1; 2].

Український національний костюм, у свою чергу, відзначається багатством декоративного оформлення, символізмом орнаментів та колористичною виразністю. Традиційна вишивка з геометричними, тваринними та рослинними мотивами, стрічки, тканинні пояси та рукави-«вишиванки» формують унікальну систему естетики, яка характерна для національного українського одягу [4]. Поєднання цих елементів із

західноєвропейською стилістикою 1950-х років створює новий художній синтез, що зберігає національну естетичність, але адаптує її до сучасних потреб індустрії моди [3].

Результати аналізу показали, що спільними рисами стилю «New Look» та українського народного костюма є виразність силуету, чітко структурована композиція та наявність акцентних декоративних елементів. Саме це дозволяє органічно поєднати конструктивну строгість «діорівської» моди з декоративною насиченістю українського етностилю [3]. У сучасних дизайнерських проєктах така інтеграція часто виявляється через введення орнаментів, використання традиційної палітри або застосування контрасту об'ємів, що відповідає як історичним, так і сучасним вимогам модної індустрії [2, 4].

На основі проведених досліджень було створено авторську колекцію жіночого сценічного одягу (рис. 2), яка об'єднує силуетні особливості «New Look» із декоративністю українського етнічного одягу. У процесі розробки колекції використано принципи контрасту, симетрії та ритмічності орнаментів, що дозволяє досягти гармонії між формою та декоративним наповненням моделей. Композиційне вирішення базується на поєднанні пишних спідниць, акцентованої талії та етнічних мотивів, нанесених у вигляді вишивки, аплікацій або декоративних вставок.

Для виконання колекції обрано матеріали, характерні для сценічного костюма: легкі та пластичні тканини, що забезпечують свободу рухів і динамічність форми, а також щільні матеріали для створення структурованого силуету, характерного для «New Look». Колористична гама поєднує традиційні українські кольори (білий, червоний, чорний, синій) із пастельними відтінками, які були популярні в європейській моді 1950-х років. Таке поєднання дозволило створити образи, що водночас є сучасними, сценічно виразними й культурно значущими.

Рис. 2. Ескізи колекції жіночого сценічного одягу

Висновок. Запропонована колекція жіночого сценічного одягу демонструє ефективність синтезу стилю «New Look» та українського етнічного костюму. Вона поєднує історичну естетику, декоративність національного одягу та конструктивну довершеність, що підтверджує можливість створення унікальних дизайнерських рішень, здатних інтегрувати традиції та сучасні тенденції, зберігаючи художню індивідуальність і національну ідентичність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Dior C. The Little Dictionary of Fashion. V&A Publishing, 2008. 128 p.
2. Steele V. Paris Fashion: A Cultural History. Bloomsbury Academic, 1998. 327 p.
3. Стечишин С. Мистецькі скарби українських вишивок. Вінніпег: Накладом Союзу Українок Канади, 1950. 136 с.
4. Український народний одяг = Ukrainian Folk Costume / ред.: П. Одарченко, Г. Царинник ; пер. з англ. О. Пащак-Трач ; іл. Г. Титла та ін. Toronto ; Philadelphia : Світова федерація українських жіночих організацій, Комісія народного мистецтва, 1992. 311 с.

Родіон ЗАЛЕВСЬКИЙ
Косівський державний інститут декоративного мистецтва
Вікторія ДУТКА
кандидат мистецтвознавства, доцент
професор кафедри декоративного мистецтва
Косівський державний інститут декоративного мистецтва

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ТРАДИЦІЇ ІКОНОПИСУ В СУЧАСНІ ХУДОЖНІ ПРАКТИКИ

В умовах глобалізації проблема збереження національної культурної ідентичності набуває особливої актуальності. Одним із важливих напрямів осмислення традиції в сучасному мистецтві є інтеграція українського іконопису в новітні художні практики. Іконопис, як складова сакрального мистецтва формувався протягом століть, поєднавши візантійські канони з локальними українськими естетичними особливостями, що зумовило виникнення самобутньої традиції.

До основних ознак українського іконопису належать: канонічність композиції; фронтальність і статичність зображення; ієрархічна масштабність; символізм кольору; використання золотого тла, як знаку божественного світла; площинність трактування форми; умовність простору (зворотна перспектива); поєднання духовного змісту з декоративною виразністю. В українській традиції, особливо у бароковий

період, посилюється емоційність образів, з'являється м'якість моделювання зображення, орнаментальність, увага до локального колориту.

У сучасному мистецтві спостерігається переосмислення цих ознак через призму новітніх художніх практик. Інтеграція відбувається не шляхом прямого копіювання канону, а через трансформацію образної мови, символіки та композиційних принципів, де візуальна форма не відтворює реальність, а втілює символічний і духовний смисл.

Окрему лінію становлять сучасні митці, які працюють на межі сакрального та актуального мистецтва (зокрема представники львівської школи іконопису). Вони поєднують традиційні техніки живопису та матеріали із сучасними векторами, включаючи рефлексію над подіями новітньої історії України. У таких роботах канонічна структура зберігається, але іконографія доповнюється авторськими символами, що засвідчує живу еволюцію традиції. Кость Маркович, як сучасний іконописець, використовує різноманітні техніки – від темпери на дошці до стінопису та мозаїки, зберігаючи духовну теплоту образу. Люба Яцків відтворює традицію в синтезі академічної строгості та декоративної м'якості, поступово змінюючи звичні образи без порушення їхньої внутрішньої логіки. Роботи Христини Квик поєднують іконографічну схему з тонким емоційно-образним переосмисленням духовних сюжетів. Остап Лозинський через вивчення традиційних ікон відкриває можливості для особистої, камерної ікони, яка залишається в межах сакрального змісту. Сергій Радкевич працює в напрямі сучасного сакрального живопису, поєднуючи канонічну іконографію з особистим та емоційним баченням духовних образів, що робить його ікони сучасними, але в межах традиційної відчутності. Борис Шеремета в циклі «Світло через лінію» експериментує з графічною чистотою лінії, світлотінню й композиційною простотою, переосмислюючи іконописну мову через пошук внутрішньої духовної наповненості, а не тільки зовнішнього канону. Глафіра Щербак створила сучасні сакральні ікони, у яких головними темами є Бог як світло, шлях людини до Бога, простір і межі між земним і небесним, а також біблійні сюжети у ліричній, медитативній інтерпретації. Уляна Томкевич активно звертається до візантійського іконопису, народної української ікони та традиційних орнаментів, втілюючи їх у власній живописній мові, де дух канону зустрічається з декоративно-зорієнтованим колоритом. Данило Мовчан створює ікони, які на перетині канону й сучасності зберігають структуру, та духовну символіку української традиції. Він трансформує їх у лаконічні, рефлексивні образи, актуалізуючи зображення в контексті сучасного мистецтва.

Митці львівської школи сакрального мистецтва демонструють, що канонічність, символізм, площинність і духовна зосередженість українського іконопису стають основою для нової, сучасної візуальної мови. Таким чином, «лінія» мистецтва перетворює традицію на переосмислення духовних символів через сучасні візуальні практики, що успішно функціонують в глобалізованому культурному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. «Львівська школа іконописців» представила доробок останніх двадцять років . URL: https://lv.ridna.ua/2017/11/11/lvivska-shkola-ikonopystsiv-predstavyla-dorobok-ostannih-20-rokiv/.
2. Маркович Кость. Іконопис. URL: https://iconart-gallery.com/uk/artists/kostko-markovych/ (дата звернення 11.02.26).

Катерина ЗІЛЕЦЬКА
Хмельницький національний університет
Лариса КРАСНЮК
кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри технології і конструювання швейних виробів
Хмельницький національний університет

ЕСТЕТИКА ТІЛЕСНОСТІ В ДИЗАЙНІ СУЧАСНОГО ОДЯГУ

Дизайн одягу – складний, багаторівневий творчий процес, що являє собою поєднання естетичної досконалості, функціональності та ергономічності у виробах. У сучасному дизайні одягу постає завдання не просто розробки нового силуету, фактури чи форми, а створення цілісного художнього образу, який би гармонійно поєднував індивідуальний стиль автора із запитами сучасного соціуму [1].

Джерело творчості – відправна точка для будь-якого дизайну. Згідно теоріями художнього проєктування, творче джерело – це об’єкт матеріального або духовного світу, явище природи чи суспільного життя, що викликає в автора емоційний відгук і стимулює процес формоутворення. Особливе місце в авангардному дизайні займає використання біологічних, анатомічних та фізіологічних мотивів – біоніка. Це дозволяє проєктувати одяг, що резонує з природними формами організмів, створюючи відчуття гіперреалістичної тілесності та внутрішньої динаміки.

Основою для розробки авторської колекції було обрано багатогранне джерело творчості, що поєднує в собі крихкість біологічного життя та естетику структурного обмеження. Головними елементами стали:

- лабораторні гризуни – білі миші. Цей образ символізує абсолютну чистоту, стерильність, вразливість і тендітність живого організму (рис. 1, а);

- кровоносна система та фізіологія крові. Анатомічна будова вен та артерій слугує потужним графічним мотивом для колекції (рис. 1, б);

- мистецтво шибарі. Японська техніка естетичного бандажа введена як концептуальний та фактурний контраст для м'якості біологічних мотивів (рис. 1, в).

а б в

Рис. 1. Джерела творчого натхнення: а – лабораторні гризуни; б – кровоносна система; в – мистецтво шибарі

Сучасний напрямок розвитку концептуальної та авангардної моди характеризується відходом від традиційного розуміння силуету на користь глибокого дослідження взаємодії одягу, тіла та простору. Творчість великих дизайнерів: Олександра Маккуїна, Ріка Овенса, Джун Такахаші, Рей Кавакубо, Енн Демельмейстера, Гарета П'ю – яскраво демонструє ці зміни.

Важливим перехідним етапом від теоретичного аналізу джерела творчості до безпосереднього ескізування колекції стало створення дошки натхнення, яка допомогла перетворити абстрактний творчий задум на конкретну концепцію (рис. 2).

Рис. 2. Mood board колекції одягу «Anatomica»

На основі композиційного аналізу обраних джерел натхнення створено дизайн-проєкт авторської колекції жіночого одягу «Anatomica» (рис. 3).

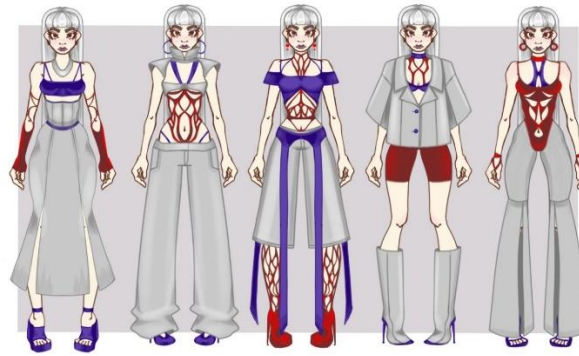


Рис. 3. Дизайн-проєкт авторської колекції жіночого одягу «Anatomica»

Головним композиційним засобом у колекції виступає лінія. За допомогою техніки декоративних вирізів, швів та шнурів відтворено складну мережу кровоносних судин та вузлів шибарі. Вони не лише стилізують анатомічні особливості, але й діють як візуальний фіксатор, що стягує та структурує м'які форми одягу. Базовим тлом слугують монохромні відтінки білого та світло-сірого. На цьому нейтральному фоні різко виділяються червоні та сині акценти. Колір концентрується в зонах

переплетінь стрічок та вирізів. Таким чином розкрито образний зміст проєкту, що відображає дизайнерський погляд на тілесність та життєву енергію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Business of fashion. Why Almost Every Brand Is Moving Upmarket. URL: https://www.businessoffashion.com/articles/retail/the-state-of-fashion-2026-report-brand-elevation-pricing-strategy-value-mid-market/ (дата звернення: 22.02.2026)

Марія ІВАНОВА
здобувачка 1 курсу другого (магістерського) рівня
Херсонський національний технічний університет
Анна БІЛИК
кандидат мистецтвознавства, доцент
Херсонський національний технічний університет

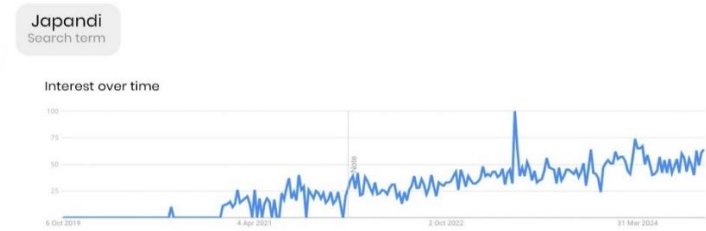
СТИЛЬ JAPANDI ЯК МУЛЬТИКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН У СУЧАСНОМУ ІНТЕР'ЄРІ

У сучасному світі, що характеризується глобалізацією, міграцією та є простором, де панує культурний обмін, особливо у період диджіталазації, кордони між націями стають дедалі прозорішими. Глобалізація породила інтенсивну хвилю мультикультурного мистецтва, яке у свою чергу відображає динамічну історію поєднання культурного, соціального, історичного, мистецького, психологічного та навіть політичного й техногенного людського досвіду.

Чому мультикультуралізм заслуговує особливої уваги у дизайні? Мультикультуралізм у дизайні є важливим, оскільки він здатен створювати багатогранні та інтегровані простори, які знаходять відгук у різних верств суспільства. Це поєднання глобальної естетики відзначає наші відмінності та знаходить спільну думку в універсальній мові дизайну. Одним із яскравих прикладів мультикультурного дизайну є стиль Japandi.

Стиль Japandi поєднує найкраще з двох різних дизайнерських традицій: японського мінімалізму та скандинавського затишку. Японський дизайн, заснований на ідеях wabi-sabi (краса в недосконалості), зосереджується на простоті та природності. Скандинавський дизайн додає тепла, практичності та заснований на ідеях hygge – створення затишку та комфорту [1].

Дослідження «Google Trends Data» показують, що стиль Japandi поступово розвивається та набирає популярності на протязі останніх п'яти років (2021-2026) [2]. З огляду на зростаючу затребуваність, Japandi стає трендовим стилем сучасності.



До того ж, Japandi має успіх і на території України. Такі канали й компанії як ТСН, SeWerIn, RemontDim, PaDioТрек, MinimalismPlus, Taburetka, тощо, пишуть статті про помітний прогрес Japandi, та його вплив на теперішній ринок (2025-2026). У статтях також навчають філософії японсько-скандинавського стилю та дають корисні поради щодо оформлення інтер'єру.

Попит та динамічний розвиток Japandi можна обумовити його головною метою - зосередження на натуральних матеріалах (підтримка захисту навколишнього середовища), цінність психічного здоров'я особливо у теперішні часи (гамірні міста, пандемії, політичні конфлікти) та акцент на усвідомленості, що заохочує людей сповільнитися.

Japandi цінує екологічність, тому основними матеріалами у розробці інтер'єру є:

1. Деревина та текстиль

Японський бамбук, кедр, кипарис та скандинавський дуб, сосна, махагоні пропонують баланс кольору та текстури, роблять акцент на природності.

Органічні або перероблені тканини такі як бавовна, ротанг, льон. Текстура та нашаровування переважає кольори.

2. Камінь та кераміка

Граніт, мармур, вапняк гармонію з деревом.

Кераміка (природні глини) ручної роботи відображає відданість мистецтву Japandi.

3. Флора

Рослини відіграють важливу роль в інтер'єрі Japandi, створюючи атмосферу спокою та повільного ритму. Найпопулярніші – орхідея дендробіум (бамбукова), бонсай, сансев'єрія та заміокулькас зензі. Компактні сади цибоніва, вбудовані всередині будівель, виступають у ролі живого мистецтва.

У кольоровій палітрі Japandi домінують нейтральні та приглушені тони, натхненні природою. Поєднання скандинавських білих та кремових відтінків з темними деревними або чорними акцентами в японському стилі для гармонійного контрасту [3].

Для стилю Japandi в інтер'єрі характерні низькопрофільні меблі, такі як пуфи, журнальні столики, килими або футони; мат-татамі; ікебани; цибоніва; лампи з рисового паперу або дерев'яні світильники; розсувні двері та ширми сьодзі; орнаменти японської каліграфії.

До характерних ознак скандинавської складової стилю Japandi в інтер'єрі належать: фурнітура з ротангу; багатофункціональні меблі для зберігання; полиці; лінійні малюнки; м'які вироби з текстилю; кераміка; зелень; підвісні торшери; просторе середовище; природнє освітлення.

Japandi наголошує на балансі між естетикою та функціональністю. Наприклад, спа-центр дизайнерки Лівії Созі (рис. 1) зі світло-коричневими дерев'яними планками, мармуровими плитами, фасадами з каменю, садами цибоніва та природною палітрою. Вільні простори, акцентовані панорамними вікнами і природнім освітленням. Цей дизайн поєднує мінімалістичну елегантність Японії з теплими, органічними текстурами та практичністю Скандинавії [3]. Це бачимо у роботах дизайнерки Ерін Робертс: домінування нейтральних коричневих відтінків як панелі на вікнах, меблях, паперових ламп, виробів з ротангу та кераміки; додавання мармуру у вигляді журнальних столиків, нашарування текстилю та акцент на екологічності у вигляді рослин і природнього світла.

Рис.1. Спа-центр дизайнерки Лівії Созі (2025)

Принципи, що лежать в основі Japandi, втілюють відчуття спокою та органічності. Ідеальним прикладом естетики японсько-скандинавського стилю слугують роботи дизайнерки Лілі Ґрін (рис. 2). У її дизайнах панує натуральна деревина, землисті матеріали, нейтральна кольорова палітра. Ґрін використовує такі японські елементи як орнаменти каліграфії, низькопрофільні меблі, паперові лампи, а скандинавський смак передає через кераміку, ніжну палітру, синтез різноманітних текстур та просторе середовище з природнім освітленням. Таким чином, дизайнерка прославляє повсякденну красу, простоту та зв'язок з природою.

Рис.2. Роботи дизайнерки Лілі Ґрін (2024-2025)

Як японський, так і скандинавський стиль дизайну інтер'єру зосереджені на простоті, комфорті та екологічності. Меблі та предмети декору невимушені, але практичні. Нейтральні палітри з додаванням зелені, синтез недосконалого та природнього, гармонійне поєднання текстур, злиття різних культур та традицій створює гармонійній мультикультурний простір. На просторах інтернету існує велика кількість відео, блогів та порад для оформлення інтер'єру у японсько-скандинавському стилі.

Отже, стиль Japandi у сучасному інтер'єрі слугує прикладом того, як мультикультурне мистецтво спроможне створювати нові види художніх стилів та технік, гармонію та баланс з культур усього світу. Japandi це не просто стиль, це філософія життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Margarita Bravo. Cultural Interior Design: A Fusion of Global Aesthetics. URL: https://www.margaritabravo.com/blog/cultural-interior-design-a-fusion-of-global-aesthetics (дата звернення 05.02.25).
2. David Foy. Research Shows Japandi Style is On The Rise. October 23, 2024. URL: https://drukarnia.com.ua/articles/nayivnemistectvo-bSUJn. (дата звернення 05.02.25).
3. Japandi Supply House. An Exploration of Japanese Materials: The Beauty of Natural Imperfection. URL: https://www.shopjapandi.com/blogs/design/japandimaterials?srsltid=AfmBOorWSnC-31Y768bYiKrP2o1RbttpCn2M_aY2MjYe9YqqGQdN8rnH (дата звернення 06.02.25).

Надія КІЙКО
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Ольга КВІТКА
кандидат мистецтвознавства, старший викладач
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ЕМОЦІЙНА СКЛАДОВА В ДИЗАЙНІ СОЦІАЛЬНОЇ ІНФОГРАФІКИ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ ВИКЛИКІВ

Психологія візуального сприйняття стверджує: емоційно забарвлена інформація переважає над сухими фактами, формуючи триваліші ментальні зв'язки [1, с. 11]. В умовах інформаційної глобалізації візуальна мова перетворюється на універсальний засіб комунікації, здатний долати кордони та мовні бар'єри без втрати сенсів. Оскільки смартфони стали основними інструментами аналізу реальності, глибоке пізнання дедалі частіше поступається місцем «кліповому мисленню». За О. А. Жуковою, цей феномен зчитування інформації короткими фрагментами став загальноприйнятним, нівелюючи необхідність у великих обсягах тексту та його критичному осмисленні [2]. Тому емоційна складова стає найдієвішим способом, здатним зупинити погляд і втримати інтерес.

Культура поверхневого поглинання контенту закріпилася у свідомості молоді, вплинувши на формування споживацьких звичок і поза екранами - зокрема на розквіт «швидкої моди». Попри те, що глобальна індустрія одягу генерує понад 92 млн тонн відходів щорічно [3], споживання продовжує стрімко зростати. Це свідчить про несприйняття нагальності проблеми: масштабна статистика залишається незрозумілою для фрагментарного мислення. За таких умов проєктна діяльність дизайнера, спрямована на висвітлення екологічної кризи, мусить враховувати специфіку аудиторії (16–30 років). Аби донести гостроту ситуації до активних споживачів, інфографіка має апелювати не лише до логіки, а й до емпатії, стаючи каталізатором реальних суспільних змін.

Мета дослідження полягає у вивченні емоційного впливу соціальної інфографіки та створенні серії Instagram-дописів для наочної демонстрації викликів Fast Fashion у глобалізованому світі.

Методи дослідження. Для досягнення мети застосовано комплексний підхід з вивчення впливу кольору на глядача та доцільності образного подання інформації з урахуванням «кліпового мислення» аудиторії. Візуальна реалізація здійснювалась з урахуванням екранів гаджетів у програмі Adobe Illustrator. Головними інструментами дизайну обрано колірний і смисловий контрасти, акцидентну типографіку та художню інтерпретацію статистики.

У результаті була створена змістовна серія інфографічних дописів для Instagram, що демонструють адаптивність емоційного дизайну під різні типи даних.

Ключову роль у формуванні відгуку відіграє колористика. Згідно з ідеями Д. Нормана [1], використання трендової палітри задіює інстинктивний рівень сприйняття завдяки візуальній привабливості та апеляції до естетики мас-маркету. Натомість рефлексійний рівень активується через метафоричний зміст, що змушує переосмислити побачене.

Застосування цих принципів наочно продемонстровано у фрагменті серії (див. Рис. 1). Зокрема, схема перетину множин (Рис. 1а) реалізована через зіставлення нового та викинутого одягу, що візуалізує миттєве перетворення трендів на сміття. Образ фіскального чеку (Рис. 1б) стає прямою констатацією експлуатаційної сутності індустрії. Секторна діаграма (Рис. 1в) протиставляється зображенню гори текстильних відходів для усвідомлення реального масштабу глобальної проблеми.

а б в

Рис. 1. Фрагмент серії інфографічних постів для соцмережі Instagram на тему «Швидка мода»: а) зіставлення у колах Ейлера; б) чек-таблиця вартості; в) діаграма утилізації відходів.

Загальної виразності додає техніка фотоколажу - поєднання реальних світлин відходів із векторними елементами створює необхідний візуальний дисонанс. Динамічна композиція запобігає втраті інтересу, а акцидентне оформлення заголовків фокусує увагу на ключових фактах.

Висновки. В умовах глобального інформаційного шуму суха статистика потребує емоційного підкріплення. Поєднання актуальної візуальної мови та гострого соціального підтексту дозволяє подолати «рекламну сліпоту» користувачів Instagram. Такий підхід трансформує

пасивний перегляд контенту у свідому рефлексію, роблячи глобальні екологічні проблеми особисто значущими для кожного глядача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Норман Д. Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас / пер. з англ. П. Білак, С. Святенко. Київ: ArtHuss, 2019. 304 с.
2. Жукова О. А., Павлов В. О., Лукіянчук А. М., Яковліва О. П. Психолого-педагогічний аналіз кліпового мислення як феномена сучасності. Академічні візії. 2023. Вип. 17. DOI: 10.5281/zenodo.7719192
3. UNEP. Sustainable fashion to take centre stage on Zero Waste Day. United Nations Environment Programme. 2024. URL: https://www.unep.org/technical-highlight/sustainable-fashion-take-centre-stage-zero-waste-day (дата звернення: 09.03.2026).

Сергій КОВАЛЬ
Херсонський національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ РЕНОВАЦІЇ ГРОМАДСЬКИХ БУДІВЕЛЬ ПОШКОДЖЕНИХ ВІЙНОЮ

Центральні частини міст Півдня України (Одеса, Миколаїв, Херсон) мають свій унікальний специфічний архітектурно-дизайнерський код. Регіон характеризується унікальним поєднанням європейського класицизму, середземноморських впливів та адаптації до степового клімату. Це формує величезний туристичний потенціал та привабливий інвестиційний напрямок.

На жаль сьогодні інфраструктура півдня України продовжує зазнавати значних руйнувань внаслідок повномасштабної агресії. Тому важливим питанням є розробка стратегії післявоєнної реновації, комплексний процесу оновлення, модернізації та ревіталізації будівель, що передбачає заміну застарілих конструкцій, інженерних мереж та покращення естетичного вигляду, часто зі зміною функціонального призначення.

Pavlidis, G [1] розглядає реновацію пошкоджених війною об'єктів не просто як інженерне завдання, а як складний процес балансування між збереженням пам’яті про трагедію та створенням функціонального, екологічного майбутнього. Основна теза автора: повне знесення та будівництво «з нуля» часто є менш ефективним, ніж адаптивне використання залишків конструкцій, як з точки зору екології, так і з точки зору психології громади.

Qi Zhang et al. [2] виокремили фактори, які роблять реновацію історичних громадських споруд успішною. Головна мета – створити цілісну

структуру, яка б об'єднувала екологічні, економічні, соціальні та культурні аспекти.

Розглянемо більш детально ці аспекти. До екологічних питань слід віднести необхідність переробки та повторного використання великої кількості будівельного сміття. Після детального експертного аналізу частково зруйнованих будівель необхідно визначити які елементи можуть бути відновлені. Крім того, збереження наявних стін та конструкцій дозволяє уникнути викидів вуглекислого газу, пов'язаних із виробництвом нових будматеріалів. Слід також приділити увагу безпековому дизайну, що полягає в інтеграції сучасних укриттів у тканину історичного центру міста.

Економічний аспект реновації будівель полягає в тому, що адаптоване використання призводить до збільшення вартості нерухомості та робить навколишню територію привабливою до інвестицій. Використання сучасних технологій енергоощадження значно зменшує експлуатаційні витрати.

Важливим соціальним завданням є збереження знакових будівель міста, що допомагає громаді підтримувати зв'язок з історією рідного краю. Інклюзивність у громадських інтер'єрах еволюціонувала від технічних стандартів (пандусів) до емоційної та сенсорної доступності. Громадський простір має бути спроєктований так, щоб забезпечувати психологічний комфорт для всіх груп: від нейровідмінних людей до тих, хто пережив травму.

В площині культурного виміру завдання дизайнерів та архітекторів поєднати автентичність з функціональністю. Це пошук балансу між збереженням спадщини та адаптацією під сучасні вимоги. Так до вибору нової функції будівлі необхідно залучати мешканців громади.

Підсумовуючи сказане вище можна зробити висновок, що Головним завданням сучасного дизайну є збереження автентичності туристичних локацій при одночасному підвищенні безпекових та екологічних характеристик простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Pavlidis G. Adaptive Reuse of War-Damaged Buildings: A Framework for Social and Environmental Sustainability. Journal of Architectural Conservation. 2025. DOI: https://doi.org/10.1080/13556207.2025.2104500.
2. Zhang Q., Ali Z. M., Abidin N. Z. Sustainable Adaptive Reuse of Historic Buildings: Development of a Framework from Systematic Review. Buildings. 2024. Vol. 14, no. 2. P. 353. DOI: https://doi.org/10.3390/buildings14020353.

Олександра КОВАЛЬЧУК
Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука
Світлана МІХНО
старший викладач
Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука

АРТБУК ЯК НОСІЙ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНІСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ (НА ПРИКЛАДІ ПРОЄКТУ КНИГИ "ТРИЗУБ: ВІДОБРАЖЕННЯ В МИСТЕЦТВІ")

Взаємодія традицій та світових тенденцій є точкою опори, що дає відчуття гармонійного спокою в мінливому світі і створює потенціал для розвитку.

Художні формотворчі процеси, які відбувалися в усіх видах професійного та декоративного мистецтва в першій половині XX ст., були пов'язані з усталеними історичними стилями: модерном, авангардом, ар-деко, конструктивізмом, тощо [1]. Тобто належали до конкретних сталих стилей.

Впровадження новаторських тенденцій у історичних і культурологічних проєктах підвищує потенціал модернізації суспільної системи, дозволяючи традиціям не зникнути, а трансформуватися. В цьому контексті важливе виявлення так званих носіїв і артефактів, осмислення самих архетипів культури, і подальше їх осмислення і використання в мистецтві та дизайні.

У світі миттєвого доступу до даних арт-бук стає "повільним" медіа, що підкреслює індивідуальність автора та культурну ідентичність.

В цьому контексті можемо говорити про концептуальність. Маємо пріоритет ідеї виробу над формою; книга може не мати традиційної структури, виступаючи як задокументований мистецький жест або перформанс.

Артбуки використовуються як засіб соціального активізму, дозволяючи авторам підносити, або критикувати глобальні системи, чи то доносити глобальну значущу інформацію через візуальні метафори.

У книзі «Тризуб: Відображення в мистецтві» спадковість розглядається у символіці - це механізм, через який традиції передаються від покоління до покоління у стислій, візуальній і знаковій формі. Символи працюють як «генетичний код» культури, зберігаючи тяглість історії навіть тоді, коли змінюється все навколо. Символіка акумулює в собі складні світоглядні ідеї, роблячи їх доступними для розуміння без слів[2].

Крафтовий, наче пожовтілий фон сторінок, занурює нас в історичні часи. Пластичні орнаментальні рамки, вирізані портрети-клапани, напівпрозорі сторінки - все це запрошує читача емпірично

насолоджуватись, поринати в минулу епоху і виступають містком між минулим і сучасним. Розуміння культурної символіки є надзвичайно важливим для всіх, оскільки воно допомагає розшифрувати невербальну мову, яка формує людську взаємодію в різних культурних контекстах. [2].

Основний меседж цієї книги – вшанування наших великих предків, видатних співвітчизників, без яких не буде руху вперед. Ми починаємо свою історію не з «чистого аркуша», а вивчаємо й осмислюємо тисячолітні візуальні коди української державності та національної ідентичності.

Книжка створена в найкращих мистецьких традиціях академії, спираючись на національні мистецькі скарби минулих поколінь. Оздоблена декоративними вставками, використана спецефічна палітра кольорів.

Ця книга є звертанням до 5 самих знакових персон в сфері мистецтва і їх зв'язком з головним символом України, тризубом. Фігурують майже магічні цифри - 3 і 5.

Насправді, розповідь є набагато глибшою, ніж о ролі особистостей в формуванні символів. В скорочених фактах біографій діячів, ми бачимо цілу епоху і історичні пласти.

Є так званий ефект Лінді, який демонструє, що час є кращим показником надійності, «Міцність речі пропорційна до тривалості її життя!» [3]

Український Тризуб є класичним прикладом спадковості: від знаків князів Київської Русі до сучасного малого Державного Герба. Він символізує безперервність нашої державності протягом тисячоліття.

Сторінки у вигляді вирізаних силуетних портретів накладаються і доповнюють композиції на розгортках, закарбовуються в нашій пам'яті характерними рисами обличчя й убранням. Є тут і напівпрозорі ілюстрації, які є своєрідною метафорою часу, який крізь серпанок років виявляє щось важливе або ж навпаки – розчиняє в собі. Інтерактивний дизайн книги є способом авторки трохи пограти з глядачем, і в ненав'язливій формі нагадати про наших великих пращурів.

Задачею тут є спроба дослідити головний національний символ і розкрити природу його художнього увиразнення митцями, еволюції, від княжого знаку до символу свободи. Дослідження символів допомагають розуміти, як вони можуть зміцнювати спільноту або національну ідентичність, слугуючи об’єднувальним елементом. Символи виходять за рамки вербального спілкування, пропонуючи універсальну мову, яку можна зрозуміти в різних культурних ландшафтах. Вони є життєво важливими інструментами в культурах, допомагаючи в комунікації та увічненні культурних цінностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Професійне декоративне мистецтво України доби глобалізації. Зоя Чегусова. 2024. ArtHuss. ст. 30
2. Опубліковано: 13.08.2024 https://www.studysmarter.co.uk/explanations/anthropology/cultural-anthropology/cultural-symbolism/ процитовано 24.02.2026
3. Taleb, Nassim Nicholas (27 листопада 2012). Antifragile: Things That Gain from Disorder (англ.). Random

Анастасія КОЗАК
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Оксана ПІДДУБНА
кандидат педагогічних наук, доцент
Житомирський державний університет імені Івана Франка

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДИЗАЙНУ (НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОЇ ІЛЮСТРОВАНОЇ КНИГИ «ВТРАЧЕНІ ДУШІ»)

Сучасний дизайн формується в умовах активної взаємодії мистецьких практик і цифрових технологій, що зумовлює його міждисциплінарний характер. Для нього є характерними поєднання традиційних художніх засобів із цифровими інструментами, а також орієнтація на емоційний і комунікативний вплив на глядача. Як зазначається у навчальних і наукових матеріалах з графічного дизайну, ілюстрація та цифрове мистецтво сьогодні розглядаються як важливі складові візуальної комунікації, що виходять за межі допоміжної ролі щодо тексту чи інформації [1].

У сфері книжкового дизайну ці процеси проявляються особливо виразно. Ілюстрація перестає бути лише візуальним супроводом тексту й набуває самостійної смислотворчої функції, формуючи атмосферу, настрій і концептуальний вимір видання. У цьому контексті авторська ілюстрована книга «Втрачені душі» може розглядатися як приклад реалізації сучасних напрямів дизайну в межах індивідуального творчого підходу.

Однією з провідних тенденцій сучасного графічного дизайну є персоналізація та акцент на авторському стилі. Унікальна візуальна мова стає ключовим засобом ідентифікації творчого продукту й відображає світоглядні та емоційні позиції автора. Дослідники сучасного графічного дизайну підкреслюють, що саме авторський підхід і відмова від універсальних шаблонів формують актуальність візуальних рішень у сучасному культурному просторі (Піддубна О., Максимчук А., Петухова Т., 2024 [2, с. 96-100]). В ілюстрованій книзі це проявляється через характер графіки, колористичні рішення, композиційні прийоми та символіку, що об’єднуються в цілісний візуальний наратив, який перебуває у постійній взаємодії з текстом.

Важливою рисою сучасного книжкового дизайну є також синтез традиційних і цифрових технологій. Використання графічних планшетів, цифрової обробки зображень і комп’ютерної верстки дозволяє дизайнерам експериментувати з фактурою, світлом, прозорістю та багатошаровістю композиції. Водночас інтерес до ручних технік — олівця, туші, акварелі — не зникає, а навпаки, посилюється як засіб надання роботам емоційної глибини та відчуття автентичності. Подібний підхід до поєднання

цифрових інструментів і традиційної образності простежується і в сучасних дослідженнях цифрової ілюстрації, зокрема у працях, присвячених створенню національно впізнаваних образів у цифровому середовищі (Поліщук О. П., Погосьян Д. Р., 2024 [3, с. 122-131]).

У книзі «Втрачені душі» інтеграція ручної графіки з цифровими ефектами може виступати не лише технічним прийомом, а й засобом передачі психологічного стану персонажів, створення напруженої атмосфери та багатовимірного візуального простору. Такий підхід відповідає загальним тенденціям розвитку графічного дизайну в Україні та світі, де технології розглядаються як інструмент розширення художніх можливостей, а не як самоціль (Шостачук Т. В. та ін., 2024 [5, с 1602-1616]).

Ще одним важливим напрямом сучасного книжкового дизайну є концептуальність і символізм. Візуальні образи дедалі частіше набувають метафоричного характеру та апелюють до асоціативного мислення читача. Це відповідає загальним засадам постмодерного мистецтва, де інтерпретація й багатозначність відіграють ключову роль. У контексті авторської книги «Втрачені душі» символічні мотиви можуть підкреслювати теми внутрішнього пошуку, втрати, трансформації та духовної кризи, поглиблюючи смисловий рівень тексту.

Сучасний книжковий дизайн також характеризується прагненням до мінімалізації та композиційної виваженості. Продумане використання простору, баланс між текстовими та графічними елементами, гармонійна робота зі шрифтом сприяють формуванню цілісного візуального образу видання й комфортного сприйняття інформації. Як зазначають дослідники графічного дизайну, мінімалізм у сучасних проєктах не означає спрощення, а слугує засобом концентрації уваги на ключових змістових акцентах [2].

Отже, авторська ілюстрована книга «Втрачені душі» може бути розглянута як приклад втілення сучасних тенденцій графічного та книжкового дизайну, що поєднують авторський стиль, цифрові інновації, концептуальність і композиційну цілісність. Такий синтез художнього мислення й технологічних можливостей відповідає актуальним науковим підходам до розуміння графічного дизайну як засобу візуальної комунікації та емоційного впливу на глядача.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ілюстрація, цифрове мистецтво, сучасна реклама та фірмовий стиль. Графічний дизайн як засіб візуальної комунікації : дистанційний курс. Урок 2. Київська спеціалізована школа № 305. URL: https://sites.google.com/view/kcml33m/графічний-дизайн-як-засіб-візуальної-комунікації-6-год/урок-2-ілюстрація-цифрове-мистецтво-сучасна-реклама-та-фірмовий-стиль-н (дата звернення 19.02.2026)

2. Піддубна О., Максимчук А., Петухова Т. Сучасний графічний дизайн та його особливості. Актуальні питання гуманітарних наук міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного університету імені Івана Франка. 2024. Вип. 74, т. 2. С. 96-100. http://eprints.zu.edu.ua/40987/ (дата звернення 19.02.2026)
3. Поліщук О. П., Погосьян Д. Р. Розробка образу української дівчини при створенні цифрових ілюстрацій до настінного перекидного календаря на 12 місяців. Український мистецтвознавчий дискурс. 2024. № 2. С. 122-131. http://eprints.zu.edu.ua/40767/ (дата звернення 19.02.2026)
4. Шостачук Т. В., Петухова Т. А., Денисенко А. О., Трегуб А. М., Піддубна О. М. Сучасні тенденції графічного дизайну у світі та в Україні. Наукові інновації та передові технології. 2024. № 11 (39). С. 1602-1616. http://eprints.zu.edu.ua/41784/ (дата звернення 19.02.2026)

Дмитро КОЛОДИЧ
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Наталія КОЛЕСНИК
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

КОМПОЗИЦІЙНІ РІШЕННЯ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: ВІД ІДЕЇ ДО ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ

Сучасний графічний дизайн поєднує естетичні та комунікативні функції, а композиція є ключовим інструментом організації візуального простору. Актуальність дослідження обумовлена зростанням значення візуальної комунікації в сучасному медіа-просторі, де композиція виступає ключовим інструментом організації візуального простору та передачі інформації.

Метою дослідження є визначення ефективних композиційних прийомів, які забезпечують гармонійне поєднання естетики та функціональності. Для досягнення поставленої мети було визначено ряд завдань: проаналізувати теоретичні основи композиції та сучасні тенденції у графічному дизайні, розробити серію експериментальних макетів із різними композиційними прийомами, провести апробацію макетів на вибірці користувачів та оцінити їх сприйняття, а також виявити композиційні рішення, що забезпечують найкращу гармонію, читаємість та емоційний ефект. У дослідженні застосовувалися теоретичний аналіз літератури з графічного дизайну та композиції, практичне моделювання макетів із використанням різних принципів композиції – балансу, контрасту, ритму, пропорцій, а також

соціологічний метод, зокрема опитування та тестування на вибірці користувачів, що дозволило оцінити сприйняття композиційних макетів і провести порівняльний аналіз результатів.

Спостерігається великий вплив цифрових технологій, дизайн стає доступнішим завдяки різноманітним інструментам і платформам. Не існує єдиного, остаточного канону принципів графічного дизайну. Їх перелік змінюється залежно від теоретичної школи чи автора. Проте існує професійний консенсус щодо ядра фундаментальних правил, що структурують візуальну комунікацію. Серед найчастіше згадуваних – контраст, повторення, вирівнювання, близькість, баланс, ієрархія, використання білого простору та пропорції [3]. Сьогодні можна створити будь-який дизайн або створити ілюстрацію, використовуючи штучний інтелект, навіть без потреби взаємодіяти з професійним дизайнером. Однак самі дизайнери відчувають певну супротивність цим тенденціям і прагнуть створювати унікальні, виразні рішення, які враховують сучасні тенденції в ілюстративному оформленні видань. Цифрові технології мають залишатися інструментом для втілення таких ідей [1, с. 25].

На думку Зайцевої В.І., Кузьменко Г.В., Буйгашевої А.Б. створення неповторних композицій комплексного оформлення книги полягає у тісному зв'язку стилістики шрифтового оформлення і ілюстрацій [2, с. 103].

У рамках дослідження було розроблено п'ять макетів постерів із різними композиційними підходами: симетрична композиція з класичним балансом, асиметрична композиція з акцентом на головний елемент, мінімалістична композиція з обмеженою палітрою кольорів, динамічна композиція з ритмічним повторенням елементів та композиція з грою пропорцій і масштабів для створення експресивності. Опитування показало, що асиметрична та динамічна композиції отримали найбільшу позитивну оцінку користувачів, оскільки забезпечували легкість сприйняття та привертали увагу. Мінімалістичні макети були зрозумілі більшості респондентів, проте деякі відзначили недостатню виразність. Симетричні композиції створювали відчуття стабільності та гармонії, але менш ефективно фокусували увагу, тоді як макети з варіаціями масштабів і пропорцій викликали високий емоційний ефект, проте іноді сприймалися як перевантажені.

Результати дослідження підтвердили, що сучасні композиційні рішення повинні враховувати поєднання естетики та функціональності, керування увагою через контраст і ієрархію, а також адаптивність під різні формати і платформи. Апробаційне дослідження дозволило визначити оптимальні композиційні прийоми для створення гармонійного та ефективного візуального образу, що можуть бути використані при розробці постерів, бренд-ідентики та цифрових продуктів. Таким чином, композиційні

рішення у сучасному графічному дизайні відіграють ключову роль у формуванні емоційного та естетичного сприйняття, забезпечуючи успішну комунікацію і максимальну залученість аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Лотошинська Н. Д. Композиційні засоби та прийоми у сучасному графічному дизайні друкарських видань. Кваліологія книги. 2023. № 1 (43). С. 23–31. URL: https://kk.uad.lviv.ua/wp-content/uploads/2024/04/1-23-24-31.pdf (дата звернення: 07.03.2026).
2. Зайцева В. І., Кузьменко Г. В., Буйгашева А. Особливості графічно шрифтових композицій А. Базилевича як приклад художнього оформлення обкладинок видань. Український мистецтвознавчий дискурс. 2025. № 2. С. 88–97. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/54281 (дата звернення: 07.03.2026).
3. Principles of composition in graphic design. FOROALFA. 2025. URL: https://foroalfa.org/en/topics/principles-of-graphic-design (дата звернення: 07.03.2026).

Марія КОТЕНКО
студентка спеціальності «Мультимедійний дизайн»
Черкаський державний фаховий бізнес коледж
Світлана КУКОЛЬ
викладач, спеціаліст другої категорії
кафедра інформаційних, мультимедійних технологій та дизайну
Черкаський державний фаховий бізнес коледж

СУЧАСНИЙ УКРАЇНСЬКИЙ ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, ЯК ПРОСТІР ЗБЕРЕЖЕННЯ ТРАДИЦІЙ

Виробництво сучасної української візуальної ідентичності набуває особливого значення в часи світової глобалізації. Графічний дизайн є найбільш мобільним серед візуальних мистецтв, завдяки тому, що його основна мета візуалізувати інформацію, що призначена для масового поширення, та підвищити якість життя людей за допомогою гармонізації навколишнього середовища.

Зараз національні традиції активно переосмислюються в графічному дизайні – включаючи брендинг, айдентику для культурних подій, дизайн шрифтів, ілюстрацію та цифрові продукти. Показником деяких напрямків є еволюція сучасного шрифту, як, наприклад, українська школа кириличного шрифту та шрифт Рутенія Василя Чебаника. Дизайнери беруть історичні форми письма – козацький скоропис, курсив, барокові шрифти XVII–XVIII століть, наприклад – і переосмислюють їх через цифрові шрифти.

Наприклад, Mint Type, Alfabet Type, Kyiv Type Foundry або інші студії, що виготовляють національно характерні шрифти для сучасної епохи, щоб відповідати комунікації. Саме зі шрифтами створюється не лише естетика, але й культурне позиціонування. Розвиток індивідуального стилю в каліграфії дозволяє художникам виражати свою унікальність та творчий погляд на мистецтво красивого письма. Вивчення каліграфії пов'язане із збереженням традицій та культурної спадщини. Дизайнери відкривають для себе різноманітні стилі каліграфії, які відображають культурні особливості різних народів. Знання каліграфії може бути застосоване в графічному дизайні, де стильні та красиві літери створюють виразні текстові елементи у рекламі, логотипах, афішах, плакатах, дизайні книг та інших графічних проектах. Сучасна каліграфія є міжнародним явищем, яке враховує різноманітні традиції та індивідуальні стилі художників з різних частин світу. Це мистецтво продовжує еволюціонувати та інтегруватися в сучасні тенденції, втілюючи багатошаровий спадок та творчий потенціал.

Однією з важливих тенденцій є включення традиційних елементів орнаментації в сучасний брендинг. Українські дизайнери включають мотиви розписів Петриківки, Косова, Дніпра та Таврії в логотипи, упаковку, айдентику фестивалів та культурних установ. Також спадок Трипільської культури простежується в сучасній культурі та мистецтві, особливо на території України. Вважається, що саме ця культура заклала певні основи українського світогляду, елементи якого й сьогодні зберігаються в народних традиціях. Орнаментальні мотиви трипільців активно використовуються в декоративно-ужитковому мистецтві, народній творчості та сучасному дизайні. Вивчення цієї давньої культури дає можливість краще зрозуміти процеси розвитку людських цивілізацій у Європі. Особливе значення має трипільська кераміка, яка стала своєрідною візитівкою цієї культури та одним із найяскравіших свідчень її високого рівня розвитку. Орнаментація перестає бути лише декоративним елементом і стає носієм ідентичності. Цей процес став найбільш очевидним після 2014 року і значно прискорився після 2022 року, коли візуальна культура стала засобом культурного опору.

Плакатне мистецтво, цифрова ілюстрація та соціальна реклама активно використовують традиційні символи – Берегиню, козацьку іконографію, орнаментальні структури, національні кольори – як сигнали єдності, самосвідомості.

Сучасний український графічний дизайн таким чином можна розглядати як модель «живої традиції» – де спадщина не зберігається, а стає активом або ресурсом для інновацій. Творчо переосмислюючи національні коди, український дизайн інтегрується у глобальний культурний простір, але зберігає свою специфічну ідентичність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:
1. Бурлака А. Продукти графічного дизайну, створені на основі традиційних українських розписів. – Дизайн та арт-менеджмент, 2024.
2. Косів В. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років. – Київ: Родовид, 2019. – 480 с.
3. Сім чудес Трипільської культури. Як жили і куди поділися трипільці URL: https://www.radiosvoboda.org/a/trypilska-kultura-ukrayina/31078240.html
4. Терещенко А. А., Чернявський К. В. Вплив цифрового прогресу на класичну каліграфію. Зародження леттерінгу як засобу сучасного дизайну. КНУТД. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/1988/1/td_2016_N2_14.pdf (дата звернення 14.02.26).

Владислава КОШОВА
здобувачка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Ольга КВІТКА
кандидат мистецтвознавства, старший викладач
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

СИНТЕЗ ФОТОГРАФІЇ, ТИПОГРАФІКИ ТА ГРАФІЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ЯК ХАРАКТЕРНА РИСА СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ ІНФОГРАФІКИ

У сучасному інформаційному суспільстві інфографіка сформувалася як один із актуальних напрямів графічного дизайну, орієнтований на ефективну візуалізацію складних даних. Розвиток цифрових медіа, зростання обсягів інформації та потреба у швидкому сприйнятті даних сприяли активному поширенню інфографіки у медіа, освітніх середовищах, маркетингових комунікаціях та цифрових платформах. У цьому контексті інфографічний дизайн можна розглядати як гібридний напрям сучасного графічного дизайну, що поєднує аналітичні методи подання даних із виразними засобами візуальної комунікації.

Однією з характерних рис сучасного дизайну інфографіки є синтез фотографії, типографіки та графічних елементів, що дозволяє інтегрувати інформаційні дані у складні композиційні структури. Поєднання різних візуальних засобів забезпечує баланс між інформативністю та художньою виразністю, що сприяє підвищенню ефективності комунікації та емоційної залученості глядача [1]. Проблематика сучасного дизайну інфографіки часто полягає у надмірній схемності та формалізованості подання інформації. Орієнтація виключно на діаграми, таблиці та умовні

позначення без урахування візуального контексту призводить до сприйняття інформації як сухої та відстороненої. У таких умовах інфографіка частково втрачає свій комунікативний потенціал і швидко зникає з поля уваги користувача [1]. Метою дослідження є аналіз синтезу фотографії, типографіки та графічних елементів як характерної особливості сучасного інфографічного дизайну та їх практичне застосування у створенні серії візуальних матеріалів на туристичну тематику, орієнтованих на цифрову аудиторію [4].

Методологічну основу дослідження становить аналіз ролі фотографії як емоційного та просторового середовища, типографіки як інструмента ієрархії, навігації та смислових акцентів, а також графічних елементів як носіїв аналітичних даних. У процесі проєктування застосовуються принципи контрасту, шарування, композиційної рівноваги та візуальної ієрархії. Практична реалізація виконувалась із урахуванням специфіки цифрового формату та особливостей сприйняття інформації на екранах мобільних пристроїв у програмному середовищі Adobe Illustrator [3].

У межах практичної частини було створено серію інфографічних композицій, у яких фотографічні зображення використовуються не лише як фоновий елемент, а як активний складник композиції. Окремі фрагменти фотозображень інтегруються поверх інфографічних елементів, виходячи за межі схем і діаграм, що формує відчуття простору, шарування та візуальної об’ємності. Такий прийом посилює глибину зображення та створює ефект занурення, водночас зберігаючи читабельність даних і структурну логіку інфографіки [2].

У результаті дослідження встановлено, що синтез фотографії, типографіки та графічних елементів є характерною рисою сучасного інфографічного дизайну як гібридного напряму графічного дизайну. Поєднання аналітичної точності з візуальною виразністю підвищує ефективність сприйняття інформації та розширює можливості використання інфографіки в сучасних системах візуальної комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Cairo A. The Functional Art: An Introduction to Information Graphics and Visualization, 2016. 384 p. URL: https://paul.zhdk.ch/pluginfile.php/93337/mod_resource/content/1/The%20Functional%20Art%20-%20An%20Introduction%20to%20Information%20Graphics%20and%20Visualization%20by%20Alberto%20Cairo%20%28z-lib.org%29.pdf (дата звернення: 22.12.2025).
2. Harrison L., Reinecke K., Chang R. Infographic aesthetics: Designing for the first impression. Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems. Seoul, Republic of Korea, 2015. P. 1187–

1190. URL: https://dl.acm.org/doi/epdf/10.1145/2702123.2702545 (дата звернення: 22.12.2025).
3. Dunlap J. C., Lowenthal P. R. Getting graphic about infographics: Design lessons learned from popular infographics. Journal of Visual Literacy. 2016. P. 7. URL: https://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1146&context=edtech_facpubs (дата звернення: 22.12.2025).
4. Cristallo V., Mariani M. The role of infographics in the representation of design research. Design! OPEN 2022, 2024. P. 632–638. URL: https://www.researchgate.net/publication/377013335_The_Role_of_Infographics_in_the_Representation_of_Design_Research (дата звернення: 22.12.2025).

Наталія КРИВОБОК
здобувачка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Ольга КВІТКА
кандидат мистецтвознавства, старший викладач
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ЕМОЦІЙНЕ ЗАБАРВЛЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ МОВИ ІНФОГРАФІКИ (НА ПРИКЛАДІ СЕРІЇ INSTAGRAM-ПОСТІВ ПРО ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПСИХІКУ ДІТЕЙ)

У сучасній візуальній комунікації інфографіка виходить за межі раціонального передавання даних, дедалі частіше виконуючи емоційно-комунікативну функцію. Це стає ключовим у роботі з соціально чутливими темами, де «суха» статистика потребує емоційного посередництва для глибинного усвідомлення масштабу проблеми. Особливої ваги це набуває у висвітленні впливу війни на дитячу психіку, **що й зумовлює актуальність дослідження**.

Метою дослідження є аналіз емоційного забарвлення візуальної мови інфографіки та його практичної реалізації у серії Instagram-постів, присвячених психологічним наслідкам війни для дітей і підлітків.

Методи дослідження базуються на комплексному підході до візуалізації даних. Використано широкий спектр типів інфографіки (картографічна, стовпчаста діаграма, кругова діаграма, гістограма, таблична, піктограмна, блок-схеми, кола Ейлера, комікс), образну інтерпретацію даних, акцидентну типографіку та стилістику дитячих малюнків, адаптовані до формату соціальної мережі Instagram.

У результаті створено серію інфографічних постів, побудовану за принципом поступового емоційного занурення – від узагальненого

масштабу проблеми до конкретних психологічних проявів. Картографічна інфографіка демонструє нерівномірність впливу війни на підлітків залежно від регіону (14,5–26,8% та 72,5–100%), формуючи емоційне напруження через усвідомлення масштабів травматичного досвіду (Рис. 1). Контраст висот стовпців у стовпчастій діаграмі (671 загибла дитина, 2 270 поранених, понад 19 500 викрадених) підсилює емоційний ефект незворотності втрат (Рис. 2). Кругова діаграма показує, що 40% дітей шкільного віку припинили або переривають навчання, візуально передаючи нестабільність освітнього процесу (Рис. 3).

Причинно-наслідкові зв'язки війни та психологічних травм подано у блок-схемі, де зафіксовано, що 92,3% підлітків мають клінічно значущі порушення, зокрема депресію (49,6%), тривогу (53,0%), розлади харчової поведінки (29,5%) та зловживання психоактивними речовинами (20,5%) (Рис. 4). Кола Ейлера відображають перетин втрати дому, насильства, евакуації та травм розвитку, акцентуючи на комплексному характері дитячої травми (Рис. 5). Таблична інфографіка систематизує прояви страху та втрати й їхній вплив на поведінку дитини (Рис. 6), а гістограма особистого досвіду (85% бачили озброєних військових, 80% – техніку, 55% чули обстріли) створює ефект накопиченого стресу (Рис. 8). Також у вигляді комікса було подано інформацію про те, як можна заспокоїти дитину (Рис. 7) через прості дії (безпечне місце, дихання тощо) – емоційне полегшення після напружених статистичних блоків. Піктограмна інфографіка узагальнює ознаки тривожного розладу – порушення сну, панічні атаки, головний біль, зниження концентрації та соціальну ізоляцію (Рис. 9). Множинність символів підкреслює системність цих проявів.

Важливу роль у формуванні емоційного впливу відіграє колір. Домінування приглушених рожевих, бордових і темно-червоних відтінків асоціюється з вразливістю та болем, створюючи контрольоване емоційне напруження без шокування глядача. Як було зазначено Еллен Луптон у книзі «Дизайн – це розповідь», поєднання кольору та емоції – це потужний інструмент оповіді. Колір створює сенсорне враження, що відображає настрій. Дизайнери досліджують культурний і оповідний зміст кольору, а також психологічний ефект, який він чинить на людей. Дослідження показують, що колір не просто здатен символізувати певну емоцію та настрій, а й – за оптимальних обставин – викликати в людей цю емоцію, приводити їх у певний стан [1]. Отже, колір задає емоційний контекст повідомлення ще до його раціонального осмислення. Ключовий контраст проєкту виникає між травматичним змістом і наївною формою, стилізованою під дитячі малюнки, що підсилює емпатійне сприйняття та усвідомлення того, що війна є частиною повсякденного досвіду дітей. Зображення ракет, вибухів та інших символів війни навмисно подані у

наївній, спрощеній формі, що імітує дитяче бачення реальності. За М. В. Колосніченко та ін., емоційна складова візуальної мови є ключовою для глибини сприйняття інформації в соціально чутливих темах [2]. Акцидентні шрифти NAMU 1910 та DJ Gross формують відчуття напруження, тоді як Fixel Variable забезпечує читабельність і структурованість інформації.

Висновки. У проєкті доведено, що емоційне забарвлення візуальної мови інфографіки формується через комплексну взаємодію кольору, контрастів, типів інфографіки, типографіки та стилістики дитячих малюнків. Поєднання раціональних даних з емоційно насиченою формою дозволяє не лише інформувати, а й формувати емпатію. Це перетворює інфографіку на універсальну мову, здатну долати культурні бар'єри в умовах глобалізації, перетворюючи перегляд контенту в Instagram на процес глибинного осмислення складних соціальних проблем. Представлена серія є зразком сучасного напряму дизайну, де інфографіка стає інструментом соціального впливу.

Рис. 1 - Картографічна інфографіка

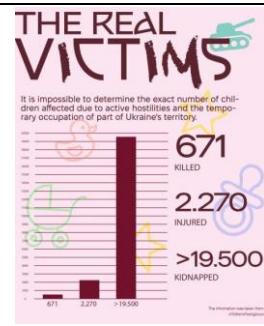


Рис. 2 - Стовпчаста діаграма

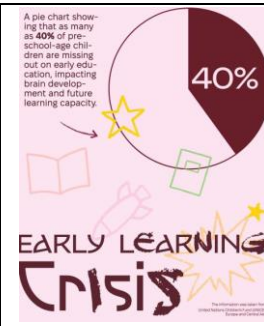
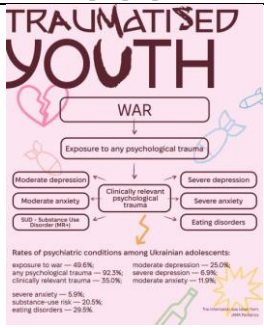


Рис. 3 - Кругова діаграма



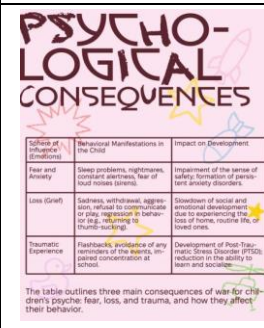


Рис. 4 - Блок-схема	*Рис. 5 - Кола Ейлера*	*Рис. 6 - Таблиця*

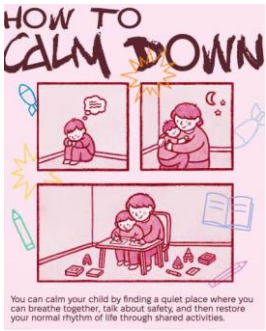
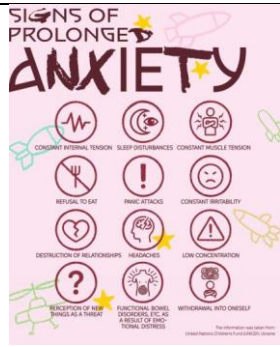

		

Рис. 7 – Комікс	*Рис. 8 – Гістограма*	*Рис. 9 – Піктограмна інфографіка*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Lupton E. Design is Storytelling. New York: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum, 2017. 160 с.
2. Колосніченко М.В. та ін. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія. Київ: КНУТД, 2022. 227 с.

Анастасія КУДРЯ
здобувачка 3 курсу першого (бакалаврського) рівня
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Олена СЕРГІЄНКО
старший викладач кафедри дизайну
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

МАЙБУТНЄ ЖИТЛОВОГО ІНТЕР'ЄРУ: НЕПОМІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, АДАПТИВНІСТЬ І ЗНИЖЕННЯ КОГНІТИВНОГО НАВАНТАЖЕННЯ ЛЮДИНИ

Що станеться з житловим інтер’єром, коли технології перестануть бути помітними, а простір почне підлаштовуватися під людину самостійно? Уже сьогодні житло змінюється під впливом цифрових рішень і нових життєвих сценаріїв. До 2035 року ці процеси призводять до функціональних і смислових трансформацій, що вимагають переосмислення ролі інтер’єру в сучасному житлі.

Мета статті - проаналізувати, яким буде житловий інтер'єр у 2035 році та як розвиток цифрових технологій, штучного інтелекту й нових планувальних рішень змінює роль житлового простору в житті людини.

У 2035 році технологічність перестане бути чимось показовим [2]. Архітектори вже сьогодні розробляють проекти квартир-трансформерів, які можуть підлаштовуватися під різні сценарії життя. У таких квартирах стіни рухаються, меблі складаються, ховаються або перетворюються з одного предмета на інший. Вдалим прикладом такого підходу є колекція модульних меблів JOO від Martins Studio. Її головна особливість – можливість легко поєднувати окремі елементи між собою, створюючи унікальні композиції відповідно до потреб користувача [3]. Елементи можна перезбирати та змінювати їх розміри залежно від потреб, що зменшує необхідність в додаткових предметах і подовжує термін служби. Провідні бренди розробляють програми ремонту та перетяжки меблів, щоб спонукає клієнтів оновлювати, а не замінювати. Невдовзі, більше дизайнерів та дрібних продавців будуть віддавати пріоритет продукції з ремонтопридатними та замінними компонентами, що дозволить скоротити кількість відходів. На фоні цього актуальними зараз стають квартири-трансформери, особливо у мегаполісах, де кожен квадратний метр на вагу золота.За рахунок продуманої трансформації у студії площею 30–40 кв. м. можна буде отримати функціонал дво- чи трикімнатної квартири [2].

Системи «Розумний дім» вже виходять за рамки звичайного дистанційного керування і поступово перетворюються на справжніх цифрових помічників, здатних не лише виконувати команди власника, а й самостійно приймати рішення.

Зарядні пристрої інтегруються в меблі, де вони стають частиною стільниць. Вони можуть бути приховані, що усуває необхідність у подовжувачах. Зростає попит на меблі з вбудованими індукційними зарядками. З'являються приховані мультимедійні екрани, вони зливаються зі стіною, та вже стають нормою [1].

У квартирах майбутнього інтер'єр орієнтується на адаптацію простору до фізичних і психологічних потреб людини. Адаптивне освітлення змінює яскравість і кольорову температуру залежно від часу, доби та активності, створюючи комфорт. Технологія Human-Centric Lighting (HCL) узгоджує світлові сценарії з природними біоритмами, імітуючи схід сонця для м'якого пробудження та зниження стресу. У квартирах майбутнього з'являться цифрові вікна та стіни, здатні транслювати будь-які види – від морського узбережжя до лісових стежок. Віртуальні пейзажі знизять рівень стресу, підвищують концентрацію та допоможуть перемикатися між режимами роботи та відпочинку [1].

Сонячні панелі, міні-вітрогенератори, теплові насоси встановлюватимуть на дахах будинків або інтегруватимуть у фасади для забезпечення автономності від зовнішніх систем. Інтелектуальні системи управління розподілятимуть навантаження оптимальним чином. У години пік вони використовуватимуть накопичену енергію, а в періоди низьких тарифів - заряджатимуть акумулятори.

Системи освітлення, клімат-контролю та безпеки керуються голосом, або контекстними сценаріями - без видимих перемикачів. Наприклад, датчики руху та температури можуть бути вбудовані у стіну або прихованими панелями, завдяки чому стають непомітними для людського ока. Усі кабелі та проводи приховані всередині конструкцій (стіни, підлога, меблі) або замінені бездротовими технологіями нового покоління [3]. Це не порушує естетику простору, тому інтер'єр зберігає мінімалістичний вигляд, а технології функціонують як невидима система підтримки житлового середовища.

У результаті формується інтегроване інтелектуальне середовище, що забезпечує комфорт і адаптивність простору. Підлаштування мікроклімату, освітлення за настроєм, автоматичні штори, музика та фільтрація повітря працюють непомітно, створюючи комфорт без зайвих елементів [2].

Висновок. Інтер'єр 2035 року - це не демонстрація технологій, а середовище, що максимально зменшує навантаження на людину забезпечує справжній комфорт і зручність . Його ключові риси - непомітна технологічність, гнучкість, автономність і глибоку персоналізацію під реальне життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дизайн інтер'єру 2026: головні тренди, кольори та ідеї року /Slobodzian K. // Soprano. – 31.10.2025. URL: https://soprano.in.ua/blog/dyzain-interieru-trendy-kolory-ta-idei-roku (дата звернення: 06.03.2026).
2. Сталий інтер'єр як чинник формування дизайнерських трендів 2025 року. – 05.01.2025. URL: https://thinkrealty.com/article/sustainable-interiors-shape-2025-design-trends/ (дата звернення: 06.03.2026).
3. Інновації в дизайні інтер'єрів: як сучасні технології трансформують простір / M. Kuts // Martins Architecture Studio. – 11.04.2025. URL: https://www.martins.com.ua/ua/news/innovations-in-interior-design-how-modern-technologies-transform-spaces (дата звернення: 06.03.2026).

Христина КУЛИК
Національний університет «Львівська політехніка»
Світлана ЛІНДА
доктор архітектури, професор
Національний університет «Львівська політехніка»

БІОФІЛІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ВІДПОВІДЬ НА ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ У ФОРМУВАННІ ЖИТЛОВОГО ІНТЕР'ЄРУ

Процеси глобалізації у сфері дизайну житлового середовища проявляються не лише в стрімкому поширенні стилістичних трендів, але й у суттєвій трансформації культури повсякденного життя. Це включає стандартизацію моделей споживання, уніфікацію естетичних кодів та домінування масових, серійно відтворюваних рішень, які утверджують «універсальну» візуальність. У результаті житловий інтер'єр поступово втрачає свій статус індивідуального культурного простору, перетворюючись на нейтральне і взаємозамінне середовище. У такому контексті послаблюється значущість локальних сенсів, традицій проживання та елементів сенсорної виразності. Це зумовлює нагальність пошуку нових концептуальних підходів, здатних ефективно протидіяти уніфікації не лише на рівні декларацій, але й через впровадження механізмів, спрямованих на формування високоякісного житлового досвіду.

Одним із підходів, здатних відповісти на виклики глобалізації, є біофільний дизайн, що вирізняється своєю значущістю з двох причин. По-перше, біофілія звертається до основних антропологічних потреб людини: взаємодії з природою, почуття захищеності, здатності до «психофізіологічного відновлення», а також гармонізації уваги та емоційного стану. По-друге, біофільність має яскраво виражений екологічний та естетичний аспект: вона не зводиться до декоративних елементів, а є концептуальною основою для організації простору, світла, матеріалів та образного наповнення інтер'єрів, створюючи атмосферу «живого» середовища. Таким чином, біофільний дизайн постає не як тимчасова тенденція, а як спосіб повернення житловим просторам гуманістичних цінностей, який протистоїть одноманітній стандартизації.

У сучасних підходах до біофільного дизайну біофілія трактується як сукупність повторюваних рішень - від безпосереднього взаємодії з природними елементами до непрямого відтворення природних форм через структури, текстури, ритми та просторові композиції [2]. У рамках обговорення питань глобалізації особливо важливим є наголос на тому, що справжню цінність становить не стільки набір конкретних інструментів,

скільки здатність біофільного підходу повернути інтер'єрному середовищу його суттєве значення. Цей підхід сприяє забезпеченню якісних характеристик простору, таких як цілісність, людяність, багатогранність сприйняття та створення відчуття «атмосферності», яке формується внаслідок естетичного переживання просторового середовища [1].

Глобалізація в житловому інтер'єрі проявляється через кілька характерних тенденцій: переважання універсальної естетики, яка легко пристосовується до різних масштабів і пропонується як «нейтральна норма»; зниження значущості місцевих матеріальних традицій та культурних особливостей; створення «візуально стерильного» простору, більше орієнтованого на демонстрацію, ніж на комфортне проживання; спрощення сенсорного сприйняття, коли такі елементи, як тактильність, звукова м'якість, світлова гра чи природна динаміка оточення, поступаються місцем одноманітності. Біофільний дизайн протиставляє цим трендам іншу концепцію - середовище як «простір досвіду», а не просто набір стилістичних рішень.

У цьому контексті біофільний підхід виконує кілька взаємопов'язаних завдань у протистоянні уніфікації.

1) Ідентифікаційна або антиуніфікаційна функція. Біофільний дизайн сприяє відновленню житлових просторів як справжніх «місць», які викликають почуття смислової прив'язаності, впізнаваності, структурної ясності та культурної вкоріненості [5]. Біофілійність підкреслює унікальність не за рахунок еклектичних прикрас, а завдяки якостям самого середовища: природній логіці побудови, справжності матеріалів, грамотній світловій організації та глибоким сенсовим зв'язкам із природними архетипами.

2) Сенсорно-регулятивна функція. У сучасних умовах глобалізованого міста житло стає ключовим середовищем для відновлення. Біофілійний підхід сприяє збагаченню сенсорної якості інтер'єру, забезпечуючи контрольованість стимулів, гармонійний баланс між активністю та відпочинком і різноманітність, яка не перевантажує сприйняття. Простір сприймається через тілесний досвід - взаємодію зі світлом, матеріалами, масштабом, звуком, ритмом і тактильними властивостями [6]. Біофілія відновлює важливість тактильної текстури, природної варіативності кольорової палітри та гри світла й тіні, а також змін у освітленні та "оптичної глибини" простору. Ці аспекти сприяють створенню атмосфери м'якості та психологічного комфорту.

3) Сценарно-просторова функція в біофілійному дизайні підкреслює важливість сценарності як естетичної та функціональної складової. Простір має відповідати природним ритмам доби, забезпечувати можливість усамітнення, створювати перехідні зони та рівні приватності, а також

дозволяти зміну станів і налаштувань. Біофілійні патерни наголошують на значенні просторових умов, які сприяють відчуттю захисту й широкого огляду, що гармоніює з базовими принципами сприйняття навколишнього середовища [2].

4) Художньо-естетична функція або атмосферність є ключовим аспектом естетики атмосфери. У межах цього підходу середовище розглядається як простір взаємодії форми, світла, матеріалу та тілесного сприйняття. Саме цей синтез створює відчуття присутності, формуючи емоційний фон і збагачуючи сприйняття [1]. Біофільний дизайн, використовуючи природні структури та логіку організації, гармонійно поєднує цілісність композиції, світлотіньову динаміку, автентичність матеріалів і символіку природи. Це повертає житловому простору властивість бути естетично насиченим і психологічно сприятливим середовищем.

Біофілійний дизайн у створенні житлового інтер'єру слід розглядати як стратегічний підхід до формування середовища, спрямований на протидію уніфікації в контексті основних параметрів якості простору, таких як ідентичність, сенсорна регуляція, сценарність та атмосферність. Подальші дослідження можуть бути зосереджені на детальному визначенні критеріїв оцінювання біофільної якості житла, відображаючи його багатовимірний характер. У цьому підході ключову роль відіграють взаємодія з природою, використання природних аналогів, забезпечення просторових сценаріїв безпеки й приватності, матеріально-тактильна виразність та значуща інтегрованість середовища [4].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Böhme, G. (2017). Atmospheric architectures: The aesthetics of felt spaces. Bloomsbury Academic.
2. Browning, W., Ryan, C., & Clancy, J. (2014). 14 patterns of biophilic design. Terrapin Bright Green.
3. Holl, S., Pallasmaa, J., & Pérez-Gómez, A. (2006). Questions of perception: Phenomenology of architecture. William Stout Publishers.
4. Kellert, S. R. (2018). Nature by design: The practice of biophilic design. Yale University Press.
5. Norberg-Schulz, C. (1980). Genius loci: Towards a phenomenology of architecture. Rizzoli.
6. Pallasmaa, J. (2012). The eyes of the skin: Architecture and the senses (3rd ed.). Wiley.
7. Ryan, C. O., Browning, W., Clancy, J., et al. (2014). Biophilic design patterns: Emerging nature-based parameters. International Journal of Architectural Research, 8(2), 62–76.

8. Zumthor, P. (2006). Atmospheres: Architectural environments – Surrounding objects. Birkhäuser.

Вероніка КУЛИК
Черкаський державний технологічний університет
Леся ТАРАХТІЙ
викладач кафедри графічного дизайну, моди та стилю
Черкаський державний технологічний університет

СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ

Сучасний плакат формує думки та поведінку людей через систематичне поширення повідомлень у цифровому та друкованому просторі. У цьому контексті об'єкти графічного дизайну відіграють ключову роль у швидкому формуванні асоціацій, що є критично важливим в умовах інформаційного перенасичення. Соціальний плакат виступає не лише як джерело інформації, а й як засіб навчання, що допомагає розпізнавати фейки чи дбати про кібербезпеку.

Засоби графічного дизайну, такі як метафора чи гіпербола, наочно показують глядачеві, що будь-яке повідомлення в медіа є сконструйованим продуктом. Наприклад, плакат, де телевізор чи смартфон зображені як гачок для риболовлі, миттєво пояснює суть клікбейту без зайвих пояснень. Таке використання «плакатів-афоризмів», де глибока узагальнена думка виражена в лаконічній та влучній формі, змушує глядача замислитися та самостійно дійти висновків [1]. «Плакати-афоризми» демонструють, як через вибір шрифту, обрізку фотографії чи маніпуляцію кольором можна змінити зміст новини, допомагаючи бачити реальну суть інформаційних повідомлень.

Одним із головних принципів медіаграмотності є розуміння того, що будь-який медіапродукт є сконструйованою реальністю, а не її прямим віддзеркаленням. Графічний дизайн соціального плаката наочно демонструє цей процес через використання метафор, символів та специфічних композиційних рішень. Метафора як інтелектуальна якість плаката дозволяє передавати складні ідеї через відчужені об'єкти, надаючи роботам глибини та символічного значення. Символи в дизайні плаката еволюціонували до максимального спрощення та уніфікації, що дозволяє їм миттєво зчитуватися аудиторією на підсвідомому рівні [1].

Соціальний плакат допомагає глядачеві зрозуміти, що медіа не лише надають інформацію, а й транслюють певну ідеологію та рекламують певні способи життя. За допомогою поєднання тексту (слогану) та візуального образу створюється новий сенс, який може виступати як прямий заклик до дії або як інструмент формування громадської думки. Застосування

соціальних плакатів з використанням афоризмів та спрощення форм можна побачити в численних кампаніях з інформаційної гігієни. В Україні це стає життєво необхідним, адже плакати, що викривають ворожу пропаганду чи пояснюють різницю між фактом і судженням, допомагають суспільству тримати стрій в інформаційній війні.

Процес цифровізації вносить суттєві корективи у форму та зміст плакатного мистецтва. Сучасний електронний плакат стає динамічним інструментом, що поєднує графіку, анімацію та інтерактивні функції, адаптуючись до потреб соціальних мереж та Інтернет-технологій. Це особливо актуально для молодіжного покоління, якому притаманне кліпове мислення. Медіаосвіта через дизайн плакатів допомагає усвідомити відповідальність за свій цифровий слід та репутацію в мережі. Використання гумору та мемів в соціальному плакаті дозволяє знизити пафос та створити позитивний емоційний фон, що є ефективним методом комунікації з молодіжною аудиторією, за умови дотримання етичних меж [2].

Отже, соціальний плакат, створений засобами сучасного графічного дизайну, є незамінним елементом візуальної культури та дієвим інструментом медіаграмотності. Він поєднує раціональні стратегії (логічні аргументи, факти) з емоційними (метафори, символи, колористика), що дозволяє не лише інформувати суспільство, а й спонукати його до усвідомлених змін. В умовах глобальних викликів та інформаційних воєн плакат виконує функцію «четвертої влади», контролюючи політиків та надаючи суспільству орієнтири для збереження національної ідентичності та соціальної згуртованості. Творче відчуття автора, його художня майстерність та відповідальний підхід до використання образних засобів визначають успіх плаката як засобу формування критично мислячої та медіаграмотної особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Грищенко В. Художні засоби виразності в плакатному дизайні як ефективні інструменти комунікації з реципієнтом // Актуальні питання гуманітарних наук : міжвуз. зб. наук. пр. молодих учених Дрогобицького держ. пед. ун-ту ім. І. Франка. 2024. Вип. 82. Ч. 1. С. 145-150.
2. Сосницький Ю. Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального українського плаката // Ukrainian Cultural Studies : наук. журн. 2024. № 2 (15). С. 36-39.

Валерій ЛЕВЧУК
Харківський національний університет мистецтв імені І.П. Котляревського
Людмила КОЛЧАНОВА
Харківський національний університет мистецтв імені І.П. Котляревського

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ТЕАТРАЛЬНОМУ ДИЗАЙНІ: МІЖ ІНСТРУМЕНТОМ І ЗАГРОЗОЮ ДЛЯ ЖИВОГО МИСТЕЦТВА

Питання застосування штучного інтелекту дедалі активніше порушується у театральному середовищі. Генеративні системи, зокрема Midjourney та Stable Diffusion, знайшли практичне застосування в роботі художників-постановників. Американський дизайнер Девід Форсі описав цей досвід на платформі HowlRound: використання ШІ дозволяє у стислі терміни отримати значний обсяг візуальних варіантів для пошуку сценографічного рішення, що суттєво скорочує підготовчий етап роботи. Для театрів з обмеженим бюджетом такий інструмент має практичну цінність.

Окремим напрямом є застосування роботизованих систем безпосередньо на сцені. У 2010 році японський режисер Оріза Хірата спільно з лабораторією робототехніки Університету Осаки поставив виставу «Sayonara», в якій андроїд Geminoid F виступав партнером живої акторки. Вистава була показана в Японії, Європі, Америці та Австралії і залишається одним із найчастіше цитованих прикладів у дослідженнях з проблематики технології і театру. Дослідники відзначили парадоксальний ефект: присутність машини на сцені загострювала сприйняття живої людини поряд, унаочнюючи різницю між справжньою присутністю та її симуляцією.

Американська режисерка Енні Дорсен у проєкті «Hello Hi There» (2010) реалізувала виставу без участі живих акторів: алгоритм генерував текст і вів діалог у реальному часі. Проєкт не позиціонувався як альтернатива живому театру, а ставив дослідницьке питання про межу між перформером і машиною. У теоретичному осмисленні проблеми дослідники С. Діксон та К. Солтер фіксують, що театр послідовно інтегрував нові технології – мікрофони, відеопроєкції, складні світлові системи – і щоразу знаходив спосіб перетворити їх на художній засіб. ШІ вписується в цю закономірність: він не замінює актора, однак трансформує окремі аспекти творчого процесу. Ключова відмінність живого театру полягає в непередбачуваній взаємодії між актором і глядацькою залою – стані, який не може бути відтворений алгоритмічно, оскільки передбачає взаємну присутність і спільний момент. Загроза для мистецтва пов'язана не з самою технологією, а з ризиком підміни живого творчого пошуку зручним

генерованим результатом, що є питанням професійної позиції, а не технічної можливості.

Таким чином, штучний інтелект є актуальним інструментом у сфері театрального дизайну та сценографії, відкриває нові художні можливості й дослідницькі питання. Разом із тим замінити живу присутність актора на сцені він не здатний: живий театр є формою зустрічі творця та глядача, а не відтворенням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Chikaraishi T., Yoshikawa Y., Ogawa K., Hirata O., Ishiguro H. Creation and Staging of Android Theatre "Sayonara" towards Developing Highly Human-Like Robots. Future Internet. 2017. Vol. 9, № 4. P. 75.
2. Dorsen A. Hello Hi There. Annie Dorsen Official Website. 2010.
3. Forsee D. Practical Artificial Intelligence for Stage Design. HowlRound Theatre Commons. 2022.
4. Dixon S. Digital Performance: A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation. Cambridge: MIT Press, 2007. 832 p.
5. Salter C. Entangled: Technology and the Transformation of Performance. Cambridge: MIT Press, 2010. 504 p.

Дарина ЛЯШКО
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Денис БОРИСЕНКО
кандидат педагогічних наук
доцент кафедри креативного менеджменту і дизайну
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ДИЗАЙН НАВІГАЦІЙНИХ ЕЛЕМЕНТІВ СУЧАСНИХ ОСВІТНІХ ВЕБПЛАТФОРМ

Глобалізація активно трансформує підходи до дизайну цифрових продуктів, насамперед, освітніх вебплатформ. В умовах зростаючої мобільності користувачів, поширення онлайн-освіти та інтернаціоналізації навчального контенту дизайн інтерфейсів стає одним із найбільш вимогливим до відповідності універсальним стандартам зрозумілості, доступності та зручності використання. Особливу роль у цьому контексті відіграє візуалізація “першого бачення”, графічне оформлення кнопок і навігаційних елементів, які забезпечують ефективну взаємодію користувача з освітнім середовищем.

Завдяки глобалізаційним процесам відбувається уніфікація дизайнерських рішень і формування загальновизнаних UI/UX-патернів.

Кнопки, іконки, меню та навігаційні панелі дедалі частіше базуються на мінімалістичних формах, простій геометрії, обмеженій кольоровій палітрі та стандартних символах. Такі рішення зменшують когнітивне навантаження користувачів і дозволяють швидко орієнтуватися в інтерфейсі незалежно від можливого культурного або мовного контексту. Для освітніх вебплатформ це є критично важливим, оскільки навігація безпосередньо впливає на доступність навчального матеріалу та ефективність освітнього процесу.

Водночас повна стандартизація дизайну може призводити до втрати індивідуальності та культурної виразності цифрових продуктів. Тому освітні платформи, які орієнтовані на національну аудиторію або конкретну освітню спільноту, потребують збереження елементів локальної ідентичності. Це може проявлятися у використанні національних кольорів, типографіки, стилізованих графічних мотивів або візуальних метафор, зрозумілих конкретній культурі. Таким чином, дизайн кнопок і навігаційних елементів стає простором для балансу між глобальними стандартами та локальними цінностями.

На сьогодні адаптивність навігаційних елементів має головний акцент. У глобалізованому цифровому середовищі освітні платформи використовуються на різних пристроях - від смартфонів до настільних персональних комп'ютерів. Це в свою чергу формує потребу в розробці універсальних кнопок і навігаційних рішень, що зберігають функціональність та візуальну чіткість незалежно від розміру екрана. Глобальні тенденції responsive-дизайну впливають не лише на технічні характеристики інтерфейсу, а й на його естетику, спрощуючи форму та підкреслюючи пріоритет функції над декором.

Особливу увагу заслуговує вплив глобалізації на семантику навігаційних елементів. Піктограми, що використовуються для позначення дій (перехід, завантаження, повернення, підтвердження), повинні бути зрозумілими для користувачів різних культур. Це стимулює дизайнерів застосовувати універсальні візуальні символи, сформовані під впливом міжнародних цифрових платформ. В освітніх вебплатформах такі рішення сприяють інклюзивності та розширенню аудиторії.

Разом з тим, глобалізаційні процеси відкривають можливості для міжкультурного діалогу в дизайні. Поєднання універсальних навігаційних структур із локальними графічними акцентами дозволяє створювати унікальні освітні продукти, які є водночас зрозумілими та культурно маркованими. У цьому контексті дизайн кнопок і навігації перестає бути суто технічним елементом і набуває комунікативної та ідентифікаційної функції.

Підводячи висновок, сучасна розробка графічного оформлення кнопок і навігаційних елементів освітніх вебплатформ в умовах глобалізації є складним багатовимірним процесом. Вона потребує врахування глобальних дизайнерських стандартів, принципів юзабіліті та доступності, а також збереження локальної культурної специфіки. Саме баланс між уніфікацією та ідентичністю дозволяє створювати ефективні, конкурентоспроможні та змістовно наповнені освітні цифрові середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Norman D. The Design of Everyday Things. - New York: Basic Books, 2013. URL:https://ia902800.us.archive.org/3/items/thedesignofeverydaythingsbydonn orman/The%20Design%20of%20Everyday%20Things%20by%20Don%20Nor man.pdf (дата звернення: 27.02.2026).
2. Lidwell W., Holden K., Butler J. Universal Principles of Design. - Beverly: Rockport Publishers, 2010. URL: https://arc345ergofactors.wordpress.com/wp-content/uploads/2016/03/william-l idwell-kritina-holden-jill-butler-universal-principles-of-design-rockport-publish ers-2003.pdf (дата звернення: 28.02.2026).
3. Дизайн і глобалізація в умовах сучасних реалій: матеріали І Всеукр. студ. наук.-практ. конф., 13 березня 2025 р. / за ред. А. А. Білик, Г. Н. Полєтаєва. – Хмельницький : ХНТУ , 2025. – 155 с.

Віолетта МАЙБОРОДА
Харківський національний університет мистецтв ім. І. П. Котляревського
Людмила КОЛЧАНОВА
Харківський національний університет мистецтв ім. І. П. Котляревського

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СУЧАСНИЙ ТЕАТР НА ПРИКЛАДІ МЕТОДИКИ ТА ТВОРЧОСТІ РОБЕРТА ВІЛСОНА

Глобалізація як соціокультурний процес сприяє формуванню єдиного світового культурного простору, що впливає на театральне мистецтво, зокрема на розвиток театральних практик, міжкультурну взаємодію митців і розширення аудиторій. Міжкультурний театр виникає як відповідь на ці процеси, де різні традиції та стилі поєднуються, а англійська мова часто стає засобом комунікації для розуміння й адаптації вистав у глобальному контексті. Глобалізація сприяє еволюції театральних форм, розширенню комунікаційних зв’язків між культурами та обміну досвідом, що відображає зміни у сучасному театральному мистецтві.

Роберт Вілсон – американський режисер, драматург та художник, що відомий як один із найвпливовіших експериментальних театральних митців XX–XXI ст. Його творчість відзначається акцентом на світлі, ритмі, мінімалістичній сценографії та перформативній естетиці, що створює гіпнотичну атмосферу у виставах. Вілсон здобув світову славу завдяки таким проєктам, як опера «Ейнштейн на пляжі» у співпраці з Філіпом Глассом, яка стала ключовою подією в історії сучасного театру.

У книзі «Роберт Вілсон: Ізсередини» авторки Марджері Арент Сафір досліджуються мислення, художнє бачення та методи роботи Вілсона на основі інтерв'ю, рефлексій і розмов із колегами та митцями. Це джерело дозволяє глибше зрозуміти режисерську методику, яка включає точність руху, світла, простору і ритму як ключові елементи сценічної мови.

Постановки Вілсона відображають нові художні підходи, що відповідають вимогам глобалізованого театрального середовища: злиття різних мистецьких дисциплін (світло, звук, рух), створення універсальної сценічної мови та використання візуальних елементів як основних носіїв змісту. Ці елементи дозволяють його виставам функціонувати у різних культурних контекстах, розширюючи можливості театральної комунікації за межі національних традицій. Глобалізація стимулює не лише транснаціональний обмін виставами та театральними ідеями, а й розширює професійні контакти між митцями, режисерами та науковцями. Міжнародні фестивалі, вистави й публікації створюють умови для подальшого розвитку театрального мистецтва в умовах глобального культурного діалогу. Ці процеси сприяють пошуку нових форм та способів сценічного вираження, що відповідають вимогам сучасної публіки та знаходять відгук у різних культурних спільнотах. Таким чином, аналіз творчості Роберта Вілсона на тлі глобалізаційних процесів демонструє, як методика та художнє бачення одного зі світових лідерів експериментального театру відображають і сприяють трансформації сучасного театрального мистецтва.

Глобалізація впливає на форму, зміст і способи взаємодії театру з глядачем, вимагаючи адаптації традицій і створення нових міжкультурних моделей театральної практики. Приклад творчості Роберта Вілсона і його методика постановок демонструють, як глобалізаційні зміни впливають на форму й зміст театральної вистави, трансформуючи традиційні режисерські підходи та пропонуючи нові засоби виразності. Робота Вілсона в галузі театру та візуального мистецтва показує, що глобалізація може сприяти створенню універсальної сценічної мови, яка виходить за межі локальних театральних практик і відповідає запитам сучасної міжнародної аудиторії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Борис І. О. Сучасні тенденції розвитку театру у світі глобалізації. Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку :

матеріали міжнар. наук. конф. 2020. 26-27 листоп. URL: https://repository.ac.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/9c8dd024-6394-4778-b9 a7-805472ca3d0e (дата звернення 11.02.26)
2. «Роберт Вілсон: Ізсередини» - видання Марджері Арент Сафір про творчість Роберта Вілсона. URL: https://www.arthuss.com.ua/shop/robert-vilson-izseredyny/?utm_source=chatgpt (дата звернення 10.02.26)
3. Міжкультурний театр URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Intercultural_theatre?utm_source=chatgpt.com (дата звернення 10.02.26)

Тетяна МИРОНЮК
Косівський державний інститут декоративного мистецтва
Вікторія ДУТКА
кандидат мистецтвознавства, доцент
Косівський державний інститут декоративного мистецтва

ТЕХНІКИ МАКРАМЕ: ВІД УЖИТКОВОСТІ ДО ІННОВАЦІЙНИХ ХУДОЖНЬО-СТИЛЬОВИХ ВІЗІЙ

Макраме є однією з найдавніших технік декоративно-ужиткового мистецтва, яка ґрунтується на використанні вузлового плетіння для створення різноманітних текстильних виробів. Особливістю цієї техніки є формування декоративної структури за допомогою системи вузлів, що поєднуються між собою у певні композиційні схеми. Завдяки цьому макраме дозволяє створювати як прості функціональні вироби, так і складні художні композиції. У межах сучасного декоративного мистецтва техніка макраме розглядається як важливий засіб формування текстильної пластики та декоративної фактури.

Витоки вузлового плетіння сягають глибокої давнини. Дослідники текстильного мистецтва зазначають, що різні види вузлових технік використовувалися ще у стародавніх цивілізаціях Близького Сходу, Китаю та Південної Америки. За словами дослідника текстильних структур Пітера Коллінгвуда, вузлове плетіння було одним із найдавніших способів створення текстильних конструкцій, що виконували як практичні, так і декоративні функції [1, с. 15].

У ранній період розвитку макраме мало переважно утилітарний характер. Вузлові техніки широко застосовувалися у побуті для виготовлення різноманітних функціональних предметів. Зокрема, за допомогою вузлів створювалися рибальські сітки, канати, ремені, пояси, сумки та інші предмети щоденного вжитку. Значну роль у поширенні техніки макраме відіграли мореплавці, які використовували різні види вузлів для створення корабельного оснащення. Саме вони сприяли

популяризації вузлового плетіння у європейських країнах, де ця техніка почала застосовуватися не лише у практичних цілях, а й для декоративного оздоблення текстильних виробів [2, с. 24].

Поступово техніка макраме почала використовуватися у декоративному мистецтві. У різних культурах вона застосовувалася для оздоблення одягу, створення декоративних штор, скатертин, серветок та інших текстильних елементів інтер'єру. Важливою особливістю макраме є можливість створення складних орнаментальних композицій шляхом комбінування різних видів вузлів. Саме це дозволяє формувати ритмічні структури, геометричні орнаменти та фактурні поверхні.

Художня виразність макраме значною мірою залежить від композиційної організації вузлів, структури матеріалу та пластики нитки. Особливо важливим етапом розвитку макраме у XX столітті, стала активна інтеграція текстильних технік у сферу сучасного декоративного мистецтва. У цей період художники почали експериментувати з традиційними способами плетіння, розширюючи їх художні можливості. За словами дослідниці текстильного мистецтва Ян Ітон, у другій половині XX століття макраме набуло нового значення як форма творчого самовираження та художнього експерименту [3, с. 62]. У цей період макраме починає виходити за межі традиційного ужиткового мистецтва і стає частиною сучасного образотворення. Художники починають створювати масштабні текстильні панно, просторові композиції та інсталяції. Важливим аспектом цього процесу стало використання нових матеріалів, таких як синтетичні волокна, металеві нитки, пластик та інші експериментальні матеріали.

У сучасному мистецтві XXI століття техніка макраме набуває нових художніх форм. Вона використовується не лише для створення декоративних виробів, але й для формування концептуальних текстильних об'єктів. Прикладом такого підходу є творчість колумбійської художниці Olga de Amaral, яка поєднує традиційні текстильні техніки з сучасними художніми концепціями. Її роботи демонструють можливість трансформації традиційних текстильних структур у складні художні композиції, що поєднують елементи текстилю, скульптури та просторового мистецтва [4, с. 73]. Це свідчить про актуальність техніки макраме у сучасній культурі та її здатність адаптуватися до нових художніх тенденцій.

Отже, техніка макраме пройшла складний шлях розвитку — від простих ужиткових виробів до складних художніх текстильних композицій. Сьогодні вона поєднує у собі традиції декоративно-ужиткового мистецтва та інноваційні підходи сучасного образотворчого мистецтва. Завдяки широким композиційним можливостям, різноманітності матеріалів та високому рівню художньої виразності макраме утверджується як важливий напрям розвитку сучасного мистецтва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:
1. Collingwood P. The Techniques of Rug Weaving. London: Faber and Faber, 1987. 352 p. URL: https://archive.org/details/techniquesofrugweaving
2. Koch S. Macramé: The Art of Creative Knotting. New York: Crown Publishers, 1972. 256 p. URL: https://archive.org/details/macrameartofcrea00koch
3. Eaton J. The Complete Book of Macramé. London: Batsford, 1994. 128 p. URL: https://archive.org/details/completebookofma0000eato
4. Amaral O. Olga de Amaral. Bogotá: Museo de Arte Moderno de Bogotá, 2013. URL: https://www.olga-de-amaral.com

Наталія НАПРИКІВСЬКА
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Тетяна ШОСТАЧУК
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри образотворчого мистетцва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ДИЗАЙНУ

Сьогодні дизайн є невід'ємною складовою повсякденного життя. Сучасна індустрія дизайну охоплює широкий спектр напрямів: графічний та моушен-дизайн, дизайн інтер'єру, вебдизайн, фейшн-дизайн, індустріальний дизайн, ілюстрації та цифрове проєктування [1].

У XXI столітті дизайн трансформується: він перестає бути лише інструментом створення естетичної форми, натомість перетворюється на специфічний тип мислення, метод дослідження та ефективний інструментарій для вирішення складних проблем.

Особливої уваги в епоху цифровізації набула розробка UX (User Experience) та UI (User Interface) дизайну. Якщо традиційна діяльність дизайнера була зосереджена створенні та друку фізичних носіїв, то сучасні фахівці все частіше фокусуються на цифровому середовищі, працюючи з вебресурсами, мобільними додатками та досвідом взаємодії користувача з інтерфейсом.

UX-дизайн - це проєктування досвіду взаємодії, що базується на передбаченні поведінки користувача та створенні логічних сценаріїв використання продукту. Ключовими аспектами тут постають емпатія аналітика, глибоке розуміння потреб аудиторії та постійне тестування прототипів.

Сучасні напрями дизайну не просто слідують за модою, вони активно формують її, синтезуючи передові технології з людською креативністю. Це робить повсякденне життя не лише естетично привабливим, а й

функціональним. Від графічного дизайну, що дедалі інтегрується зі штучним інтелектом, до інтер'єрних рішень, натхнених біонікою - ці тенденції відкривають нові перспективи для творців. Світ дизайну стрімко еволюціонує, реагуючи на глобальні виклики, такі як екологічна сталість (sustainability) та цифрова трансформація. Навіть мінімалізм, який раніше сприймався як «холодний» стиль, сьогодні набуває рис «органічності» завдяки м'яким формам, а футуристичні елементи частиною повсякденних об'єктів [2].

Одним із провідних напрямів розвитку сучасного візуального стилю є мінімалізм, що бере свій початок у модернізмі XX ст. та ідеології школи Баухаус. Принципи мінімалізму універсальні, бо знаходять своє втілення як у графічному дизайні та інтер'єрних рішеннях, так і в проєктуванні цифрових продуктів.

Графічний дизайнер сьогодні не лише оперує кольором та формою у цифровому просторі, а й визначає емоційний тон майбутніх проєктів, надихаючи аудиторію через візуальні образи [3].

Вебдизайн, моушен-дизайн та індустріальний дизайн постають як різні, проте глибоко взаємопов'язані вектори сучасної проєктної діяльності, що інтегрують цифрове та фізичне середовище. Вебдизайн фокусується на створенні структури, візуальному рішенні та юзабіліті цифрових інтерфейсів, забезпечуючи ефективну взаємодію користувача з інформацією. Моушен-дизайн збагачує візуальну комунікацію динамікою та анімацію, що дозволяє акцентувати увагу та глибше розкривати зміст повідомлення. Індустріальний дизайн спрямований на створення об'єктів масового виробництва, де функціональність та ергономіка поєднуються з високою технологічністю та естетикою.

Разом ці напрями формують цілісну екосистему, яка людини комфортнішим та візуально досконалішим. Щодня ми взаємодіємо з продуктами дизайнерської думки: від ілюстрації та плакатів, до складних ігрових світів і 3D-моделей.

Нині відбувається переосмислення ролі дизайну через відродження традицій народного та професійного мистецтва, що вимагає активізації всіх складових творчого процесу. В умовах розвитку ринкової економіки в Україні художньо-творча практика має спиратися на комплексні здобутки суміжних галузей. Оскільки фундаментальні чинники дизайну значною мірою є універсальними, евристичні методи (методи пошуку творчих рішень) можуть бути ефективно використані в різних сферах: проєктній, технічній та художній. Усе, що сприяє розвитку креативних навичок, потребує глибокого усвідомлення – як для саморозвитку дизайнера, так і для допомоги колегам. У сучасні науці виділяють низку моделей

евристичної діяльності, що допомагають структурувати творчий пошук [4, с. 22].

Підсумовуючи, варто зазначити, що сучасний етап розвитку суспільства характеризується стрімкою появою нових професій на перетині цифрових технологій, дизайну та мистецтва. Попри те, що процеси автоматизації дедалі глибше інтегруються у наше повсякдення (від безконтактних платежів до системи автопілотування) роль людського фактора у креативних індустріях залишається незмінною.

Аналіз продемонстрував, що дизайн як специфічна форма творчої діяльності акумулює в собі фундаментальні антропологічні процеси: уяву, фантазію та критичне мислення. Унікальність дизайнера полягає у здатності до спонтанності та ірраціонального пошуку, які неможливо повноцінно алгоритмізувати чи відтворити за допомогою штучного інтелекту.

Дизайн сьогодні виступає потужним інструментом створення унікальних образів у найрізноманітніших сферах – від кіноіндустрії та розваг до архітектури й інженерії. Його місія виходить за межі суто естетичного оформлення; він відповідає на глибинний запит людства на гармонійне, надійне та функціональне середовище. Створення практичних і красивих речей, що оточують нас щодня, є результатом інтелектуальної та художньої праці дизайнера, яка вносить ціннісні сенси у повсякденну реальність і визначає якість життя сучасної людини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Сучасні напрямки в дизайні. Academi by Wezom. URL: https://wezom.academy/ua/populjarnye-napravlenija-v-sovremennom-dizajne/ дата звернення: 22.02.2026).
2. Стаценко Я. Напрями дизайну 2025. Wem.ua. URL: https://wem.ua/napryamy-dyzajnu-2025-trendy-shho-ozhyvayut-u-realnosti/ (дата звернення: 26.02.2026).
3. Демессіе М.К. Сучасні тенденції та перспективні напрямки у формуванні дизайн інтер'єру. Регіональний дизайн і освіта: потенціал сучасності. Вісник ХДАДМ. 2017. №2. С. 138–142. URL: https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/317/1/v2017-02-21-demysse.pdf (дата звернення: 26.02.2026).
4. Чупріна Н. В. Сучасні технології дизайн-діяльності : навч. посіб. / Н. В. Чупріна, Т. В. Струмінська. Київ : КНУТД, 2017. 416 с. URL: https://test.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8567/2/20171018_101_0079.pdf (дата звернення: 26.02.2026).

Катерина ПАДЮК
Херсонський національний технічний університет
Сергій ШЕЙНИК
старший викладач кафедри дизайну
Херсонський національний технічний університет

АНАЛІЗ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ ОСВІТНІХ ЗАКЛАДІВ У МЕРЕЖІ LINKEDIN: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Цифрова присутність закладу вищої освіти в LinkedIn у 2026 році є не лише маркетинговим інструментом, а й демонстратором рівня інституційної культури. Для кафедри дизайну, чия компетенція безпосередньо пов'язана з візуальними комунікаціями, якість власної цифрової присутності набуває особливого значення. Порівняльний аналіз дев'яти мистецько-дизайнерських закладів - п'яти міжнародних та чотирьох вітчизняних - дозволяє виявити ключові відмінності у підходах до побудови бренду та сформулювати обґрунтовані проєктні рішення.

Дослідження базувалось на публічно доступних LinkedIn-сторінках, зафіксованих у лютому 2026 року. Кожен об'єкт оцінювався за єдиною системою параметрів: банер, аватар, типи та частота публікацій, Tone of Voice і залученість аудиторії.

Аналіз міжнародних закладів засвідчив, що провідні дизайнерські школи будують присутність на чітко визначених бренд-константах. Royal College of Art застосовує акцентний червоний дозовано - лише в текстових плашках, не перевантажуючи фотографічний контент. Aalto University School of Arts, Design and Architecture транслює бренд через документацію реального академічного життя - живі знімки людей і просторів замість декларацій [1]. Rhode Island School of Design поєднує три рівні контенту - портрети спільноти, студентські роботи та події, - де кожна публікація є елементом єдиного цілого [2]. Polish-Japanese Academy of Information Technology використовує колір як маркер типу публікації, а Chelsea College of Arts / UAL демонструє ключовий принцип: типографіка структурує роботи студентів, але не конкурує з ними.

Аналіз вітчизняних закладів виявив спільну проблему: висока контентна активність поєднується з недостатньою системністю візуальної мови. Київська школа економіки є найпослідовнішим українським прикладом: лаконічний аватар, чітка типографічна ієрархія та формат «карток-презентацій» для анонсів подій і спікерів [3]. НаУКМА та Львівська політехніка мають якісний репортажний матеріал, однак без стабільних кольорових і типографічних маркерів. Харківська державна академія дизайну і мистецтв на момент дослідження критично обмежена в активності, що унеможливлює формування цілісного бренд-образу.

Ключовий висновок аналізу: ефективна цифрова комунікація визначається не обсягом контенту, а системністю його подачі. Стійкий бренд-образ формується через три складові: незмінні візуальні константи (колір, знак, шрифт), модульну організацію публікацій та Tone of Voice, диференційований за сегментами аудиторії - абітурієнтами, роботодавцями, партнерами, випускниками [4].

На основі аналізу розроблено проєктні рішення для кафедри дизайну ХНТУ: монограма-аватар із читабельністю в колі; банер на основі паттерну або середовищної фотографії; контент-матриця трьох рівнів (роботи / люди / новини); дозований акцентний колір; PDF-каруселі (3–10 слайдів, 1:1 або 4:5) для презентації студентських проєктів [5]. Поєднання модульності міжнародних аналогів із живим репортажним контентом вітчизняних практик забезпечить кафедрі впізнавану та конкурентоспроможну присутність у LinkedIn.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Aalto University. Official LinkedIn Page. URL: https://www.linkedin.com/company/aalto-university-school-of-arts-design-and-architecture/ (дата звернення: 18.02.2026).
2. Rhode Island School of Design. Official LinkedIn Page. URL: https://www.linkedin.com/school/rhode-island-school-of-design/ (дата звернення: 18.02.2026).
3. Kyiv School of Economics. Official LinkedIn Page. URL: https://www.linkedin.com/school/kse-kyiv-school-of-economics/ (дата звернення: 18.02.2026).
4. Higher Education Marketing. LinkedIn Content Marketing Strategy: Showcasing Community. URL: https://www.higher-education-marketing.com/blog/linkedin-content-marketing-strategy-showcasing-your-schools-community (дата звернення: 18.02.2026).
5. SocialPilot. LinkedIn Post Size Cheat Sheet for 2026. URL: https://www.socialpilot.co/blog/linkedin-post-sizes-guide (дата звернення: 18.02.2026).

Микола ПАСЬКО
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Наталія КОЛЕСНИК
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

АЙДЕНТИКА БРЕНДУ КАВ'ЯРНІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ «ORANGE CAFE»)

У сучасних умовах глобалізації дизайн стає важливим інструментом комунікації між брендом і споживачем. Висока конкуренція на ринку послуг, зокрема у сфері громадського харчування, зумовлює необхідність створення унікального та впізнаваного візуального образу закладу. Айдентика бренду виступає комплексною системою візуальних елементів, що забезпечує цілісність комунікації та формує позитивне сприйняття бренду аудиторією.

Особливо актуальним це питання є для кав'ярень, які в сучасному урбаністичному середовищі виконують не лише функцію місця споживання напоїв, але й стають соціальним простором для спілкування, роботи та творчості. У таких умовах візуальна комунікація відіграє важливу роль у створенні атмосфери закладу та формуванні його унікального стилю.

На думку Бабкіної О. І., Бабкіної М. І. у сучасному мистецькому та інформаційному просторі зростає тенденція вербально-візуальних засобів як основи комунікації, соціального та культурного розвитку [1, с. 9]. Уміння ефективно комунікувати через візуальні засоби стає все більш ключовим у світі, де інформація надходить до нас швидко та безперервно. Умови сучасності вимагають від дизайнерів не лише творчості, але й глибокого розуміння теоретичних аспектів та практичних методів візуальної комунікації [3, с. 54].

Проблеми брендингу, айдентики та візуальної комунікації активно досліджуються у сучасній науковій літературі. У наукових працях розглядаються принципи формування фірмового стилю, роль кольору, типографіки та графічних елементів у створенні ефективного бренду. Як зазначають науковиці Полєтаєва Г.Н., Чепелюк О.В., що проєктна ідея в дизайні, сценарій, сюжет, режисура в інших видах мистецтва – є візуальною оболонкою, що створюється з різних матеріалів. І тут естетична цінність твору визначається якістю проектної ідеї та змінюється від зовнішніх чинників [4, с. 363].

Сучасні дослідження також підкреслюють вплив глобалізаційних процесів на розвиток дизайну, що проявляється у поширенні універсальних візуальних тенденцій, водночас актуалізуючи потребу збереження

локальної ідентичності брендів. Дослідниця Ганоцька О.В. зазначає, що українська культура багата на традиції, символіку та яскраві художні зразки, які стають джерелом натхнення для сучасних дизайнерів [2, с. 52].

Метою нашого дослідження є визначення ролі айдентики як інструменту візуальної комунікації в умовах глобалізації та аналіз особливостей її розробки на прикладі бренду кав'ярні «ORANGE CAFE».

Під час розробки айдентики кав'ярні «ORANGE CAFE» ключовим завданням стало створення яскравого та сучасного образу бренду, який би асоціювався з енергією, теплом та дружньою атмосферою. Основою концепції стало використання образу апельсина як символу свіжості, позитивних емоцій та активності.

Колірна палітра бренду побудована нами на поєднанні помаранчевого кольору з нейтральними відтінками, що створює контрастність і підсилює візуальну виразність. Помаранчевий колір символізує тепло, оптимізм та енергію, що відповідає концепції сучасної кав'ярні як простору для відпочинку та комунікації.

Типографічне рішення спрямоване на створення дружнього та легкого для сприйняття образу. До важливих елементів айдентики ми віднесли систему графічних елементів і патернів, які можуть використовуватися у дизайні упаковки, рекламної продукції, меню, сувенірної продукції та інтер'єрного оформлення. Такий підхід дозволяє створити єдину візуальну систему, що забезпечує цілісність бренду на різних платформах комунікації.

Таким чином, в аспекті нашого дослідження дизайн айдентики поєднує сучасні міжнародні тенденції з індивідуальністю бренду, створюючи емоційно привабливий і функціональний візуальний образ. На прикладі розробки айдентики кав'ярні «ORANGE CAFE» доведено, що комплексний підхід до формування фірмового стилю дозволяє створити цілісну систему візуальної комунікації, яка ефективно працює як у фізичному, так і в цифровому середовищі. Перспективою подальших досліджень може бути вивчення впливу цифрових технологій та штучного інтелекту на процес розробки айдентики та брендингу в сучасному дизайні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бабкіна О., Бабкіна М. Єдність вербально-візуальної інформації у дизайні друкованих видань. Український мистецтвознавчий дискурс. 2025. № 4. С. 8–16. URL: https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/395 (дата звернення: 08.03.2026).
2. Ганоцька О. Авторська ілюстрація як засіб комунікації в сучасному дизайні паковання. Український мистецтвознавчий дискурс. 2025. № 6. С. 52–63. URL:

https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/450 (дата звернення: 08.03.2026).
3. Колесник Н. Дизайн візуальних комунікацій: теорія та практика в умовах сьогодення. Збірник тез доповідей наукової конференції викладачів та молодих науковців Житомирського державного університету імені Івана Франка. 2024. С. 54–57. URL: https://eprints.zu.edu.ua/40840/ (дата звернення: 08.03.2026).
4. Полєтаєва Г., Чепелюк О. Визначення та сфера застосування цифрового мистецтва. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 27 квітня 2023 р.). Київ : КНУТД, 2023. Т. 1. С. 363–366. URL: https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24674 (дата звернення: 08.03.2026).

Анастасія ПЛАХТІНСЬКА
Хмельницький національний університет
Оксана СТРИЖОВА
кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну
Хмельницький національний університет

СИНТЕЗ КІНЕМАТОГРАЧНОЇ ТА ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ЕСТЕТИКИ У СТВОРЕННІ АРХЕТИПНИХ ОБРАЗІВ КАРТ ТАРО

Для створення концепт-арту візуальних образів архетипів гадальних карт Таро, які б сприяли розширенню сценарію їх використання у психологічному аналізі й самопізнанні, джерелами творчого натхнення обрано естетику кінематографічного кадру та вайб постмодерну XX століття.

Кінокадри, як комплексна візуальна система мають яскраво виражену стилістику, що завдяки композиції з продуманим балансом елементів, світла передає характер персонажа та драматургію сюжету з певним емоційним акцентом. Прикладом максимально виразної кінематографічності кадру є фільм «The Grand Budapest Hotel» режисера Уеса Андерсона [1], з їх ідеальною симетрією композиції, гармонійною пастельною палітрою та символізмом (рис. 1 а). Такі кадри демонструють, як кіномова працює через структуру зображення, формуючи візуально завершені сцени, які стали орієнтиром для створення галереї образів Таро-архетипів.

Вагомим джерелом натхнення є постмодерністська естетика, що передбачає поєднання різних стилів, культурних кодів та дозволяє вільну гру з контекстами зображень і сюжетів (рис. 1 б). Постмодерн

характеризується іронією, багатошаровістю змісту та відмовою від однозначного трактування. Постмодерністська візуальна мова дозволяє створювати графічні роботи, що провокують глядача на власну їх інтерпретацію.

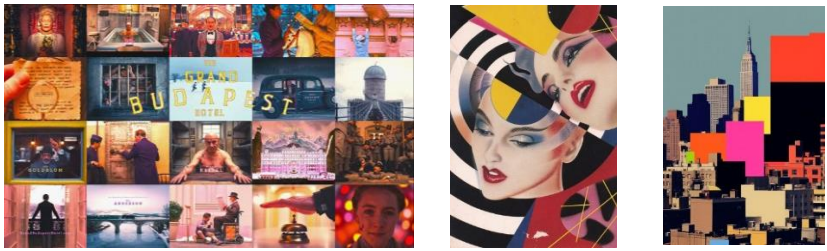


Рисунок 1 – Джерела творчого натхнення: а – кадри з фільму «The Grand Budapest Hotel» [1]; б – графічний постмодерн [2 – 3]

Технікою для створення концептуальних рішень образів Таро-архетипів обрано цифровий колеж. Ця техніка передбачає створення композицій завдяки поєднанню фрагментів фотографій, ілюстрацій, газетних текстів, друкованих елементів і різних паперових фактур для відтворення складних образних асоціацій і метафор. Поєднання реалістичних фрагментів і графічних елементами дозволяє формувати нові візуальні значення та підсилювати наративність композиції. Застосування колажної техніки у концептуальному проєктуванні зображень для колоди Таро дозволяє створити виразну, багатошарову візуальну мову, в якій поєднуються фотографія, текстура паперу, типографічні елементи та декоративні деталі.

Рисунок 2 – Концептуальні рішення Таро-архетипів

Композиційно карти побудовані за принципами багатоплановості та центральної домінанти. Персонаж займає ключову позицію в полі карти, має виразний силует і добре відокремлюється від фону, тому концепція більш насичена та виразна й емоційна. Важливою перевагою є також висока читабельність зображень у малому форматі. Центральна фігура має чіткий силует і добре відокремлена від фону, атрибути виділені кольором і контрастом, а типографічні елементи структуровано й логічно вписані в композицію. Тут фотографія, графіка, текстури та типографіка існують не окремо, а формують цілісний образ. Порівняно з кольоровими ілюстраціями, які типово використовують у дизайні Таро-колоди, така концепція має більшу фактурність і глибину, кожна карта має власний емоційний характер. Це створює баланс між реальністю та стилізацією й підсилює постмодерністський характер колоди.

Синтез кінематографічної композиції, постмодерністської багатозначної естетики XX століття та прийомів колажу формує концептуальну основу для створення цілісного образу архетипу та карти як графічного об'єкту. Таке поєднання джерел творчого натхнення забезпечує виразну образність, контекстну впізнаваність, багатошаровість і сучасний характер дизайн-проєкту, допомагає працювати з візуальною драматургією, типографікою та фактурою як важливими елементами єдиної композиційної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Netflix. The Grand Budapest Hotel. URL: https://www.netflix.com/ua/title/70295915?source=35&fromWatch=true (дата звернення 4.03.2026).
2. Reddit. Pater Sato. URL: https://www.reddit.com/r/80sdesign/comments/n5n9bp/art_by_pater_sato_his_work_is_absolutely_stunning/ (дата звернення 2.03.2026).
3. Rawpixel. ULR: Minimal retro collage New York | Premium Photo Illustration - rawpixel (дата звернення 5.03.2026).

Тарас ПРОДОУС
Київський національний університет технологій та дизайну
Наталія СКЛЯРЕНКО
доктор мистецтвознавства, професор
професор кафедри архітектури та дизайну
Луцький національний технічний університет

ПРИНЦИПИ СИСТЕМНОГО ПРОЄКТУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У СФЕРІ ФЛОРИСТИКИ

Флористичний бізнес належить до сервісних індустрій, у яких споживча цінність формується не лише через сам продукт, а й через спосіб його

візуального представлення. У цій сфері букет або композиція функціонує як емоційно маркований об'єкт, тому айдентика впливає на первинне розпізнавання бренду та характер його сприйняття. Дослідження візуального сприйняття показують, що перше враження формується приблизно за 50 мс [2, p. 115-126].

Метою публікації є обґрунтування принципів системного проєктування візуальної ідентичності флористичних брендів. Методами дослідження є теоретичний аналіз концепції бренд-капіталу, систематизація складників айдентики та логіко-функціональний аналіз вимог до візуальної ідентичності в умовах багатоканальної комунікації.

У теорії бренд-менеджменту бренд визначається як система знань і асоціацій, що формують бренд-капітал і впливають на вибір та лояльність споживача [1, p. 42-46]. Відповідно, айдентика у флористиці виконує не лише декоративну, а й когнітивну функцію: вона закріплює сталі ознаки, за якими бренд упізнається в різних точках контакту. До цієї системи входять логотип, типографіка, колір, композиційні правила та регламент застосування [3, p. 150-158]. У зв'язку з цим принципи системного проєктування доцільно розглядати як основні аспекти, які допомагають зробити візуальну систему бренду цілісною та зрозумілою.

а б в

Рис. 1. Приклади візуальної ідентичності флористичних брендів: а – «Bloom&Wild», Велика Британія; б – «Urbanstems», США; в – «Interflora», США

Принцип візуального спрощення забезпечує легкість сприйняття бренду, допомагає швидко зрозуміти його особливості при першому контакті. Для брендів у сфері флористики це важливо, оскільки сама продукція є візуально насиченою через різноманіття кольорів, форм і фактур. У таких умовах айдентика допомагає впорядкувати візуальний образ бренду, зробити його більш чітким і впізнаваним. Тому форма, колір, ритм і типографіка допомагають швидше відрізнити один формат флористичного сервісу від іншого (наприклад, Bloom & Wild (рис. 1а)).

Принцип структурної узгодженості відображає цілісність візуальної системи бренду, у якій усі елементи айдентики поєднуються між собою та формують єдиний образ. Бренд виглядає послідовно і легко впізнається на різних носіях, зокрема у соціальних мережах, пакуванні, листівках, вивісках та під час оформлення подій.

Для флористичних брендів важливості набуває принцип адаптивності. Він забезпечує збереження цілісності та впізнаваності візуальної системи в різних форматах, носіях і комунікаційних ситуаціях. Бренд одночасно функціонує в соціальних мережах, на пакуванні та в оформленні простору, а також у різних форматах сервісу: щоденна доставка, святкове оформлення або преміальний сервіс. За таких умов айдентика передає особливості бренду й підтримує його цілісний образ незалежно від способу представлення. Приклад адаптивності візуальної системи можна побачити у бренду UrbanStems (рис. 1:б).

Принцип сталості візуальної системи пов’язаний із послідовним використанням елементів айдентики в усіх матеріалах бренду. У флористиці візуальні носії створюють різні учасники, тому важливу роль відіграє чіткий гайдлайн, у якому зафіксовано основні візуальні елементи. Завдяки цьому бренд зберігає єдиний формат оформлення та послідовність рішень (наприклад, бренд Interflora (рис. 1:в)).

На практиці ці принципи діють як цілісна система комунікації бренду [1, p. 42–46]. Спрощена форма знака полегшує швидке зчитування, структурна узгодженість забезпечує однакове сприйняття на різних носіях, а сталість візуальної системи підтримує єдність візуальних рішень у різних форматах комунікації.

Отже, проведене дослідження підтверджує, що системний підхід до проєктування візуальної ідентичності у сфері флористики є важливою умовою формування цілісного й упізнаваного образу бренду. Узгоджене застосування визначених підходів забезпечує послідовність візуальної комунікації, відповідність характеру послуги та підсилює довіру аудиторії. Це сприяє зміцненню позицій бренду в конкурентному середовищі та накопиченню його бренд-капіталу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Keller K. L., Swaminathan V. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity. 5th ed. Pearson, 2019. 624 p.
2. Lindgaard G., Fernandes G., Dudek C., Brown J. Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! Behaviour & Information Technology. 2006. Vol. 25(2). P. 115-126. URL: https://www.makinggood.ac.nz/media/1265/lindegaardetal_2006_attention.pdf (дата звернення: 08.03.2026).

3. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. 5th ed. John Wiley & Sons, 2017. 336 p.

Анастасія РЕШЕТНІКОВА
Черкаський державний технологічний університет
Катерина СТЕЦЕНКО
старший викладач кафедри дизайну
Черкаський державний технологічний університет

ТЕХНІКА КІНУСАЙГА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩА

Сучасний дизайн середовища розвивається в умовах переосмислення цінностей матеріальності, екологічності та емоційного впливу простору на людину. Зростає інтерес до ручних технік, тактильних поверхонь і авторських декоративних рішень, що протистоять масовому виробництву та стандартизації. У цьому контексті техніка кінусайга набуває особливої актуальності як форма декоративно-прикладного мистецтва, що поєднує традиційність, екологічну доцільність і сучасні дизайнерські підходи.

Кінусайга відповідає запитам сучасного дизайну на унікальність, індивідуальність та смислову наповненість об’єктів середовища, а також активно інтегрується у концепції сталого розвитку та апсайклінгу. Особливого значення набуває інклюзивний та міждисциплінарний характер техніки кінусайга, яка може бути ефективно інтегрована в сучасні освітні практики.

Техніка кінусайга ґрунтується на створенні композицій шляхом вкладання фрагментів текстилю в підготовлені прорізи основи без використання голки та нитки. Візуальна мова кінусайги формується через поєднання кольору, фактури, ритму та площинності, що наближає її до принципів живопису та мозаїки.

Завдяки своїй текстильній природі кінусайга сприяє пом’якшенню візуального та акустичного сприйняття простору, створює відчуття затишку, камерності та ручної роботи. Особливо органічно вона інтегрується в інтер’єри, орієнтовані на людину, її психологічний комфорт і сенсорне сприйняття.

Техніка кінусайга корелює з провідними тенденціями сучасного дизайну середовища, зокрема, екологічним дизайном, через повторне використання текстильних матеріалів; апсайклінгом, що перетворює залишки тканин на художньо цінні об’єкти; handmade-естетикою, яка підкреслює авторський характер виробу; повільним дизайном, орієнтованим на якість, тривалість та усвідомлене споживання. Кінусайга протиставляє масовому декору унікальний, концептуально наповнений

об’єкт, що має художню й культурну цінність. У проєктній діяльності кінусайга може бути використана як експериментальний метод пошуку образних рішень та як спосіб створення авторських декоративних елементів середовища.

Техніка кінусайга в контексті сучасного дизайну середовища виступає ефективним інструментом художнього формування простору, що поєднує традиційні ремісничі практики з актуальними дизайнерськими ідеями. Її інтеграція в інтер’єрні та середовищні проєкти сприяє створенню емоційно насиченого, екологічно відповідального та естетично цілісного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Пилипчук О. Сучасні принципи інтеграції образотворчого мистецтва (артоб’єктів) у дизайні інтер’єру. Вісник КНУКіМ. Серія «Мистецтвознавство». 2025. № 53. С.247-257.
2. Метейко Є., Пискун О. Кінусайга як доступний спосіб художньої виразності: перспективи використання в освітньому процесі // Актуальні проблеми організації освітнього процесу в умовах сьогодення: матеріали ІІ Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції (Чернігів, 17 квітня 2025 р.) / [редкол. : Носовець Н., Белан Т., Пискун О., Полетай О., Джевага Г., Горелько Д.]. Чернігів: НУЧК імені Т.Г. Шевченка, 2025. С. 98-100.
3. Кінусайга. Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кінусайга (дата звернення: 26.02.2026)

Сабрина РИБАЛКО
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Наталія КОЛЕСНИК
кандидат педагогічних наук, доцент
доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ БРЕНДУ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ АЙДЕНТИКИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

У сучасному глобалізованому світі брендинг стає одним із головних інструментів успішного розвитку компаній. Візуальна комунікація бренду через графічний дизайн дозволяє не лише зробити бренд впізнаваним, а й формувати емоційний зв’язок із аудиторією. Основна мета сучасного брендингу – створити цілісний та послідовний образ компанії, який легко запам’ятовується та відповідає її цінностям. Сучасні тенденції графічного дизайну відображаються у створенні айдентики: мінімалізм, гнучкість адаптації до різних платформ, цифрові формати, а також поєднання традиційних і локальних елементів для підтримки унікальності бренду.

На думку Ворони Н.М., Слівінської А.Ф. розгляд проблеми еволюції графічного дизайну вибудовується на розумінні того, що його розвиток тісно пов'язаний із суспільними процесами на загальних засадах і тенденцій розвитку сучасної культури [1, с. 14].

Полєтаєва Г.Н., Шейник С. П. зазначають, що розвиток науки та технологій впливають на область художнього дизайну, але в той же час художні форми змінюються та створюють новий погляд авторів [2, с. 162].

В аспекті нашої проблеми нами було визначено, що айдентика бренду включає такі ключові елементи, як-от: логотип, кольорова палітра, типографіка, графічні елементи та патерни, дизайн носіїв.

Цифрове мистецтво у проєктуванні художнього образу виступає як ефективний інструмент створення сучасної айдентики бренду, дозволяючи поєднувати креативність, впізнаваність та адаптивність візуальних елементів до різних платформ і форматів комунікації [3, с. 129].

Сучасні бренди також активно застосовують анімовані елементи та цифрову айдентику, щоб забезпечити інтерактивну взаємодію зі споживачами. Лоіка досліження, передбачає роглянути сучасні підходи до створення айдентики, а саме: мінімалізм і чистота форм, гнучка айдентика, поєднання традиційних і локальних мотивів, цифровізація та інтерактивність, емоційний дизайн.

Отже, айдентика бренду є ключовим інструментом візуальної комунікації, який формує впізнаваність, емоційний зв’язок із аудиторією та підтримує цілісність бренду. Сучасні підходи до створення айдентики поєднують мінімалізм, цифровізацію, адаптивність і використання локальних мотивів, що дозволяє бренду ефективно комунікувати в глобалізованому світі. Візуальна комунікація через графічний дизайн стає не лише естетичним, а й стратегічним інструментом розвитку бренду, здатним впливати на сприйняття та поведінку споживачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ворона Н., Слівінська А. Тенденції сучасного графічного дизайну. Молодий вчений. 2024. № 6 (130). С. 13–18. URL: https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6220 (дата звернення: 07.03.2026).
2. Полєтаєва Г. Н., Шейник С. П. Медіа-мистецтво як форма візуальних комунікацій. Український мистецтвознавчий дискурс. 2025. № 5. С. 161–165. URL: https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/433 (дата звернення: 07.03.2026).
3. Kolesnyk N., Piddubna O., Polishchuk O., Shostachuk T., Breslavska H. Digital art in designing an artistic image. Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research,. 2022. Vol. 12, № 2. P. 128-133. URL:

https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120231/papers/A_23.pdf (дата звернення: 07.03.2026).

Кирило РИЖАК
Черкаський державний технологічний університет
Наталій ЧУГАЙ
кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну
Черкаський державний технологічний університет

ЛОКАЦІЯ ЯК НАРАТИВНО-ІГРОВИЙ ПРОСТІР

Внаслідок стрімкого розвитку інформаційних технологій та систем у сучасному світі відеоігри почали набувати глибшого ідейного змісту, й перетворились у певну форму відображенням наявних проблем сучасного світу і спробам поглянути на них під іншим кутом, намагаючись відшукати для себе можливі рішення, на рівні з кінематографом, літературою, музикою тощо. Починаючи від простих механік без особливого уявлення про потенціал того, що можна вкласти й отримати у відповідь від подібного проєкту, цей жанр медіа поступово розгортався у дещо набагато глибше. Настільки, що зараз відеоігри мають практично безмежний потенціал втілення в реальність будь-яких людських фантазій.

Коли ми думаємо про відеоігри, ми часто захоплюємося захоплюючими світами, які вони створюють, переносячи нас у фантастичні світи або постапокаліптичні ландшафти. Мистецтво ігрового середовища – це складний дизайн і створення візуально вражаючих ландшафтів, архітектури та локацій у грі.

У комп'ютерних іграх локація виступає не лише як фон для дій гравця, але як повноцінний компонент ігрової архітектоніки, що виконує функцію середовища для реалізації ігрового процесу, сюжетного розвитку та емоційного залучення. Це простір, у межах якого формується досвід взаємодії між гравцем і віртуальним світом, визначається ритм, характер дій, а також створюється атмосферне занурення [3].

В ігровому дизайні локація може мати різне призначення залежно від жанрових характеристик. У проєктах з акцентом на дослідження середовища вона часто виконує роль інтерактивного полотна, через яке гравець пізнає світ. У динамічних іграх, таких як шутери або аркади, локації можуть виступати як маршрути з перешкодами, де структура простору безпосередньо впливає на складність і темп проходження. Водночас у наративно орієнтованих іграх, зокрема RPG або пригодницьких, локація стає елементом оповіді, символічною сценою, яка передає змістові акценти історії.

Важливою складовою при розробці локації є її візуальне й стилістичне оформлення. Атмосфера, що створюється за рахунок архітектури, освітлення, текстур, звуку та кольору, формує емоційний ландшафт, який або підтримує гравця в його діях, або, навпаки, чинить психологічний тиск. Таким чином, локація здатна виконувати функцію не лише просторової платформи, але й активного наративного інструменту [2].

Окремої уваги заслуговує кольорова палітра. Добір кольорів у рамках локації має вирішальне значення для формування настроєвого коду гри. Контрастні схеми можуть стимулювати відчуття небезпеки або тривоги, тоді як приглушені тони можуть підкреслювати занепад, втому або ізоляцію. Колір, поряд з формою й просторовими ритмами, відіграє важливу роль у візуальній комунікації з гравцем.

У підсумку, локація у внутрішньоігровому світі – це не просто фон, а складна система, яка формує логіку перебування в просторі, впливає на ігрову динаміку, слугує медіумом для візуального та сюжетного оповідання і водночас сприяє побудові стилістичної цілісності гри [3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. What is game design and why it’s so important. Mainleaf. Вебсайт. URL: https://mainleaf.com/game-environment-design/ (дата звернення: 01.03.2026)
2. Game Setting Design: Laying the Foundation for Immersive Worlds. Kreonit. Вебсайт. URL: https://kreonit.com/idea-generation-and-game-design/game-setting-design/ (дата звернення: 26.02.2026)
3. The Importance of Game Environment Design for Video Games. Theboxhub. Вебсайт. URL: https://www.thexboxhub.com/the-importance-of-game-environment-design-for-video-games/ (дата звернення: 26.02.2026).

Катерина РУДЕНСЬКА
Київський національний університет технологій і дизайну
Руслана ХИНЕВИЧ
кандидат технічних наук, доцент
Київський національний університет технологій і дизайну

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ ДИЗАЙН-СИСТЕМ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ АТОМАРНОГО ДИЗАЙНУ

Зростання складності цифрових продуктів зумовило потребу в систематизованих підходах до проєктування інтерфейсів [1]. У сучасній індустрії цифрового дизайну важливу роль відіграють дизайн-системи - структуровані набори багаторазово використовуваних компонентів і правил їх використання, що забезпечують узгодженість інтерфейсів та

ефективність процесу розробки. Провідні технологічні компанії, зокрема Google, IBM та Salesforce, використовують власні дизайн-системи для підтримки цілісності цифрових продуктів [2, 3]. Одним із поширених підходів до створення дизайн-систем є атомарний дизайн, запропонований Б. Фростом у 2013 році. Методологія передбачає ієрархічну організацію компонентів інтерфейсу від базових елементів до складних структур [4].

Метою дослідження є аналіз принципів атомарного дизайну та визначення його переваг і обмежень у процесі розроблення дизайн-систем. Атомарний дизайн базується на аналогії з хімічною структурою речовини, де прості елементи поєднуються у складніші. Методологія передбачає п'ять рівнів компонентів: атоми, молекули, організми, шаблони та сторінки [4]. Атоми є базовими елементами інтерфейсу (кнопки, поля введення, іконки). Молекули утворюються шляхом поєднання атомів у функціональні групи, наприклад поле пошуку. Організми об'єднують декілька елементів у складніші блоки інтерфейсу, такі як панелі навігації або форми. Шаблони визначають структуру сторінок, а сторінки є фінальною реалізацією інтерфейсу з реальним контентом.

У сучасній практиці модель атомарного дизайну часто доповнюється рівнем дизайн-токенів – базових значень візуальних параметрів, таких як кольори, типографіка, відступи та інші стилістичні характеристики [5]. Використання токенів забезпечує централізоване управління стилями та спрощує внесення змін у систему. Важливою особливістю атомарного підходу є побудова інтерфейсу «від малого до великого». На відміну від традиційного підходу, де проєктування починається з макетів сторінок, атомарний дизайн передбачає спочатку визначення базових компонентів, що сприяє узгодженості елементів інтерфейсу та їх повторному використанню [6].

У практиці цифрового дизайну також поширеним є використання готових дизайн-систем, зокрема Material Design та IBM Carbon [2, 3]. Вони пропонують бібліотеки компонентів і документацію, що прискорює розробку. Водночас застосування готових систем може обмежувати унікальність візуальної мови та ускладнювати адаптацію під специфічні потреби проєкту. Розроблення власної дизайн-системи на основі атомарної методології забезпечує більшу гнучкість, але потребує додаткових ресурсів. До основних переваг атомарного підходу належать узгодженість інтерфейсів, прискорення розробки завдяки повторному використанню компонентів та покращення взаємодії між дизайнерами і розробниками. Чітка структура компонентів також сприяє масштабованості системи та її подальшому розвитку.

Водночас створення дизайн-системи потребує значних початкових витрат часу та ресурсів, а надмірна формалізація компонентів може

обмежувати творчі рішення дизайнерів. Атомарний дизайн є найбільш ефективним для великих цифрових продуктів із великою кількістю інтерфейсних екранів та тривалим життєвим циклом. У таких проєктах використання дизайн-системи сприяє узгодженості інтерфейсів і підвищує ефективність командної роботи.

Отже, атомарний дизайн є ефективним підходом до організації компонентів інтерфейсних систем. Методологія забезпечує узгодженість інтерфейсів, підтримує повторне використання компонентів та сприяє створенню масштабованих дизайн-систем для складних цифрових продуктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Garrett J. The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. Berkeley: New Riders, 2011. 47 p.
2. Google Material Design. Material Design Guidelines. URL: https://material.io (дата звернення: 25.02.2026)
3. IBM Design. Carbon Design System. URL: https://carbondesign system.com (дата звернення: 25.02.2026)
4. Frost B. Atomic Design. Pittsburgh: Brad Frost Web, 2016. 189 p.
5. Google Material Design. Design tokens. URL: https://m3.material. io/foundations/design-tokens/overview (дата звернення: 25.02.2026)
6. Kholmatova A. Design Systems: A Practical Guide to Creating Design Languages for Digital Products. Freiburg: Smashing Magazine, 2017. 312 p.

Олександра САЙКО
Київський національний університет технологій та дизайну
Тетяна КРОТОВА
доктор мистецтвознавства, професор
професор кафедри мистецтва та дизайну костюма
Київський національний університет технологій та дизайну

БРОШКА ЯК ГОЛОВНИЙ АКЦЕНТ 2026

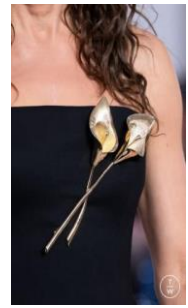
У 2026 році мода знову заговорила мовою нюансів, відходячи від одноманітності й відкриваючи простір для гри з деталями. В центрі уваги акценти з характером, і саме брошка стає їхнім символом. Вона надає образу неповторності, легко перетворює стриманий ансамбль на виразний, підкреслює індивідуальність. Вона не перевантажує стиль, а лише додає йому витонченого звучання.

Ще нещодавно брошки асоціювалися з бабусиними скриньками та старими класичними образами, але у 2026 році вони переживають справжній модний ренесанс, відродження епохи. Брошки з’являються у

колекціях як ready-to-wear так і на кутюрних показах, в ювелірних серіях та стають обраними як акцентна частина образу зірок світового масштабу [1].

Chanel ss26 Haute coutur

Mugler ss26 ready-to-wear



Chanel fw26 ready-to-wear

YS Couture fw26 Haute couture

Після років одноманітних трендів та алгоритмічно керованого стилю мода знову повертає собі легкість і гру. Відмовляючись від мінімалізму та рухаючись у бік більш виразного стилізування, ми заново відкриваємо силу орнаменту й аксесуарів. Брошка – це саме той аксесуар, що поєднує мінімальні зусилля з максимальним ефектом, відповідаючи на зростаюче прагнення до речей, які додають характеру й новизни у світі, де всі лише женуться за алгоритмом. Її відродження відображає ширший рух до «сентиментального одягання» та зосередження моди на особистих історіях - адже брошка майже ніколи не носиться випадково, вона завжди несе намір, спадок та ідентичність.

Цей перехід нерозривно пов’язаний із загальною жагою до пізнання минулого, відчути себе частиною чогось більшого. Вінтажні образи з подіумів і вуличного стилю поступово увійшли в повсякденність: Pinterest зафіксував зростання пошуку на 110% за запитами «вінтажні прикраси» та «спадкові брошки», що свідчить про колективний потяг до стилів, укорінених у ностальгії та історії [2].

Сьогодні брошки структурують на талії oversize-сорочки й вплітаються у волосся як завершальний штрих. Вони грайливо прикрашають краватки, порушуючи правила класичного дрес-коду. Цей аксесуар можна закріпити й на сумці, й використати для фіксації шарфа на шиї - іноді навіть замінюючи масивні кольє. Усі ці способи об’єднує одне - намір. Кожне розташування виглядає особистим, адже брошка здатна бути будь-де й на будь-чому, керуючись лише вашою інтуїцією, а не модними циклами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:
1. Brooch Aesthetic: головний акцентний аксесуар 2026 року URL:https://bestin.ua/news/brooch-aesthetic-holovnyj-aktsentnyj-aksesuar-2026-roku/ (дата звернення 06.03.2026)
2. Why is Fashion Obsessed with this Old-Age Accessory Again? URL:https://www.voguearabia.com/article/fashion-obsessed-with-the-brooch-trend (дата звернення 06.03.2026)

Майя СВІТЛИЧНА
здобувачка магістратури ОП Дизайн і візуальна культура
Черкаський державний технологічний університет
Наталія РОМАНЕНКО
доктор технічних наук, професор
професор кафедри дизайну
Черкаський державний технологічний університет

ЕТНОКУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ВИБІЙКИ ЯК САМОБУТНІЙ СПОСІБ ДЕКОРУВАННЯ ТЕКСТИЛЮ

Робота присвячена дослідженню техніки вибійки як старовинного самобутнього способу декорування текстилю. Проаналізовано трансформацію її поширення у сучасному дизайнерському проєктуванні. Особлива увага приділяється етнокультурній ідентичності вибійки та її ревіталізації провідними українськими брендами.

Сучасний стан світового арт-простору та індустрії моди характеризується глибокою рефлексією щодо національних витоків та переосмисленням традиційних ремесел. В епоху цифрової стандартизації особливої цінності набуває «живий» текстиль, що зберігає енергію ручної праці та унікальність кожної лінії при вибійці, стає одним з найперспективніших напрямів ревіталізації українського візуального коду. Проведений автором публікації студентам спеціальності Дизайн майстер клас з вибійки як давньої техніки декорування тканини (рис. 1), свідчить, що сьогодні ця техніка трансформується з етнографічного артефакту в потужний інструмент сучасного фешн-дизайну [1].

Рисунок 1. Майстер–клас Майї Світличної студентам-дизайнерам ЧДТУ

Вибійка (вибиванка) є одним з найдавніших видів художнього оздоблення тканини, що полягає у безпосередньому нанесенні пігменту на полотно за допомогою рельєфних форм (рис. 2).

Рисунок 2. Художнє оздоблення тканини вибійкою [2].

Актуальність дослідження даної техніки декорування тканини зумовлена необхідністю збереження нематеріальної культурної спадщини та її адаптації до вимог сучасної моди. Технологічна сутність вибійки полягає у механічному або ручному відбитку зображення на текстильну поверхню з використанням різьблених дерев'яних дощок, кліше, штампів або трафаретів. У науковій літературі та народній термінології цей процес також ідентифікують як «мальованка», «друкованиця» або «димка» [3]. Генеза мистецтва вибійки має глобальний характер. Древній Схід: найдавніші центри виникнення техніки вибійки локалізовані в Індії (до н.е.), Китаї (IV ст. до н.е.) та Японії (III–IV ст. до н.е.). Європа та Україна: завдяки торговельно-економічним зв'язкам з арабським світом, вибійка потрапляє до Європи, а з XI століття фіксується на теренах сучасної України. Археологічні знахідки (зокрема кам'яні вибійкові матриці в с. Райки на Житомирщині та фрагменти текстилю на Чернігівщині) підтверджують побутування ручної вибійки серед древлян та за часів

Київської Русі. У XV столітті осередком промислу став Кролевець (Сумщина), де техніка набула високого художнього рівня. До середини XVIII століття (зокрема до 1735 р.) вибійка залишалася домінуючим способом декорування текстилю для побутового вжитку (рушників, скатертин, одягу) [4]. Орнаментальна система включала: геометричні мотиви (базові структури та символи), фітоморфні візерунки (стилізовані квіти та пагони), зооморфні та орнітоморфні образи (зображення тварин і птахів), наділені глибоким семантичним значенням [5]. Традиційна українська вибійка базувалася на використанні натуральних рослинних пігментів й ідеально вписується сьогодні в тренд еко-дизайну, узагальнюючи ексклюзивні коштовні вироби. Наприклад, одяг бренду «Chernikova» (рис. 3).

Рис. 3. Одяг бренду «Chernikova» [6].

Ручна вибійка і брендові вироби, звичайно, не можуть замінити той необхідний обсяг набивних тканин, що випускається вітчизняною легкою промисловістю, де використовується фотофільмдрук з площинними і ротаційними шаблонами, але художники і колористи підприємств, аналізуючи старовинні зразки, переосмислюють їх крізь призму актуальних силуетів та етичного споживання. Практично, цей архаїчний спосіб декорування переживає період ренесансу, інтегруючись у концепцію «інтелектуальної моди». Модельєри та дизайнери демонструють різні стратегії роботи з вибійкою: від художньої стилізації й екологічного маніфесту до науково-етнографічної реконструкції. Поєднання традиційних методів ручного друку з актуальними кроями дозволяє створювати конкурентоспроможний творчий продукт, який маркує український дизайн на світовій арені як такий, що володіє глибоким змістовим та естетичним бекграундом.

Висновки. Вибійка є динамічною системою, що інтегрує історичний досвід у сучасний візуальний дискурс. Відродження ручних технік декорування текстилю підкреслює прагнення до індивідуалізації дизайну та збереження національного культурного коду в умовах глобалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. «Магія української вибійки: дизайн, що надихає». На кафедрі дизайну ЧДТУ пройшов майстер клас із прадавньої техніки декорування тканини / сайт кафедри дизайну ЧДТУ. URL: https://design.chdtu.edu.ua/novosti/-mag-ja-ukra-nsko-vib-iki-dizain-scho-na.html.
2. Платформа «Рукотвори». Статті про майстрів сучасної вибійки та відродження ремесла. URL: https://rukotvory.com.ua/
3. Захарчук-Чугай Р. В. Українське народне декоративне мистецтво. Київ: Наукова думка, 2012.
4. Васильєв В. Вибійка як вид декоративно-прикладного мистецтва. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2015. Вип. 27. С. 112–120.
5. Селівачов М. Р. Лексикон українського орнаменту (іконографія, номінація, стилістика, композиція). Київ: Ант, 2005. 408 с.
6. Chernikova (Офіційний сайт бренду). Приклади сучасної інтерпретації вибійки в дизайнерському одязі. URL: https://chernikova.ua/

Катерина СІВАК
Хмельницький національний університет
Оксана СТРИЖОВА
кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну
Хмельницький національний університет

АНАЛІЗ ДИЗАЙНУ ТА ВЕРСТКИ АРТБУКІВ ДО ВІДЕОІГОР

Аналіз дизайну та верстки артбуків має допомогти сформувати цілісне уявлення про «архітектуру» сучасного видання ігрового жанру.

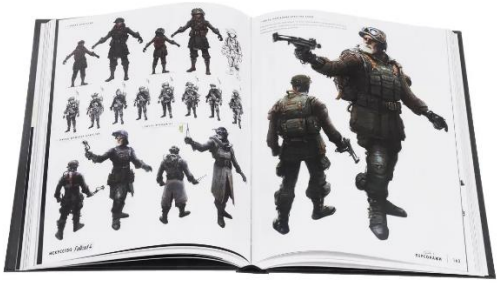


Рисунок 1 – Обкладинка та розворот артбуку до відеогри Fallout 4 [1]

Проведений аналіз верстки 12 друкованих та цифрових видань артбуків (рис.2) виявив її диференціацію: від енциклопедій, що відповідає масштабним RPG на кшталт Skyrim (ДЖР) чи The Witcher 3 (ДЖР), де переважає дворівнева ієрархія тексту та деталізована модульна сітка, до журнальних форматів, як у Green Hell (ДЖР) чи Röki (ДЖР), що імітують артефакти гри чи щоденники.

Критично важливим є вибір орієнтації видання, де горизонтальний формат, як в артбукові Ghost of Tsushima (ДЖР) є еталоном для панорамної передачі локацій Світу, а вертикальна орієнтація сприяє глибшому технічному представленню та візуальному аналізу персонажів і артефактів.

Вивчення структурних елементів, таких як зміст, розділі та шмуцтитули до них виявило логічні паузи у меседжі артбуку, що дозволяє читачеві адаптуватися до зміни візуальної інформації – перехід від загального лору до конкретних елементів та інтерфейсу.

Аналіз ВЕРСТКИ артбуків

Назва артбуку	Формат, (розміри)	Структурні елементи	Матеріали, форма, тип друку	Модульна сітка (схема верстки)
The Art of Fallout 4	Вертикальний (23,5x31 см)	Зміст, передмова, 3 розділи: світ, персонажі, транспорт	Цифровий друк. Тверда палітурка (картон 250-350 г/м2), крейдований (білизна від 140%) мат. папір, щільність 80-90 г/м2	Оригінальні схеми верстки, поєднання концептів із скетчами
The Art of Arkane	Вертикальний (23.4x31 см)	Суперобкладинка, стікери, коментарі розробників, скетчі, арти	Цифровий друк. Тверда палітурка (200-250 г/м2), крейдований (білизна від 140%) папір (щільність 80-90 г/м2)	Суцільна або 2-колонкова, скетчі, ілюстрації навиліт
The Art of Ghost of Tsushima	Горизонтальний (31.12x24.13 см)	Зміст, підписи, розділи з локаціями та персонажами	Цифровий друк. Тверда палітурка (200-250 г/м2), крейдований (білизна від 140%) папір (щільність 80-90 г/м2)	Панорамна верстка багато розворотів «на виліт» для пейзажів.
The Art of Röki	Вертикальний (23.4x31см)	Вступ, персонажі, оточення, щоденник	Цифрове видання	«Книжкова» верстка, нагадує ілюстровану казку або щоденник.
The Art of Skyrim	Вертикальний (23.4x31см)	Зміст, передмова, світ, статуї, істоти, раси, броня, зброя	Цифровий друк. Тверда палітурка (картон 250-350 г/м2), крейдований (білизна від 140%) мат. папір, щільність 80-90 г/м2	Класична енциклопедична сітка
The Witcher 3: Wild Hunt	Вертикальний (23,5x31см)	Вступ, розділи за регіонами, Бестіарій, персонажі	Цифровий друк. Тверда палітурка (картон 250-350 г/м2), крейдований (білизна від 140%) мат. папір, щільність 80-90 г/м2	Двоколонкова сітка, скетчі, ілюстрації навиліт
Dying Light Artbook	Горизонтальний (31.12x24.13 см)	Персонажі, зомбі, нетрі, старе місто, зброя	Цифровий друк. Тверда палітурка (картон 250-350 г/м2), крейдований (білизна від 140%) мат. папір, щільність 80-90 г/м2	Динамічна, верстка з акцентом на 3D-моделі та текстури
Green Hell Artbook	Горизонтальний (31.12x24.13 см)	Вступ, концепти, розділи про виживання та флору/фауну	Цифровий друк. М'яка обкладинка (200-250 г/м2), крейдований (білизна від 140%) папір (щільність 80-90 г/м2)	Органічна, дещо хаотична сітка, що нагадує щоденник
The Art of Overwatch	Вертикальний (23.4x31см)	Передмова, персонажі, карти, скіни, спреї	Цифровий друк. Тверда палітурка (картон 250-350 г/м2), крейдований (білизна від 140%) мат. папір, щільність 80-90 г/м2	Яскрава, журнальна верстка, акцент на великих портретах
Shovel Knight: Design Works	Вертикальний (23.4x31см)	Передмова, розділи з піксель-артом, скетчі, коментарі творців	Цифровий друк. Тверда палітурка (картон 250-350 г/м2), крейдований (білизна від 140%) мат. папір, щільність 80-90 г/м2	Технічна сітка, велика кількість спрайтів та розкадровок
Edge of Eternity Artbook	Квадратна (20x20 см)	Зміст, персонажі, ландшафти, монстри, мешканці	Цифрове видання	Мінімалістична верстка, білі поля для акценту на персонажах
The Art of Terra Nil	Горизонтальний (31.12x24.13 см)	Вступ, розділи про тварин, логотипи, схеми рівнів	Цифрове видання	Чиста сітка, багато схем та варіантів верстки

Рисунок 2 – Результати аналізу верстки артбуків

Особлива увага приділена наявності вільного простору, що найбільш яскраво простежується в артбуках Arkane Studios (ДЖР) та Edge of Eternity (ДЖР); це дозволяє акцентувати увагу на важливих деталях, що є необхідним для передачі атмосфери гри.

Результати аналізу верстки допомагають створити базу схем модульної сітки, вибрати шрифти та їх ієрархію, розробити логічний сценарій власного артбуку, щоб уникнути враження лише каталогу зображень, а мати цілісний графічний арт-об'єкт, який занурює читача у всесвіт гри.

Комплексне дослідження дизайну артбуків (рис.3) дозволило сформувати розуміння того, як художні засоби (стилістика та колірна психологія, типографіка можуть створювати візуальну ідентичність гри.

Проведений аналіз продемонстрував, що дизайн артбуку не просто пояснює ігрові особливості, а створює візуальну мову, яка підсилює концепцію гри. Встановлено, що вибір художнього стилю (від піксель-арту як у Shovel Knigh (ДЖР) до фотореалістичного 3D у Dying Light (ДЖР) дуже впливає на композиційні рішення сторінок і розворотів: стилізовані артбуки частіше використовують динамічні, асиметричні композиції і структури сторінок, а реалістичні арбуки застосовують класичну статику та симетрію.

Особливу увагу приділено колірній палітрі, адже кольори посилюють емоції: наприклад, у Ghost of Tsushima та Terra Nil (ДЖР) використано хроматичний контраст, що підкреслює конфлікт.

Аналіз пропорцій та масштабу зображень персонажів і артефактів на сторінці виявив таку закономірність: використання контрастного масштабу, як в Overwatch (ДЖР) або Skyrim створює відчуття величності, а нюансна деталізація в Fallout 4 (ДЖР) привертає увагу до функціональності та матеріальності світу гри.

Важливо є правильно обрати типографіку: поєднання декоративних шрифтів, які пов’язані із семантикою гри, з лаконічними гарнітурами створює хороший баланс між атмосферою і настроєм гри та читабельністю інформації. Вивчення композиції сторінок і розворотів підтвердило, що використання діагоналей та часткове накладання і перекриття елементів зображень додають динаміки, а симетрична композиція підкреслює історичну або езотеричну значущість представленого ігрового контенту

Аналіз ДИЗАЙНУ артбуків

Назва артбуку	Худ стиль зображень, техніка, худ прийом	Характеристика кольорів	Пропорції	Шрифт
The Art of Fallout 4	Реалістичний 3D + 2D концепт-арт	Іржавий, синій, жовтий. Високий нюанс у деталях бруду	Контраст 1:4 (великі об'єкти поруч із дрібними замальовками-схемами)	Жирний шрифт (під мілітарі), імітація трафарету
The Art of Arkane	Живописний 2D / стилізоване 3D	Яскраві, глибокі тони, акценти на деталях та контрастах	1:3 (акцент на персонажах)	Класичний латиниця, антиква
Ghost of Tsushima	Стилізоване 3D (ефект живопису)	Яскраві природні кольори, екстремальний контраст	1:15 (крихітний герой на фоні велетенських пейзажів)	Мінімалістичний шрифт, декоративні ієрогліфи
The Art of Röki	Векторний 2D / Казковий	Пастельні, холодні зимові кольори + акцентний червоний	1:3 (персонажі великі відносно деталей Світу)	Декоративний «рукописний» шрифт, дитячий стиль
The Art of Skyrim	Суворий 3D / Dark Fantasy	Холодні сірі, сині, коричневі, низька насиченість	1:10 (величні архітектурні споруди, дрібний декор)	Класична латиниця
The Witcher 3: Wild Hunt	Реалістичний 2D / 3D	"Брудні" природні кольори, високий контраст світлотіні	1:1 (для кращої деталізації монстрів та обладунків)	Стилізація під готичний шрифт
Dying Light Artbook	Фотореалістичне 3D	Хворобливі жовті, сірі, неонові нічні акценти	1:5 в будовах (акцент на деталях зброї)	Індустріальний шрифт, ефект «трафарету»
Green Hell Artbook	Реалістичне 3D	Монохром зелені, відтінки землі, природні нюанси	Природні пропорції 1:3 (акцент на фоні, невеликий персонаж)	Шрифт рукописний (текстура - імітація олівця)
The Art of Overwatch	Стилізоване 3D	Яскраві, спектральні кольори, кожен герой має свій колір	"Героїчні" пропорції у персонажів (1:6 голови до тіла)	Футуристичний геометризований шрифт
Shovel Knight: Design Works	Піксель-арт	Обмежена палітра NES (яскрава, контрастна)	1:1 (піксельна сітка)	Декоративний піксельний шрифт
Edge of Eternity Artbook	JRPG / Аніме-стиль	Яскраві фентезійні кольори, ефекти світіння	Видовжені пропорції тіла персонажів (1:8 аніме-стандарт)	Модерновий шрифт, тонкі накреслення
The Art of Terra Nil	Живописний 2D	Перехід від мертвого (коричневий) до живого (зелений	1:3 - коли персонаж менший до оточення (ефект екологічного фокусу на середовищі)	Приємний, округлий гліф

Рисунок 3 – Результати аналізу дизайну артбуків

Результати аналізу надають рекомендації графічним дизайнерам для створення візуальної мови у майбутньому артбукові, допомагають обґрунтовано обрати колірні акценти, шрифтові пари, прийоми композиції для розкриття наративу гри, якій він присвячуватиметься.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Артбук Fallout 4 (англ.). URL https://www.yakaboo.ua/ua/the-art-of-fallout-4.html?srsltid=AfmBOoqhjhN7C1w2LeBt-LINawGFP5mtZ-PGYKrDDu_Q_Mkaa4VSowG9 (дата звернення: 2.03.2026).

Юлія ТИМОШИНА
Черкаський державний технологічний університет
Інна ЯКОВЕЦЬ
доктор мистецтвознавства, професор
завідувач кафедри дизайну
Черкаський державний технологічний університет

СХІДНА ЕСТЕТИКА В УКРАЇНСЬКОМУ ЕТНО-ДИЗАЙНІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВИШИВАНКИ ЧЕРЕЗ КРОЇ КІМОНО

Після Другої світової війни Японія здійснила масштабну культурну трансформацію, що охопила мистецтво, архітектуру, моду та технології. Водночас країна зуміла зберегти своє історичне коріння й традиційну естетичну філософію вабі-сабі - ідею прийняття недосконалості, природності та плинності часу. Поєднання модернізації з глибокою повагою до традиції дозволило Японії утвердитися як потужному творчому центру, який у XX столітті справив значний вплив на світовий дизайн, зокрема на європейську моду [1].

Мінімалістичні силуети традиційного японського одягу та філософія простоти форм були активно переосмислені європейськими дизайнерами. Художники й модельєри надихалися геометрією, вільними лініями та пропорціями кімоно, запозичуючи східні принципи крою та адаптуючи їх до сучасного одягу. У результаті японська естетика стала складовою глобального культурного діалогу, в межах якого традиційні елементи Сходу набувають нових значень у сучасному дизайні [2-3].

Українська вишиванка, як один із найяскравіших символів національної ідентичності, у XX–XXI століттях також зазнала процесу історичного переосмислення. Українські дизайнерські бренди почали трактувати традиційну вишивку не лише як елемент народного костюма, а як повноцінний художній засіб сучасного дизайну, що дало змогу створювати нові інтерпретації орнаментальних мотивів. Працюючи з традиційною символікою, дизайнери експериментують не лише з декоративним наповненням, а й із формою одягу: в окремих колекціях вишивка інтегрується у силуети, наближені до японського кімоно, з вільними об'ємами, прямими лініями та подовженими рукавами. Така конструкція не акцентує фігуру в традиційному розумінні, а формує відчуття простору та свободи руху, перетворюючи силует на своєрідну платформу для презентації української вишивальної спадщини в межах синтезу східної конструктивної логіки та локальної декоративної культури [4-5].

У цьому контексті формується новий візуальний тип етнічного одягу, що поєднує елементи української вишиванки та японського кімоно. Такі моделі представлені у форматі довгих або вкорочених суконь і сорочок із

вільним, прямолінійним кроєм, характерним для кімоно, доповненим українською вишивкою. Наприклад, український бренд SB'21 означує подібні вироби як «кімоно з вишивкою». Подібний одяг є прикладом міжкультурного синтезу, в якому форма і декоративне наповнення походять із різних традицій, проте функціонують як цілісна композиція [6].

Однією з перших дизайнерок, які почали працювати в цьому напрямі, можна вважати Юлію Магдич. Її творчий шлях розпочинався зі створення сучасних вишиванок і переосмислення етнічних мотивів, а згодом розширився до більш складних форм одягу. Бренд дизайнерки поєднує українські орнаменти із сучасними силуетами, зокрема з виробами, що формально нагадують кімоно з вишивкою. Такі моделі, як Peonies чи Irises, вирізняються прямим, вільним кроєм і насиченим етнічним декором, що підкреслює декоративну силу вишивки в межах мінімалістичної форми [7-9].

Після ковідного періоду, а також на тлі повномасштабної війни, інтерес до подібного підходу лише посилився. Японська культура продовжила активно популяризуватися у світовому контексті, тоді як в Україні зросла увага до власної культурної спадщини. Це сприяло підвищенню інтересу до вишиванки не лише як святкового або церемоніального одягу, а й як складової повсякденного гардероба. У результаті з'явилися більш лаконічні, зручні та функціональні моделі, у яких японська конструкція одягу забезпечує комфорт і свободу руху.

Японський крій кімоно, завдяки простим і геометрично чітким формам, дозволяє використовувати великі площини вишивки без порушення цілісності силуету. Відсутність складних виточок зберігає орнамент у єдиній композиції. Форма кімоно втілює простір, гармонію та рівновагу, а українська вишивка виступає носієм символічних смислів і культурної пам'яті. Поєднання цих елементів створює одяг як багатошаровий культурний об'єкт, де функціональна форма поєднується з глибоким змістом.

Світова мода загалом схильна до міжкультурних діалогів: дизайнери постійно шукають нові форми та джерела натхнення в етнічному коді різних народів. Японська культура протягом тривалого часу була одним із ключових джерел таких впливів – через східні силуети, мінімалізм і уважність до матеріалу. Сьогодні ця дизайнерська мова перекладається в локальні контексти, зокрема український, що свідчить не лише про модний тренд, а про глибший процес культурного обміну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Japan: Its Influence and Contributions to Global Fashion. URL: https://www.universityoffashion.com/blog/japan-influence-contributions-global-fashion/ (дата звернення: 16.02.2026).

2. How Japanese Fashion Has Influenced the West / Emily Anderson. URL: https://bodydesignstyle.com/how-japanese-fashion-has-influenced-the-west/ (дата звернення: 16.02.2026).
3. Exploring Japan's influence on global fashion / Georgie Lillington. URL: https://fashionunited.uk/news/fashion/exploring-japan-s-influence-on-global-fashion/2017081125461 (дата звернення: 20.02.2026).
4. ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ВИШИВКИ В СУЧАСНОМУ ПРОФЕСІЙНОМУ ПАННО / Olga Kaleniuk Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, Україна. С. 4-5. URL: https://journals.uran.ua/visnyknakkkim/article/view/153080 (дата звернення: 20.02.2026).
5. Як створюються сучасні українські вишиванки / Vogue. URL: https://vogue.ua/article/fashion/brend/yak-stvoryuyutsya-ukrajinski-suchasni-vishivanki-55661.html (дата звернення: 20.02.2026).
6. Кімоно від SB'21. URL: https://specialbody21.com/collections/кімоно?page=1 (дата звернення: 22.02.2026).
7. Yuliya Magdych. URL: https://yuliyamagdych.com/pages/about-us (дата звернення: 22.02.2026).
8. PEONIES / Yuliya Magdych. URL: https://yuliyamagdych.com/collections/peonies?srsltid=AfmBOooow7ttsoBJFhkqnGrIPjQuX1lrUW3Cr-qIrXKLnJJg5aeQVolU (дата звернення: 22.02.2026).
9. IRISES / Yuliya Magdych. URL: https://yuliyamagdych.com/collections/irises (дата звернення: 22.02.2026).

Єлизавета ТИЩЕНКО
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Ольга КВІТКА
кандидат мистецтвознавства
старший викладач
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

СПЕЦИФІКА ПРЕДСТАВЛЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ, ЯКА МОЖЕ ВИКЛИКАТИ СИЛЬНУ ЕМОЦІЙНУ РЕАКЦІЮ

У сучасному інформаційному середовищі дизайнер дедалі частіше стикається з необхідністю працювати з темами, що мають високий емоційний вплив. Це можуть бути питання здоров’я, втрати, екологічних криз, соціальних конфліктів або феноменів, пов’язаних із людською

тілесністю. Такі теми потребують не лише інформативності, а й особливо делікатної подачі, оскільки невдале візуальне рішення здатне викликати страх, відторгнення чи небажані асоціації. Питання етичного й психологічно безпечного дизайну в цьому контексті стає критично важливим. Саме тому сьогодні активно розвиваються підходи, орієнтовані на емоційно усвідомлену візуалізацію інформації.

В умовах глобалізації інфографіка функціонує як універсальна мова візуального спілкування, здатна долати мовні та культурні бар'єри. Дослідження [1] вказують на те, що візуальна подача даних може не лише пояснювати факти, а й моделювати афективну реакцію користувача. Будь-який графічний елемент (колір, форма, стиль ілюстрації) впливає на те, як саме глядач інтерпретує зміст. У ситуаціях, коли йдеться про чутливі теми, сила цього впливу зростає. Саме тому дизайнер повинен ретельно обирати засоби виразності, відмовляючись від візуальних рішень, що можуть спричинити небажане емоційне навантаження. Особливо це стосується зображення людини, анатомічних деталей, реалістичних сцен або символів, які мають культурні або релігійні тригери.

З точки зору етичного дизайну, одним з найважливіших інструментів є вибір кольорової палітри. Насичені контрастні кольори часто викликають підсилену реакцію, тоді як м'які пастельні тони сприяють зниженню напруги та формують більш безпечне середовище. [4] Колір здатний задавати темп сприйняття та забезпечувати психологічний комфорт. Наприклад, природні відтінки зеленої, бежевої та коричневої палітри створюють асоціацію зі стабільністю, природністю та прийняттям. У роботах, пов'язаних із еко-тематикою, такі гами допомагають не лише знизити емоційний бар'єр, а й підтримати змістовий зв'язок із природою. Правильний вибір кольору може стати ключем до формування безпечної атмосфери, у якій навіть складні теми сприймаються легше.

Не менш важливим елементом є типографіка. Шрифт, його форма та пластика впливають на інтонацію повідомлення. Грубі, рубані або агресивно геометризовані шрифти можуть посилювати відчуття тривоги або жорсткості, тоді як нейтральні, округлі або гуманістичні гарнітури створюють м'якший тон і сприяють спокійному читанню інформації. Для делікатних тем доцільно обирати шрифти, що не привертають зайвої уваги до форми, не створюють агресивних ритмів і залишають простір для безперешкодного сприйняття.

Візуалізація даних не повинна знеособлювати інформацію або створювати дистанцію між користувачем і змістом. [2] Вона підкреслює важливість людяності у подачі та закликає замінювати механістичні схеми більш теплими, інтуїтивними та емпатичними формами. Саме тому сьогодні дедалі частіше використовуються спрощені, умовні, піктограми

замість реалістичних ілюстрацій. Вони дозволяють передати суть явища без зайвої деталізації, що може бути травматичною або неприйнятною для частини аудиторії. Дизайнер повинен передбачати, що глядач може мати власний досвід травми або втрати, а отже, не допустити повторного переживання стресу через візуальні стимули. [3]

Одним із прикладів застосування цих принципів може бути авторський проєкт «типи екологічних поховань». [5] У ньому використані спрощені іконки, м'яка палітра та умовні графічні конструкції, які дозволяють показати складні процеси, такі як кремація, компостування чи природне поховання, без візуальних елементів, що могли б викликати дискомфорт. У цьому випадку інфографіка виступає як інструмент перетворення делікатного змісту на безпечний для перегляду візуальний досвід. Проєкт демонструє, що навіть теми, пов'язані з людською смертю, можна пояснювати коректно, етично та емоційно нейтрально, зберігаючи при цьому інформативність.

Таким чином, специфіка представлення візуальної інформації, здатної викликати сильну емоційну реакцію, полягає у поєднанні кількох ключових складових: етичного ставлення до глядача, уважного добору кольорової гами та типографіки, використання умовних форм і спрощених символів, а також розуміння психологічного контексту сприйняття. Дизайнер, який працює з делікатними темами, повинен не лише передати зміст, а й забезпечити безпечний простір для взаємодії з інформацією.

Фрагмент авторської інфографіки «Типи екологічних поховань». авторська розробка. Єлизавета Тищенко

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:
1. Arxiv. URL: https://arxiv.org/html/2308.02831v2. (2024)
2. Print. URL: https://www.printmag.com/article/data-humanism-future-of-data-visualization/ (дата звернення: 24.12.2025).
3. Content design london. URL: https://contentdesign.london/blog/using-trauma-informed-principles-with-content-design?utm_source=chatgpt.com. (2023)
4. Orchard R., Tate C., Webb M. An Answer For Everything: 200 Infographics To Explain The World.
5. Фрагмент авторської інфографіки «Типи екологічних поховань». авторська розробка. Єлизавета Тищенко

Анна ТРІФОНОВА
Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова
Наталія МАЛІК
асистент кафедри АБІС
Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ МАВРИТАНСЬКОГО СТИЛЮ В АРХІТЕКТУРІ ВОДОЛІКАРНІ ГОЛЬДЕНБЕРГА В КРОПИВНИЦЬКОМУ

Наприкінці XIX – на початку XX століття в європейській архітектурі значного поширення набули напрями історизму та еклектики, для яких було характерне звернення до історичних і культурних архітектурних форм, що інтерпретувалися відповідно до нових функціональних і естетичних потреб. Одним із таких напрямів став мавританський стиль, що сформувався як адаптація елементів східної архітектурної спадщини у європейському архітектурному середовищі та використовувався переважно для стилізації громадських споруд, де виконував декоративно-композиційну роль і не впливав на конструктивну основу будівель.

У європейській практиці мавританські мотиви використовувалися переважно для стилізації громадських споруд, де вони виконували декоративно-композиційну роль і не впливали на конструктивну основу будівель. Прикладом подібної інтеграції східних архітектурних форм у міську забудову кінця XIX століття є водолікарня Гольденберга у Кропивницькому.

Метою дослідження є архітектурний аналіз будівлі водолікарні Гольденберга у Кропивницькому з метою виявлення характерних ознак мавританського стилю та визначення особливостей їх інтерпретації в

контексті поширення східних мотивів у європейському дизайні кінця XIX – початку XX століття.

Водолікарня Гольденберга була зведена наприкінці XIX століття в місті Єлисаветград (сучасний Кропивницький) за проєктом архітектора Якова Паученка. Будівля виконана в еклектичному стилі з використанням прийомів цегляної архітектури та елементів мавританської стилістики і була призначена для функціонування як лікувальний заклад, орієнтований переважно на заможних мешканців міста. [1].

Архітектурна композиція наріжної частини та фасадів споруди характеризується активним використанням декоративних можливостей відкритої цегляної кладки, що є типовим прийомом для еклектичної архітектури кінця XIX століття та поєднується зі стилізованими елементами мавританської архітектури. Наріжжя будівлі акцентоване видовженим вхідним порталом, який підкреслює зрізаний кут споруди та завершується масивним аттиком з орнаментальним оздобленням. Декоративний фриз аттика виконаний у вигляді стилізованих мукарн – сталактитоподібних елементів, сформованих у цегляній кладці, що створюють виразний світлотіньовий ефект.

У вирішенні фасадів простежуються характерні риси мавританського стилю: підковоподібні та здвоєні аркові віконні прорізи, тонкі колони біля центрального входу, а також складний геометричний орнамент, притаманний східній архітектурній традиції. Декоративність підсилюється використанням кольорового цегляного мурування, керамічної плитки та різьбленої штукатурки, а вхід до будівлі підкреслюють різьблені двері, розміщені в арковому порталі східного типу. Поєднання цегляної архітектурної пластики з орієнтальними декоративними мотивами свідчить про еклектичний характер споруди, в якій елементи мавританського стилю виконують переважно композиційно-декоративну функцію, що є типовим для архітектури історизму кінця XIX - початку XX століття.

Архітектурні деталі водолікарні Гольденберга мають стилістичні паралелі з окремими київськими спорудами кінця XIX століття. Зокрема, композиційне вирішення та декоративне оформлення вхідного порталу перегукується з порталом караїмської кенаси (рис. 1), зведеної у 1898–1900 роках за проєктом архітектора Владислава Городецького. Крім того, у трактуванні обох крил фасаду простежується вплив архітектури прибуткового будинку по вулиці Ольгинській, 2/1 (рис. 2) спроєктованого Миколою Яскевичем. Подібність проявляється, зокрема, у характері оформлення віконних прорізів із ромбоподібними та підковоподібними перемичками.

Рис. 1 – Порівняння вхідного порталу Караїмської кенаси в м. Київ та водолікарні Гольденберга у м. Кропивницький (ліворуч - кенаса, праворуч - водолікарня) [4, 3].

Рис. 2 – Порівняння віконних прорізів прибуткового будинку по вулиці Ольгинській, 2/1 в м. Київ та водолікарні Гольденберга у м. Кропивницький (ліворуч – прибутковий будинок, праворуч - водолікарня) [2, 3].

Таким чином, архітектура водолікарні Гольденберга демонструє характерний для європейської архітектури кінця XIX століття спосіб інтерпретації східних мотивів. У композиції будівлі вони не визначають конструктивну структуру споруди, а використовуються як стилістичний засіб художнього збагачення фасадів. Підковоподібні та здвоєні аркові прорізи, орнаментальні фризи, стилізовані мукарни та декоративні колони формують орієнтальний образ споруди, водночас поєднуючись із традиційною для того часу цегляною архітектурою. Подібне поєднання конструктивно раціональної європейської будівельної системи з декоративними мотивами східної архітектури є характерною рисою еклектики та свідчить про адаптацію мавританського стилю до умов міської забудови Півдня України наприкінці XIX – на початку XX століття.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:
1. Власова О. Лікарня Гольденберга – портал в минуле Кропивницького : сайт онлайн видання «Кропивницький.one». URL: https://kropyvnytskyi.one/uk/eternal/likarnya-goldenberga-portal-v-mynule-kropyvnyczkogo-4572
2. Караїмський храм в Києві. Landmarks.In.ua: Авторський краєзнавчий сайт про архітектурні та природні пам'ятки України. URL: https://landmarks.in.ua/oblast/kyiv/kyiv-kenasa
3. Маленков Р. Кропивницький. Шедевральні лікарні: незалежне онлайн медіа «Україна інкогніта» URL: https://ukrainaincognita.com/kirovograd-2/shedevralni-likarni-kirovograda
4. Ольгинська 2/1. Будинок з крилатими гуріями, кінець XIX ст. Київфото: сайт. URL:https://kiev-foto.info/uk/arkhitektura/dorevoliutsiini-budivli/3352-olginska-2-1-budinok-z-krilatimi-guriyami-kinets-xix-st

Владислава ФІЛАТОВА
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Олена СЕРГІЄНКО
старший викладач кафедри дизайну
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

ІНТЕР'ЄРНИЙ СТИЛЬ МІНІМАЛІЗМ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Результати дослідження та їх обговорення Глобалізація стала визначальним чинником трансформації сучасної візуальної інформації. Зростання взаємозалежності національних економік, розвиток цифрових технологій та міжнародних брендів сприяли формуванню єдиних естетичних моделей, що активно поширюються у сфері архітектури та інтер'єрного дизайну. Простори різних країн дедалі частіше демонструють схожі композиційні прийоми, матеріали та кольорові рішення.

Одним із найбільш показових проявів процесу глобалізації є стиль мінімалізм, що перетворився на універсальну естетичну модель сучасного житлового інтер'єру. Його стриманість, функціональність та нейтральність відповідають умовам глобального ринку та масового виробництва. У зв'язку з цим постає питання: чи зберігається локальна культурна ідентичність у межах глобалізованого мінімалістичного інтер'єру, чи він сприяє культурній стандартизації простору?

Глобалізація формує умови, за яких універсальні та нейтральні естетичні моделі стають найбільш життєздатними. Уніфікація виробництва, оптимізація логістики та орієнтація на міжнародний ринок потребують стилю, що не прив'язаний до конкретного культурного коду.

Мінімалізм, завдяки своїй формальній стриманості, відсутності локальної символіки та конструктивній простоті, виявився найбільш адаптивним до цих умов. Його лаконічність спрощує серійне виробництво меблів і оздоблювальних елементів, зменшує витрати на матеріали та дозволяє створювати продукти, придатні для реалізації в різних країнах без суттєвої модифікації.

У XXI столітті мінімалізм став домінуючим стилем міських квартир, офісів і громадських просторів. Типовими рисами мінімалістичних інтер'єрів є геометрична простота форм, відсутність надмірної кількості декоративних елементів, інтегровані системи зберігання та меблі. Кольорове рішення ґрунтується на монохромній або обмеженій палітрі з домінуванням білого, сірого, чорного або природних текстур дерева, каменю, металу.

Поширенню цього стилю значною мірою сприяють цифрові технології, соціальні мережі та глобальні виробники меблів і оздоблювальних матеріалів. Візуальний контент формує стійкий шаблон «актуального» інтер'єру (світлі стіни, природне дерево, лаконічні меблі, мінімум декору). Глобальні бренди підтримують мінімалізм через стандартизовані каталоги та модульні мебельні системи (складаються з уніфікованих секцій, каркасів і кріплень, що комбінуються за єдиним принципом). Такий підхід спрощує транспортування в розібраному вигляді та зменшує витрати на складання. У результаті інтер'єр стає економічно доцільним та придатним до реалізації в різних країнах без суттєвої зміни дизайну.

Мінімалізм відповідає умовам сучасного урбаністичного життя. Просторова лаконічність зменшує кількість конструктивних вузлів і декоративних деталей, що спрощує реалізацію проекту та скорочує витрати на виготовлення та монтаж. Відсутність складного декору знижує залежність від локальних ремісничих технік, що робить інтер'єр менш прив'язаним до конкретного регіону та придатним до глобального тиражування.

Разом із перевагами глобальне домінування мінімалізму змінює принцип культурної репрезентації простору. Якщо традиційний інтер'єр історично відображав регіональні особливості через матеріали, ремісничі техніки та характерну просторову організацію, то мінімалістична модель підпорядковує ці елементи універсальній конструктивній схемі. Внаслідок цього інтер'єр втрачає здатність виступати носієм територіальної ідентичності та перетворюється на нейтральний функціональний продукт, орієнтований насамперед на глобальний ринок, а не культурний контекст.

Висновок. Мінімалізм у сучасному інтер'єрі є результатом глобалізаційних процесів, що сприяли формуванню універсальної естетичної моделі, придатної до міжнародного ринку. Його поширення

зумовлене економічною раціональністю, цифровізацією та стандартизацією виробництва. Водночас глобальна нейтральність простору створює ризик втрати локальної ідентичності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Alarcon, A., Elshater, A. Heritage-Inspired Strategies in Interior Design: Balancing Critical Regionalism and Reflexive Modernism for Identity Preservation. Heritage. 2023. URL: https://www.mdpi.com/2571-9408/7/12/316 (дата звернення: 03.02.2026).
2. Hesham, H. M. Minimalism Concept in Interior Architecture Design (Case Study – North Coast Villa). DOAJ. 2021. URL: https://doaj.org/article/a0402cdfa9a248f2ba034617ee570890 (дата звернення: 03.02.2026).
3. Клімчук Д. О., Олійник Г. С. Мінімалізм в дизайні інтер'єру (монографія/стаття). Електронний архів ХНУМГ ім. О. М. Бекетова. URL: https://elar.khmnu.edu.ua/items/c4b6d69b-9e54-4d36-87fe-955510d5d44a (дата звернення: 03.02.2026).

Роман ХИНЕВИЧ
Київський національний університет технологій та дизайну
Ольга ЄЖОВА
доктор педагогічних наук, кандидат технічних наук, професор
професор кафедри графічного дизайну
Київський національний університет технологій та дизайну

СУЧАСНІ СТРАТЕГІЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУРАХ

Сучасний етап розвитку проектної культури характеризується переходом від статичних форм графічного дизайну до складних динамічних систем, що функціонують у глобальних цифрових мережах. Стрімка цифровізація суспільних комунікацій зумовила виникнення нових типів графічних об'єктів, які поєднують у собі ознаки художнього образу, програмного коду та інтерактивного інтерфейсу. Аналіз стану наукової розробки цієї проблематики свідчить про необхідність переосмислення традиційних дизайнерських підходів через призму адаптивності та алгоритмізації.

Дослідження наукового доробку останніх років дозволяє виокремити кілька ключових векторів вивчення графічного контенту в мережевих структурах. Фундаментальні аспекти медіа-візуальності та природи цифрового образу розглядаються у працях К. Батаєвої, де акцент зміщується з естетичного споглядання на процеси візуального споживання

[1]. Водночас питання системності та динамічності дизайнерських об'єктів ґрунтовно обґрунтовані у концепціях Н. Скляренко, де дизайн трактується як відкрита система, що перебуває у стані постійної часової та структурної трансформації [2]. Технологічний аспект взаємодії користувача з інтерфейсами соціальної комунікації досліджено у праці [3], де дизайн розглядається як інструмент керування увагою та сценаріями поведінки реципієнта.

Попри значну кількість розробок, у теорії дизайну спостерігається певна фрагментарність: існуючі підходи часто зосереджуються або на художньо-естетичних якостях (колористика, типографіка), або на технічних параметрах (UX/UI, алгоритми платформ). Проте специфіка сучасного цифрового середовища вимагає інтегрованого підходу. Встановлено, що будь-яка графічна одиниця в мережі не є ізольованим артефактом, а виступає «адаптивною проектною одиницею», чия форма і зміст детерміновані «дизайн-простором» конкретної платформи [4].

Основним проблемним полем є розробка методології, яка б дозволила дизайнеру прогнозувати ефективність комунікації ще на етапі проектування. У ході аналізу встановлено, що ключовими чинниками успішного проектного рішення є:

1. Часовий фактор: поділ об'єктів на сталі (елементи ідентичності), транзитні (миттєвий контент) та циклічні. Це вимагає від дизайнера розробки не макета, а алгоритму варіативності.

2. Адаптивність: здатність графічної структури змінюватися під впливом технічних протоколів системи без втрати впізнаваності бренду.

3. Емоційна автентичність: поєднання професійних дизайнерських методів із принципами «користувацької естетики», що забезпечує довіру аудиторії.

Особливого значення набуває технологічна репрезентація контенту. Сучасна проектна практика переходить від створення статичних зображень до моушн-дизайну та генеративно-алгоритмічних структур, створених за допомогою штучного інтелекту. Це ставить перед науковою спільнотою питання про нову «алгоритмічну естетику», де роль дизайнера трансформується від виконавця до модератора складних візуальних систем.

Висновки. Системний аналіз стану наукової розробки теми дозволяє стверджувати, що дизайн у цифрових мережах перетворився на синтетичну дисципліну. Розробка багаторівневої типології комунікативних одиниць, яка б об'єднувала часові, функціональні та технологічні параметри, є необхідною умовою для вдосконалення професійної підготовки дизайнерів. Майбутні дослідження доцільно спрямувати на вивчення закономірностей інтеграції кодованої інформації та гіпертекстових структур у візуальну

тканину цифрового повідомлення, що дозволить створити цілісну методологію проектування в умовах постійних технологічних змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Батаєва К. В. Соціальна візуалістика і медіа-візуальність : навч. посіб. Київ : Кондор, 2017. 344 с.
2. Скляренко Н. В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2023. 484 с.
3. Wu H., Li, G. Innovation and improvement of visual communication design of mobile app based on social network interaction interface design. Multimed. Tools Appl. 2020, 79, 1–16 DOI:10.1007/s11042-019-7523-6
4. Zhang A. X., Bernstein M.S., Karger D.R., Ackerman M.S. Form-From: A Design Space of Social Media Systems. Proc. ACM Hum.-Comput. Interact. 8, CSCW1, Article 167, 2024, P. 1-47. https://doi.org/10.1145/3641006

Альона ХОМІШИНА
здобувачка 1 курсу другого (магістерського) рівня
Херсонський національний технічний університет
Ганна ПОЛЄТАЄВА
кандидат технічних наук, доцент
Херсонський національний технічний університет

ДИЗАЙН ФЕЙКУ: ГРАФІЧНІ ПРИЙОМИ МАНІПУЛЯТИВНИХ ЗОБРАЖЕНЬ У МЕДІА

У сучасну епоху візуальний контент стає головним інструментом дезінформації. Підлітки як найбільш вразлива верства населення підпадають під вплив фейкових новин першою. Оскільки нині переважає кліпове мислення, інформація сприймається буквально за частки секунди. Яскраві зображення, кольори, жирний шрифт і графічні акценти допомагають привернути увагу. Але не вся інформація є правдивою.

Сьогодні можна виділити певні прийоми, які використовують для створення фейків. Розберемо основні з них і дізнаємось як можна перевірити інформацію за декілька хвилин. Але для початку дамо визначення фейку. Фейк – це спосіб маніпуляції свідомістю шляхом надання неповної інформації, спотворення контексту, частини інформації з метою підштовхнути аудиторію до дій чи думок, які потрібні маніпулятору [1].

Щоб привернути увагу до новини потрібно застосувати методи привернення уваги. Для цього використовують:

1. Яскраві кольори, особливо червоний, таким чином ніби говорячи: «Стій. Зверни увагу». Чому червоний так діє? Психологічно закладено в

нашому мозку, що червоний – це небезпека або важлива інформація. Про небезпеку також сигналізують жовто-чорні кольори (наприклад, оса – символ небезпеки). Використання такої комбінації в оформленні постів автоматично налаштовує глядача на те, що інформація критично важлива.

2. Різні шрифти. Використання великих, жирних шрифтів на яскравих плашках (червоний, жовтий) для привернення уваги. Часто в ЗМІ, в рекламі можна побачити невідповідність тексту та фото: до тексту про «катастрофу» додається фото з іншої події, яке має високу емоційну інтенсивність (вогонь, сльози, руйнування). Одним із фейк-прийомів є використання сенсаційних маркерів: використання іконок знаків оклику, блискавок або написів «BREAKING NEWS», які імітують стиль великих медіахолдингів.

3. Маніпуляції з фото чи картинкою. Кадрування (Cropping): обрізання фотографії так, щоб видалити контекст. Наприклад, залишити лише агресивний жест людини, прибравши причину такої реакції. Смислове реконтекстування: використання реального, невідредагованого фото, але з фальшивим описом дати, місця або учасників події. Фільтри драматизації: збільшення контрастності та зменшення насиченості кольорів для створення ефекту «похмурої реальності» або «прихованої зйомки».

4. Психологічний аспект. Щоб пост поширювався швидше, у дизайн закладають «соціальні стимули»: Заклик до дії: Написи типу «Поширити, поки не видалили!», «Ти маєш це знати!».

Але є певна послідовність кроків, які допоможуть виявити фейк і впевнитись, що інформація правдива. Один зі способів перевірки інформації онлайн отримав назву SIFT (у перекладі з англійської означає «сито») і складається з чотирьох кроків, кожен із яких позначає окрема літера цієї абревіатури. Цей метод розробив експерт з цифрової грамотності Майк Колфілд.

1. **«S» означає «Stop». Зупиніться і подумайте**

Можливо, одним із найзгубніших аспектів сучасної епохи є швидкість. Але коли йдеться про розпізнавання дезінформації, швидкість – це наш ворог. Дослідження виявили, що наші миттєві «інтуїтивні» реакції з більшою ймовірністю вводять нас в оману, ніж бажання зупинитися та обміркувати.

Перший крок методу SIFT порушує цю тенденцію, адже говорить нам: «Стій!». Не поширюйте публікацію. Не коментуйте її. Натомість переходьте до наступного кроку.

2. **«I» означає «Investigate». Дослідити джерело**

У наших стрічках у соцмережах постійно з'являються різні публікації і ми не завжди чітко усвідомлюємо, хто саме є їхнім автором. Настав час це з'ясувати. Хто створив цю публікацію? Вийдіть із соцмережі та пошукайте

інформацію в інтернеті. І оскільки результати пошуку також можуть вводити в оману, переконайтеся, що дивитесь ті вебсайти, які заслуговують на довіру.

І, нарешті, після того, як завершите свій аналіз (який насправді може забрати лише декілька хвилин), поставте найпромовистіше запитання з усіх: Чи довіряли б ви твердженням цього автора на цю тему, якби він казав щось, з чим ви не погоджуєтесь? [2].

3. **«F» означає «Find». Знайдіть краще висвітлення**

Якщо під час попереднього кроку ви виявите, що досі маєте сумніви щодо достовірності джерела, настав час копнути трохи глибше. Одні з найкращих інструментів для цього має Google. Якщо ви хочете дізнатися, чи висвітлювали якусь інформацію саме новинні видання, то окрім самого пошукового сервісу зверніть увагу на Google News.

Окрім того, є система Google Fact Check, яка шукає інформацію лише на сайтах, які спеціалізуються на перевірці фактів. Якщо ви досліджуєте фотографію, скористайтеся інструментом пошуку зображень, щоб побачити, де ще це зображення з'являється в інтернеті. Такий інструмент також є у Google, але окрім цього ви можете скористатися TinEye. Так само можна шукати відео – для цього треба зробити скріншот із нього.

4. **«T» означає «Trace». Відстежте першоджерело інформації**

Під час цього кроку ваша мета – з'ясувати, хто є першоджерелом інформації. Важливо, що потрібно з'ясувати не лише те, чи є інформація правдивою, але й те, чи не була вона вирвана з контексту. Наприклад, якщо це фото – то чи відповідає його опис у публікації в соцмережах, яку ви побачили, оригінальному підпису, контексту та місцю зйомки? Якщо це цитата – чи не була відредагована чи вирвана з контексту? Наприклад, якщо ви прочитаєте повне інтерв'ю, то можете дійти висновку, що людина просто обмовилася.

Отже, знаючи які прийоми використовують для створення фейкових постів та прості кроки з їх виявлення ми можемо проаналізувати будь-яку інформацію. Це дасть нам впевненості в тому, що ми сприймаємо якісну та достовірну інформація, а не фейк, який нам хочуть видати за правду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Інститут масової інформації URL: https://imi.org.ua/advices/yak-vyznachyty-ta-zlovyty-fejk-i2388 (дата звернення 10.02.26).
2. Як розпізнати фейкові новини та дезінформацію в соцмережах. Чотири прості кроки BBC NEWS Україна URL: https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cd13wjzq00wo (дата звернення 10.02.26).

Єлизавета ЦИГАНЕНКО
Київський національний університет технологій та дизайну
Наталія СКЛЯРЕНКО
доктор мистецтвознавства, професор
професор кафедри архітектури та дизайну
Луцький національний технічний університет

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У РОЗРОБЦІ ДИЗАЙНУ КАРТ UNO: ВИКЛИКИ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сучасний ринок настільних ігор переживає активну фазу локалізації: провідні видавці випускають тематичні версії класичних ігор, зокрема УНО, адаптовані під культурну ідентичність різних країн. Актуальність дослідження зумовлена тим, що питання якості та культурної коректності таких ШІ-результатів у контексті національного ігрового дизайну залишається недостатньо вивченим. Зокрема, поза увагою дослідників залишається те, наскільки по-різному ШІ-платформи інтерпретують культурний контекст [1] при виконанні однакового творчого завдання. Важливу роль у цьому аспекті відіграє здатність зберегти зміст української символіки, що відображає регіональну ідентичність і несе в собі обереговий зміст [2].

Мета роботи – порівняти результати трьох загальнодоступних ШІ-систем (ChatGPT, Google Gemini та Claude) при виконанні єдиного завдання: розробити одну картку гри УНО стандартного розміру 55,88 × 88,9 мм із застосуванням автентичних українських народних символів, зокрема трипільської орнаментики, символіки вишиванки та народних мотивів.

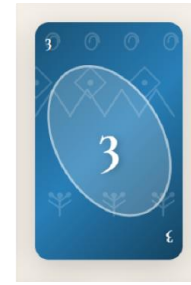
У результаті дослідження отримано три візуально відмінні варіанти картки УНО, що дозволяє провести порівняльний аналіз стратегій кожної системи щодо інтерпретації культурної символіки в ігровому дизайні. ChatGPT сформував насичену ілюстративну композицію: хата-мазанка, пшеничне поле, мак і калина, діагональна синьо-жовта стрічка прапора по центру та трипільські орнаменти з фігурами Берегині у верхній смузі. Тризуб розміщено у лівому верхньому куті (рис. 1:а), цифра «1» присутня двічі – у кутовому написі та у формі золотої розетки. З позиції ігрового дизайну УНО цей варіант є проблематичним: подвійний формат числового позначення порушує типографічну ієрархію карти, а надлишок образотворчих елементів ускладнює миттєве зчитування номіналу під час гри.

Google Gemini запропонував геометричний дизайн у стилі сучасного етнофутуризму: синій фон із складним центральним елементом у вигляді восьмипроменевої зірки-сонця з трикутниками та ромбами у жовто-

червоній палітрі, у центрі якої — спіраль зі стилізованою цифрою. По краях картки розміщено меандровий орнамент (рис. 1:б). Цей варіант демонструє найвищу декоративну складність, однак є найбільш проблематичним з ігрової точки зору: відсутня чітка кутова нумерація у стандартному форматі УНО, а перевантаженість деталями унеможливлює швидке розпізнавання номіналу. Claude обрав мінімалістичну концепцію: монохромний фон у кольорах стандартної палітри УНО з тонкими трипільськими символами — хвилями, горами-зигзагами, деревом життя, засіяним полем у вигляді ромбів (рис. 1:в). Центральний елемент – напівпрозорий овал з великою цифрою, що відповідає класичній структурі карти УНО. Функціонально цей варіант найближчий до вимог гри, однак рівень культурної деталізації найнижчий серед трьох.

а

б



в

Рис. 1. Дизайн карт УНО від трьох різних ШІ: а – ChatGPT (DALL-E); б – Google Gemini; в – Cloude.

Три отримані результати утворюють чіткий спектр стратегій ШІ: ChatGPT надав перевагу образотворчій насиченості на шкоду функціональності, Gemini досяг максимальної декоративної складності за рахунок культурної точності, Claude пріоритизував функціональність, знехтувавши глибиною символічного шару. Спільна проблема всіх трьох – відсутність семантичної перевірки символів: ШІ не розрізняє декоративну та сакральну функції народного орнаменту, змішує символи різних культур і відтворює образи через призму комерційно популярного контенту, ігноруючи соціально-антропологічний вимір [3].

Отже, проведений порівняльний аналіз трьох ШІ-систем у завданні з розробки карти УНО з українською символікою дозволяє зробити узагальнені висновки. По-перше, кожна система демонструє власну стратегію роботи з культурним матеріалом. По-друге, виявлена закономірність – змішування символів різних культур, спрощення їхньої семантики, підміна автентичності декоративністю – є системною

характеристикою сучасного генеративного ШІ, а не специфікою окремої платформи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Li H., Xue T., Zhang A., Luo X., Kong L., Huang G. The application and impact of artificial intelligence technology in graphic design: A critical interpretive synthesis. Heliyon. 2024. Vol. 10 (21), e40037. DOI: https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e40037
2. Бодасюк О. Трипільська писемність: значення найпоширеніших символів. Supremus. 2019. URL: https://supremusblog.wordpress.com/2019/10/06/трипільська-писемність-значення-най/ (дата звернення: 05.03.2026).
3. Huang Y., Fan K. The application of artificial intelligence-assisted technology in cultural and creative product design. Scientific Reports. 2024. Vol. 14, 31069. DOI: DOI: https://doi.org/10.1038/s41598-024-82281-2

Яким ШУГАЙЛО
Хмельницький національний університет
Лариса КРАСНЮК
кандидат технічних наук, доцент
доцент кафедри технології і конструювання швейних виробів
Хмельницький національний університет

ДИЗАЙН ПРОЄКТУВАННЯ АНСАМБЛЮ ЧОЛОВІЧОГО ОДЯГУ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕКОШКІРИ

Сучасний розвиток модної індустрії характеризується динамічністю, орієнтацією на універсальність та інтеграцією принципів сталого розвитку у проєктну практику. Особливої актуальності набувають ансамблі одягу, які мають виразне образне вирішення, поєднують естетичну довершеність, функціональність та мобільність.

Ансамбль є комплексом одягу, що складається з кількох елементів, які гармонійно поєднуються між собою за кольором, формою та матеріалами. Основна ідея ансамблю – створення цілісного образу, що підкреслює індивідуальність і стиль його носія. Для чоловіків ансамбль має виняткове значення, адже допомагає підкреслити індивідуальність, статус та стиль. В умовах сучасного динамічного життя універсальні ансамблі стають особливо важливими, адже дозволяють адаптуватися до різних ситуацій: від повсякденного використання до формальних подій [1].

Тому метою роботи є проєктування ансамблю чоловічого одягу під девізом «Eko Grey» з використанням екошкіри як засобу формування цілісного, універсального та сучасного образу.

Для проєктування ансамблю обрано спортивно-елегантний стиль, що поєднує спортивний комфорт і функціональність з елементами естетики класичних образів. Цей стиль базується на ідеї мобільності, практичності та мінімалістичної елегантності, що відображає дух активної, впевненої у собі людини. Використання екошкіри для виготовлення виробів ансамблю передає ідею відповідальності перед природою, підкреслюючи сучасні тенденції в еко-моді та відображає прагнення автора до впровадження екоорієнтованих підходів у дизайні одягу.

Джерелом натхнення для створення ансамблю чоловічого одягу стала архітектура сучасних мегаполісів з їх монохромною палітрою та ритмічними лініями. Зв'язок із джерелом натхнення передано через кольорову палітру виробів ансамблю з прохолодними та приглушеними відтінками (сірий, фіолетовий), що нагадують міські пейзажі та водночас є універсальними для будь-якої обстановки (рис. 1).

Рис.1. Ансамбль чоловічого одягу «Eko Grey»
(автор Яким ШУГАЙЛО, керівник Лариса КРАСНЮК)

Розроблений ансамбль включає футболку, штани, толстовку з трикотажного полотна та пальто, кепку і сумку-трансформер, що виконані із еко-шкіри. Композиційна цілісність ансамблю досягається узгодженістю силуетних рішень, матеріалів і декоративних акцентів. Авторське оздоблення у вигляді ромбовидних вставок із трикотажного полотна та екошкіри підсилює індивідуальність образу та формує впізнаваний

візуальний код. Запропоновану модель можна адаптувати до повсякденного або спортивного образу, що відповідає сучасним запитам модної індустрії та потребам споживачів.

Стилістична єдність виробів забезпечується спільною кольоровою палітрою, поєднанням фактур і лаконічністю композиційних засобів. Колористичне рішення базується на поєднанні виробів фіолетового і білого кольору з сірою екошкірою, що створює стриманий, урбаністично орієнтований образ. Декоративні мозаїчні елементи, що виконані за авторською технологією, розміщено на манжетах і вставках виробів ансамблю. Їх конструкція передбачає двошарову будову: верхній шар з екошкіри з ромбовидними вирізами та застроченими защипами і нижній – із трикотажного полотна. Таке рішення посилює пластичну виразність форми та надає ансамблю динамічного характеру.

Отже, у результаті проведеної роботи розроблено концепцію сучасного чоловічого ансамблю у спортивно-елегантному стилі, що поєднує функціональність, мобільність та мінімалістичну естетику. Визначено, що звернення до урбаністичної архітектури як джерела творчого натхнення сприяло формуванню монохромної кольорової палітри та ритмічної організації декоративних елементів, що забезпечило композиційну цілісність образу. Ансамбль одягу пройшов практичну апробацію в умовах Всеукраїнського конкурсу молодих дизайнерів одягу «Барви Поділля» та Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів-модельєрів «Печерські Каштани».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Малинська А. М., Пашкевич К. Л., Смирнова М. Р., Колосніченко О.В. Розробка колекцій одягу : навч. посібник. К. : Профі, 2014. 140 с.

Олена ЮДІНА
здобувачка 1 курсу другого (магістерського) рівня
Херсонський національний технічний університет
Анна БІЛИК
кандидат мистецтвознавства, доцент
Херсонський національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ХУДОЖНЬОЇ МОВИ ЖОАНА МІРО ЯК ДЖЕРЕЛА СТВОРЕННЯ ДИТЯЧОГО ІГРОВОГО ПРОСТОРУ

Творчість Жоана Міро посідає особливе місце в мистецтві ХХ століття завдяки поєднанню абстрактного мислення, символічної мови та безпосередності дитячого світосприйняття. Його художня система розвивається в руслі модерністських і сюрреалістичних практик, орієнтованих на символи, асоціації та умовні форми. Міро свідомо

звертається до первинних форм, знаків і кольорів, які апелюють не до раціонального аналізу, а до емоційної та інтуїтивної реакції глядача. Саме це робить його художню мову потенційно придатною для інтерпретації у середовищному дизайні, зокрема в проєктуванні дитячих ігрових просторів.

Однією з ключових складових художньої мови Ж. Міро є колір. У його роботах домінують насичені, чисті кольори — червоний, синій, жовтий, чорний, що використовуються як самостійні композиційні елементи. Колір у Міро не підпорядковується законам світлотіні чи реалістичного зображення об'єктів, а функціонує як емоційний і ритмічний інструмент. Він формує динаміку композиції, акценти та зорові паузи, створюючи відчуття гри, руху й відкритості. Такий підхід перегукується з принципами формування дитячого ігрового середовища, де колір виконує не лише декоративну, а й психологічну та навігаційну функції. У дитячих майданчиках використання локальних, яскравих кольорів дозволяє активізувати простір, стимулювати емоційне залучення дитини та формувати зорові орієнтири без перевантаження деталями.

Форма в творчості Жоана Міро базується на принципі спрощення та відмови від жорсткої геометрії. Художник широко використовує криволінійні, асиметричні, нестійкі форми, які не мають однозначного тлумачення. Такі форми створюють відчуття руху та незавершеності, запрошуючи глядача до активного співтворення образу. У контексті дитячих майданчиків подібний формотворчий підхід може бути інтерпретований через створення ігрових елементів, що не задають чітко визначеного сценарію використання. Абстрактні об'єми, хвилеподібні поверхні, змінні за масштабом і пропорціями елементи сприяють розвитку уяви та вільної гри, де дитина самостійно визначає спосіб взаємодії з простором.

Образи у творчості Міро мають умовний, знаковий характер. Вони балансують між впізнаваністю та абстракцією, нагадуючи фігури, істот або символи, але не фіксуючи їх остаточного значення. Така образність близька до дитячого мислення, в якому один і той самий об'єкт може набувати різних значень залежно від контексту гри. У дизайні дитячих майданчиків цей принцип може реалізовуватися через використання форм, що стимулюють асоціативне мислення, а не нав'язують готові образи. Ігрове середовище, побудоване на основі умовних форм і знаків, стає відкритим для інтерпретації та підтримує різноманітні сценарії гри.

Перенесення художньої мови Ж. Міро в проєктування дитячих майданчиків дозволяє відійти від стандартизованих рішень та типових ігрових комплексів. Колір, форма та образи розглядаються не як окремі декоративні елементи, а як взаємопов'язані засоби формування цілісного

ігрового середовища. Такий підхід сприяє створенню простору, що розвиває емоційне сприйняття, уяву та здатність дитини до самостійної гри. Інтерпретація художніх принципів Міро в середовищному дизайні відкриває можливість інтеграції мистецтва в повсякденний простір міста та формування дитячих майданчиків як повноцінних елементів культурного середовища.

Павло ЯКОВЛЄВ
Хмельницький національний університет
Оксана СТРИЖОВА
кандидат технічних наук, доцент кафедри дизайну
Хмельницький національний університет

ЛОГОТИП – ЯК ЕМОЦІЙНИЙ СИМВОЛ АЙДЕНТИКИ

Основною вимогою для створення елементів фірмового стилю на прикладі бренду молодіжного одягу Cloudwalkers, є відповідність між графічними рішеннями та стилем одягу й концепцією бренду, для якого створюється айдентика. Бренд молодіжного одягу Cloudwalkers – це легкий, яскравий і неформальний одяг, створений для тих, хто хоче виділятись і не розчинятися в сірому натовпі. Назва перекладається як «ті, що ходять по хмарах» і асоціюється з мрійниками – людьми, які постійно живуть ідеями, креативом і бажанням вирватися за межі шаблону. Це одяг із легким настроєм, іронією та гумором, який допомагає сприймати світ трохи простіше, навіть коли настрій не найкращий.

Айдентика бренду для підтримки невимушеної та дружньої візуальної мови одягу бренду має бути теж яскравою, живою та емоційною, використовувати активні кольорові поєднання, контрастні протиставлення, щоб привертати увагу та викликати позитивні емоції. Фірмовий стиль має підтримувати характер бренду, підкреслювати його неформальність, емоційність та молодіжний настрій, не суперечити загальній ідеї та візуальній мові його одягу.

Під час розроблення фірмового стилю та графічних об’єктів бренду Cloudwalkers важливим етапом став аналіз потреб цільової аудиторії. Цільовою аудиторією бренду є молодь, для якої одяг і візуальний стиль є засобами самовираження та демонстрації особистих цінностей. Така молодь активно взаємодіє у соціальних мережах, активно користується або й створює мем-культуру, «спілкується» у постерному форматі, є чутливою до емоційних образів, що передають іронію, внутрішню свободу, мрійливість і відчуття втечі від повсякденної рутини, легко сприймає візуальні рішення із наївною графікою, гумором, іронією. Така молодь

позитивно сприймає дизайн, що виглядає неідеальним, має емоцію та індивідуальний почерк.

Саме тому молодь надає перевагу брендам, які у одязі та й власному фірмовому стилі використовують просту, наївну та емоційно позитивну графіку, що не нав'язує складних сенсів, а створює відчуття щирості. У такому контексті вибір яскравого і неформального стилю можна розглядати як культурну реакцію на домінування в айдентиці стриманого мінімалізму, що може викликати асоціації з безособовістю та відсутністю емоційності.

Таким чином, обраний візуальний напрям фірмового стилю бренду «Cloudwalkers», що базується на наївності, яскравості та неформальності, відповідає потребам цільової аудиторії та її прагненню до індивідуальності, емоційної свободи й відмови від шаблонних візуальних рішень.

У процесі аналізу аналогів та тенденцій в дизайні фірмового стилю і брендованої продукції розглянуто сучасні молодіжні бренди, що працюють у сегменті streetwear та lifestyle і вирізняються нестандартним підходом до візуальної айдентики. Серед них особливу увагу привертають такі бренди, як Stussy, Cactus Plant Flea Market, Cactus Jack, House of Errors, Golf Le Fleur, Comme des Garçons та BAPE. Ці бренди формують свою фірмову ідентичність через впізнавану графічну мову, що поєднує емоційність та іронію. Однією з ключових тенденцій у дизайні їх фірмового стилю є використання спрощеної – наївної графіки, яка передбачає свідоме використання простих форм, умовних чи видуманих персонажів, рукописних декоративних написів та візуальних образів, які нагадують скетчі чи навіть дитячі малюнки.

Простота є продуманим художнім прийомом, спрямованим на створення відчуття щирості та емоційної відкритості. У брендингу досліджених аналогів наївна графіка є способом дистанціюватися від класичних корпоративних стандартів і сформувати альтернативну, більш живу та неформальну айдентику.

Ще однією характерною тенденцією є активне використання персонажів як складових фірмового стилю. Персонажі виступають візуальними носіями характеру бренду та дозволяють передавати настрій, ідею або світогляд без прямого текстового пояснення. Такі образи часто мають спрощену форму, перебільшені пропорції або навмисно недосконалий вигляд, що підсилює їх емоційність та запам'ятовуваність. У поєднанні з мінімалістичною типографікою персонажі утворюють систему айдентики. Важливу роль відіграє типографіка, яка часто використовується не лише як інформаційний елемент, а як повноцінний графічний засіб, здатний формувати настрій і стиль бренду.

Для формування концепції логотипу бренду створено карту асоціацій (рис.1), що дозволило візуалізувати головні ідеї бренду, структурувати

смислові напрями ідей та сформувати основу для образності фірмового стилю.

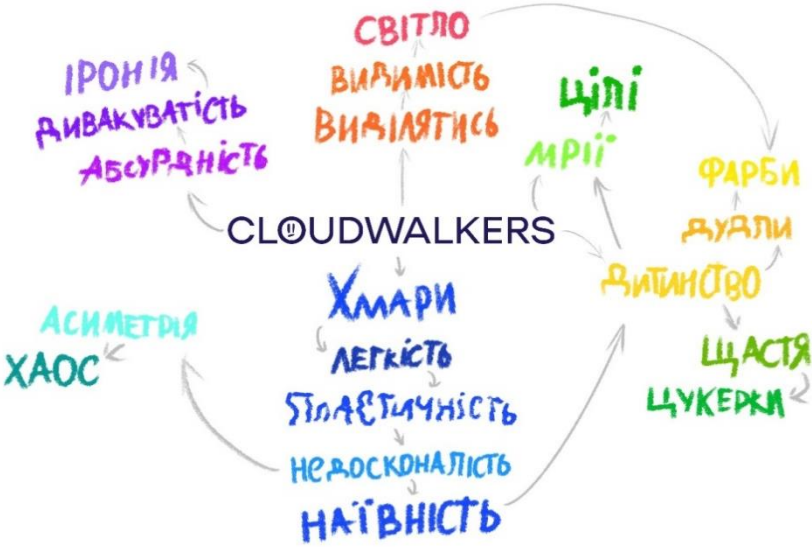


Рисунок 1 – Карта асоціацій для розробки фірмового стилю бренду молодіжного одягу «Cloudwalkers»

Одним із візуальних орієнтирів стали дитячі малюнки – як форма максимально щирого та неформального «висловлювання». Характерною особливістю дитячої творчості є відсутність академічних правил, пряма передача емоцій та образів без раціональних умовностей.

У процесі опрацювання можливих джерел творчого натхнення для розробки елементів фірмового стилю бренду Cloudwalkers складено дошку натхнення та стилю (рис. 2), в який узагальнено образи, настрої та стилістичні прийоми, що можуть стати основою для подальшого проєктування логотипу і шрифту бренду. Мудборд є результатом візуального аналізу та допомагає представити емоційний напрям в айдентиці бренду.

Рисунок 2 – Мудборд образів, настрою та можливих стилістичних прийомів для майбутнього фірмового стилю бренду молодіжного одягу «Cloudwalkers»

Розвитком цієї ідеї стало звернення до образу хмар, що безпосередньо пов'язаний із назвою бренду Cloudwalkers. Хмари можуть бути втілені як м'які форми, яким притаманна мінливість, пластичність та відсутність чіткої геометрії. Вони можуть бути різними за формою, текстурністю, об'ємом і характером, але лишатися при цьому впізнаваними. Така недосконалість і хаотичність можливої форми логотипу перегукується з дитячою графікою та підкреслює ідею свободи від жорстких візуальних рамок. Наївна графіка, рукописна типографіка та умовні персонажі розраховані на те, що вони будуть сприйматися як прояв особистості та свободи самовираження.

Людмила ЯКУБОВИЧ
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж
Анна ВЕРЕТІЛЬНИК
викладач вищої категорії
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж

НАЦІОНАЛЬНА КУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАБІЛЬНОСТІ СУСПІЛЬСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

У XX–XXI століттях глобалізація суттєво змінює культурний простір сучасного світу. Розвиток технологій, міжнародних комунікацій та економічних зв'язків сприяє інтеграції держав у єдиний глобальний простір. Проте ці процеси створюють виклики, серед яких особливо важливим є збереження національної культурної ідентичності. Уніфікація стилів, моделей споживання та масової культури може призводити до втрати самобутності й традицій.

Національні традиції є носіями історичної пам'яті та цінностей, вони формують культурний код нації й забезпечують спадкоємність поколінь. Збереження мови, мистецтва, ремесел та символіки має велике значення в умовах глобального культурного обміну. Для України це питання є стратегічним, адже культура виступає складовою національної безпеки та самоусвідомлення.

Важливо розуміти, що традиції не повинні залишатися статичними. Їхнє творче переосмислення та інтеграція в сучасний культурний простір дозволяють поєднати історичну спадщину з новими формами вираження. У дизайні це проявляється у використанні традиційних орнаментів, символів та технік у сучасній графіці, текстилі чи цифрових медіа. Такий підхід допомагає створювати конкурентоспроможний національний продукт у світовому контексті.

Важливу роль відіграє освіта: вивчення історії мистецтва та традиційних ремесел сприяє формуванню поваги до культурної спадщини. Державна культурна політика, підтримка локальних ініціатив, музейних і виставкових проєктів, розвиток креативних індустрій - усе це є дієвими механізмами збереження та популяризації національних традицій.

Сучасні приклади - використання української орнаментики у брендингу, фестивалях та культурних проєктах, а також переосмислення петриківського чи косівського розпису в графічному дизайні та цифрових продуктах. Українські дизайнери й шрифтові майстри активно звертаються до спадщини, створюючи унікальний візуальний код держави.

Отже, збереження національної культурної ідентичності в умовах глобалізації полягає не в ізоляції, а в розвитку й адаптації традицій. Саме поєднання спадщини та інновацій дозволяє формувати гармонійний

культурний простір, у якому національна ідентичність не зникає, а набуває нових форм і змістів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Семчишин М. Тисяча років української культури. Київ: АТ «Друга рука», 1993.
2. Федорук О. Українське мистецтво XX століття. Київ: Либідь, 2006.

Марина ЯРЕМЧУК
здобувачка 4 курсу першого (бакалаврського) рівня
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Оксана ПІДДУБНА
кандидат педагогічних наук, доцент
завідувач кафедри образотворчого мистецтва та дизайну
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ФУНКЦІОНАЛЬНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПЛАКАТА В УМОВАХ СУЧАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

В умовах високої динаміки сучасного інформаційного середовища плакат трансформується з традиційного засобу візуальної агітації на високотехнологічний інструмент комунікації, ефективність якого визначається здатністю до миттєвого впливу на свідомість реципієнта. [4, с.113]

Кожен елемент дизайнерського оформлення виконує подвійну функцію: привернення уваги та забезпечення зв'язку між змістом і візуальною формою. Використання візуальних прийомів дозволяє структурувати навіть складні або абстрактні теми, роблячи їх доступними для широкої аудиторії.

В основі якісного дизайну лежить композиція, що визначає візуальне сприйняття тексту та ілюстрацій. Її стабільність та ефективність базується на трьох головних принципах: балансі, контрасті та єдності елементів [1, с.15-16].

Оцінка ефективності дизайнерських рішень безпосередньо залежить від їхньої спроможності оптимізувати комунікативність проєкту. Дизайн плаката, поєднуючи естетичну привабливість із функціональністю, має бути інтуїтивно зрозумілим, що забезпечує швидке зчитування повідомлення.

Сучасна ринкова практика підтверджує, що функціональний мінімалізм стає домінуючим трендом. Висока конверсія та успішність плакатів із мінімалістичним оформленням свідчить про те, що лаконічність дизайнерського висловлення є одним із найефективніших інструментів впливу на реципієнта.

У проєктуванні плакатів із технічним чи навчальним контентом, стримана колористика та лаконічність графічних рішень сприяють формуванню образу авторитетності та професіоналізму, що є важливим для утримання уваги фахової аудиторії. Натомість надмірна візуальна складність або перенасиченість декором створюють «інформаційний шум», який нівелює освітню цінність контенту та перешкоджає засвоєнню матеріалу.

Відтак, оцінка ефективності дизайнерських рішень має базуватися на паритеті естетичної виразності та функціональності. Остання забезпечує зручність сприйняття тексту й ілюстрацій, а також відповідність візуальної оболонки змістовому наповненню проєкту [2, с.259–264].

Ключовим етапом оцінки ефективності дизайну плакату є апробація через анкетування та тестування цільової аудиторії. Це дозволяє отримати безпосередню зворотну реакцію щодо сприйняття ключових елементів: шрифтових гарнітур, палітри кольорів та загальної стилістики. Такі дані допомагають дизайнеру ідентифікувати елементи, що сприяють комунікації, та відсіяти ті, що відволікають або дезорієнтують реципієнта (наприклад, учасника освітнього процесу).

Емпіричні методи дослідження, зокрема фокус-групи та масові опитування, дозволяють зібрати статистично значущі дані для корекції дизайнерської стратегії. Наприклад, якщо тестування виявляє дисонанс між науково-популярним жанром та надмірно експресивним оформленням, вчасна мінімізація засобів виразності дозволяє гармонізувати дизайн-проєкт із очікуванням споживачів, значно підвищуючи рівень залученості аудиторії.

Узагальнюючи викладене вище, можна стверджувати, що функціональна ефективність сучасного плаката в умовах інформаційного перенасичення визначається не стільки складністю художніх засобів, скільки точністю комунікативних стратегій. Головними критеріями ефективності дизайну плаката виступають здатність візуального образу до миттєвого зчитування в умовах дефіциту часу, відповідність візуальної мови змістовому наповненню та жанру плаката (зокрема, використання стриманого дизайну для наукових та технічних завдань). Окрім того, дизайн має здатність суттєво впливати на популярність продукту серед конкретних соціальних груп. Зокрема, інтеграція актуальних культурних кодів, сучасних візуальних тенденцій та мовних особливостей дозволяє ефективно залучати молодіжну аудиторію, забезпечуючи високий рівень емоційного та інтелектуального відгуку [3, с.121–126].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Колосніченко О., Остапенко Н., Пашкевич К. та ін. Адаптивна роль плакату в контексті розвитку сучасного мистецтва : моногр. / під наук. ред. М. В. Колосніченко. Київ: КНУТД, 2023. 220 с.
2. Усенко О. Навчальні аспекти створення плаката в стилі українського авангарду в процесі дизайн-проєктування. Актуальні питання гуманітарних наук. Педагогіка. Вип 39, том 3, 2021. с. 258–264 DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/39-3-41 (дата звернення: 05.03.2026).
3. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2013. Вип. 19 (1). с. 121–126. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2013_19(1)__28 (дата звернення: 07.03.2026).
4. Шевченко В.Я. Композиція плаката : навчальний посібник. 2-е вид., доп. Харків : Колорит, 2007. 133 с.

Наукове електронне видання

ДИЗАЙН І ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

Матеріали ІІ Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції м. Хмельницький, ХНТУ, 12 березня 2026 року

ISBN 978–617–8187–79–8 (електронне видання)

Оригінал-макет підготовлено на кафедрі дизайну ХНТУ
Дизайн: Крижановський В.М.

Підписано до видання 04.05.2026 р. Формат 60×84/8.
Гарнітура Times.
Ум. друк. арк. 19,22. Обл.-вид. арк. 20,66.
Замовлення № 3265.

Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В. С.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи серія ХС № 48 від 14.04.2005 р.
видано Управлінням у справах преси та інформації
73000, Україна, м. Херсон, вул. Соборна, 2,
тел. +38(050) 133-10-13,
e-mail: printvvs@gmail.com