

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Київський національний університет технологій та дизайну
Державний університет інфраструктури та технологій
Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука
Волинська організація Співки дизайнерів України
Волинська організація національної Співки художників України

ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ

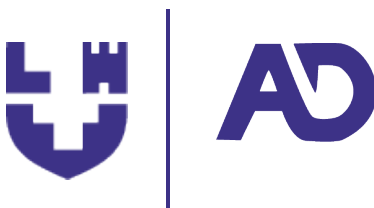


Тези доповідей за матеріалами
ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ

Луцьк
15 травня 2025 р.



Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Київський національний університет технологій та дизайну
Державний університет інфраструктури та технологій
Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну
імені Михайла Бойчука
Волинська організація Спільки дизайнерів України
Волинська організація національної Спільки художників України



ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ

Тези доповідей за матеріалами
IX Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції
молодих вчених та студентів
15 травня 2025 р.

УДК 7.05(082)(477)(0.034.2)=131.1
Т67

Рекомендовано до друку
вченою радою Луцького національного технічного університету
протокол № 10 від 31 травня 2025 року

Т67 ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ: Тези доповідей за матеріалами ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ. 15 травня 2025 року, м. Луцьк. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 464 с.

Тези доповідей охоплюють дослідження соціокультурних та мистецтвознавчих аспектів дизайну, проблем та перспектив розвитку еко-дизайну, методів моделювання в техніці, будівництві та освітній діяльності, інформаційних технологій візуалізації в художньо-проектній діяльності та дизайну архітектурного середовища.

УДК 7.05(082)(477)(0.034.2)=131.1

© Луцький національний технічний університет, 2025

Науковий комітет:

БАХОВИЧ Ірина Михайлівна – ректор Луцького національного технічного університету, доктор економічних наук, професор, голова організаційного комітету.

ЛЮТАК Олена Миколаївна – проректор з науково-педагогічної роботи та досліджень Луцького національного технічного університету, доктор економічних наук, професор;

АНДРІЙЧУК Олександр Валентинович – декан факультету архітектури, будівництва та дизайну Луцького національного технічного університету, кандидат технічних наук, професор;

МАРЧУК Володимир Павлович – заслужений діяч мистецтва України, голова правління Волинської організації національної Спілки художників України;

ПАШКЕВИЧ Калина Лівіанівна – декан факультету дизайну Київського національного університету технологій та дизайну, доктор технічних наук, професор, член Спілки дизайнерів України, член Національної Спілки художників України;

ПРИЩЕНКО Світлана Валеріївна – професор кафедри інформаційних технологій та дизайну Державного університету інфраструктури та технологій, доктор мистецтвознавства, професор;

ХИЖИНСЬКИЙ Володимир Вікторович – проректор з наукової та міжнародної діяльності Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука, кандидат мистецтвознавства, доцент, член Національної Спілки художників України, член Міжнародної Академії Кераміки (IAC), Женева;

ПАСІЧНИК Оксана Степанівна – завідувач кафедри архітектури і дизайну Луцького національного технічного університету, кандидат архітектури, доцент;

ПУСТЮЛЬГА Сергій Іванович – професор кафедри архітектури та дизайну Луцького національного технічного університету, доктор технічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України;

БОНДАРЧУК Юлія Сергіївна – доцент кафедри архітектури та дизайну Луцького національного технічного університету, кандидат мистецтвознавства, доцент;

СКЛЯРЕНКО Наталія Владиславівна – професор кафедри архітектури та дизайну Луцького національного технічного університету, доктор мистецтвознавства, професор, член Спілки дизайнерів України.

Відповідальний секретар конференції:

МИРОШНИЧЕНКО Іванна Володимирівна – асистент кафедри архітектури та дизайну Луцького національного технічного університету.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ

БЕРЕЗЕНКО Сергій, ЛЯСОТА Стелла, МОСОХА Тетяна РОЗРОБКА МАКЕТУ КНИЖКИ ТА ЇЇ ІЛЮСТРАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	15
БОБОШКО Таїсія, ЛАВРИКОВА Катерина КОМПОЗИЦІЙНІ ПРИНЦИПИ ТА СИМВОЛІКА В УКРАЇНСЬКІЙ ВИШИВАНЦІ: АНАЛІЗ СІТКОВИХ СТРУКТУР ТА КОЛЬОРОВОЇ ПАЛІТРИ	18
БУРЕНКОВА Аліса, СКЛЯРЕНКО Наталія ВІЗУАЛЬНІ ЕФЕКТИ В ОБКЛАДИНКАХ ДЛЯ КОМІКСІВ: ТРЕНДИ СУЧАСНОСТІ	20
БУРКО Надія, СКЛЯРЕНКО Наталія ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У МОТИВАЦІЙНІЙ РЕКЛАМІ ВОЄННОГО ХАРАКТЕРУ	24
БУРКО Софія, ПРИСТУПА Ольга ЕВОЛЮЦІЯ ОКУЛЯРІВ: ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ, МАТЕРІАЛІВ ТА ДИЗАЙНУ	28
ВАСИЛЬЧИК Софія, ШАУРА Аліна ВАЖЛИВІСТЬ РЕДИЗАЙНУ САЙТІВ ДЛЯ ТЕАТРІВ З МЕТОЮ ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЧА	34
ВОРОНА Надія ДИЗАЙН РЕКЛАМНОГО ПОВІДОМЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ	36
ГОРДІЙЧУК Анна, ЛЕЛИК Ярослав, ЛЕСИК-БОНДАРУК Оксана ВИКОРИСТАННЯ ОБРАЗУ КОТА В КОНТЕКСТІ ЛОГОТИПІВ	39
ГОЛУБЧУК Катерина ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ (З 1920-Х РОКІВ ПО СЬОГОДЕННЯ)	44

ГРИБУК Софія, ПРИСТУПА Ольга КРЕАТИВНІСТЬ У РЕКЛАМІ: ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ТА ВІЗУАЛЬНІ ПРИЙОМИ.....	50
ГРИГОРЧУК Ганна ДО ПИТАНЬ ТЕРМІНОЛОГІЇ: СУЧАСНИЙ ЦЕНТР ДОЗВІЛЛЯ.....	55
ДАНЕЛЯН Лаура, ЛАВРІКОВА Катерина КРИМСЬКОТАТАРСЬКИЙ ОРНАМЕНТ «ОРЬНЕК» ЯК ФЕНОМЕН ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ	59
ДУБАТОВКА Марія, СКЛЯРЕНКО Наталія СПОСОБИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТРАДИЦІЙНОЇ ВИШИВКИ У ДИЗАЙНІ СУЧАСНОГО ЖІНОЧОГО ОДЯГУ	62
ІГНАТЕНКО Анастасія, ШАУРА Аліна РОЗРОБКА ВЛАСНОГО ШРИФТУ ЯК СКЛАДОВА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ.....	66
ІСЮК Владислава, ВРОНСЬКА Рада ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛІНІЙНОГО ЗОБРАЖЕННЯ У ТВОРЧОСТІ ПАБЛО ПІКАССО.....	70
КИСІЛЬ Каміла СУЧАСНІ ТРЕНДИ У ПРОЄКТУВАННІ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПАТРІОТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ.....	74
КІБИШ Соломія, ПРИСТУПА Ольга ЕВОЛЮЦІЯ ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ БРЕНДІВ.....	78
КОСТЮЧОК Вікторія, ПРИСТУПА Ольга ДИЗАЙН УПАКОВКИ: КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ПРИВАБЛИВОСТІ....	83
КРАМАРЕНКО Марія СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ.....	88

КРЕЧКО Анастасія, РОМАНЮК Ольга ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ДИТЯЧОЇ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	91
ЛЕВЧУК Віталій, ВРОНСЬКА Рада ОБРАЗИ ТВАРИН У ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	95
ЛЕВЧУК Володимир, РОМАНЮК Ольга СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ БРЕНДБУКІВ: ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ	99
МАЛАШЦІЦЬКА Юстина, СКЛЯРЕНКО Наталія ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ ГРАЛЬНИХ КАРТ	103
МАРЧУК Анастасія, АГЛУЛЛІН Руслан РОЛЬ ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩА У ФОРМУВАННІ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ТВАРИН У ПРИТУЛКАХ	108
МЕЛЬНИК Сусанна, ВРОНСЬКА Рада, СКЛЯРЕНКО Наталія ЕТНІЧНИЙ КОД У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТВОРЧОСТІ ОЛЕКСІЯ ЧЕКАЛЯ)	112
ПАТЮК Антон, РОМАНЮК Ольга СПОСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙ У ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ	117
ПРИЙМАЧУК Мар'яна, СКЛЯРЕНКО Наталія СИМВОЛІКА ОБРАЗІВ У ДИЗАЙНІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКНОТ В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ	120
ПРИХОДЬКО Кристина ЛИСТ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ТЕКСТ І МУЗЕЙНИЙ ЕКСПОНАТ	124
ПУШКАРНА Софія, СКЛЯРЕНКО Наталія ЗАСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ У ДИЗАЙНІ ЕНЦИКЛОПЕДІЙ ДЛЯ ДІТЕЙ	128

РЕЗЧЕНКО Аріна, ЛАВРІКОВА Катерина ПИСАНКА ЯК КУЛЬТУРНИЙ КОД: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО МИСТЕЦТВА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ. ГУЦУЛЬСЬКА ПИСАНКА.....	132
РИЛЬЦОВА Анастасія, КВІТКА Ольга АЙДЕНТИКА НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ВИБІР АБІТУРІЄНТА.....	136
СІТОВСЬКА Анна, РОМАНЮК Ольга, СКЛЯРЕНКО Наталія ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗОТВОРЕННЯ ПОРТРЕТІВ ВІДОМИХ ОСОБИСТОСТЕЙ У СУЧАСНИХ ПЛАКАТАХ.....	141
СУХАНОВА Наталія, КУШНЕРЬОВА Арина СУЧАСНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЄВРЕЙСЬКИХ ВИРІЗОК З ПАПЕРУ (РЕЙЗЕЛЕ): ДОСВІД ЙЕХУДИТ ШАДУР.....	145
ТАРАСЮК Вероніка, РОМАНЮК Ольга, СКЛЯРЕНКО Наталія ОСОБЛИВОСТІ FLAT DESIGN У СУЧАСНИХ ШРИФТОВИХ ЛОГОТИПАХ.....	149
ТЕФТЕРУК Вікторія, РОМАНЮК Ольга, СКЛЯРЕНКО Наталія КОЛАЖ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВІЗУАЛЬНИХ НАРАТИВІВ У СУЧАСНОМУ АРТ-ДИЗАЙНІ.....	153
ХАНЮЧЕНКО Андрій, СКЛЯРЕНКО Наталія ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ ШУТЕР І ВИМОГИ ДО ДИЗАЙНУ ПЕРСОНАЖІВ	157
ХАРКЕВИЧ Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія ОБРАЗИ СТИКЕРІВ У КОНТЕКСТІ ВЗАЄМОДІЇ З ТРАНСПОРТНИМ ЗАСОБОМ.....	160
ЧИРВА Анна, СКЛЯРЕНКО Наталія, ВРОНСЬКА Рада СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКИХ КОМІКСІВ В УКРАЇНІ.....	163

ЧУРКІНА Дарина, КВІТКА Ольга НЕГАТИВНИЙ ПРОСТІР В ДИЗАЙНІ ЛОГОТИПУ ЯК ПОЛЕ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ДИНАМІЧНОЇ АЙДЕНТИКИ.....	167
--	-----

ШИНКАР Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія УПАКОВКА ДЛЯ ПАРФУМІВ ЯК ОБ'ЄКТ ДИЗАЙНУ: ЕВОЛЮЦІЯ ТА ЗАСОБИ ФОРМОТВОРЕННЯ	171
---	-----

ШТРАУБ Каріна, МИРОШНИЧЕНКО Іванна, СКЛЯРЕНКО Наталія ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ НАВУШНИКІВ: ВІД ФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ ДО ЕСТЕТИКИ	176
---	-----

ЮНОША Софія, ПУСТЮЛЬГА Сергій ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У ДИЗАЙНІ АВТОРСЬКИХ КАЛЕНДАРІВ.....	180
---	-----

СЕКЦІЯ 2. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКО-ДИЗАЙНУ

БІБІК Вікторія, ГАВРОШ Оксана, КОФЕЛЬ Олександр ЕКОЛОГІЧНИЙ ДРУК: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ.....	188
---	-----

ГРЕСИК Юлія, ЛЕЛИК Ярослав, ЛЕСИК-БОНДАРУК Оксана БАМБУК ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЕКО-МАТЕРІАЛ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ	192
---	-----

ДЕРКАЧ Марія, СКЛЯРЕНКО Наталія ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНОГО КАМЕНЮ У ДИЗАЙНІ WELLNESS-ПРОСТОРІВ.....	196
--	-----

КСЬОНДЗ Дарина, МИРОШНИЧЕНКО Іванна ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ СОЛЯНИХ КІМНАТ.....	199
--	-----

МАКІВСЬКА Вероніка ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКО-ДИЗАЙНУ	204
---	-----

МІРЧУК Анна, СКЛЯРЕНКО Наталія СТАЛИЙ ПІДХІД У ДИЗАЙНІ ПРОДУКТІВ: ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНУ ТА ІННОВАЦІЇ	206
МОСКАЛЕНКО Віталіна ЕКОЛОГІЧНИЙ НАПРЯМ У ВИГОТОВЛЕНІ УПАКОВКИ	210
МУХІНА Поліна, ЄЖОВА Ольга БІОМІМЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ В ЕКО-ДИЗАЙНІ СЕРЕДОВИЩА	214
НІКІТІНА Юлія, ВРОНСЬКА Рада ЕПОКСИДНА СМОЛА ЯК ЗАСІБ ФОРМОТВОРЕННЯ В ДИЗАЙНІ СХОДІВ	218
ПОСПІШНА Діана, ПРИСТУПА Ольга СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ЕКО-МАТЕРІАЛІВ І ПЕРЕРОБЛЕНОГО СМІТТЯ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ ТА БУДІВНИЦТВІ	221
РІПКА Галина, МАЛАНЧАК Кристина, КИСЕЛЬОВА Валерія ЕКО-АЙДЕНТИКА СТАЛИХ БРЕНДІВ ОДЯГУ: ВІЗУАЛЬНІ КОДИ ДОВІРИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	226
СОСНИЦЬКА Анастасія, МИРОШНИЧЕНКО Іванна ВИКОРИСТАННЯ НАТУРАЛЬНОГО КАМЕНЮ У ВИГОТОВЛЕННІ МЕБЛІВ	229
ТАТАРАНІЮК Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія АНАЛІЗ ЕКО- УПАКОВКИ В БРЕНДАХ КОСМЕТИКИ: ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ	233

СЕКЦІЯ 3. МЕТОДИ МОДЕЛЮВАННЯ В ТЕХНІЦІ, БУДІВНИЦТВІ ТА ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

ВАВРИНОВИЧ Павло, ВРОНСЬКА Рада ЗАСТОСУВАННЯ АКРИЛУ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ	237
---	-----

КОБИСЬ Дмитро, ПРИСТУПА Ольга ПРОЄКТНІ ПРОБЛЕМИ УПОРЯДКУВАННЯ ФАСАДІВ КОМЕРЦІЙНИХ СТРУКТУР	241
КОВАЛЬЧУК Сергій ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ЗОНУВАННЯ ПРОСТОРУ ФІЗКУЛЬТУРНО- СПОРТИВНИХ КОМПЛЕКСІВ ЗА ДОПОМОГОЮ КОЛОРИСТИКИ.....	245
КОЗЛОВСЬКА Софія, ЯСЮК Анатолій, ПАЛЬЧИК Анна ОСОБЛИВОСТІ ЛІНІЙНОГО ОСВІТЛЕННЯ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ	249
КОРЕЦЬКА Дарина, МИРОШНИЧЕНКО Іванна ДИЗАЙН ДЕКОРАТИВНИХ ПЕРЕГОРОДОК: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ.....	254
КУЛІШ Андрій, МИРОШНИЧЕНКО Іванна ПРОЗОРІЙ КОРПУС У ДИЗАЙНІ ГАДЖЕТІВ: ТЕНДЕНЦІЇ, МАТЕРІАЛИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ.....	257
КУШНІРЕНКО Вероніка, ШАУРА Аліна ВИКОРИСТАННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЧІВ У НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС.....	261
ЛЮБЧЕНКО Ольга, КВІТКА Ольга БАЗОВІ ПРИНЦИПИ ФОРМОУТВОРЕННЯ ШРИФТУ ЛОГОТИПА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОЄКТУВАННЯ ДИНАМІЧНОЇ АЙДЕНТИКИ.....	265
РИБАЧОК Дарина, ПРИСТУПА Ольга ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ ТЕЛЕВІЗОРА.....	269
ПЕТРОВСЬКА Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУКТИВНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕБЛІВ- ТРАНСФОРМЕРІВ	274
РИШКЕВИЧ Наталя, ЛОПАТІНА Еріка ОСОБЛИВОСТІ МЕБЛЮВАННЯ ТА ОБЛАДНАННЯ В ДИЗАЙНІ БАРУ.....	279

СМИКОВСЬКА Ірина, СКЛЯРЕНКО Наталія ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ ДЗЕРКАЛЬНИХ ПОВЕРХОНЬ У ЖИТЛОВИХ ПРИМІЩЕННЯХ.....	282
ТКАЧУК Валерія, ПРИСТУПА Ольга, ЗАРАЗКА Маркіян ТЕНДЕНЦІЇ СТАЛОГО ДИЗАЙНУ В ІНТЕР'ЄСІ.....	286
ТОБОЛЬСЬКИЙ Мирослав, ЛЕЛИК Ярослав, ЛЕСИК-БОНДАРУК Оксана ДИЗАЙН ОКУЛЯРІВ ЯК СПОСІБ ПІДКРЕСЛЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ.....	291
ТРИНДЮК Ірина, БІЛЕЦЬКИЙ Олег, СКЛЯРЕНКО Наталія КОЛЬОРОВЕ СКЛО В ІНТЕР'ЄРАХ: ЕСТЕТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ	296

СЕКЦІЯ 4. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В ХУДОЖНЬО-ПРОЕКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

АЛЕКСЕЄВ Олексій, ШАУРА Аліна ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 3D-АВАТАРІВ: ВІД СТРИМІНГУ ДО ЦИФРОВОГО МАЙБУТНЬОГО.....	300
БЕРЕЖНА Софія, МАСЛЯК Марія ВІЗУАЛЬНИЙ ШУМ ПРОТИ ВІЗУАЛЬНОГО ВПЛИВУ: ЯК ЗНАЙТИ БАЛАНС У ДИЗАЙНІ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ.....	303
БУГАЙКО Олександра, ПРИСТУПА Ольга ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	306
ГАЛІЩЬКА Анастасія ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В ХУДОЖНЬО- ПРОЕКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	311
ГОРБАЧУК Анатолій, СКЛЯРЕНКО Наталія КОНЦЕПЦІЇ ПРОЄКТУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР В ЖАНРІ ХОРРОР.....	314

ГОРНИЙ Павло ХУДОЖНИЙ АСПЕКТ ЗАСТОСУВАННЯ НЕФОТОРЕАЛІСТИЧНОГО РЕНДЕРИНГУ У ВІДЕОІГРАХ ТА МУЛЬТИПЛІКАЦІ	318
ГРОМКО Юрій, ПУСТЮЛЬГА Сергій РОЛЬ АНІМОВАНИХ ЛОГОТИПІВ ЯК ЗАСОБУ ОПТИМІЗАЦІЇ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДУ	324
ЗАГОРУЙКО Дарина, ВАСИЛЬЄВА Олена ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ПЕРСОНАЖІВ ОСВІТНІХ РОЛИКІВ ДЛЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ВІКУ	329
ЗДОЛБІЦЬКА Світлана, СКЛЯРЕНКО Наталія, ЗДОЛБІЦЬКА Ніна ТРАНСФОРМАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ОБРАЗІВ МУЗИЧНИХ КЛІПІВ У МАСКОТИ	333
КОСТРИЦЯ Аліна, МИРОШНИЧЕНКО Іванна ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ВІЗУАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ПРИГОДНИЦЬКИХ ІГОР З ДВОВИМІРНИМ СВІТОМ	337
КРАВЧУК Тетяна, СКЛЯРЕНКО Наталія ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ПЕРСОНАЖІВ У ЖАНРІ ФЕНТЕЗІ (ЗА МОТИВАМИ ГРИ FORTNITE)	341
КРИВИЧ Олена, КВІТКА Ольга ГРАДІЄНТ ЯК СКЛАДОВА ВІЗУАЛЬНОЇ МОВИ КОРПОРАТИВНОЇ АЙДЕНТИКИ. СЕНСИ, ФОРМИ, СИСТЕМА	344
КУКСА Софія, ГОЛОВАЧУК Ігор ДИЗАЙН АНІМАЦІЙНИХ РОЛИКІВ У РЕКЛАМІ ОХОЛОДЖУЮЧИХ НАПОЇВ	349
ЛІЩУК Дарина, МИРОШНИЧЕНКО Іванна ПРИНЦИПИ ПРОЄКТУВАННЯ ДИНАМІЧНИХ ЛОКАЦІЙ У ВІДЕОІГРАХ	354
МАТВІЙЧУК Ганна, РОМАНЮК Ольга ГЕЙМДИЗАЙН СЕРІЇ РОЛЬОВИХ ІГОР THE ELDER SCROLLS: ЕВОЛЮЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕРЕДОВИЩА	357

МАХОРТОВА Анастасія, ШАУРА Аліна РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	362
МАХОРТОВА Марія, ШАУРА Аліна ЗНАЧЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ДЛЯ ВЕБ-САЙТУ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО АГЕНТСТВА.....	365
МІЩУК Олександр, СКЛЯРЕНКО Наталія КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ ВІДЕОІГОР: ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ РІВНІВ, ПЕРСОНАЖІВ ТА ЕФЕКТІВ.....	368
МОСКВІТІН Максим, ЗАГАЙНИЙ Олександр, СКЛЯРЕНКО Наталія КОНЦЕПТ-АРТ ФАНТАСТИЧНИХ ПЕРСОНАЖІВ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ЗДІБНОСТЕЙ.....	374
МУСАТОВА Анастасія, ШАУРА Аліна МУЛЬТИМЕДІЙНІ РІШЕННЯ У ДИЗАЙНІ ВЕБ-САЙТІВ ДЛЯ АГЕНТСТВ НЕРУХОМОСТІ: ІНТЕГРАЦІЯ ФОТО, ВІДЕО ТА ВІРТУАЛЬНИХ ТУРІВ.....	378
ПАХОЛЮК Роман, ВРОНСЬКА Рада, СКЛЯРЕНКО Наталія МІНІМАЛІЗМ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	381
САВЧУК Мар'яна, РОМАНЮК Ольга, ДЕМБОВСЬКА Надія НЕГАТИВНИЙ ПРОСТІР У ПРОЄКТУВАННІ ЛОГОТИПІВ: СИНТЕЗ ФОРМИ ТА ЗМІСТУ.....	385
СУХОРУКИХ Діана, ЧЕТВЕРЖУК Сергій, СКЛЯРЕНКО Наталія РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ В ФОРМУВАННІ ІГРОВОГО СЕРЕДОВИЩА (ЗА МОТИВАМИ ГРИ GENSIN IMPACT).....	391
ФОРМАНЮК Ангеліна, РОМАНЮК Ольга ОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСІВ ВІДЕОІГОР РІЗНИХ ЖАНРІВ.....	395
ХИНЕВИЧ Руслана, ЧУЖА Анна ЦИФРОВЕ 2D МИСТЕЦТВО: ПОНЯТТЯ, ФОРМИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ.....	400

ЧМУХ Юлія, СКЛЯРЕНКО Наталія	
МОДА МАЙБУТНЬОГО: ТЕХНОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ У СТВОРЕННІ	
ОДЯГУ.....	403

СЕКЦІЯ 5. ДИЗАЙН АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА

БЕРЕЗЕНКО Сергій, ЛЯСОТА Стелла, ЩУРОВСЬКА Валерія	
ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У МІСЬКОМУ ПРОСТОРІ:	
СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ, ГРАФІТІ ТА СТРІТ-АРТ,	
ІЛЮСТРУВАННЯ.....	407

ВАСИЛЕНКО Карина	
ВЗАЄМОВПЛИВИ КУЛЬТУР ТА АРХІТЕКТУРНА ПАМ'ЯТЬ МІСТА:	
ЄВРЕЙСЬКІ АДРЕСИ КИЄВА НА ПРИКЛАДІ САДИБИ НА	
НИЖНЬОМУ ВАЛУ, 37.....	411

ГРАНОВСЬКА Ангеліна, ПРИСТУПА Ольга	
ЛАНДШАФТНИЙ ДИЗАЙН ЯК ЗАСІБ ГАРМОНІЗАЦІЇ ПРИРОДИ	
ТА УРБАНІСТИКИ.....	415

ГРУШОВІНЧУК Катерина, СКЛЯРЕНКО Наталія	
ДИЗАЙН ХОРЕОГРАФІЧНИХ ЗАЛІВ: ЕВОЛЮЦІЯ ПРОЄКТНИХ	
ОСОБЛИВОСТЕЙ.....	419

ДАНИЩУК Олег	
ГУЦУЛЬСЬКА ПІЧ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ. ВІД ТРАДИЦІЙ ДО	
СУЧАСНОСТІ.....	423

ЛЕВУНЕЦЬ Микола, СКЛЯРЕНКО Наталія	
КЛИКУНИ ЯК ВІЗУАЛЬНИЙ НАВІГАЦІЙНИЙ МАРКЕР В	
УРБАНІСТИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЛУЦЬКА.....	428

ЛУЩИК Валерія, ШМЕЛЬОВ В'ячеслав, СКЛЯРЕНКО Наталія	
УКРАЇНСЬКА МАЗАНКА ЯК КОНЦЕПЦІЯ ФОРМОТВОРЕННЯ	
СУЧАСНОГО ЖИТЛОВОГО ІНТЕР'ЄРУ.....	433

НОСОВ Юрій	
СТАНЦІЇ ШВИДКОГО РЕАГУВАННЯ ЯК МІСТОУТВОРЮЮЧИЙ	
ФАКТОР ПРИ ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ МІСТ.....	438

ОЛІЙНИК Ганна ЦЕРКВА ЯК ПРОСТІР НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В АКАДЕМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	441
РАДЧЕНКО Юлія ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ДЛЯ ЖЕРТВ ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ЦІЛІСНОГО МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ПІДХОДУ.....	446
СЕЛЕШОК Іван ПРЕФАБРИКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ БУДІВНИЦТВА ДОСТУПНОГО СОЦІАЛЬНОГО ЖИТЛА В УКРАЇНІ	450
СОПКО (ДОЛГОШ) Одарка, СЛИВКА Вікторія, ГЕРАСИМЕНКО Юліанна ТРАДИЦІЇ ЗОВНІШНЬОГО ОФОРМЛЕННЯ ВІТРИН ТА ВИВІСОК МІСТА УЖГОРОДА У ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ ХХ СТ.....	453
ТРОШКІНА Олена ЗВУК В МІСТІ: ІНСТРУМЕНТ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЗАСІБ ДИЗАЙНУ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	458



СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ.

УДК 504.75

БЕРЕЗНЕНКО Сергій, ЛЯСОТА Стелла, МОСОХА Тетяна
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

РОЗРОБКА МАКЕТУ КНИЖКИ ТА ЇЇ ІЛЮСТРАЦІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. У тезах розглянуто важливість створення макету книжки та ілюстрації як взаємодоповнюючих засобів візуальної комунікації у дитячій літературі. Проаналізовано сучасні підходи до проєктування книжкового макету, роль композиції, типографіки й образного ряду візуального супроводу. Представлено приклади українських авторських ілюстрованих видань. Визначено дизайнерські стратегії, що забезпечують емоційний зв'язок між читачем і візуальним образом книги.

Ключові слова: книжковий макет, ілюстрація, типографіка, дизайн книги, візуальна комунікація.

Abstract. The thesis discusses the importance of creating a book layout and illustration as complementary means of visual communication in children's literature. Modern approaches to designing a book layout, the role of composition, typography, and imagery in visual support are analyzed. Examples of Ukrainian author's illustrated editions are presented. Design strategies that ensure an emotional connection between the reader and the visual image of the book are identified.

Keywords: book layout, illustration, typography, book design, visual communication.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій змінюється характер візуального сприйняття інформації, зокрема в дизайні книжкових видань. Макет і ілюстрації повинні виконувати не лише естетичну, а й комунікативну функцію, сприяючи глибшому розумінню тексту та формуванню емоційного зв'язку з читачем. Насамперед це стосується дитячої літератури. Проблема полягає в недостатньому осмисленні взаємодії ілюстративного ряду з композицією сторінки та текстовим змістом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження сучасного макетування книжки підкреслюють важливість візуального складника у формуванні читацького досвіду, особливо в дитячих виданнях. Ілюстрації дедалі частіше виступають не лише супроводом до тексту, а повноцінними учасниками оповіді – носіями наративу, настрою, ритму книги [1].

Типографіка розглядається як система, що забезпечує логічну та естетичну організацію книжки. Важливими є добір гарнітури, міжрядкових інтервалів, побудова сторінки та структура розворотів, що забезпечують зручність і привабливість читання [2].



Рис. 1. “Я так бачу”



Рис. 2. “Війна, що змінила Рондо”

Р. Романишин і А. Лесів у своїх роботах "Я так бачу" (рис. 1), "Війна, що змінила Рондо" (рис. 2) створюють книжки-картини, де макет і ілюстрація існують у тісному композиційному зв'язку з текстом. З-поміж зарубіжних досліджень варто відзначити Б. Мунарі, який розглядав дизайн книжки як художній акт, а не лише як технічну верстку. Також важливими є праці Р. Брінггерста про типографічну етику та композиційну логіку.

Сучасні дослідження з книжкового дизайну акцентують увагу на синтезі форми й змісту, де макет розглядається як художня система, здатна комунікувати з читачем незалежно від тексту. Водночас дитяча ілюстрована книжка визначається як жанр, що має власну візуальну мову, специфічну структуру та функціональне навантаження [3].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження новітніх принципів розробки книжкового макету та ілюстрації як засобів візуальної комунікації, аналіз дизайнерських стратегій, що забезпечують цілісне візуальне й емоційне сприйняття книги.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Книжковий дизайн – це процес художнього та технічного оформлення книги, який охоплює всі її елементи. Візуальна комунікація у книжковому дизайні формується через гармонійне поєднання верстки, ілюстрацій і типографічних елементів, що разом створюють цілісний образ видання. Сучасні підходи до проєктування книжок базуються на інтеграції художнього задуму та функціональної структури, що дозволяє впливати на емоційне й інтелектуальне сприйняття читача.

Макет книги виконує роль організаційного каркасу, в межах якого розгортається візуальний і текстовий опис. Структура сторінки, її ритм, баланс білого простору й насиченість елементами визначають логіку читання та комфорт взаємодії з контентом. Застосування композиційних сіток (grid system) дозволяє упорядкувати вміст і забезпечити візуальну узгодженість між текстом та ілюстраціями.

Ілюстрації виступають важливою складовою візуальної комунікації, особливо у виданнях для дітей, де вони не лише доповнюють текст, а й стають самостійним оповідаючим елементом. Різноманіття стилістичних рішень - від контурної графіки до цифрової живописності - сприяє створенню емоційного фону та підтримці атмосфери оповіді. Візуальні метафори, символізм, кольорова палітра та композиційна динаміка мають бути підпорядковані віковим особливостям сприйняття цільової аудиторії.

Типографіка у книжковому дизайні забезпечує ієрархічну структуру та читацьку зручність. Добір шрифтів, міжрядкових інтервалів і способів акцентування впливає на темп читання та розуміння змісту. Типографічна система, адаптована до дитячої аудиторії, вимагає простоти, виразності й образності шрифтового оформлення, що сприяє формуванню візуальної грамотності юного читача.

У межах дослідження заплановано створення макету авторської дитячої книжки-казки, яка слугуватиме прикладом практичного втілення досліджених теоретичних принципів. Передбачається розробка ілюстрацій, побудова розворотів із застосуванням модульної сітки, вибір палітри, шрифтів, форматування тексту й визначення оптимальної структури сторінок. Особлива увага буде приділена взаємозв'язку між візуальним і вербальним компонентами книжки.

Таким чином, ефективний книжковий макет постає як результат поєднання концептуального бачення, технічної реалізації та дизайнерських стратегій. Візуальний образ книги, сформований на основі композиційних, ілюстративних та типографічних рішень, слугує засобом передачі змісту, формує читацький досвід і забезпечує емоційний зв'язок між твором і його аудиторією.

ВИСНОВКИ

Процес розробки макету книжки у поєднанні з ілюстрацією є складним багаторівневим завданням, яке передбачає не лише технічні навички, а й глибоке розуміння психології сприйняття та графічної мови. Сучасна книжка - це синтез тексту, зображення та простору, де кожен елемент виконує комунікативну функцію. Візуальне проєктування дитячої казки вимагає особливої уваги до цілісності, стилістичної єдності та емоційного впливу. Авторський підхід, концептуальні ілюстрації, динамічний макет і вдумливе типографічне рішення забезпечують глибоке занурення читача в світ книги.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Salisbury M., Styles M. Children's Picturebooks: The Art of Visual Storytelling. London: Laurence King, 2012. 192 p.
2. Бондаренко Н. Типографіка. Шрифт і верстка. Х.: Факт, 2006. 144 с.
3. Nodelman P. Words about Pictures: The Narrative Art of Children's Picture Books. University of Georgia Press, 1988. 320 p.

УДК 7.017.23:7.017.48

БОБОШКО Таїсія, ЛАВРИКОВА Катерина
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

КОМПОЗИЦІЙНІ ПРИНЦИПИ ТА СИМВОЛІКА В УКРАЇНСЬКІЙ ВИШИВАНЦІ: АНАЛІЗ СІТКОВИХ СТРУКТУР ТА КОЛЬОРОВОЇ ПАЛІТРИ

Анотація. Вишиванка як народний артефакт поєднує чітку сіткову композицію, ритмічне повторення орнаментальних модулів та символічну гаму кольорів. У статті розглянуто значення основних кольорів (червоного, чорного, білого, синього, зеленого, жовтого), символіку геометричних (квадрат, ромб, круг, трикутник, хрест, знак нескінченності) та рослинних мотивів (калина, виноград, лілія, роза, мак, підсолнухи, дуб, хміль), а також практичне і семантичне значення розташування орнаменту на рукавах і грудях. Проведено порівняння традиційних композиційних прийомів із проєктною графікою.

Ключові слова: вишиванка, композиція, сітка, символіка кольору, орнамент.

Abstract. The Ukrainian vyshyvanka combines a grid-based composition, rhythmic repetition of decorative modules, and symbolic color schemes. This study examines the meanings of primary colors (red, black, white, blue, green, yellow), the symbolism of geometric (square, rhombus, circle, triangle, cross, infinity) and floral motifs (kalyna, grapevine, lily, rose, poppy, sunflower, oak, hops), as well as the practical and semantic significance of ornament placement on sleeves and chest. A comparison with projective graphic design principles is provided.

Keywords: vyshyvanka, composition, grid, color symbolism, ornament.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Традиційна українська вишиванка є унікальним поєднанням народних технологій, символіки та композиційних принципів. В умовах сучасних дизайнерських викликів вимагається системний аналіз її структури та кольорових рішень, щоб зберегти культурну спадщину і адаптувати її до нових форматів візуальної комунікації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Роботи Ф. В. Фокіної з аналізу орнаментальної символіки висвітлюють походження геометричних мотивів у народному мистецтві та їх семантичні інтерпретації (Фокіна, 2005). Дослідження секретних кодів в українській вишивці демонструють значення ключових символів: ромба, квадрата, круга і рослинних мотивів (Euromaidan Press, 2016). Праці Сусак та Стефюк (2011) описують регіональні особливості технік та колірних рішень у традиційній вишивці. Огляд сучасного академічного дискурсу з української вишивки у контексті глобальної культурної ідентичності представлено у дослідженні Chomitzky (2021), яке аналізує адаптацію орнаментальних мотивів у новітніх умовах.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою статті є комплексний аналіз композиційної сітки, кольорової палітри та символіки орнаменту української вишиванки, а також виявлення відповідностей із принципами сучасної проєктної графіки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Традиційна палітра вишивки включає червоний (життєва сила, захист), чорний (пам'ять, солідність), білий (чистота), синій/блакитний (небесна гармонія), зелений (відродження), жовтий/золотий (достаток). Геометричні символи: квадрат – матеріальне начало, гармонія; ромб – родючість, нове життя; круг – божественність, циклічність; трикутник – триєдність; хрест – оберіг; знак нескінченності – безперервність. Рослинні мотиви: калина – родина, любов; виноград – достаток; лілія – чистота; роза – оновлення; мак – молодість, скорбота; підсолнух – радість; дуб – сила; хміль – розвиток; дерево життя – єдність трьох світів.

Орнаментальні модулі організовані за принципом сітки: повторення у рядах та стовпцях формує ритм і баланс. Розташування на рукавах підкреслює значущість праці та взаємодії з навколишнім світом, орнамент на грудях акцентує життєву силу й захисні функції. Поєднання ниток різної товщини створює текстурну глибину і об'єм, аналогічно до застосування різних лінійних ваг у графічних схемах.

ВИСНОВКИ

Дослідження демонструє, що традиційна вишиванка побудована на чітких композиційних засадах: сітка, ритм, контрастна палітра та символічні мотиви. Ці принципи залишаються релевантними в сучасних графічних проєктах, де аналогічні підходи використовують для структурування інформації та передачі семантичного змісту.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. “Spiritual Armour”: Crafting Ukrainian Identity through Vyshyvanka. Central Eurasian Journal of International Relations and Public Policy. 2023.
2. Susak K.R., Stefiuk N.A. Traditional folk embroidery as a component of Ukrainian clothing (XX century): PhD thesis. Kyiv, 2011.
3. Secret ancestral codes: 12 main symbols in Ukrainian embroidery. Euromaidan Press, May 19, 2016.
4. Ukrainian Embroidery. University of Kansas Center for Russian, East European & Eurasian Studies.
5. Chomitzky K. Ukrainian embroidery and macro-cultural identity on COVID-19 face coverings, MA Thesis, University of Alberta, 2021.

УДК 741.5-028.22

БУРЕНКОВА Аліса, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ВІЗУАЛЬНІ ЕФЕКТИ В ОБКЛАДИНКАХ ДЛЯ КОМІКСІВ: ТРЕНДИ СУЧАСНОСТІ

Анотація. У роботі розкрито сучасні тренди створення обкладинок коміксів ХХІ століття. Проаналізовано візуальні ефекти (симетрія та віддзеркалення, динаміка і рух, колір), які виступають ефективним комунікативним інструментом. Поєднання графічного дизайну з глибоким змістовим навантаженням сприяє трансформації обкладинок коміксів у повноцінні арт-об'єкти, здатні передавати не лише сюжетні особливості, а й емоційну атмосферу та ідейну сутність твору.

Ключові слова: обкладинка, комікс, візуальні ефекти, графічний дизайн, симетрія, динаміка, колір, колаж.

Abstract The paper explores modern trends in creating comic book covers in the 21st century. It analyzes visual effects (symmetry and reflection, dynamics and motion, color) as effective communicative tools. The combination of graphic design and deep semantic meaning transforms the cover into a powerful visual medium.

Keywords: comic book cover, visual effects, graphic design, symmetry, dynamics, color, collage.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Комікс – це послідовність малюнків, зазвичай з короткими текстами, які разом розповідають історію або передають ідею. Це унікальна форма візуального мистецтва, що поєднує графіку та літературу. Обкладинка коміксу – це перше, що бачить читач, і вона привертає увагу та передає суть історії [3]. Сучасні обкладинки коміксів демонструють вражаючу різноманітність візуальних ефектів, що відображають технологічний прогрес та еволюцію графічного дизайну. Ця динамічна сфера постійно розвивається, пропонуючи художникам та дизайнерам широкий спектр засобів для створення захоплюючих та інноваційних образів.

Обкладинка є важливим елементом для сприйняття сюжету читачем коміксу. Це створює контраст між зовнішнім виглядом та внутрішнім змістом, ефективно привертає увагу потенційних читачів. Кольорова обкладинка не лише виділяє комікс на полиці, але й дозволяє художникам повною мірою розкрити свій творчий потенціал. Подібно до кіноафіш, обкладинки коміксів часто виступають своєрідними «прем'єрними анонсами», які захоплюють увагу та створюють азіотаж навколо нових випусків. Деякі елементи обкладинок для коміксів використовують як приховану інформацію в кіноафішах. Окреслені питання визначають актуальність обраної теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Багато наукових робіт присвячено вивченню коміксів, проте лише незначна частина дослідників звертається до аналізу композиції обкладинки. Дослідження С. Crawford та I. Juricevic доводять, що обкладинки коміксів часто виконують роль

ключового інструменту, привертаючи увагу читачів через зображення, інтригуючі сюжети та унікальні дизайнерські рішення, що підкреслюють колекційну цінність видань [3]. Вивчення візуальних ефектів, які були створені в 1980-1990-х роках у обкладинках для коміксів допомагає дизайнерам і художникам створювати нові візуально привабливі, динамічні композиції, які привертають увагу аудиторії, підкреслюють стиль твору та відображають актуальні тренди сучасного дизайну [4]. Окрему увагу дослідники звертають на аналіз функцій обкладинок у контексті маркетингу та художньої культури коміксів [1].

Останні дослідження історії обкладинок коміксів показують зростаючий інтерес до їх ролі у формуванні сприйняття коміксів як виду мистецтва [2]. Дедалі більше уваги приділяється аналізу композиційних та метафоричних засобів зображення руху на обкладинках, що відображає сучасні тренди у візуальному мистецтві [6]. Автори Ігор Юричевич (Juricevic Ihor), Аліція Горват (Horvath Alicia) демонструють процес створення цікавої та привабливої обкладинки на основі різних візуальних ефектів, які передають швидкість і рух [5]. Обкладинка коміксу виконує не лише естетичну функцію, але й формує перше враження про історію та сприяє її популярності, що підкреслює значення візуального оформлення в індустрії коміксів [7]. У проаналізованих джерелах фрагментарно відображається ідея обраної теми, отже, дослідження потребує ґрунтовного аналізу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета роботи полягає у комплексному дослідженні сучасних трендів створення візуальних ефектів в обкладинках для коміксів. Завданнями є проаналізувати візуальні ефекти на обкладинках коміксів та визначити актуальні тенденції у дизайні обкладинок коміксів XXI століття.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Візуальні ефекти обкладинок коміксів – це художні засоби, що привертають увагу читача (табл. 1). Для оформлення коміксів характерні контрастні кольори, текстури, динамічні пози персонажів та складні графічні елементи. Ці засоби виступають комунікативним інструментом та передають стиль і жанр історії, роблячи комікс унікальним та привабливим для читачів такої літератури.

Симетрія та віддзеркалення в обкладинках коміксів використовуються як потужний візуальний інструмент для створення збалансованої та привабливої композиції. На обкладинці графічного роману «Arkham Asylum: A Serious House on Serious Earth» (табл. 1:1) симетрія використовується для підсилення композиції, виділення ключових об'єктів та основних смислових елементів. Цей прийом створює візуальний контраст між упорядкованим зображенням середовища та хаотичною внутрішньою атмосферою, символізуючи основну тему твору – межу між раціональністю та божевіллям. Ефект віддзеркалення в обкладинці коміксу «The Unwritten» (табл. 1:2) виражається через шрифтові елементи, які передають сутність сюжету.

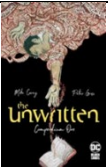
Обкладинки коміксів часто використовують динамічні візуальні засоби для передачі відчуття руху та енергії. Центральною технікою є зображення головних героїв у динаміці, що підкреслюють дії персонажів. Застосування ліній, рухів окремих частин тіла та інших графічних елементів також створює ефект руху (табл. 1:3-4). Наприклад, у дизайні обкладинки коміксу «Sonic the Hedgehog» основними

елементами динаміки і руху є постать героя і розмір його кінцівок, а також фон, який передає рух і фокусує увагу глядача за допомогою спіралеподібних різнокольорових елементів. Ці спіралеподібні форми ніби огортають персонажа і створюють враження потужного і миттєвого руху. Таке поєднання візуальних ефектів і колористики дозволяє ефективно передати характер та ідентичність історії, занурюючи читача у захоплюючий світ коміксу.

Візуальні ефекти динаміки формуються на основі вдало підібраної кольорової гами. Так, обкладинка коміксу «The Flash» (табл. 1:4) майстерно сформована на основі поєднання низки яскравих візуальних ефектів для передачі відчуття швидкості. Постать героя підкреслюється контрастним поєднанням кольорів червоного і жовтого, демонструючи його надможливості. Таким чином, синтез різноманітних візуальних прийомів – активні рухи та насичена кольорова палітра – дозволяє художнику передати швидкість і силу за допомогою візуальних ефектів.

Таблиця 1

Візуальні ефекти у дизайні обкладинок коміксів

Група візуальних ефектів	Опис візуальних ефектів	Приклади
Симетрія та віддзеркалення	Розташування елементів зображення симетрично відносно осі або центру, що надає візуальної інтриги за рахунок рефлексії	 1  2
Динаміка і рух	Використання динамічних, розмитих ліній, що тягнуться позаду об'єктів, передаючи швидкість і динамічний рух	 3  4
Колір	Кольори додають символічності зображенню та привертають увагу читачів	 5  6

Колір в обкладинках коміксів відіграє ключову роль у створенні загального візуального образу та емоційного сприйняття. Наприклад, обкладинка коміксу «Watchmen» (табл. 1:5) побудована на поєднанні кольорів та графічних елементів, сформованих як мозаїка з портретів головних героїв. Чорний фон обкладинки

виступає символом тривоги, а силуети персонажів, забарвлені у жовтий колір, створюють різкий контраст. Червона пляма у центрі обкладинки підсилює відчуття небезпеки. Синтез кольорів – жовтого, чорного та червоного – ідеально відповідає змісту коміксу про супергероїв у світі, сповненому моральних конфліктів та складних рішень. Дизайнер обкладинки використовує мінімалістичний підхід, заснований на трьох основних кольорах, але досягає максимального емоційного впливу на читачів коміксу.

Також важливим візуальним прийомом є залучення шрифтового блоку для створення обкладинок. Креативним способом візуалізації змісту коміксу є розміщення колажного зображення персонажів у шрифті. Кожна літера представляє собою частину цілісного зображення персонажів, узгоджених колористично. Такий прийом використаний у коміксі «The Marvels» (табл. 1:6) для підкреслення динамічності та епічності масштабу Всесвіту.

ВИСНОВКИ

У ході комплексного дослідження визначено основні тренди створення образів в обкладинках коміксів XXI століття. Доведено, що виразні візуальні ефекти формуються на принципах симетрії і віддзеркалення, динаміки і руху через синтез графічних ліній та колористичних рішень. Обкладинки коміксів являють собою складні художні форми, які майстерно поєднують технічні прийоми графічного дизайну з глибоким змістовним навантаженням. Еволюція візуальних ефектів у дизайні обкладинок коміксів XXI століття демонструє їх трансформацію від простих зображень до складних мистецьких комунікативних інструментів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Кулініч А. Дев'ятий вид мистецтва. Комікси – це серйозно (й не лише для дітей). 2021. URL: <https://ostrog.rayon.in.ua/topics/388063-deviati-vid-mistetstva-komiksi-tse-seriozno-i-ne-lishe-dlia-ditei> (дата звернення: 21.11.2024).
2. Який процес створення привабливої обкладинки коміксів? URL: <https://uk.art396.com/question/what-is-the-process-of-creating-a-compelling-comic-book-cover/59150> (дата звернення: 21.11.2024).
3. Crawford C., Juricevic I. Understanding pictorial metaphor in comic book covers: A test of the contextual and structural frameworks. 2020. DOI: https://doi.org/10.1386/stic_00034_1
4. Finlay E. The Art of Cover Design in Comics: Crafting Memorable and Iconic Covers. URL: <https://www.toonsmag.com/the-art-of-cover-design-in-comics/> (дата звернення: 21.11.2024).
5. Juricevic I., Horvath A. Analysis of Motions in Comic Book Cover Art: Using Pictorial Metaphors. *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship*. 2016. №6 (6). DOI: <https://doi.org/10.16995/cg.71>
6. Land A. How Important Is A Great Cover To A Comic Book's Success? Aug 1, 2023. URL: <https://www.cbr.com/dc-marvel-comic-covers-importance-success-failure/> (дата звернення: 21.11.2024).

УДК 659.13

БУРКО Надія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У МОТИВАЦІЙНІЙ РЕКЛАМІ ВОЄННОГО ХАРАКТЕРУ

Анотація. У роботі представлено аналіз засобів візуальної комунікації у проєктуванні воєнної реклами. Виділено п'ять груп зображень (фотозображення, твори мистецтва, колажні та шрифтові композиції), що формують сильний емоційний вплив та забезпечують унікальність стилістики реклами. Доведено, що особливості її візуалізації є актуальними у контексті постійного розвитку та конкуренції в інформаційній війні.

Ключові слова: мотиваційна реклама, воєнна реклама, засоби візуальної комунікації, дизайн реклами.

Abstract. The work presents an analysis of artistic means in the design of military advertising. Five groups of images (photos, works of art, collages and font compositions) have been identified, which create a strong emotional impact and ensure the uniqueness of the style of each advertisement. It is proved that the peculiarities of their visualization are relevant in the context of constant development and competition in the information war.

Keywords: motivational advertising, military advertising, means of visual communication, advertising design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Стрімкий розвиток інформаційної війни супроводжується появою дизайнерських розробок, які висвітлюють значну кількість проблем сьогодення. Зокрема, це підкреслення соціальної відповідальності та громадянського обов'язку, підтримка військового та волонтерського руху, привернення уваги міжнародних спільнот, формування патріотизму, деморалізація ворога. Актуальність реклами супроводжується постійним зростанням конкуренції. У цьому процесі дизайн відіграє важливу роль, визначаючи стилістику та особливості сприйняття споживача.

Засоби візуальної комунікації сприяють формуванню національної ідентичності. Загалом вони як підсилюють позитивні стереотипи, так і зміцнюють негативні упередження. Їх використання у політичній пропаганді впливає на громадську думку, викликаючи емоційні реакції, та підкріплює, насамперед, соціальну згуртованість. Відповідальний підхід до створення та використання мотиваційної реклами – ключ для забезпечення їх позитивного впливу на свідомість глядачів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Реклама сьогодні потребує активних академічних досліджень. У мережі Інтернет представлено інформацію, яка безпосередньо впливає на споживача у воєнний час [1]. Дослідження акцентують увагу на рекламі воєнного періоду, що

характеризується широким спектром цілей і задач та залежить від певної мистецької структури та від різносторонніх дискусій на воєнну тематику [2].

Питанням, дотичним до обраної теми є формування візуальної комунікації споживачем як основної властивості дизайн-розробок, що піднято у дослідженні Л. Сухорукової [3]. Також можна зауважити, що візуальна складова реклами має комплексний вплив на глядача, тому дуже важливо враховувати усі вимоги виконання будь-якого з елементів, щоб мати змогу максимально точно передати мотив повідомлення [4]. Цифрове середовище здатне не лише подавати певне повідомлення, а й загалом транслювати цілий спектр проблем, культур і думок суспільства [5]. Дослідники звертають увагу на різноманітні аспекти реклами воєнного часу, проте не аналізують засоби візуальної комунікації. Ці аспекти визначають актуальність обраної теми.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета роботи полягає у вивченні засобів візуальної комунікації в мотиваційній рекламі воєнного характеру. Завданнями роботи є класифікувати плакати воєнного характеру та окреслити специфіку візуалізації кожного з них.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

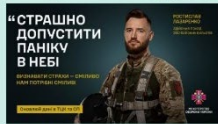
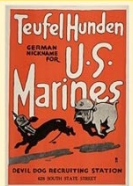
Мотиваційні плакати набувають масового поширення в суспільстві. Вони спонукають людей до певних дій в умовах військового стану, тому дизайнери використовують різноманітні засоби з метою привернення додаткової уваги до проблем війни. Найбільш масово використовується фотографія для створення мотиваційного образу плакату [4]. Через високий реалізм війни рекламисти у фотозображенні мають можливість більш гостро та чітко підкреслити емоційний зміст, що в кінцевому результаті робить послання більш переконливим і привабливим. Вони здатні швидко захопити увагу та викликати емоційний відгук, що сприяє запам'ятовуваності реклами. Якісна фотографія як альтернатива штучно створеним зображенням підвищує довіру до глядача та покращує обізнаність у воєнних потребах із суспільством в цілому.

Візуалізація мотиваційної реклами також представлена мистецькими творами цифрового і/або ручного способу створення. Дослідники підкреслюють можливість широкого використання таких творів у дизайні продукції [1]. Демонстрація символічних елементів у воєнному плакаті сприяє підсиленню патріотичних почуттів аудиторії. Цей підхід викликає сильні емоції та створює потужний візуальний вплив, який підвищує ефективність реклами воєнного характеру.

В основі мотиваційного плакату лежать колажні композиції. Вони забезпечують виразність та креативність реклами. Також створюють потужний візуальний контакт та напруження через поєднання непослудованих речей для створення цілісного образу. Так, у плакаті полку Третьої окремої штурмової бригади «Вривайся у третю штурмову» (табл. 1) робиться акцент на військовослужбовцях, які мають одну ідеологію та ціль – захистити та зберегти країну, деморалізувати ворога.

Таблиця 1

Засоби візуальної комунікації

Фотозображення	Твори мистецтва	Колажні композиції	Шрифтові композиції
  	  	 	

В основі мотиваційного плакату лежать колажні композиції. Вони забезпечують виразність та креативність реклами. Також створюють потужний візуальний контакт та напруження через поєднання несподіваних речей для створення цілісного образу. Так, у плакаті полку Третьої окремої штурмової бригади «Вривайся у третю штурмову» (табл. 1) робиться акцент на військовослужбовцях, які мають одну ідеологію та ціль – захистити та зберегти країну, деморалізувати ворога. Такий стиль виконання реклами зацікавлює аудиторію та нагадує їй про важливість участі та допомозі кожного. Колажі підвищують інформаційну єдність плакату та збагачують візуальний досвід [5].

Важливим інструментом у трансляванні інформації в рекламі є шрифтові композиції. Вони уточнюють та доповнюють візуальну інформацію та допомагають передавати певний мотиваційний посил. Правильне композиційне рішення концентрує увагу, а вдалий лаконічний текст влучно і чітко доносить потрібну ідею, що дозволяє використовувати більш тонкі інструменти супротиву в інформаційній війні (табл. 1).

На основі аналізу інформаційних джерел, можна стверджувати, що візуальні засоби у мотиваційній рекламі не лише підвищують емоційний вплив, але й сприяють формуванню глибоких і тривалих асоціацій у свідомості глядачів [5]. Це робить їх ефективним інструментом воєнної пропаганди та мотивування до служби.

ВИСНОВКИ

У роботі виявлено, що використання художньо-образних засобів дає можливість досягнути максимального ефекту в мотиваційній рекламі воєнного характеру. Використовуючи різні інструменти для візуалізації, зокрема фотографії, твори мистецтва, колажні та шрифтові композиції, дизайнери створюють креативний, а головне – дієвий рекламний продукт для успішної воєнної інтеграції в суспільстві.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Котубей-Герущька О. Антологія крінжі: де межа використання символів війни в маркетингу й рекламі. 2023. URL: <https://suspilne.media/culture/423540-antologia-krinzi-de-meza-vikoristannya-simvoliv-vijni-v-marketingu-j-reklami-poasnemo-na-prikladah/> (дата звернення: 11.11.2024).
2. Храпкіна В. В. Коверга А. С., Мангушев Д. В. Культурні конотації рекламного менеджменту в контексті війни в Україні. *Наукові праці ДонНТУ*. 2023. № 1(27). С. 71-80. DOI: [https://doi.org/10.31474/1680-0044-2022-1\(27\)-52-61](https://doi.org/10.31474/1680-0044-2022-1(27)-52-61)
3. Сухорукова Л. А. Дизайн візуальних комунікацій: основні поняття та особливості. *Дизайн-освіта 2009: сучасна концепція дизайн-освіти України*: зб. матеріалів міжнар. наук.-метод. конф. проф.-викл. складу і молодих учених в рамках V міжнар. форуму «Дизайн-освіта 2009» (м. Харків, 27–29 квіт. 2009 р.). Харків, 2009. Ч. 1. С. 128–131. URL: <https://www.ksada.org/articles/suhorukova-article-04.pdf> (дата звернення: 11.11.2024).
4. Кармаліта А. К., Карпенко В. Л., Закрижевська І. В. Фотографія як засіб візуалізації реклами та підвищення впливу на споживача. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 1. С. 194–200. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-1-24>
5. Денисюк Ж. З. Візуальна комунікація як феномен масової культури. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2022. № 2. С. 9–14. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/4302> (дата звернення: 11.11.2024).

УДК 617.7-089.843(091)

БУРКО Софія, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ОКУЛЯРІВ: ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТЕХНОЛОГІЙ, МАТЕРІАЛІВ ТА ДИЗАЙНУ

Анотація. В роботі досліджено основні етапи становлення та розвитку окуляр як прикладу взаємодії технічних процесів, наукових досліджень та змін у соціальних осередках. Проаналізовано зміни у дизайні та конструктивних особливостях від перших збільшувальних засобів до сучасних зразків оптики. Досліджено еволюцію, що охоплює у собі видозміну матеріалів, поліпшення технічних складових, трансформацію форм та функціоналу окуляр.

Ключові слова: оптика, розробка, еволюція, дизайн, окуляри, технології, мода.

Abstract. The paper examines the main stages of the formation and development of the eyepiece as an example of the interaction of technical processes, scientific research and changes in social centers. Changes in design and design features from the first magnifying devices to modern samples of optics are analyzed. The evolution is studied, which includes the modification of materials, improvement of technical components, transformation of forms and functionality of the eyepiece.

Keywords: optics, development, evolution, design, glasses, technology, fashion.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Чи не щодня нас оточує безліч предметів, значення яким ми уже не надаємо. Проте, не варто забувати, що кожен із них є результатом багатовікових досліджень та експериментів, що втілювалися у життя завдяки розвитку людської думки, науки та соціальних уявлень.

Окуляри теж виступають одним із таких об'єктів – аналіз історії їх дизайну дає змогу краще розуміти зміну потреб людства у функціональності, стилі та підходах до ергономічної зручності в різні періоди історії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Загальні питання історії дизайну є об'єктом дослідження багатьох науковців. Принципи формоутворення та предметний дизайн розглядають Білодід Ю., Бондар Л., Даниленко В., Поліщук О. та багато інших [3].

Соціокультурний розвиток суспільства та користувацький досвід ґрунтовно досліджує Віктор Папанек, акцентуючи увагу на реаліях сучасного світу та екологічності предметно-просторового оточення [4]

У відкритих інтернет джерелах представлено широкий спектр прикладів, де простежується перехід від суто утилітарної функції окулярів до їх ролі як елемента самовираження та модного аксесуару.

На окремих джерелах приділяється значна увага сучасним інноваціям, які включають розробку смарт-окулярів з функціями доповненої реальності та надають людству більше можливостей для функціонального використання.

Крім того, як свідчать публікації медичної галузі, дослідники працюють над створенням лінз з регульованим фокусом, які дозволяють користувачам змінювати фокусну відстань вручну або автоматично, що особливо корисно для людей з пресбіопією.

Разом з тим, науково-аналітична база з теми досліджень розвитку окуляр від перших прототипів до сьогоденних виробів все ще є фрагментарною. Більшість публікацій мають прикладний або рекламний характер і не охоплюють історико-культурного чи соціального аспекту розвитку дизайну. Це створює потребу у ґрунтовному вивченні трансформацій цього об'єкта в контексті зміни уявлень про функціональність, комфорт і естетику в різні історичні епохи.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є виявлення основних етапів розвитку у дизайні окуляр. Завданнями роботи є: 1) дослідити вплив технічних новацій, естетичних та функціональних запитів суспільства на конструктивні та візуальні особливості виробу; 2) визначити основні проблеми та шляхи удосконалення використання окуляр.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Історія окулярів ілюструє розвиток наукових ідей, технологій та суспільних потреб користувачів різних епох. Від перших виробів із природних матеріалів до сучасних цифрових інструментів – ці об'єкти трансформувалися з засобу прямого застосування до символу індивідуального стилю

Прототипи збільшувальних засобів існували в античному світі. Так, у Римі використовували відшліфовані кристали, як-от кварц чи смарагд, які допомагали читати чи працювати з дрібними об'єктами. У свою чергу, письменник Сенека згадував про скляні кулі з водою, що збільшують текст, а от імператор Нерон спостерігав гладіаторські бої крізь смарагд.

Початок розвитку окуляр був доволі важким для розуміння тогочасного людства. Проте у XI столітті Ібн аль-Хайсам у «Книзі оптики» описав основи та принципи заломлення світла, що дало поштовх створенню опуклих лінз, на яких ґрунтуються оптичні пристрої [1].

Перші прототипи з'явилися в Італії у XIII–XIV століттях. Тоді ще вони були представлені поєднанням двох лінз у рамках із дерева, кістки чи металу. Через обмежені технології ці конструкції тримали вручну. Авторство приписують Сальвініо д'Армате, який приблизно 1285 року створив такий винахід. Проте досі існує багато легенд навколо цієї теми.

З часу появи перших зразків, почався тривалий процес удосконалення технічних рішень і матеріалів. Як наслідок, поліпшувалося шліфування і полірування елементів виробу. Розвиток ремісничої майстерності забезпечив виготовлення рівномірніших лінз із кращими оптичними властивостями, що значно підвищило точність зору та комфорт.

Оправы окуляр, також не залишилися поза увагою дослідників, неодноразово почали відбуватися спроби зміни їх форм і матеріалів.

Саме так у 1400 році були створені окуляри із заклепками. Дві лінзи об'єднувалися ручками, які фіксувалися на носі (Рис.1).



Рис. 1. Окуляри із заклепами, 1400 рік

Наступним етапом еволюції стали ручні окуляри, конструкція яких передбачала наявність аркового мосту – так звані «bow specs». Нове технічне рішення дозволяло об'єднувати дві лінзи в одну зручну конструкцію, яку тримали в руці або закріплювали на носі без дужок. Подібні моделі часто використовувалися в побуті та під час читання, ставши прикладом адаптації оптичних приладів до практичних потреб користувачів.

Втім технічний прогрес на цьому не зупинився. Згодом Едвард Скарлетт удосконалив форму, запропонувавши окуляри з дужками. Їх конструкція уже була спроможна триматися за вуха – це був важливий прорив у стабільності конструкції.

Керуючись попитом та потребами користувачів, у 1752 році Джеймс Ейско запропонував дужки з подвійними петлями, щоб зменшити тиск на обличчя. Ці окуляри уже більше нагадують усім нам відому дотепер форму.

Прорив у покращенні лінз стався у 1784 році. Саме тоді Бенджамін Франклін запропонував світу біфокальні лінзи. Їхньою особливістю була будова, адже верхня зона слугувала для далекозорості, а нижня – для читання. Такий варіант виробу значно спростив користувачам життя, адже дав змогу використовувати у побуті лише одні окуляри замість двох (Рис. 2).

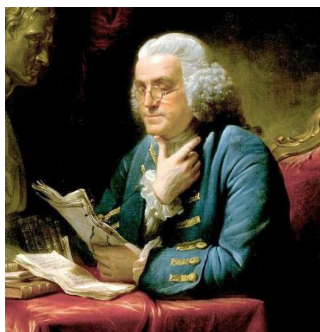


Рис. 2. Окуляри з біфокальними лінзами, 1784 рік

Згодом матеріали для виготовлення оправ та лінз знову посягали змін через індустріалізацію, адже промислова революція принесла стандарти виробництва. Введення у використання легких металів та пластику дозволило створювати зручні й естетичні оправы, що забезпечували популярність окулярів серед мас.

Близько 1910-тих років окуляри поступово замінюють пенсне, моноклі та лорнети – витончені, але менш практичні пристрої.

Пенсне, які з'явилися в другій половині XIX століття, стали зручним способом корекції зору без потреби в дужках. Їх утримував спеціальний механізм, що «щипав» за ніс, завдяки чому пенсне легко фіксувалися на обличчі – особливо зручно було користуватися ними для читання або роботи з дрібними деталями (Рис. 3).



Рис. 3. Повсякденне пенсне 1880-1890-х рр.

Моноклі – це поодинокі лінзи, які закріплювалися на обличчі за допомогою ланцюжків або спеціальних оправ. Вони призначалися для корекції зору лише одного ока, що надавало образу особливої витонченості (Рис. 4).



Рис. 4. Монокль



Рис. 5. Лорнети

Лорнети ще в XVIII столітті були своєрідними окулярами з ручкою або гачком, які дозволяли швидко піднести лінзи до ока. Завдяки вишуканому оздобленню лорнети набули особливої популярності на театральних та балетних вечорах, стаючи елементом іміджу, який підкреслював смак і елегантність власника (Рис. 5).

Уже у 1930 роках завдяки розвитку авіації з'являються «авіатори» – спочатку для пілотів. Згодом вони стали масовим трендом. Їх характерний дизайн, що поєднував практичність і стиль, перетворив цю модель на символ впевненості, свободи й сучасності.

Пізніше Голлівуд запроваджує нову моду на модель CatEye після виходу фільму з Монро (Рис. 6).



Рис.6. Модель окулярів CatEye на Мерлін Монро

Бренд Ray-Ban став сенсаційним трендом, започаткувавши епоху круглих окулярів і символізував образ Джона Леннона (Рис. 7).

Уже у 1970-ті роки з'являються прогресивні лінзи Varilux – багатофокусні, без потреби у зміні окулярів. Збільшується популярність полімерних лінз – легших і стійкіших за скло. Також з'являються фотохромні «хамелеони», які адаптуються до світла.

Все більше окуляри стають частиною образу та стилю. Модні бренди випускають дизайнерські моделі, комбінуючи моду й технології.

Уже орієнтовно у 2010 роки, зі зростом попиту на використання комп'ютерів та інших цифрових приладів, впроваджують новачку на окуляри із захистом від синього світла.

Сьогодні ж окуляри слугують не лише корекцією зору, а й відіграють роль у створенні власного стилю й образу. Під час створення їх дизайну усе частіше враховують не лише функціонал, а ще й зовнішній вигляд, спосіб життя користувачів, їх запити та потреби у неспокійному цифровізованому суспільстві.

На ринок все частіше виходять моделі зі змінними лінзами, легкими та комфортними матеріалами, окуляри, які поєднують у собі динаміки, камери та

функціонал доповненої реальності. Окуляри перетворилися на аксесуар який є тепер важливою складовою гардеробу кожного. Як і одяг, окуляри змінюються відповідно до тенденцій сезону і потребують постійного оновлення.



Рис.7. Джон Леннон в образі з окулярами Ray-Ban

ВИСНОВКИ

Історія окулярів – приклад взаємозв'язку між науковими ідеями, суспільними запитам й дизайнерськими рішеннями. Вони стали не лише медичним пристроєм, а й елементом культури. Подальші інновації у цифрових технологіях відкривають нові перспективи для розвитку дизайну та функцій окулярів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Ібн аль-Хайсам. Книга оптики. Київ: Наукова думка, 2015. 412 с.
2. Архівні документи та історичні дослідження середньовічних оптичних винаходів // Вісник історії науки і техніки. – 2021. – № 2(35). С. 45–56.
3. Даниленко В.Я. Дизайн: підруч. для студ. Харків: Вид-во ХДАДМ, 2003.
4. Папанек В. Дизайн для реального світу: екологія людства та соціальні зміни. Київ: ArtHuss, 2020 р. 480 с.
5. Історія окулярів. URL: <https://fixoptic.kyiv.ua/bloh/okuliary/1-istoriya-okulyariv> (дата звернення: 01.05.2025).

УДК 004.738.1-049.32:004.58:792

ВАСИЛЬЧИК Софія, ШАУРА Аліна
Київський національний університет технологій та дизайну

ВАЖЛИВІСТЬ РЕДИЗАЙНУ САЙТІВ ДЛЯ ТЕАТРІВ З МЕТОЮ ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЧА

Анотація. У дослідженні розглядається важливість редизайну сайтів театрів у контексті естетичного сприйняття, зручності користування та ефективного візуального представлення. Узагальнено результати досліджень впливу дизайну на залучення аудиторії.

Ключові слова: редизайн, веб-сайт, користувацький досвід, візуальна комунікація.

Abstract. The study examines the importance of redesigning theater websites in the context of aesthetic perception, usability, and effective visual presentation. It summarizes the results of research on the impact of design on audience engagement.

Keywords: redesign, websites, user experience, visual communication.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному інформаційному суспільстві онлайн-простір стає головним каналом комунікації між установами культури та їхньою аудиторією. Театри, як традиційні осередки мистецтва, опинилися перед викликом адаптації до цифрового середовища, яке динамічно розвивається та потребує швидких, зручних і привабливих рішень. Проте, значна частина веб-сайтів театрів залишаються технологічно та естетично застарілими: мають перевантажену структуру, складну навігацію, неадаптивний дизайн, повільне завантаження сторінок та відсутність інтерактивних можливостей. Виникає необхідність переосмислення ролі театрального веб-сайту — не лише як інструменту інформування, а як повноцінного середовища для створення глибокого культурного досвіду онлайн. Саме тому редизайн сайтів театрів постає як актуальна і комплексна проблема, що потребує міждисциплінарного підходу — поєднання знань з дизайну, юзабіліті, культурології та цифрових технологій.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Редизайн сайтів для театрів — це не лише про зміну зовнішнього вигляду. Йдеться про стратегічну адаптацію до нових потреб цифрової епохи. Дослідження Kurosu & Kashimura та Sonderegger & Sauer [1] показали важливість естетики для сприйняття зручності. Reinecke & Bernstein [2] розширили підхід, доводячи важливість адаптації дизайну до культурного контексту. Ці висновки підтверджують доцільність редизайну сайтів культурних установ.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета роботи — дослідити вплив редизайну сайтів театрів на сприйняття користувачем, зокрема естетичні та функціональні аспекти взаємодії. Також важливим є розуміння не лише естетичних, а й комунікаційних функцій сайту. Ціль — створити цифрове середовище, яке спонукає користувача не лише переглядати, але й взаємодіяти: купити квиток, прочитати рецензії, поділитися подією у соцмережах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Редизайн веб-сайтів театрів розглядається як комплексний процес, що поєднує в собі як візуальні, так і функціональні аспекти користувацької взаємодії. У цьому контексті важливо не лише оновити зовнішній вигляд ресурсу, але й глибоко переосмислити його структуру, логіку навігації, доступність контенту та відповідність сучасним стандартам цифрового сприйняття. Теоретичне підґрунтя такого підходу базується на принципах user-centered design — дизайну, орієнтованого на користувача, — що передбачає адаптацію інтерфейсу до потреб цільової аудиторії, її поведінкових моделей і очікувань.

Особлива увага приділяється розробці ефективної інформаційної архітектури сайту, яка має бути інтуїтивно зрозумілою та логічно послідовною. Також важливою складовою є створення візуальної мови, що відповідає естетиці театру та водночас забезпечує зручність сприйняття — зокрема через використання контрастної палітри, читабельної типографіки та виразних графічних елементів.

Актуальною проблемою сучасних сайтів театрів залишається відсутність адаптивності, що суттєво знижує якість досвіду для користувачів мобільних пристроїв. Тому особлива увага наголошується на необхідності впровадження адаптивного дизайну, що гарантує коректне функціонування ресурсу незалежно від розміру екрану чи операційної системи. Крім того, аналізується значення інклюзивності, зокрема доступності для людей з порушеннями зору, слуху чи моторики, що є особливо важливим у сфері культури.

Також розглядається важливість формування емоційного контакту з користувачем через візуальні образи, динамічний контент (наприклад, відеофрагменти вистав або інтерактивні афіші), а також через впровадження зрозумілих сценаріїв взаємодії. Таким чином, редизайн театрального сайту постає не лише як інструмент технічної оптимізації, а як потужний засіб формування культурного іміджу установи в цифровому просторі, здатний впливати на рівень її впізнаваності, авторитету та залученості глядачів.

ВИСНОВКИ

Ефективний редизайн сайту театру здатен не лише покращити імідж закладу, а й відчутно вплинути на інтерес аудиторії. Поєднання функціональності та візуальної привабливості створює нову якість взаємодії між театром і глядачем.

Редизайн сайтів театрів є не лише технічною, а й гуманітарною задачею. Це синтез технологій, дизайну і культури. Успішно реалізований редизайн може суттєво підвищити рівень цифрової присутності театру, залучити нову аудиторію та сприяти розвитку культурної свідомості суспільства.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Sonderegger A., Sauer J. The influence of design aesthetics in usability testing: Effects on user performance and perceived usability. 2010. URL: <https://www.researchgate.net/publication/38069824> (date of access: 05.05.2025)
2. Reinecke K., Bernstein A. Improving performance, perceived usability, and aesthetics with culturally adaptive user interfaces. 2011. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.1145/1970378.1970382> (date of access: 05.05.2025)

УДК 659.13

ВОРОНА Надія

Київський національний університет технологій та дизайну

ДИЗАЙН РЕКЛАМНОГО ПОВІДОМЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

Анотація. У роботі розглянуто вплив сучасних медіа на ефективність рекламної продукції. Проаналізовано використання друкованих, цифрових, аудіо- та відео-каналів у просуванні товарів і послуг. Досліджено, які формати реклами найбільш ефективні для охоплення цільової аудиторії. Виокремлено переваги мобільної, телевізійної, зовнішньої та друкованої реклами в умовах сучасного інформаційного простору. Зроблено висновки щодо креативності та релевантності рекламного контенту як чинників успішної взаємодії зі споживачем.

Ключові слова: реклама, медіа, споживач, маркетинг, вплив, стратегія, зовнішня реклама

Abstract. The paper examines the impact of modern media on the effectiveness of advertising products. The use of print, digital, audio and video channels in promoting goods and services is analyzed. It investigates which advertising formats are most effective for reaching the target audience. The advantages of mobile, television, outdoor and print advertising in the modern information space are highlighted. Conclusions are drawn regarding the creativity and relevance of advertising content as factors of successful interaction with the consumer.

Keywords: advertising, media, consumer, marketing, influence, strategy, outdoor advertising

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У світі постійного інформаційного потоку компаніям все важче утримувати увагу споживачів. Для успішного просування бренду необхідно розуміти, які канали комунікації забезпечують найбільший ефект. Сучасні споживачі є більш вибагливими, і реклама повинна адаптуватися до їхніх очікувань і способів споживання інформації. Проблема полягає в необхідності обрати правильні формати подачі рекламного повідомлення для досягнення максимального охоплення і впливу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

мобільної реклами, персоналізованого контенту, інтерактивних форматів та відео. Багато публікацій акцентують на креативності, лаконічності повідомлення та його візуальній складовій як ключових елементах ефективності реклами. Друковані джерела, такі як глянцеви й спеціалізовані журнали, зберігають актуальність для окремих ніш [1].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета дослідження — визначити, які рекламні формати та канали є найбільш ефективними для впливу на поведінку споживача.

Завдання роботи:

- оцінити ефективність різних видів реклами у медіа;

- визначити чинники, що впливають на успішність рекламної кампанії;
- проаналізувати ролі друкованої, телевізійної, мобільної та зовнішньої реклами у сучасному інформаційному середовищі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Журнали, телебачення, радіо та Інтернет відіграють ключову роль у поширенні рекламної продукції. Такий підхід допомагає компаніям розширити частку ринку та підтримувати лояльність наявних клієнтів. Рекламодавці активно використовують привабливу музику та візуальні елементи, аби зацікавити споживачів і вплинути на їхню купівельну поведінку. Залучення різних медіа-каналів сприяє підвищенню обізнаності про товар і полегшує доступ до нього для широкої аудиторії. Необхідно визначити найбільш ефективні способи охоплення потенційних клієнтів. Обрані рекламні інструменти мають відповідати контексту та сприяти створенню сприятливого образу продукту чи послуги. Наприклад, якщо цільова аудиторія читає певне друковане видання, доцільно розміщувати рекламу саме там. Газетна реклама дозволяє охопити широку публіку, зокрема за допомогою тематичних розділів і ключових слів.

Аналіз показує, що поєднання реклами в місцевих і столичних виданнях може дати кращі результати. Реклама у спеціалізованих журналах — це швидкий спосіб звернутися до цільової аудиторії. Такі видання орієнтовані на певні інтереси (наприклад, кулінарія, туризм, сфера послуг), і читачі зазвичай уважно вивчають їх, що збільшує шанси на помітність реклами. Проте, якщо лише невелика частка читачької аудиторії становить ваш цільовий ринок, така реклама може бути економічно не вигідною. Мобільна реклама стрімко набирає популярності, оскільки все більше людей споживає контент через смартфони та планшети. Вона охоплює різні формати: відео, банери, інтерстиційну, пошукову та соціальну рекламу. Реклама може з'являтися в SMS-повідомленнях, мобільних додатках або на мобільних версіях сайтів [2].

Глянцеві журнали — це чудовий вибір для демонстрації товару у кольорі, однак вони зазвичай дорожчі за газетні оголошення. Телебачення забезпечує широке охоплення, що робить його ефективним при роботі з великою аудиторією. Відеореklama дозволяє показати товар у дії завдяки поєднанню візуальних та аудіоелементів, але виробництво ролика і купівля ефірного часу — дорогі процеси. Ціни залежать від часу показу, популярності програми, регіону трансляції та охоплення. Успіх бренду багато в чому залежить від креативності та повторюваності повідомлень, які легко запам'ятовуються та привертають увагу. Завдяки вдалій стратегії фірмова реклама може значно підвищити продажі та забезпечити емоційний зв'язок зі споживачами.

Реклама в закритих приміщеннях — це ще один ефективний інструмент, який дозволяє досягати цільової аудиторії в контрольованих просторах: супермаркетах, кафе, спортзалах тощо.

Основні формати — це плакати, банери, вітрини, інформаційні стенди, флаєри, списки популярних товарів тощо. Така реклама добре сприймається, адже люди вже перебувають у контексті покупок. Вона дає змогу цілеспрямовано впливати на вибір покупців і часто має більший ефект, ніж традиційні рекламні кампанії. Агентства дедалі частіше впроваджують нестандартні та креативні рішення, як-от підлогова

графіка. Це дає змогу вирізнятися на тлі конкурентів за помірної вартості. Хоча цифрові технології домінують, зовнішня реклама залишається важливим інструментом — її бачить 98% людей, а понад чверть з них одразу реагують, наприклад, переходять на вебсайт. Ми часто не помічаємо, як щодня стикаємось із зовнішньою рекламою — на транспорті, парканях, зупинках. Це і є її сила — повсюдність. Вона створює впізнаваність бренду, налагоджує зв'язок із аудиторією й мотивує до дії [3].

Формати зовнішньої реклами включають білборди, банери, обклеєні транспортні засоби, рекламні конструкції на зупинках, вивіски тощо. Зі зростанням конкуренції дедалі складніше привертати увагу споживачів, але зовнішня реклама, як масовий канал комунікації, зберігає свій вплив. Вона ефективна тоді, коли повідомлення просте й чітке. Надмірна кількість інформації знижує ефективність сприйняття і заважає донести головну ідею до цільової аудиторії.

ВИСНОВКИ

Сучасна реклама має бути адаптивною, креативною й орієнтованою на цільову аудиторію. Найкращі результати дає поєднання декількох медіа-каналів, що створює синергійний ефект. Успішність реклами визначають такі фактори, як якість повідомлення, формат, канал розміщення та частота показів. Надалі варто досліджувати нові інноваційні формати реклами та вивчати поведінкові реакції споживачів на різні види рекламного впливу.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Brand Names & Advertising. Smallbusiness URL: <https://smallbusiness.chron.com/brand-names-advertising-17752.html> (дата звернення: 05.05.2025).
2. 14 Types of advertising. Business Qld Gov URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-advertising> (дата звернення: 06.05.2025).
3. What are indoor and outdoor advertising and how do they differ. Dominionprint. URL: <https://flags.co.uk/news/post/indoor-advertising-vs-outdoor-advertising> (дата звернення: 06.05.2025)

УДК 7.05 : 655.2

ГОРДІЙЧУК Анна, ЛЕЛИК Ярослав, ЛЕСИК-БОНДАРУК Оксана
Луцький національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ОБРАЗУ КОТА В КОНТЕКСТІ ЛОГОТИПІВ

Анотація: В тезах даної роботи розглянуто використання зображень котів у логотипах як універсального символу, що ефективно поєднує емоційну привабливість із гнучкістю візуальної комунікації. У тезах цієї статті проаналізовано культурні, історичні та стилістичні аспекти котячої символіки, її вплив на сприйняття суспільством і здатність допомагати формувати унікальну бренд-ідентичність. Використовуючи проведений аналіз реальних прикладів, виділено ключові підходи до дизайну логотипів, їхню відповідність цільовим аудиторіям та адаптацію до конкретних бізнес-сегментів.

Ключові слова: Образ кота, логотипи, графічний дизайн, брендинг, культурна символіка, стиль логотипу, емоційне сприйняття, візуальна ідентичність, дизайнерські тренди.

Abstract: The thesis of this work uses the image of cats in logos as a universal symbol, which effectively affects emotional appeal with the flexibility of visible communication. The thesis of this article analyzes the cultural, historical and stylistic aspects of cat symbolism, its impact on public perception and its ability to help form a unique brand identity. Using the analysis of real examples, key approaches to logo design, their relevance to target audiences and adaptation to specific business segments are highlighted.

Keywords: The image of a cat, logos, graphic design, branding, cultural symbolism, logo style, emotional perception, visual identity, design trends.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Коти завжди мали особливе місце в культурі та мистецтві. Їхня граційність, незалежність і загадковість надихали художників, дизайнерів і письменників на створення незабутніх образів. Символіка котів значною мірою визначається культурним середовищем. У західних традиціях коти часто асоціюються з незалежністю та загадковістю, тоді як у японській культурі, наприклад, манекі-нека (так звані коти, що валять) вважаються символами удачі. Ігнорування цих культурних відмінностей може призвести до неправильного тлумачення логотипу.

При створенні логотипа з використанням котячого образу нерідко виникає виклик у вигляді надмірної стильності, яка іноді затьмарює основну ідею бренду. Успішний логотип повинен поєднувати естетику із функціональністю. У той же час, використання зображення кота компанією, діяльність якої може викликати етичні сумніви (наприклад, виробництво товарів для тварин), здатне спровокувати негативну реакцію серед споживачів.

Також не менш важливим завданням є пошук способу інтегрування котячого образу таким чином, щоб він був унікальним, гармонійно вписувався у брендову

ідентичність, відповідав культурному контексту та залишався актуальним протягом тривалого часу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

За даними опитування маркетологів, коті здатні викликати позитивні емоції у споживачів, асоціюючись із затишком, грацією та елегантністю. Наприклад, дослідження символіки тварин у рекламі свідчать, що коті є уособленням естетики та незалежності, що робить їх привабливим вибором для брендів преміум-сегменту.

У культурологічних дослідженнях і мистецьких публікаціях котів часто розглядають як багатогранні символи. Зокрема, у західній культурі вони асоціюються як із домашньою гармонією, так і з містичністю.

В Азії ж, наприклад у Японії, образ kota традиційно пов'язують із удачею, чому сприяло використання таких символів, як манекі-неко (котик, що манить). Це вплинуло на популярність котячих образів у логотипах міжнародних брендів і допомогло їм закріпити свою позицію.

Дослідження ролі тварин у візуальній комунікації проводили такі автори, як Дональд Норман [1] (Рис. 1).



Рис. 1. Ілюстрації до книги. Норман Д.А. Емоційний дизайн [1].

Джессіка Глессер [2] та Пол Ренд [3]. Вони підкреслювали, що символіка тварин у дизайні є потужним інструментом, що впливає на сприйняття бренду.

За даними маркетингових досліджень, коті викликають позитивні емоції у споживачів, асоціюючись із затишком, грацією та елегантністю. У культурологічних дослідженнях [4] котів часто розглядають як багатогранні символи.

В Азії образ kota традиційно пов'язують із удачею, що вплинуло на популярність котячих образів у логотипах міжнародних брендів.

Дизайнерські публікації [5] зазначають, що мінімалізм залишається одним із ключових трендів, а коті добре інтегруються у стилізовані та абстрактні зображення. Блоги дизайнерів демонструють успішні приклади логотипів із використанням силуетів і лінійних ілюстрацій котів [6]. Отже, ці дослідження вказують на високу популярність котячих образів у брендингу завдяки їхній універсальності та здатності адаптуватися до різних стилістичних і культурних контекстів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є визначити роль образу kota в контексті створення логотипу, його вплив на емоційне сприйняття аудиторії та здатність формувати унікальну візуальну ідентичність бренду.

Завданням дослідження є з'ясувати, як у різні культурні та історичні періоди образ kota виконував роль символу, та зрозуміти, як ці уявлення впливають на сучасний графічний дизайн. Виявити основні стилістичні напрями (реалістичний, мінімалістичний, мультяшний, абстрактний, ретро) і проаналізувати їхню відповідність різним галузям бізнесу.

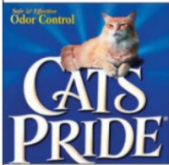
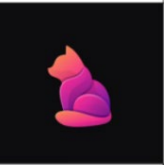
ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У різних культурах образи котів мають свою символіку: благородство і незалежність (західний), удача і процвітання (японський: кішка, що вабить), таємниця і ніч (містичне значення). Логотипи з котячими мотивами, як і інші логотипи, мають свої специфічні особливості. Ось деякі аспекти, пов'язані з такими логотипами: емоційний зв'язок: котяті логотипи викликають співпереживання і затишок (особливо в зоомагазинах і кафе): коти-популярний і асоціативний образ: підходять для різних галузей (спорт, харчова промисловість, IT, зоотовари): унікальність: логотип kota можна адаптувати до різних стилів (мінімалістичний, ретро, модерн).

У статті виділено 5 видів логотипів з котами: реалістичні, мультяшні, абстрактні, мінімалістичні, геральдичні чи ретро-стиль [7].

Таблиця 1

Класифікація логотипів з котами за їх особливостями зображення

РЕАЛІСТИЧНІ	МУЛЬТЯШНІ	АБСТРАКТНІ	МІНІМАЛІСТИЧНІ	ГЕРАЛЬДИЧНІ ЧИ РЕТРО-СТИЛЬ
				
				
				

Реалістичні. Логотип, який відтворює максимально природну форму kota.

Найчастіше застосовується для брендів, що мають відношення до природи, турботи про тварин або діяльності зоомагазинів. Такий стиль орієнтований на використання реалістичних пропорцій, текстур і кольорів, щоб передати образ, наближений до справжнього. Наприклад, може бути зображення пухнастого kota з ретельним проробленням деталей.

Мультяшні. Чудовий вибір для дитячих брендів, іграшок та анімаційних проєктів. Найчастіше він відображає різноманітні емоції, такі як радісний, сумний чи хитрий кіт. Логотипи у стилі мультяшних котів відрізняються спрощеним дизайном, стилізацією та яскравою візуальною подачею. Цей підхід акцентує увагу на грі з формами, мімікою та кольорами, додаючи нотки гумору та казкового настрою. Такий стиль обирають бренди, що асоціюються із сімейними цінностями, дитинством, креативністю та розвагами. Він ефективно створює дружню, доступну й веселу атмосферу, сприяючи встановленню близького емоційного зв'язку з цільовою аудиторією.

Абстрактні. Абстрактне зображення kota в логотипі вирізняється мінімалістичним та концептуальним підходом. У цьому випадку кіт представлений не буквально, а через символи, форми та стилізовані елементи. Такий підхід дозволяє передати образ kota унікально й творчо. Подібні логотипи часто використовуються компаніями, що прагнуть створити елегантне, сучасне і концептуальне враження, зокрема в галузях моди, дизайну, технологій та мистецтва.

Мінімалістичні. У подібних дизайнах акцент спрямований на ключові елементи, що дозволяють безпомилково впізнати образ kota, водночас виключаючи все зайве з композиції. Мінімалізм часто обирають бренди, які прагнуть відобразити сучасність, елегантність і стриманість. Це чудовий варіант для компаній з IT-галузі, сфери моди, інтер'єрного дизайну чи стартапів, які хочуть наголосити на простоті та зосередженості.

Геральдичний стиль опирається на середньовічну символіку, де зображення kota може виступати елементом герба або емблеми. Такий стиль асоціюється з престижем, силою та елегантністю. Геральдичні коти ідеально підходять для брендів, які прагнуть підкреслити свої зв'язки з традиціями, статусністю та спадщиною, наприклад, для готелів, ресторанів високої кухні чи преміальних товарів. Ретро-стиль, своєю чергою, черпає натхнення з дизайну минулих десятиліть, найчастіше XX століття. Його головні риси — ностальгічність і автентичність. Зображення котів у ретро-стилі чудово підходять для брендів, які хочуть асоціюватися з теплом, затишком і спогадами про минуле, таких як кав'ярні, арт-крамниці чи виробники одягу та аксесуарів. Обидва стилі здатні ефективно передати індивідуальність бренду, залежно від його цінностей та орієнтованої аудиторії.

ВИСНОВКИ

Логотип із зображенням kota є не просто візуальним елементом, а важливим інструментом брендингу, що викликає асоціації з грацією, розумом, незалежністю, а також домашнім затишком і теплом. Завдяки багатозначності й універсальності цього символу бренди з різних сфер можуть ефективно створювати емоційний зв'язок зі своєю аудиторією. Вибір kota для логотипу виходить за межі естетичної привабливості — це стратегічне рішення для формування впізнаваного образу

компанії, апелювання до почуттів і асоціації з позитивними цінностями. Чи то реалістичний стиль, мінімалістичний дизайн або веселий мультяшний формат, котячий образ залишається потужним символом, здатним викликати відгук у серцях людей.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Норман Д. А. Емоційний дизайн / пер. з англ. П. Білак, С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2019. 304 с.
2. Glasser, J. The Power of Animal Imagery in Branding. Design Journal, 14(3), 2018. 45-60 p.
3. Ренд П. Дизайн, форма і хаос. Нью-Хейвен : Yale University Press, 2017. 240 с.
4. Marketing Research Journal. The Impact of Animal Symbols on Consumer Behavior. URL: <https://salo.li/4147A17> (Дата звернення 27.02.2025)
5. Мінімалізм в графічному дизайні. URL: <https://vdovtsova - design.com/ua/blog/minimalizm-u-hrafichnomu-dyzaini> (Дата звернення 27.02.2025)
6. Тренди дизайну та візуальна ідентичність. Behance Reports, 2022. URL: <https://salo.li/af85C3A> (Дата звернення 22.02.2025)
7. Класифікація логотипів з котами URL: <https://surl.li/pfyrot> (Дата звернення 22.02.2025)

УДК 745(477):7.05

ГОЛУБЧУК Катерина

Луцький національний технічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ (З 1920-Х РОКІВ ПО СЬОГОДЕННЯ)

Анотація. В роботі досліджено еволюцію дизайну в Україні від 1920-х років до сьогодення. Простежено формування дизайнерської професії, її взаємозв'язок із художніми практиками, роль освіти та ідеології. Особлива увага приділена впливу соціокультурних змін на трансформацію візуальної мови – від радянської спадщини до сучасних практик у контексті війни та цифровізації. Дизайн представлено як інструмент ідентичності, критичного осмислення та культурної мобілізації.

Ключові слова: дизайн, Україна, ідентичність, освіта, візуальна культура, трансформація.

Abstract. The paper examines the evolution of design in Ukraine from the 1920s to the present. The formation of the design profession, its relationship with artistic practices, the role of education and ideology are traced. Particular attention is paid to the impact of socio-cultural changes on the transformation of visual language, from Soviet heritage to modern practices in the context of war and digitalization. Design is presented as a tool for identity, critical reflection and cultural mobilization.

Keywords: design, Ukraine, identity, education, transformation

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Еволюція дизайну в Україні досі залишається недостатньо дослідженою темою, попри її важливість у формуванні національної візуальної культури. В умовах постійних соціополітичних змін дизайн набуває нових функцій – від інструмента ідеології до засобу самовираження, комунікації та опору. Водночас бракує системного аналізу змін у дизайнерській освіті, професійній ідентичності та ролі дизайну у сучасному суспільстві.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасна наукова думка поступово актуалізує тему українського дизайну в історичному та культурному контексті.

Глибокий огляд становлення художньо-промислової освіти в Україні у XX столітті та ролі авангарду в її розвитку подано у дослідженні Марії Ракової [1].

Особливої уваги заслуговують ґрунтовні наукові розвідки Віктора Даниленка, який досліджує розвиток дизайну України протягом XX ст. у загальносвітовому контексті художньо-проектної культури. З огляду на глобалізаційну та національну складові автор пропонує підходи до творення національно орієнтованого українського дизайну [6].

Стаття В. Косіва висвітлює функціонування радянської системи формотворення, звертаючи увагу на особливості дизайну як пропагандистського інструмента [5].

У багатьох дослідженнях аналізується процес формування візуальної ідентичності через дизайн, зокрема – у контексті сучасних соціальних змін.

Огляд книжкового дизайну ілюструє трансформацію графічного стилю – від шаблонного до експериментального й смислово насиченого, що зумовлено загальними культурними зрушеннями.

Показовим явищем сьогодення є зміцнення зв'язку сучасного дизайну з національним корінням, що дозволяє осмислювати його не лише як інструмент форми, а як засіб культурної пам'яті.

Таким чином, подані вище дослідження охоплюють як історичні витоки дизайну в Україні, так і його трансформацію в умовах незалежності та війни. Проте більшість з них розглядає окремі періоди або аспекти – освіту, графіку, книжкове оформлення чи ідентичність – залишаючи поза увагою цілісну динаміку змін у дизайнерській практиці протягом століття.

Це створює потребу в узагальненому аналізі, який би простежив еволюцію українського дизайну у широкому соціокультурному контексті – саме на цьому фокусується дана робота.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

У дослідженні необхідно проаналізувати етапи становлення та трансформації дизайну в Україні від 1920-х років до сьогодення, виявити ключові соціокультурні чинники впливу, простежити зв'язок між дизайнерськими практиками та національною ідентичністю, а також окреслити виклики та перспективи сучасної дизайнерської освіти.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Еволюція дизайну в Україні є відображенням глибоких соціокультурних змін, що відбувалися в суспільстві протягом XX–XXI століття, та ба більше, деякі дослідники стверджують, що ці зміни відбувались ще раніше. Однак для зручності виділяють, що формування національного дизайну почалося ще у 1920–30-х роках, коли в межах радянського проєкту відбувався активний розвиток художньо-промислової освіти. Водночас слід зазначити, що як такого поняття «дизайнер» у той період в Україні ще не існувало – сама професія формувалась поступово, часто перетинаючись із роллю художника, архітектора, сценографа або конструктора.

Попри те, що школа Баугаузу не мала прямого впливу на українське середовище через ідеологічну та культурну ізоляцію, подібні процеси синтезу мистецтв відбувалися й у нас. Так, на думку багатьох дослідників, дизайнерами свого часу цілком можна вважати українських сценографів, зокрема Вадима Меллера, Анатолія Петрицького, Олександра Хвостенка-Хвостова та інших. Вони створювали не лише сценічне оформлення та костюми, а й розробляли квитки, афіші, оформлення сцени в театрі, тобто працювали в логіці дизайну графічного та просторового середовища.

Декарації Меллера до вистав «Гайдамаки» та «Жовтневий огляд» в театрі «Березіль» відзначаються конструктивістською структурністю й новаторським підходом до простору сцени. Синтез виразальних засобів – освітлення, колористика, багатоплановість сцени, динамічна композиція – демонструє одна із збережених сценографій до вистави «Алло, на хвилі» 1929 року, постановником якої є відомий український митець Лесь Курбас (Рис.1).



Рис. 1. Сценографія «Алло, на хвили». 1929 р. Автор Лесь Курбас

Одним із ключових центрів художньо-промислової освіти став Харківський художній інститут, де працював Василь Єрмилов – один із найвідоміших українських представників конструктивізму. Його типографіка, оформлення книг і плакатів, зокрема обкладинка до «Авангард» (1929), є прикладом поєднання авангарду та функціонального підходу до візуальної комунікації (Рис. 2). У повоєнний період, особливо в 1950–60-х роках, розвиток дизайну в Україні був значною мірою підпорядкований загальнонарядським нормам, що стримувало творчі пошуки (Рис. 3).



Рис. 2. Дизайн обкладинки «Авангард», автор Василь Єрмилов

Проте, саме в цей час зароджувалась індустріальна графіка та прикладний дизайн у контексті підприємств: наприклад, дизайн побутової техніки, тари та упаковки. Важливим також було оформлення товарів широкого вжитку, що поєднували утилітарність із декоративністю, і створення інтер'єрів громадських просторів – шкіл, лікарень, вокзалів. У 1960-х роках активізується робота творчих груп при союзах художників, які займалися як графічним, так і промисловим дизайном.



Рис. 3. Ілюстрація «Кобзар з поводирем» до роману О. Ільченка

Сферу книжкового оформлення можна назвати початком графічного дизайну. Можна відзначити такого митця, як Олександр Данченко, який оформив понад 500 видань. Його графічна мова поєднувала народні мотиви з модерністськими засобами виразності, ілюструючи поступовий відхід від шаблонної естетики (Рис. 4). У 1980-х роках у зв'язку з перебудовою та послабленням цензури відбувається відчутне оновлення художніх форм у дизайні. Дизайнери починають звертатися до естетики етнонаціонального стилю, застосовуючи фольклорні візерунки, стилізовані шрифти, а також яскраву палітру, характерну для народного мистецтва. Під кінець десятиліття дизайнери звертаються до української ідентичності: з'являються видання з автентичними шрифтами, новими композиційними рішеннями, натхненними декоративно-прикладним мистецтвом.



Рис.4. Графічне оформлення «Енеїди» у стилі грецького вазопису, автор О. Данченко

У 1980-х роках у зв'язку з перебудовою та послабленням цензури відбувається відчутне оновлення художніх форм у дизайні. Дизайнери починають звертатися до естетики етнонаціонального стилю, застосовуючи фольклорні візерунки, стилізовані шрифти, а також яскраву палітру, характерну для народного мистецтва. Під кінець десятиліття дизайнери звертаються до української ідентичності: з'являються видання

з автентичними шрифтами, новими композиційними рішеннями, натхненними декоративно-прикладним мистецтвом.

Становлення незалежної України відкрило нові можливості для дизайнерів. З'являються перші приватні студії, впроваджуються цифрові технології, дизайн починає розглядатися як окрема дисципліна з економічним і стратегічним потенціалом. Видавництво «Основи» стало одним із лідерів у сфері сучасного книжкового дизайну.

Після 2014 року, на тлі культурного зрушення та воєнних подій, український дизайн отримує новий імпульс – з'являються соціально спрямовані проекти, а патріотична тематика стає частиною візуального коду. Після Революції Гідності дизайн став важливим інструментом національної ідентичності, самовираження та громадянської позиції. Активно розвивалися айдентика міст і державних установ, дизайн волонтерських і соціальних ініціатив.

Поштовх до переосмислення отримали традиційні мотиви та ремесла, що поєднуються з сучасними формами. У цьому контексті важливою є й роль дизайнерської освіти: такі установи як Київська академія мистецтв і Львівська національна академія мистецтв готують нове покоління фахівців, здатних інтегрувати національний контекст у глобальні дизайнерські практики.

Після 2022 року дизайн став ще більш мобілізованим і функціональним: з'явилося багато проектів, спрямованих на комунікацію в умовах війни, підтримку армії, переселенців і культури спротиву. Також збільшується активність українського графічного дизайну за кордоном після повномасштабного вторгнення російських військ і разом з тим посилюються міжнародні контакти.

Це розкрито на прикладах виставкової діяльності провідних мистецьких навчальних закладів та інших установ України, а також на результатах участі українських дизайнерів-графіків у міжнародних конкурсах (Рис.5).



Рис.5. Виставкова афіша української друкованої графіки

Форум Ukrainian Design and Innovation Week 2025 яскраво продемонстрував, що український дизайн – це не лише про естетику, а й про глибокий зміст, культурну пам'ять та національну ідентичність у контексті трансформації нашого часу.

Освіта в дизайні також оновлюється: зростає роль практичних навичок, співпраці з ІТ та міжнародними проектами.

Таким чином, дизайн в Україні пройшов складний шлях – від інструмента пропаганди до засобу культурної рефлексії, перетворившись на потужний інструмент самовираження, ідентичності та візуальної трансформації суспільства.

ВИСНОВКИ

Еволюція українського дизайну є багатограним процесом, який поєднує впливи світових тенденцій, локальну ідентичність та історичні обставини. Від радянського конструктивізму до вільної експресії незалежної України, від друкарського мистецтва до цифрового брендингу – дизайн став не лише галуззю творчості, а й індикатором національного розвитку. Саме завдяки йому формується візуальна мова, через яку Україна заявляє про себе світові.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Історія дизайну в Україні. URL: https://mari.kiev.ua/sites/default/files/inline-images/pdfs/_works-istor design text.pdf (дата звернення 24.04.2025 р.).
2. Платонова, Т. М. Дизайн як соціальний процес. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/b1ed/e2c0df48dae81e.pdf> (дата звернення 29.04.2025 р.).
3. Гула Є. П., Журавльова Н. А., Михайлицький О. А. Синтез розвитку книжкової графіки та дизайну в Україні / Є. П. Гула, Н. А. Журавльова, О. А. Михайлицький. Культура і сучасність : альманах. 2023. № 1. С. 70–75.
4. Ковальчук, О. Від потворного до злого: як змінився книжковий дизайн України за 30 років. 2023. Режим доступу: URL: <https://chytomo.com/vid-potvornoho-do-zloho-iak-zminyvsia-knyzhkovyj-dyzajn-ukrainy-za-30-rokiv/> (дата звернення 01.05.2025 р.).
5. Соловей, С. Стан та перспективи розвитку дизайнерської освіти в Україні. URL: Режим доступу: [http://eprints.zu.edu.ua/39632/1/205-Текст%20статті-407-1-10-20240508%20\(3\).pdf](http://eprints.zu.edu.ua/39632/1/205-Текст%20статті-407-1-10-20240508%20(3).pdf) (дата звернення 03.05.2025 р.).
6. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ХХ ст. (національний та глобалізаційний аспекти). Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора мистецтвознавства за спеціальністю 05.01.03 – технічна естетика – Львівська національна академія мистецтв, Львів, 2006.

УДК 659.1:159.938:7.05

ГРИБУК Софія, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

КРЕАТИВНІСТЬ У РЕКЛАМІ: ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ТА ВІЗУАЛЬНІ ПРИЙОМИ

Анотація. У роботі досліджено ключову роль креативної реклами у залученні уваги споживачів та формуванні позитивного ставлення до бренду. Виявлено, що дизайн рекламних креативів – це не лише естетика, а й стратегічний інструмент комунікації, що поєднує традиційні візуальні прийоми з інноваційними підходами. Проаналізовано психологічні механізми впливу дизайну рекламних креативів на споживача та визначено чинники їх ефективності. Підтверджено, що візуальна привабливість, нестандартні композиційні рішення та емоційно заряджені зображення підвищують ефективність рекламного повідомлення.

Ключові слова: рекламні креативи, дизайн реклами, інновації в дизайні, бренд, візуальна комунікація, вплив на споживача, банери.

Abstract. The paper explores the key role of creative advertising in attracting consumer attention and forming a positive attitude towards the brand. It has been found that the design of advertising creatives is not only aesthetics, but also a strategic communication tool that combines traditional visual techniques with innovative approaches. The psychological mechanisms of the influence of the design of advertising creatives on the consumer have been analyzed and the factors of their effectiveness have been identified. It has been confirmed that visual appeal, non-standard compositional solutions and emotionally charged images increase the effectiveness of the advertising message.

Keywords: advertising creatives, advertising design, design innovations, brand, visual communication, consumer impact, banners.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному цифровому середовищі людина щодня споживає сотні рекламних повідомлень, що породжує інформаційне перенасичення та зниження уваги до традиційної реклами. Класичні формати дедалі частіше ігноруються, тож бренди змушені шукати нові візуальні та змістові підходи. Саме креативність у дизайні реклами стає ключем до ефективної комунікації зі споживачем: вона здатна привертати увагу, викликати емоції та стимулювати запам'ятовування. Актуальності набувають питання дизайнерських інструментів, що реально працюють, а також їх правильне поєднання з психологічними механізмами сприйняття.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні дослідження у сфері рекламного дизайну свідчать про багатовекторність тематики. Слід відзначити вітчизняні та зарубіжні праці, присвячені практичним основам психології, рекламним комунікаціям, маркетинговим стратегіям, управління поведінкою споживача, креативній творчості тощо.

Так, у 2018 році Fabiënne Rauwers провели командне дослідження на тему «The impact of creative media advertising on consumer responses» [1]. Результати роботи виявили, що нестандартні візуальні рішення у рекламі позитивно впливають на когнітивні та емоційні реакції глядачів, сприяючи глибшому запам'ятовуванню бренду та зростанню наміру до покупки.

У науковій праці «Вплив креативної медіа-реклами на реакцію споживачів» автори довели, що реклама з високим рівнем креативності краще справляється з фільтрами уваги користувача, особливо в умовах багатозадачності [2].

Цікавим є також наукові розвідки, що вивчають вплив рекламної креативності на ефективність як комерційної, так і соціальної реклами [3]. Автори підкреслюють важливість дизайну, зокрема кольору, контрасту та композиції – як чинників, що суттєво впливають на клікабельність цифрової реклами.

Однак, питання використання дієвих дизайнерських засобів для ефективної рекламної комунікації та цифрових продуктів залишається досить відкритим та потребує детальнішого аналізу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є дослідження ролі дизайну в побудові ефективних рекламних креативів, вивчення психологічних механізмів їх впливу на споживача та виявлення найбільш дієвих візуальних прийомів, які поєднують традиційні дизайнерські основи з новітніми цифровими підходами.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Ефективна реклама – це мистецтво впливу на свідомість та підсвідомість споживачів за рахунок різноманітних психологічних механізмів. Найбільш дієвими у маркетинговій практиці можна вважати повторення, асоціації, соціальні докази – саме вони формують позитивне ставлення до продукту/послуги та допомагають закріпити бренд у свідомості споживача.

Щоб створювати ефективні рекламні продукти, дизайнерам слід розуміти, що соціальні норми, сімейні цінності, культурні традиції також мають вплив на вибір товарів та брендів. Таким чином, реклама вимагає адаптації до потреб, переконань та бажань цільової аудиторії, а також вибір правильних візуальних прийомів.

Креатив у рекламі неможливий без якісного візуального супроводу, де дизайн відіграє центральну роль. Дизайн рекламного креативу (банеру) охоплює широкий спектр візуальних елементів – від типографіки й кольорової гами до композиційних рішень, рухомої графіки (у відеоформатах) і мікроанімацій у діджитал-просторі. Одним із найважливіших аспектів є поєднання естетики з функціональністю: реклама повинна бути не лише привабливою, але й ефективною у донесенні повідомлення.

Психологія візуального сприйняття демонструє, що людський мозок за доли секунди фіксує кольори, форми та об'єкти, оцінюючи їхню важливість. У цьому контексті колірна палітра відіграє не лише естетичну, але й емоційну роль. Наприклад, червоний – активує почуття терміновості або збудження, синій – викликає довіру, а жовтий – оптимізм. Гармонійна або контрастна палітра може підсилити ефект звернення, або навпаки – відштовхнути глядача. Тому бренди приділяють велику увагу кольоровій психології при створенні креативів.

Типографіка також має потужний комунікаційний потенціал. Правильно підібрані шрифти можуть транслювати характер бренду, а розміщення тексту –

керувати увагою глядача. Використання динамічної типографіки в анімаційній рекламі дозволяє створювати ефекти посилення ритму, настроїв і навіть впливати на запам'ятовування ключових слів. Наприклад, жирний шрифт у центрі композиції одразу фіксує погляд користувача, у той час як похилий або рукописний шрифт може передати емоційність або особистісний підхід (Рис. 1)

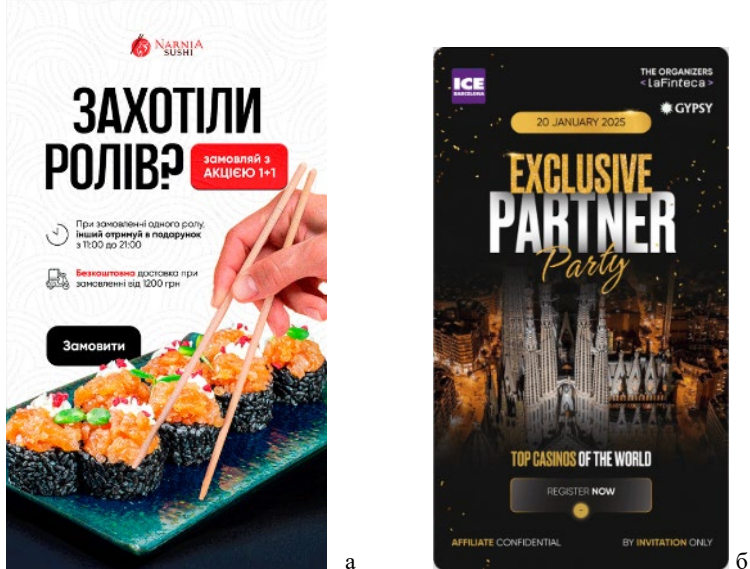


Рис.1. Рекламні креативи з вдалою типографікою: а – креатив Акіма Фоліна, б – креатив Наталії Тихонової

Композиція – ще один критично важливий елемент. Вона визначає, які об'єкти та в якій послідовності будуть зчитані глядачем. Нестандартні композиційні рішення – наприклад, асиметрія, «перевернуті» об'єкти чи зсув фокусу – здатні викликати когнітивний дисонанс і тим самим підвищити зацікавленість.

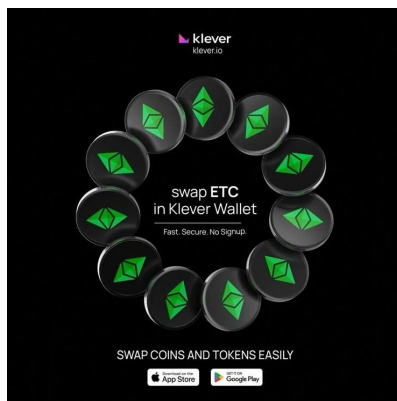
У цифровій рекламі також працюють правила сітки, зони «візуального тяжіння» та принципи модульної композиції, які дозволяють спрямовувати погляд користувача саме до цільових елементів (заклик до дії, логотип, оффер) (Рис. 2).

У динамічних креативах (відео, motion design) особливу роль відіграє темп та ритм. Динамічна зміна кадрів, підсилена відповідною музикою або звуковими ефектами, дозволяє глибше залучити глядача, активізуючи емоційні центри мозку. Синергія візуального та аудіо дозволяє створити унікальний бренд-досвід. Останні дослідження свідчать, що реклама, яка викликає емоційну реакцію, має вищі показники запам'ятовування і сприяє формуванню лояльності до бренду.

Рекламний продукт, що викликає позитивні емоції, може значно підвищити бажання придбати товар чи послугу. Надійний та високоякісний бренд також мотивує до покупки. Отже, емоційна реклама може бути набагато ефективнішою, ніж інформативна.



а



б

Рис. 2. Крео з цікавою композицією: а – креатив Яни Марс, б – креатив компанії klever

Важливим трендом у дизайні креативів є поєднання традиційних візуальних кодів з цифровими інноваціями – це AR-фільтри, інтерактивна графіка, персоналізовані відео тощо. Такі рішення дозволяють створити глибший контакт із аудиторією та вивести рекламну взаємодію на рівень досвіду. У цьому аспекті особливо важливим стає UX-дизайн, адже навіть найкреативніше рішення не буде ефективним, якщо воно складне для сприйняття або викликає дискомфорт.

Загалом, успішний рекламний креатив – це результат синтезу візуального стилю, емоційного наративу, глибокого знання цільової аудиторії та чіткого дотримання принципів дизайну. Дизайнери, які поєднують креативність із аналітикою, створюють продукти, що не просто привертають увагу, а й залишають тривалий слід у свідомості споживача.

ВИСНОВКИ

Емоційні, соціальні та когнітивні аспекти визначають поведінку цільової аудиторії. Створення цілеспрямованих та ефективних рекламних продуктів забезпечує креативна складова в дизайні, що є не лише способом привернення уваги, а й потужним інструментом впливу на споживачьке рішення. Поєднання традиційних візуальних принципів з новими інтерпретаціями, актуальними для цифрової культури, дозволяє створювати ефективні рекламні повідомлення.

Дизайн – це мова бренду, а креативність у дизайні є засобом зробити цю мову переконливою, зрозумілою та привабливою.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Rauwers, F., Remmelswaal, P., Franssen, M. L., Dahlén, M., & van Noort, G. (2018). The impact of creative media advertising on consumer responses. *International Journal of Advertising*, 37(5), 749–768. URL: <https://doi.org/10.1080/02650487.2018.1480167> (дата звернення 18.04.2025 р.).
2. Shen, W., Wang, S., Yu, J., Liu, Z., & Yuan, Y. (2021). The influence of advertising creativity on the effectiveness of commercial and public service advertisements: A dual-task study. *Applied Cognitive Psychology*, 35(5), 1308–1320. URL: <https://doi.org/10.1002/acp.3864> (дата звернення 23.04.2025 р.).
3. Azimi, J., Zhang, R., Zhou, Y., Navalpakkam, V., Mao, J., & Fern, X. (2012). The Impact of Visual Appearance on User Response in Online Display Advertising. *arXiv preprint*. URL: <https://arxiv.org/abs/1202.2158> (дата звернення 27.04.2025 р.).
4. Модель AIDA. URL: <https://theinweb.media/sho-take-model-aida-v-marketingu/> (дата звернення 28.04.2025 р.).
5. Фолін Акім. Креативи для таргету: Social media banners – Портфоліо – Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/216832193/kreativi-dlja-targetu-Social-media-banners-Portfolio> (дата звернення 30.04.2025 р.).

УДК 725.8

ГРИГОРЧУК Ганна

Київський національний університет технологій та дизайну

ДО ПИТАНЬ ТЕРМІНОЛОГІЇ: СУЧАСНИЙ ЦЕНТР ДОЗВІЛЛЯ

Анотація. Робота присвячена розгляду термінологічних питань, пов'язаних із сучасними багатофункціональними закладами дозвілля та особливостями формування їх внутрішнього середовища. У міждисциплінарному контексті ці заклади розглядаються як соціокультурні інституції з набором функціонально-просторових ознак. Розширення спектру функцій сучасних закладів дозвілля спричиняє необхідність перегляду їх ідейно-просторових характеристик, що відповідно впливає на дизайн інтер'єру. Це відображається на розумінні та сприйнятті центрів дозвілля як важливої складової сучасної галузі дозвілля.

Ключові слова: центр дозвілля, сучасність, термінологія, багатофункціональний простір, дизайн.

Abstract. This article addresses the terminological aspects associated with contemporary multifunctional leisure facilities and the distinctive features of their interior spatial organization. Within an interdisciplinary framework, such facilities are conceptualized as socio-cultural institutions distinguished by specific functional and spatial characteristics. The growing diversification of functions within modern leisure institutions necessitates a revision of their conceptual and spatial frameworks, which in turn has a direct impact on interior design strategies. These transformations shape the interpretation and perception of leisure centers as integral elements of the modern leisure industry.

Keywords: leisure center, modernity, terminology, multifunctional space, design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Історичний розвиток демонструє, що кожна епоха породжувала архітектурні типи та прототипи закладів дозвілля, які з часом зазнавали змін, набуваючи нових форм і функціонального змісту. Формування внутрішнього простору таких закладів має вагомое соціальне значення, оскільки безпосередньо впливає на якість дозвіллевої діяльності. Водночас спостерігається суттєве розширення функцій центрів дозвілля та тенденцій у дизайні їх інтер'єру, що, в свою чергу, змінює уявлення про ці об'єкти як елементи сучасної індустрії дозвілля. У зв'язку з цим постає необхідність переосмислення наявних дефініцій поняття «сучасний центр дозвілля», які нині залишаються фрагментарними та недостатньо систематизованими. З огляду на нові соціокультурні реалії та зміни у вимогах до функціонально-просторової організації таких закладів, актуальним є завдання оновлення та уточнення термінологічного визначення цього поняття з урахуванням вимог сьогодення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні напрацювання та практичні підходи до проєктування будівель багатофункціональних закладів дозвілля, а також проблематика організації їх

внутрішнього простору, знайшли відображення у дослідженнях Куцевича В. В. [3]. Питання позиціонування закладів дозвілля як соціокультурних інституцій, їх характерні риси та специфіку розкривають у своїх працях Петрова І. В. [4] та Бойко О. П. [2]. Окремі аспекти, пов'язані з визначенням, наближеним до поняття «сучасний центр дозвілля», аналізуються в наукових роботах Абизова В. А., Євтушик Х. О. [1]. Водночас, попри наявні напрацювання, дефініція поняття «сучасний центр дозвілля» залишаються недостатньо уточненими відповідно до актуальних вимог, що зумовлює потребу в їх подальшому уточненні та систематизації.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета роботи: сформулювати визначення поняття «сучасний центр дозвілля» на основі існуючих джерел та публікацій з урахуванням вимог сьогодення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Упродовж останніх десятиріч в Україні в сфері соціокультурного обслуговування постала потреба формування індустрії дозвілля, що зумовила модернізацію мережі закладів дозвілля відповідно до нових якісних, технологічних і технічних стандартів, необхідних для задоволення зростаючих потреб різних соціальних груп населення.

В дослідженні Куцевича В. В. [3] ґрунтовно розглядається практичний аспект формування будівель багатофункціональних закладів соціокультурного обслуговування. У радянський період на основі уніфікованої методики організації дозвілльової діяльності були розроблені типові архітектурно-будівельні проекти закладів дозвілля, призначені для масового впровадження на території колишнього СРСР. Починаючи з кінця XX століття, спостерігався поступовий перехід до диференціації таких закладів на спеціалізовані об'єкти культури й дозвілля. Згодом почав реалізовуватись принцип інтеграції різних функціональних блоків у межах єдиного простору багатофункціональних центрів. В структурі таких центрів стали виокремлюватися спеціалізовані зони, які, залишаючись технологічно самостійними, водночас функціонували у взаємозв'язку з певними напрямками діяльності. Формування таких просторів ґрунтувалося на принципах гнучкого планування інтер'єру. З метою оптимізації системи соціокультурного обслуговування, окремі компоненти почали об'єднуватися у багатопрофільні комплекси з урахуванням локальних особливостей та потреб споживачів. Якщо в радянські часи багатофункціональні заклади дозвілля мали переважно неприбутковий, державний характер, то в умовах ринкової економіки вони стали включати обов'язковий комерційний елемент. У своїй праці автор запропонував архітектурно-планувальну модель центру дозвілля та сформулював його як заклад, що функціонує на госпрозрахункових засадах і отримує прибуток.

Перш ніж визначити поняття «сучасний центр дозвілля», доцільно проаналізувати термінологічне поле суміжних понять і виявити їх характерні ознаки. Зокрема, в роботі Абизова В. А., Євтушик Х. О. [1] надано визначення сучасного клубу як закладу, в якому гармонійно поєднуються різні види комерційної діяльності з метою стимулювання відвідувачів до активного користування послугами та забезпечення оптимальних умов для проведення вільного часу. Автори наголошують на тому, що головною відмінністю сучасного клубу від класичного є орієнтація на

отримання прибутків через багатofункціональність, а також створення атрактивного внутрішнього середовища.

Оскільки серед функцій клубів присутній розважальний компонент, обґрунтованим є порівняння з розважальними комплексами. У цьому контексті Петрова І. В. [4] зазначає, що розважальні комплекси є складними, але водночас унікальними закладами дозвілля, які поєднують численні функції, формуючи широкий спектр дозвілєвої діяльності. Автор розглядає такі комплекси як сучасні культурно-дозвілєві інституції, що транслюють нові моделі культурного споживання, дозвілєвих цінностей і поведінкових норм. До специфічних ознак таких закладів належать: організований простір для дозвілля; наявність окремих функціональних зон для різних категорій відвідувачів; інтеграція різних напрямів діяльності в межах одного закладу; архітектурна виразність та дизайн, що відповідає тематиці закладу.

З огляду на це, доцільно звернутись до понять «культурно-дозвілєвий центр» і «культурно-дозвілєва установа», що запропоновані в дослідженні Бойко О. П. [2]. Ці заклади являють собою культурно-дозвілєві центри як одно- або багатoproфільні організації, діяльність яких носить соціально-культурний та підприємницький характер. Основною функцією таких закладів є задоволення культурних інтересів населення у сфері дозвілля та формування сприятливого культурного середовища. Автор розглядає ці заклади як нову форму соціокультурних інституцій, що інтегрують різні види діяльності, забезпечують безперервність дозвілєвого процесу всіх соціальних груп населення.

Беручи до уваги сукупність вказаних особливостей та функціонально-просторових характеристик, доцільним є формулювання уточненого поняття сучасного центру дозвілля. Сучасний центр дозвілля — це сконцентрована в єдиному просторі інституція дозвілля, яка формує культурне середовище для задоволення потреб різних соціальних категорій і груп населення, інтегруючи в собі різноманітні функції дозвілля, має комерційну складову та вирішує проблеми оптимізації вільного часу. Такий центр являє багатofункціональний простір, що об'єднаний спільною тематичною метою, здатний до швидкої зміни і трансформації внутрішнього середовища у відповідності до концепції установи та утилітарних і естетичних потреб.

ВИСНОВКИ

Сучасний центр дозвілля є важливою складовою частиною дозвілєвого середовища населеного пункту, з урахуванням регіональні особливості та доступності для відвідувачів. Дослідження принципів дизайну внутрішнього простору таких закладів є надзвичайно актуальним на сьогоднішній день, тому для подальшого вивчення цієї теми пропонується визначення поняття сучасного центру дозвілля. Чітке розуміння цього терміну є ключовим для ефективного створення гармонійного внутрішнього середовища цих установ та може бути корисним для подальших наукових досліджень.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Абизов В. А., Євтушик Х. О. Сучасні клуби: типологія та дизайн інтер'єру. *Art and Design*. 2022. №4. С. 19.
2. Бойко О. П. Культура дозвілля у суспільстві ризику: монографія. Суми: ДВНЗ “УАБС НБУ”. 2011. С.43-45.
3. Куцевич В. В. Реформування архітектурно-методологічної бази проектування об'єктів соціокультурного призначення в сучасних умовах України : автореф. дис. ... д-ра арх. : 18.00.02 . Київ. 2004. С. 9-16.
4. Петрова І. В. Розважальний комплекс в сучасній Україні: проблема типології. *Вісник Маріупольського державного університету. Філософія, культурологія, соціологія*. 2015. № 10. С.140-148.

УДК 745.41(477.75):7.038.53:008

ДАНЕЛЯН Лаура, ЛАВРІКОВА Катерина
Харківська державна академія дизайну та мистецтв

КРИМСЬКОТАТАРСЬКИЙ ОРНАМЕНТ «ОРЬНЕК» ЯК ФЕНОМЕН ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Анотація. Орнамент «Орьнек» є унікальним явищем кримськотатарської культури, що передається з покоління в покоління як складова нематеріальної спадщини. У статті розкрито значення основних символів орнаменту, особливості кольорової гами та сфери застосування у традиційному і сучасному декоративному мистецтві. Також представлено порівняння орнаменту з турецькими аналогами, які мають спільні історичні корені. Підкреслено актуальність Орьнеку у збереженні культурної спадщини та формуванні візуального стилю кримськотатарського народу в умовах глобалізації.

Ключові слова: кримськотатарська культура, орнамент, Орьнек, символіка, нематеріальна спадщина

Abstract. Crimean Tatar ornament “Ornek” is a unique visual code that conveys the worldview, values, and identity of the Crimean Tatar people. This paper explores its symbolic meanings, color palette, and applications in both traditional and modern decorative arts. The article also highlights parallels with Turkish ornamentation and the importance of Ornek in preserving cultural identity amid globalization.

Keywords: Crimean Tatar culture, ornament, Ornek, symbolism, intangible heritage

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Орнамент «Орьнек» є важливою складовою культурної ідентичності кримських татар, що формувалась протягом століть. Донедавна він залишався малодослідженим у загальноукраїнському мистецькому контексті. Його потенціал як засобу візуальної комунікації, збереження історичної пам'яті та культурного коду народу часто недооцінюється у сучасному дизайні та мистецтві. Тому актуальним є комплексне вивчення цієї візуальної системи.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У 2021 році ЮНЕСКО визнала Орьнек нематеріальною культурною спадщиною людства, що стало поштовхом до його подальшого дослідження та популяризації. Вагомий внесок у вивчення орнаменту роблять сучасні митці та дослідники: Еміне Сеїтвелєва активно займається реконструкцією втрачених мотивів, Айше Османова адаптує традиційні форми до сучасного текстилю, Севіля Ібраїмова аналізує семантику символів, а Февзіє Абласва документує регіональні варіації орнаменту. Значну роль у поширенні знань про Орьнек відіграють також культурні ініціативи, виставки, проекти НБУ та освітні програми для молоді.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є виявлення художньо-символічних особливостей орнаменту «Орьнек», розкриття його значення як естетичного та ідентифікаційного

елементу кримськотатарської культури. У фокусі — аналіз форм, символів, кольорів, а також вивчення трансформації Орьнеку у сучасному візуальному середовищі, його роль у дизайнерських практиках та цифровому мистецтві.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Орнамент «Орьнек» складається з близько 35 основних символів, що відображають уявлення кримських татар про світ, родину, природу, духовність. Наприклад, троянда — символ жіночої краси та родючості, тюльпан — молодості та чистоти, тополя — сили та витривалості, гранат — продовження роду. Символи розміщуються у складних симетричних композиціях, які мають вертикальну або горизонтальну структуру та часто обрамляються геометричними рамками. Кольорова гама Орьнеку глибоко символічна: червоний — енергія, життя, кров; синій — духовність, небо, мудрість; зелений — оновлення, природа, гармонія; жовтий — сонце, щастя; білий — чистота, правда [1]. Традиційно орнамент застосовувався у вишивці жіночих головних уборів, весільного одягу, декоративних рушників, а також у гончарстві, дереворізбі, ювелірних прикрасах, ткацтві та побутових предметах. Сьогодні Орьнек переживає відродження: з'являється в сучасному дизайні одягу, логотипах, цифрових проєктах, а також на офіційних державних символах — у 2024 році випущено пам'ятну монету НБУ з візерунками Орьнек [2]. Молоді митці активно використовують його в ілюстраціях, інтер'єрному дизайні, графіці, поєднуючи традиційне з новітнім.



Рис. 1. Орнамент «Орьнек»

Орнамент «Орулях» (частіше вживається як «Орьнек») складається з близько 35 основних символів, що відображають уявлення кримських татар про світ, родину, природу, духовність. Наприклад, троянда — символ жіночої краси та родючості, тюльпан — молодості та чистоти, тополя — сили та витривалості, гранат — продовження роду. Символи розміщуються у складних симетричних композиціях, які мають Молоді митці активно використовують Орьнек в ілюстраціях, інтер'єрному дизайні, цифровому мистецтві, графіці, шрифтах та розробці айдентики. Він набуває нового звучання завдяки цифровим технологіям — 3D-моделюванню, AR-анімації, генеративному дизайну [3]. Таким чином, з одного боку зберігається спадщина, а з іншого — відбувається її актуалізація в контексті сучасної візуальної культури.

ВИСНОВКИ

Орьнек – це більше, ніж просто орнамент: це унікальна візуальна мова, за допомогою якої кримськотатарський народ передає свою історію, цінності, світогляд. Завдяки своїй гнучкості, він адаптується до нових форм і технологій, залишаючись водночас носієм глибокої традиції. Таким чином, Орьнек виконує не лише декоративну функцію, а й виступає потужним засобом культурної ідентифікації та

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Офіційне рішення ЮНЕСКО: У 2021 році орнамент «Орьнек» було включено до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства. URL: www.kmu.gov.ua/news/krymskotatarskij-ornament-ornek-vklyucheno-do-reprezentativ-nogo-spisku-nematerialnoyi-kulturnoyi-spadshchini-lyudstva?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.05.2025)
2. Міністерство культури та інформаційної політики України: Підтвердження про включення орнаменту «Орьнек» до списку ЮНЕСКО. URL: https://mcs.gov.ua/news/krymskotatarskyi-ornament-ornek-vkliucheno-do-spysku-yunesko-nematerialnoi-kulturnoi-spadshchyny-lyudstva/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.05.2025)
3. Інтерв'ю з Есмою Аджієвою: Обговорення значення орнаменту «Орьнек» для кримськотатарської культури та його внесення до списку ЮНЕСКО. URL: www.ukrinform.ua/rubric-crimea/3370190-krymskotatarskij-ornament-ornek-vklucili-do-spisku-kulturnoi-spadsini-unesko.html?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.05.2025)

УДК 746.3

ДУБАТОВКА Марія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

СПОСОБИ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ТРАДИЦІЙНОЇ ВИШИВКИ У ДИЗАЙНІ СУЧАСНОГО ЖІНОЧОГО ОДЯГУ

Анотація. У роботі представлено аналіз традиційної української вишивки в дизайні сучасного жіночого одягу. Доведено, що українські модельєри інтерпретують вишивку з метою впровадження її у моделі жіночого одягу способами стилізації, поєднання вишивки з графічними елементами та адаптації до інноваційних технологій. Підкреслено вплив етнічних мотивів на сучасні модні тенденції.

Ключові слова: одяг, тренд, мода, вишивка, модельєри.

Abstract. The research analyses how traditional Ukrainian embroidery is being incorporated into contemporary women's fashion design. The study demonstrates that Ukrainian fashion designers employ stylization, combination with graphic elements, and adaptation to innovative technologies to integrate embroidery into women's clothing models. The findings underscore the influence of ethnic motifs on current fashion trends.

Keywords: clothing, trend, fashion, embroidery, fashion designers.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Вишивка є важливою частиною національної ідентичності України, тому сучасні українські модельєри часто використовують її як джерело натхнення у дизайні одягу. Тема інтерпретації традиційної жіночої вишивки сьогодні набуває актуальності у контексті боротьби українського народу проти загарбників. Вона акумулює історію, культуру, а також духовні й естетичні цінності українського народу.

Сучасні дизайнери часто звертаються до національних традицій, поєднуючи у роботах автентичність і сучасний стиль. Модельєри використовують символіку, кольорову гаму та орнаменти, щоб зберегти традиційні характерні риси вишивки різних регіонів України. Вони адаптують вишивку до новітніх тенденцій моди, використовуючи сучасні матеріали, технології та крої.

Проблема поєднання вишиваних мотивів з екологічними матеріалами вимагає створення одягу, який синтезує елементи національної спадщини та втілює принципи сталого розвитку. Підняті питання відображають актуальність обраної теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

На сьогодні вивчення традиційної української вишивки в сучасному одязі стало важливою темою у фешн-дизайні України. Необхідними у контексті дослідження стають матеріали для створення еко-одягу [5]. Новітні технології друку на текстилі тісно пов'язані з розробкою сучасного одягу з вишиваними елементами [4]. Проте значна кількість візуального матеріалу, обраного для дослідження, взято з інтернет-магазинів, де представлено роботи лише ілюстративно, без наукового обґрунтування [1; 2; 3]. Відсутність спеціальних досліджень способів інтеграції

традиційної вишивки у дизайн сучасного одягу вимагає проведення більш глибокого аналізу.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення особливостей впровадження традиційної вишивки у дизайн сучасного одягу для жінок. Завданнями дослідження є охарактеризувати художні особливості вишивки, класифікувати способи інтерпретації традиційних мотивів та обґрунтувати їх розробку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На сьогоднішній день в інтернет-магазинах великих компаній та відомих дизайнерів, таких як Віта Кін [1], Юлія Магдич, Андрій Черуха, подружжя Ігор та Оксана Коваленко та ін., з'являються нові зразки сучасного жіночого одягу, оздоблені традиційною вишивкою. Сучасні дизайнери адаптують традиційні орнаменти до потреб сьогодення. Вишивка характеризується сучасним підходом до візуалізації основних мотивів, символів та елементів, які інтерпретуються в контексті викликів сучасності.

Важливим способом інтерпретації сучасної вишивки виступає стилізація традиційних вишиваних мотивів. Більшість представлених зразків дизайнери оздоблюють з використанням геометричних фігур, що асоціативно відповідають традиційним мотивам. Геометричною стилізацію вирізняються роботи, які характеризують творчість розробників брендів 2kolyory [3] та ETNODIM [2] (табл. 1). Поряд з тим виділяємо декоративний спосіб стилізації. Він формується на основі трансформації витинанок та традиційних розписів. Такий спосіб інтерпретації вишивки характерний для творчості Віти Кін (Сукня Shalimar та Блуза Shalimar).

Новим способом інтеграції вишивки у сучасні моделі одягу є поєднання традиційної вишивки з графічними елементами (табл. 1). Креативним способом інтерпретації є введення у вишивку шрифтових елементів. Шрифти у розробках бренду ETNODIM («Вишиванка з бежевого льону та комірцем Bandura» та «Жіноча вишита сорочка блакитного кольору «Кий»») виступають змістовим акцентом. Шрифтові композиції підсилюють асоціативне сприйняття традиційних елементів.

Поширеним є використання різноманітних графічних елементів, зокрема птахів, корів, біків, мапи території України, людей, ангелів та різних рослин, які стилізуються під вишиваний мотив та стають частиною вишитого декору. Такий спосіб інтерпретації наближає вишиваний одяг до споживача, відображаючи соціальні, економічні та політичні реалії, та сприяє підвищенню національної свідомості людей.

Інноваційним способом створення вишиваних мотивів в сучасному одязі є адаптація традиційної вишивки до сучасних технологій друку (табл. 1). Такі технології передбачають нанесення на тканину різноманітних зображень, надаючи їм естетичного вигляду. Програмна обробка вишивки забезпечує спрощення окремих елементів з метою адаптації їх до друку.

Для друку на текстилі застосовують новітні матеріали, зокрема сублимаційний папір, який дозволяє розмістити зображення на різних кольорових поверхнях та матеріалах від шовку до бавовни. Дизайнери Віта Кін та Юлія Магдич широко використовують у своїх роботах сублимаційний друк [4], який дозволяє отримати яскраві та стійкі до вигорання зображення.

Останнім часом все більшої популярності набуває 3D-друк [4], що забезпечує створення об'ємних елементів для декорування одягу. Ця технологія, зокрема, використовується Юлією Магдич для створення вишивки нового часу. Модельєри використовують різноманітні техніки та методи стилізації, показуючи, що кожній етнічній групі України притаманна своя регіональна особливість, і відображають їх унікальність, експериментуючи з формами, кольорами та матеріалами.

Таблиця 1

Способи інтерпретації традиційної вишивки у дизайні сучасного жіночого одягу



ВИСНОВКИ

Сучасна традиційна вишивка, яка розробляється українськими модельєрами переосмислюється з точки зору реалій життя. У роботі доведено, що вишивка у сучасному одязі формується на основі інтерпретації традиційних вишиваних мотивів за допомогою стилізації (геометрична та декоративна), поєднання графічних елементів (шрифтові та предметні форми) та адаптації до сучасних технологій (друк на текстилі). Завдяки цьому вишивка зберігає символіку та традиції, стаючи сучасним елементом стилю та самовираження. Інтерпретація традиційної вишивки в дизайні

сучасного жіночого одягу є важливим засобом збереження та популяризації культурної спадщини.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Віта Кін. URL: <https://www.vitakin.com/collections/shop> (дата звернення: 04.11.2024)
2. Жіночий етноодяг ETNODIM. URL: https://etnodim.ua/zhinkam?_gl=1*evcxfu*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjwgfm3BhBeEiwAFfxrG1boySOdlYEdrlUyvy-y-Gji_WDI4skDtLoOzlB2ZRw06I4Y4LNEkRoCFzsQAvD_BwE (дата звернення: 04.11.2024)
3. Жіночий одяг з вишивкою. 2KOLYORY. URL: https://2kolyory.com/uk/?_gl=1*1ajkezj*_up*MQ..*_ga*MTMwODk4OTg4MS4xNzI4MjE1OTE2*_ga_CZ2P6T1CBC*MTcyODIxNTkxNS4xLjAuMTcyODIxNTkxNS4wLjAuNzYyNDI1MTg2 (дата звернення: 04.11.2024)
4. Які є види друку на тканині? Друкарська справа. 2023. URL: https://pdelo.dp.ua/ua/post/kakie-est-vidy-pechati-na-tkani/?srsltid=AfmBOooW5cZ8od6YiLczpEvtXHMMyDivZE3DLMY4nbaaZ3woyhpS_YYqk (дата звернення: 09.11.2024)
5. Li J., Li Y., Fan C., A performance evaluation system for product eco-design in the fashion supply chain. *Journal of Cleaner Production*. 2024. Vol. 440. 140716. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2024.140716>

УДК 004.223:766.05

ІГНАТЕНКО Анастасія, ШАУРА Аліна
Київський національний університет технологій та дизайну

РОЗРОБКА ВЛАСНОГО ШРИФТУ ЯК СКЛАДОВА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Анотація. У роботі розглянуто етапи розробки шрифту, аналіз типографічних особливостей та методи оптимізації читабельності. Проведено тестування створеного шрифту в реальних умовах, оцінено його функціональність та естетичну привабливість.

Ключові слова: шрифтовий дизайн, типографіка, графічний дизайн, читабельність.

Abstract. The paper examines the stages of font development, analysis of typographic features and methods for optimizing readability. The created font was tested in real conditions, its functionality and aesthetic appeal were assessed.

Keywords: font design, typography, graphic design, readability.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний графічний дизайн невід’ємно пов’язаний з використанням шрифтів, які суттєво впливають на сприйняття інформації, естетичний вигляд проектів та їхню функціональність. Проте, на фоні великої кількості доступних шрифтів, потреба у розробці власних типографічних рішень стає дедалі актуальнішою. Власний шрифт може стати символом бренду, підкреслюючи його унікальність та ідентичність, але процес його створення є складним та багатограним.

Дослідження проблеми розробки власного шрифту як складової графічного дизайну передбачає аналіз технічних аспектів, естетичних критеріїв, а також впливу культури та контексту на шрифт. Іншими словами, важливо визначити, яким чином створення індивідуального шрифту може не лише задовольняти дизайнерські потреби, але й посилювати комунікаційний ефект, емоційне сприйняття та загальну функціональність проектів.

Окрім цього, існує потреба у вивченні методів тестування та впровадження власних шрифтів у різні проекти, що у свою чергу піднімає питання про їхню доступність та гнучкість в умовах швидко змінюваного інформаційного середовища. Таким чином, розгляд проблеми розробки власного шрифту є важливим кроком у рамках вдосконалення графічного дизайну та забезпечення його відповідності сучасним вимогам.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проведений аналіз сучасних шрифтових тенденцій можна використати для виділення ключових напрямів розвитку шрифтового дизайну. У графічному дизайні шрифти відіграють ключову роль у візуальній комунікації.

Багато українських та закордонних науковців в останні кілька років займалися темою важливості шрифтів у дизайні. Їх роботи стосувались типографіки та

комунікації в дизайні, впливу шрифтів на сприйняття інформації, роль шрифтів у цифровому дизайні та їх вплив на споживчу психологію тощо.

Оскільки розробка власних шрифтів є відносно новим напрямом, існує потреба в проведенні подальших досліджень та навчальних програм, які б допомогли дизайнерам оволодіти необхідними навичками та розумінням для створення ефективних типографічних рішень. Крім того, власний шрифт дозволяє створити унікальну айдентуку, підвищити читацький комфорт та забезпечити відповідність сучасним тенденціям. Розробка власного шрифту дозволяє вирішувати завдання адаптації під конкретні проєкти, збереження гармонії композиції та покращення загальної естетики.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є створення унікального шрифту, який відповідатиме сучасним дизайнерським вимогам, забезпечуватиме читабельність у різних масштабах та матиме високу функціональність.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасному світі графічного дизайну, де тренди та стилі невпинно змінюються, знання актуальних напрямів є ключем до успіху. Тенденції в графічному дизайні – це не лише мінлива мода, а й найновіші інновації, віяння та очікування споживача. Тому для будь-якого дизайнера, що хоче створювати сучасні та ефективні проєкти, їх розуміння має величезне значення.

У графічному дизайні шрифти відіграють ключову роль у візуальній комунікації [3]. Власний шрифт дозволяє створити унікальну айдентуку, підвищити читацький комфорт та забезпечити відповідність сучасним тенденціям. Розробка власного шрифту дозволяє вирішувати завдання адаптації під конкретні проєкти, збереження гармонії композиції та покращення загальної естетики [4].

Було проведено аналіз сучасних шрифтових тенденцій та на основі досліджень виділено ключові напрями розвитку шрифтового дизайну: адаптивність, змінні шрифти (variable fonts), екологічні рішення та інтеграція в цифрові платформи.

Під час створення шрифту було пройдено такі основні етапи:

- дослідження – аналіз ринку та визначення цільової аудиторії;
- ескізування – розробка початкових начерків літер;
- цифрове опрацювання – створення шрифту у спеціалізованих програмах (Glyphs, FontLab);
- тестування – перевірка читабельності, адаптація до друкованих та цифрових носіїв;
- фіналізація – експорт у форматах OpenType, TrueType.

В результаті дослідження було створено оригінальний шрифт "Novus Harmonix" — геометричний гротеск із характерними гуманістичними елементами. Шрифт вирізняється збалансованим поєднанням чітких геометричних форм та м'яких органічних ліній, що надає йому одночасно сучасного та дружнього вигляду.

Основними характеристиками шрифту "Novus Harmonix" є середня контрастність штрихів, що забезпечує хорошу читабельність як у друкованих матеріалах, так і на цифрових екранах, відкрита апертура літер "а", "е", "с", що покращує сприйняття тексту при малих розмірах. Висота рядкових символів складає 70% від висоти прописних, що створює гармонійне співвідношення між ними.

Оптимізовані міжлітерні проміжки, що забезпечують рівномірну текстуру тексту та розширена кирилична абетка з підтримкою всіх діакритичних знаків.

Шрифт представлено у п'яти накресленнях: Light, Regular, Medium, Bold та Black, що дозволяє використовувати його для широкого спектру дизайнерських завдань — від основного тексту до заголовків та акцидентного використання.

Технічні особливості шрифту "Novus Harmonix" полягають в тому, що його розроблено як змінний шрифт (variable font) з двома осями варіації: вага (weight) та ширина (width). Це дозволяє дизайнерам плавно налаштовувати характеристики шрифту залежно від конкретних потреб проєкту, забезпечуючи максимальну гнучкість без необхідності завантаження численних окремих файлів.

Технічний розвиток шрифту включає оптимізацію контурів для якісного відображення на екранах з різною роздільною здатністю; ретельне хінтування для забезпечення чіткості при малих розмірах; реалізацію OpenType-функцій для розширеного типографського контролю. Також розроблений шрифт підтримує більш ніж 30 мов на основі кириличного та латинського алфавітів.

Шрифт "Novus Harmonix" призначений для використання у корпоративних комунікаціях, брендингу, веб-дизайні, мобільних додатках та редакційному дизайні. Його універсальність дозволяє адаптувати його до різноманітних проєктів, зберігаючи при цьому послідовність та впізнаваність. Попереднє тестування показало, що шрифт зберігає високу читабельність навіть при малих розмірах тексту (8-10 пт), а також гармонійно поєднується з іншими популярними шрифтами, такими як Roboto, Open Sans та PT Sans.

Сучасні технології дозволяють значно спростити процес створення шрифтів, надаючи дизайнерам різноманітні інструменти для проєктування та реалізації власних типографічних рішень. Однак, важливо усвідомлювати, що створення якісного шрифту вимагає наявності знань про типографіку, дизайн та адаптацію до різних платформ.

ВИСНОВКИ

Розробка власного шрифту є важливим елементом сучасного графічного дизайну. Вона дозволяє створювати унікальні айдентичні рішення, враховуючи індивідуальні вимоги бренду. Аналіз та тестування підтвердили ефективність розробленого шрифту, що свідчить про доцільність його застосування у друкованих та цифрових медіа.

Власний шрифт може бути налаштований під конкретні естетичні вимоги проєкту, що гарантує гармонійність дизайну. Це дозволяє досягти оптимального поєднання графічних елементів, кольорів та тексту. Також розроблений шрифт можна адаптувати до різних форматів та контекстів, що підвищує їх застосовність у різних середовищах, від веб-дизайну до печатної продукції. Це забезпечує цілісність комунікації та послідовність візуального представлення.

Таким чином, розробка власного шрифту є важливим аспектом графічного дизайну, що має потенціал істотно підвищити естетичну і комунікаційну цінність проєктів, забезпечуючи їхній успіх на сучасному ринку.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. The Complete Guide to Sustainable Font Choices in Digital Design. URL: <https://www.designwhine.com/sustainable-font-choices-in-digital-design/> (дата звернення: 05.03.2025).
2. Близнюк М. Екологічний дизайн: теоретичні основи, принципи, освітня складова. Вісник Львівської національної академії мистецтв. Вип. 33. С. 141-142.
3. Коренюк Ю. О., Шалінський І. П., Оляніна С. В. Історія розвитку мистецтва шрифту. Конспект лекцій для студентів ВПІ КПІ ім. Ігоря Сікорського спеціальності 023 «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація». С. 3-14.
4. Цаценко Є. Чим займається шрифтовий дизайнер. URL: <https://skvot.io/uk/blog/what-a-type-designer-does> (дата звернення: 05.03.2025).

УДК 7.012:7.038

ІСЮК Владислава, ВРОНСЬКА Рада
Луцький національний технічний університет

ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНІ ОСОБЛИВОСТІ ЛІНІЙНОГО ЗОБРАЖЕННЯ У ТВОРЧОСТІ ПАБЛО ПІКАССО

Анотація. В роботі досліджено проблему образності лінійних зображень на прикладі творчості Пабло Пікассо. Проаналізовано вплив лінійних зображень Пікассо на розвиток сучасного мистецтва, художньо-образні особливості лінійних зображень і виділено вони характеризуються мінімалізмом, простотою та чіткістю, стриманістю.

Ключові слова: лінійні зображення, Пабло Пікассо, інтер'єр

Abstract. The work explores the problem of the imagery of linear images using the example of Pablo Picasso's work. The influence of Picasso's linear images on the development of modern art is analyzed, the artistic and figurative features of linear images are highlighted, and they are characterized by minimalism, simplicity and clarity, restraint.

Keywords: linear images, Pablo Picasso, interior designer.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У творчості Пабло Пікассо важливу роль відіграють лінійні зображення. Він зображає їх за допомогою однієї лінії, формуючи різні образи, які передають простоту та легкість.

Сучасний інтенсивний ритм життя вимагає відпочинку людини від насиченості інформацією, кольорами, лініями, плямами. Тому людина прагне облаштувати своє середовище життєдіяльності таким чином, щоб від цього відпочити. Саме лінійні картини дозволяють надати простоти інтер'єру, а також забезпечують створення заспокійливої атмосфери. Вони надають образності та простоти, що зумовлює дослідження художньо-образних особливостей лінійного зображення у творчості Пабло Пікассо. Дозволяють надати будинку певної стилістичної вираженості, об'єднують та організовують простір.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Матеріалом дослідження виступають лінійні зображення, які представлено в інтернет ресурсах [1 – 4].

Абстрактні лінійні зображення стали невід'ємними в дизайні інтер'єру. Цей стиль акцентує увагу на чистоті форм, простоті і візуальній легкості це і є ключовими принципами мінімалізму. Творчості Пабло Пікассо присвячено ряд джерел [3; 5].

Лінії з точки зору композиції розглядав Йоганнес Іттен [4, с. 82].

Дослідники підкреслюють, що лінійні зображення уникають візуального перенавантаження і дозволяють глядачеві сконцентруватися на ключових елементах простору [1].

Творчість Пабло Пікассо досліджувалась проте, автори глибоко не аналізували творчі лінійні зображення митця. Це питання потребує глибшого дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення художньо-образних особливостей лінійних зображень на прикладі творчості Пікассо.

Завданням роботи є: 1) дослідити важливість лінійних зображень на прикладі Пабло Пікассо; 2) оцінити вплив творчості Пікассо на сучасне мистецтво; 3) визначити особливості лінійного зображення на прикладі Пікассо.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Пабло Пікассо – видатний художник, який створив багато відомих картин. Лінійні зображення також стали частиною його творчості та натхненням для майбутнього покоління [3]. У 1930-х роках Пікассо виконував роботи у техніці лінійного рисунку, він лініями зображав реалістичні образи людей, абстрактні та стилізовані образи людей, а також образи тварин (табл.1).

Лінійні зображення стали популярними завдяки своїй мінімалістичній естетиці, що добре підходить для сучасних дизайнів інтер'єрів.

У лінійних картинах часто використовуються тонкі, чіткі лінії з мінімальною кількістю деталей. Ці лінії складають як прості контури фігур, так і складні абстрактні форми. Лінія є різна: хвиляста, пряма, ламана, що дозволяє створювати різні візуальні ефекти.

Найчастіше лінійні картини виконуються за допомогою чорної лінії. Іноді художник вводить кольорову пляму для акцентування лінійного простору.

Вплив творчості Пікассо на сучасне мистецтво є значним оскільки, він показав не просто лінію, а лінію як засіб сприйняття художнього засобу. Він демонстрував як лінія може передати багато емоцій, почуттів та сенсів. Це стало хорошим прикладом, оскільки лінійність стала основою багатьох сучасних напрямів, а також основою, що підкреслювала мінімалізм.

На лінійних картинах можуть бути зображені портрети, тварини, рослини, а також різні фігури. Із-за своєї простоти найчастіше ці картини використовуються для створення легкого, простого, затишного середовища.

У ранньому періоді творчості Пікассо зосереджувався на реалістичних образах саме там його увага до деталей, психологічної глибини та витонченості світлотіні створювала емоційно насичені портрети.

Стилізовані образи акцентують увагу на мінімалізмі та символізмі. Образи в яких людина вгадується лише за деякими елементами та натяками. Вони є хорошою прикрасою для інтер'єру. Деякі його малюнки, виконані одним безперервним рухом, вони демонструють елегантність і художню свободу. У такій картині як «Голуб миру», художник акцентував увагу на символічному значенні, використовуючи динамічні лінії для передачі руху.

По-перше, лінійні картини в інтер'єрі важливі тому що підтримують мінімалізм що й є важливим в сучасному дизайні.

Часто інтегруються разом з архітектурними елементами та модою.

Сучасні тенденції включають поєднання лінійних картин з тривимірними елементами (дерево, метал) Це стає популярним використовувати екологічні матеріали і тактильні поверхні для створення лінійних картин.

Особливостями абстрактних лінійних зображень є мінімалізм, тому вони підходять до мінімалістичних інтер'єрів що допомагає підкреслити простоту, чистоту

форм та дозволяє уникнути надлишку деталей. Із-за своєї тонкості та точності ліній привертають увагу тих хто любить витонченість у деталях. Також одна з особливостей абстрактних лінійних зображень це естетика та спокій, вони створюють атмосферу спокою та гармонії в інтер'єрі, завдяки своїй легкості та ненав'язливості здатні розслабляти та знімати напругу.

Таблиця 1.

Особливості лінійних зображень на картинах Пабло Пікассо



Недоліки таких картин у тому що через свій притаманний мінімалізм та простоту не підходять смакам людей які навпаки люблять насичені картини, тому вони можуть вважати їх занадто простими або « незавершеними ». Також проблема в тому що вони не пасують всім стилям інтер'єру наприклад таким як класичний чи бароко, тому що створені більш для сучасних стилів.

По-друге, додають простоту та чіткість. За допомогою плавних вигнутих ліній зображаються природні форми наприклад як вигини тіла. Для просторів де потрібно створити гармонію та атмосферу спокою ці лінії додають дизайну м'якості та природності. По-третє, добре забезпечують структурованість та лаконічність інтер'єру. Лінії й елементи мають чітку композицію та створюють гармонію і баланс в лінійних зображеннях, це допомагає підкреслити симетрію та пропорції та організувати простір навколо картин. Модерн чи арт-деко одні з тих стилів що базуються на таких строгих геометричних формах

Завдяки простому та лаконічному вигляді, лінійні абстракції зводять зображення до найнеобхідніших деталей. Із-за цього стає краще зосередитися на основних рисах композиції і не відволікатися на другорядні елементи. Тому лінійні картини не переобтяжують інтер'єр та зберігають атмосферність та легкість, виконуючи роль "візуального якоря"

По-четверте, стриманість, що притаманна лінійним картинам усуває візуальне перенавантаження. І наостанок, вони універсальні, що й робить їх актуальними для будь-яких інтер'єрів.

Лінійні зображення – це сучасні та прості елементи для створення стильних, мінімалістичних інтер'єрів. Вони додають простору легкість та чіткість, не перевантажують інтер'єр. Добре підходять для людей які люблять ненасичені інтер'єри, ці картини гармонійно впишуться в них.

А через новітні тенденції лінійні абстрактні зображення набувають ще більшої популярності в сучасному інтер'єрі. Є одна із тенденцій використовувати екологічні матеріали для створення лінійних картин, вони набувають тактильних поверхонь за допомогою них.

ВИСНОВКИ

Лінійні зображення використовуються для створення мінімалістичного дизайну інтер'єру. Зображаються стилізовані образи людей та тварин. Мінімалістичні зображення структурують та забезпечують лаконічність інтер'єру. Також вони виконують роль універсального засобу художньої виразності у дизайні будь-якого середовища. Лінійні абстрактні зображення дозволяють створити гармонію та атмосферність в інтер'єрі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Абстракція. URL: <https://www.mapiful.com/us/blog/line-art-5-ways-to-create-minimalist-line-art-posters/> (дата звернення 10.03.2025)
2. Простота та мінімалізм. URL: <https://www.mapiful.com/us/blog/line-art-5-ways-to-create-minimalist-line-art-posters/> (дата звернення 10.03.2025)
3. Творчість Пабло Пікассо. URL: <https://www.wikiart.org/uk/pablo-pikasso> (дата звернення 10.03.2025)
4. Іттен Й. Елементи образотворчого мистецтва (композиції ліній). Київ, 2023. с.168 (дата звернення 10.03.2025).
5. Творчість Пабло Пікассо. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Пабло_Пікассо (дата звернення 10.03.2025)

УДК 655.4

КИСІЛЬ Каміла

Київський національний університет технологій та дизайну

СУЧАСНІ ТRENДИ У ПРОЄКТУВАННІ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПАТРІОТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Анотація. У роботі досліджено актуальні види розвитку поліграфічної продукції з патріотичним змістом. Проаналізовано сучасні методи використання стилів та особливості візуальних акцентів у створенні поліграфічних матеріалів. Поставлені завдання та наведено шляхи ефективного удосконалення методів використання патріотичної символіки, кольорових рішень з урахуванням правил композиційних прийомів. Розглянуто значення дизайну як впливовий метод для формування впливу на цільову аудиторію, а також роль поліграфії у формуванні національної ідентичності.

Ключові слова: поліграфія, поліграфічна продукція, національна ідентичність, тенденції, айдендика.

Abstract. The paper examines the current types of development of printed products with patriotic content. Modern methods of using styles and features of visual accents in the creation of printed materials are analysed. The article sets out the tasks and suggests ways to effectively improve the methods of using patriotic symbols and colour solutions, taking into account the rules of compositional techniques. The importance of design as an influential method for shaping the impact on the target audience, as well as the role of printing in the formation of national identity, is considered.

Keywords: printing, printing products, national idea, trends, identity..

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сьогоднішній день ми маємо суспільство, що переживає глобальні трансформації під час якого особливого значення набуває формування національної самосвідомості та патріотизму. Візуальна культура, зокрема поліграфічна продукція, являється важливим інструментом для такої мети як популяризації патріотичних цінностей для об'єднання людей.

Вирішення даних проблем зможе забезпечити поширення ідеї самоідентифікації завдяки національній єдності в житті людини, більшій компетентності, обізнаності і знань у даній тематичі, що допоможе людям закрити потребу в дотичності до рідних міст та їх популяризації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Аналізуючи зразки що популярні та успішні на сьогоднішній день поліграфічної продукції патріотичного спрямування, можна виділити декілька основних тенденцій-це мінімалізм у подачі, використання української етнографіки у поєднанні з новітніми шрифтами, застосування інфографіки, колажу та ілюстрацій. Бренди представлено в інтернет ресурсах [1].

Популярними брендами або студіями які випускати колекції на патріотичну тематику являються : U:DO, Morning Star, Вдягай, Cuprum Depot, Ruslan Baginskiy, Dodo Socks і багато інших. В публікаціях відзначаються месенджі, пов'язані з єдністю та підтримкою Збройних Сил України. Колекції формують нову візуальний метод передачі культури патріотизму. Також деякі бренди співпрацюють із волонтерськими ініціативами або передають частину прибутку з колекцій на благодійність. Завдяки цьому продукція стає не тільки естетично привабливою, але й соціально значущою.

Попри всіх аспектів цим брендам не вистачає кількох ключових моментів для посилення впливу та стійкості їхнього візуального та комунікаційного меседжу. Вони потребують у системності візуальної айдентиці для того щоб стати довготривалим проектом, використання історичних та регіональних специфік для створення оригінальних пропозицій. Більшість брендів не розповідають глибше про походження символіки, не супроводжують колекції історичними або культурними контекстами.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є визначення основних сучасних трендів у дизайні поліграфічної продукції патріотичного змісту. Завданнями роботи є: 1) проаналізувати актуальні візуальні підходи до оформлення патріотичних матеріалів; 2) запропонувати рекомендації для ефективного дизайну поліграфії патріотичної тематики.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Поліграфічна продукція відіграє важливу роль у сучасному світі комунікації. Вона є необхідним інструментом для передачі інформації, реклами, просування брендів та багато іншого. Класифікація основних видів поліграфічної продукції допомагає в структуруванні та розумінні цього різноманітного світу [2]. Одним з основних видів поліграфічної продукції є друкована продукція. Це можуть бути книги, журнали, газети, брошури та інші видання. Друкована продукція часто використовується для поширення інформації, навчання або розваги. Іншим важливим видом поліграфічної продукції є реклама продукція. Це можуть бути листівки, флаєри, плакати, банери та інші рекламні матеріали.

Дизайн ґрунтується на розумінні того, як людина сприймає візуальну та текстову інформацію. Успіх продукції залежить від здатності привертати увагу, передавати повідомлення та викликати реакцію, часто протягом декількох секунд після експозиції. Ці цілі досягаються шляхом дотримання чітко визначених принципів візуального сприйняття.

Теорія когнітивного навантаження стверджує, що мозок може обробляти лише обмежену кількість інформації за один раз. Дизайн, що надають перевагу простоті, зменшують когнітивні зусилля, необхідні для розуміння їхнього повідомлення. Мінімалізм у дизайні гарантує, що глядач зосередиться на найбільш важливих елементах, не відволікаючись. Короткі та влучні повідомлення підвищують чіткість, полегшуючи глядачам засвоєння та запам'ятовування інформації.

Також рух очей часто відбувається за передбачуваними патернами, такими як Z-патерн або F-патерн, які визначають, як глядачі обробляють візуальні елементи. Z-подібний патерн, поширений у дизайні з мінімальною кількістю тексту, переміщує погляд глядача горизонтально через верхню частину (заголовок), по діагоналі через центр (зображення), а потім горизонтально через нижню частину (заклик до дії). F-патерн є типовим для дизайну, насиченого текстом, де глядачі сканують зліва направо вгору, а потім вертикально вниз по лівому краю, зупиняючись на цікавих моментах. В основному

підсвідомість природно привертає увагу до більших і помітніших елементів у дизайні. Також використовують різницю в розмірах, щоб встановити ієрархію важливості, де більші елементи, такі як заголовки або центральні зображення, привертають увагу, тоді як менші деталі забезпечують контекст. Жирний або великий текст часто передає терміновість або важливість, тоді як яскраві кольори або виділені візуальні ефекти посилюють увагу. Цей принцип гарантує, що глядачі помітять найважливіші аспекти повідомлення, перш ніж їхня увага переключиться на другорядні деталі.

Контраст створює візуальну диференціацію між елементами, забезпечуючи читабельність і фокус. Висококонтрастні кольори, такі як чорний текст на білому тлі або додаткові кольорові комбінації, виділяють текст і візуальні елементи. Вирівнювання, з іншого боку, організовує елементи в єдине ціле, надаючи чистого та професійного вигляду. Коли елементи вирівняні належним чином - симетрично чи по сітці - вони логічно спрямовують погляд глядача по дизайну, мінімізуючи плутанину та підвищуючи загальну чіткість повідомлення[3].

Дизайн має формуватися на глибокому розумінні національних культури та ідентичності. Слід відмовитися від надмірного використання шаблонних образів, таких як дублювання прапора чи тризуба. Доцільно звертатися до історичних елементів, етнографічних мотивів та архетипів української культури зберігаючи при цьому сучасний візуальний ряд. Також треба зазначити, що колірна гама є ключовим інструментом у трансляції меседжу. Важливо використовувати жовто-блакитні кольори як основну палітру або акцентним елементом і також додавати кольори які розширяють емоційну палітру дизайну. Наприклад, червоний колір може виступати символом боротьби.

ВИСНОВКИ

Одним із визначальних чинників успішності дизайну для поліграфічної продукції є дотримання психологічних закономірностей сприйняття — таких як теорія когнітивного навантаження, принципи ієрархії, контрасту, патернів читування (Z- і F-подібних схем), що дозволяють оптимізувати передачу повідомлення в обмежений час уваги глядача. Раціональне використання простору, вирівнювання, кольорової палітри й типографіки значно підвищує візуальну ефективність матеріалу.

Окрему увагу варто приділити культурному контексту, особливо при створенні поліграфії патріотичної тематики. Такий дизайн має формуватися на основі глибокого розуміння національної ідентичності, з урахуванням історичних символів та етнографічних кодів. Важливим є відхід від візуальних шаблонів на користь осмисленої символіки й сучасної мови графічного вираження. Правильно підібрана колірна гама, особливо з використанням державних кольорів у поєднанні з емоційно насиченими акцентами, здатна посилити комунікативний вплив продукції.

Таким чином, ефективний дизайн ґрунтується на поєднанні психологічної обґрунтованості візуальних рішень, технічної грамотності та глибокої поваги до культурного контексту. Саме це забезпечує створення не лише естетично привабливої, а й змістовно наповненої продукції, здатної резонувати з потребами сучасного суспільства.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Всім на користь: що з українського можна купити, щоб порадувати себе і підтримати армію URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/vsim-na-koryst-shho-z-ukrayinskogo-mozhna-kupyty-shhob-poraduvaty-sebe-i-pidtrymaty-armiyu/> (дата звернення: 06.05.2025).
2. Брюханова Г.В. Професійна підготовка майбутніх фахівців з дизайну друкованої продукції в Україні (60-ті роки ХХ – початок ХХІ ст.) дис. канд. пед. наук: 13.00.04. Київ, 2016. 264 с.
3. Роль і місце типографіки в графічному дизайні URL: http://www.tpm.mdk.ksue.edu.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=12:11&catid=1:2010-04-01-20-30-35&Itemid=18 (дата звернення: 06.05.2025).

УДК 7.05:659.127.8:658.626

КІБИШ Соломія, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ БРЕНДІВ

Анотація. У статті досліджено трансформацію візуальної айдентики брендів. Розкрито вплив соціальних, культурних і технологічних факторів на візуальну айдентику. Розглянуто приклади глобальних і українських марок, що вдало адаптували свої візуальні системи до вимог сучасного інформаційного простору та сприйняття споживача. Окреслено сучасні прийоми формування стилістики у брендовому позиціонуванні.

Ключові слова: візуальна мова, айдентика, брендинг, комунікація, редизайн.

Abstract. The article examines the transformation of brand visual identity. The influence of social, cultural and technological factors on visual identity is revealed. Examples of global and Ukrainian brands that have successfully adapted their visual systems to the requirements of the modern information space and consumer perception are considered. Modern techniques for forming stylistics in brand positioning are outlined.

Keywords: visual language, identity, branding, communication, redesign.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі візуальна айдентика бренду стала не лише елементом дизайну, а й потужним інструментом комунікації зі споживачем.

В умовах перенасиченого інформаційного простору компанії змушені оновлювати свої айдентики, щоб залишатись упізнаваними, релевантними та конкурентоспроможними. У той же час споживачі стають уважнішими до деталей – логотипу, кольорів, стилю подачі бренду, адже на цій основі цього формується перше враження.

Разом з цим зростає значення не просто «красивого» логотипу, а глибоко продуманого дизайну, що відповідає філософії бренду.

Айдентика повинна легко адаптуватись до різних медіа – від упаковки до мобільного застосунку. Це зумовлює нові виклики для дизайнерів та маркетологів у створенні комплексної, функціональної та емоційно впливової системи візуальної айдентики та потребує комплексного дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання візуальної айдентики активно досліджуються як у професійному дизайні, так і в академічному середовищі.

У публікаціях ретельна увага приділяється формуванню та практичній реалізації бренд-комунікацій, їх засобам та основних типам. Тематика досліджень охоплює актуальні проблеми, що стосуються тенденцій генезису бренд-комунікацій як в Україні, так і у світі [4].

У працях О. Гайдая зазначається, що візуальні коди бренду мають працювати не лише як засіб ідентифікації, а й як канал передачі цінностей [1].

Науковці акцентують важливість узгодженості всіх елементів айдентики в контексті брендової стратегії [2].

Попри значний масив інформації, бракує систематизації етапів еволюції візуальної айдентики саме в контексті українського ринку, а також аналізу впливу сучасних технологій (AR, UX/UI-дизайну) на формування нових айдентичних рішень.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є аналіз етапів еволюції візуальної айдентики брендів та визначення ключових принципів формування сучасного фірмового стилю.

Основними завданнями даної роботи є: 1) аналіз історичних змін в дизайні логотипів і фірмових стилів брендів; 2) визначення впливу соціальних, культурних і технологічних факторів на візуальну айдентичку; 3) окреслення принципів створення ефективного брендингу в цифрову епоху.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Візуальна айдентика бренду – це сукупність графічних елементів, що формують візуальний образ компанії: логотип, кольорова палітра, типографіка, ілюстрації, піктограми тощо.

У XX столітті акцент робився на фіксованих логотипах і суворих правилах їхнього використання. Прикладом є логотип Coca-Cola або IBM, що майже не змінювались десятиліттями (Рис. 1).



Рис. 1. Приклад еволюції логотипу Coca-Cola

Світовий досвід свідчить про активну зміну візуальної мови брендів. Такі компанії як Pepsi, Mastercard, Google, провели кілька редизайнів логотипів за останні два десятиліття (Рис. 2).



Рис.2. Візуальна зміна логотипу Pepsi

Зміни торкалися спрощення форм, вирівнювання типографіки та кольорів. В Україні редизайну зазнали, зокрема, «Сільпо», «Київстар», що засвідчує зростання ролі айдентики в конкурентній боротьбі.

У 1990-х і 2000-х роках починається активна цифровізація комунікацій. Бренди зіштовхнулись з необхідністю адаптації логотипів до екранних форматів. Це спонукало до спрощення, векторизації та уніфікації графіки (Рис. 3).



Рис.3. Зміна бренду Linkin Park

З 2010-х років виникає тренд на «flat design» – плоский, мінімалістичний підхід, без об’ємних елементів і складних шрифтів. Одночасно зростає роль адаптивної айдентики – такої, яка змінюється залежно від формату, контексту чи цільової аудиторії. Яскравим прикладом є Google, який розробив гнучку систему піксельної іконографіки (Рис. 4).



Рис.4. Адаптивна зміна логотипу Google

В Україні також помітна активізація у сфері айдентики. Наприклад, «Нова пошта» у 2023 році презентувала новий логотип, який поєднує динамічність і простоту.

Також було оновлено візуальну айдентичу банку monobank – за основу взято мінімалістичний стиль з акцентом на цифровий досвід (Рис. 5).



Рис. 5. Візуальний образ банку monobank

Сучасна айдентика – це не лише графіка, а й досвід (UX), що формується в усіх точках взаємодії користувача з брендом. Тому дизайнери часто працюють у тандемі з маркетологами, дослідниками поведінки споживачів і фахівцями з UI/UX.

ВИСНОВКИ

Еволюція візуальної айдентики брендів – це не просто графічні зміни, а результат комплексних процесів адаптації до нових реалій споживання. Сучасна айдентика має бути гнучкою, діджитал-орієнтованою, емоційно впливовою та такою, що формує довіру.

Українські бренди дедалі активніше впроваджують сучасні підходи до айдентики, що свідчить про зрілість ринку та зростаючий інтерес до глибокої візуальної комунікації.

У подальших дослідженнях планується розробити типологію сучасних підходів до редизайну логотипів та сформувати візуальну мапу еволюції логотипів популярних українських брендів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Гайдай О. Комунікація бренду: між стратегією та дизайном. Київ: Основи. 2019 р. 136 с.
2. Кузьменко Н. Візуальна айдентика як елемент брендингу. *Маркетинг і реклама*, 3(58), 2020р. С. 45–49.
2. Мельник І. Історія брендів: еволюція логотипів. *Образотворче мистецтво*, №2, 2021 р. С. 22–26.
3. Бренд-комунікації: проблеми та рішення. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 25 травня 2023 р. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ: ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2023. 273 с.

УДК 745.54:658.62:659.113

КОСТЮЧОК Вікторія, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

ДИЗАЙН УПАКОВКИ: КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ ПРИВАБЛИВОСТІ

Анотація. У роботі досліджено ключові елементи привабливої упаковки, такі як форма, колір, типографіка, матеріали та екологічність. Розглянуто приклади вдалих рішень упаковки, що вирізняється візуальною ідентичністю бренду, емоційним впливом дизайну на психологію споживача. Обґрунтовано концепцію привабливої упаковки, яка поєднує функціональність, естетику й комунікативну ефективність.

Ключові слова: упаковка, дизайн, комунікація, споживач, форма, колір, матеріали, естетика.

Abstract. The paper explores key elements of attractive packaging, such as shape, color, typography, materials, and environmental friendliness. Examples of successful packaging solutions that are distinguished by the visual identity of the brand and the emotional impact of design on the psychology of the consumer are considered. The concept of attractive packaging that combines functionality, aesthetics, and communicative effectiveness is substantiated.

Keywords: packaging, design, communication, consumer, shape, color, materials, aesthetics.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Упаковка – це не лише захист продукту, а й потужний інструмент комунікації з покупцем. У сучасному ринку, перенасиченому товарами з подібними функціональними характеристиками, упаковка відіграє вирішальну роль у формуванні першого враження про продукт. Часто саме дизайн упаковки впливає на рішення споживача про покупку, навіть більше, ніж реклама чи якість самого товару.

Водночас існує проблема неефективного, візуально перевантаженого або застарілого дизайну, який не відповідає очікуванням цільової аудиторії, тенденціям ринку чи стандартам сталого споживання. Споживачі очікують не лише естетики, а й зручності, екологічності та автентичності в дизайні упаковки.

У сучасному світі високої конкуренції ефективний дизайн упаковки здатен вирішально вплинути на вибір споживача. Тому постає необхідність у дослідженні принципів створення привабливої упаковки, яка здатна ефективно передавати цінності бренду, виділяти продукт серед конкурентів і спонукати до покупки.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження упаковки є багатоаспектною сферою, оскільки цікавлять науковців багатьох сфер – дизайнерів, рекламистів, маркетологів, інженерів та ін.

Маркетингові аспекти дизайну упаковки в умовах сучасного ринку зумовлюють аналіз функцій упаковки, візуальних елементів та вплив на споживача [1]. Дудник О. вивчає психологію кольору в дизайні упаковки товарів. Автор аналізує вплив кольорів на поведінку споживачів та ефективність упаковки [2].

Багато науковців стверджують, що ефективний дизайн упаковки є інструментом брендингу. У статті Костенка Ю. розглядаються тренди, приклади успішної упаковки та взаємозв'язок із візуальною ідентичністю [3].

Дослідження компанії Nielsen підтверджують, що упаковка є одним із найвпливовіших факторів при першій покупці продукту. Так, було виявлено, що споживачі приймають рішення про покупку товару в середньому за 7 секунд. Саме зовнішній вигляд упаковки формує «перший імпульс» для вибору серед аналогів. Як свідчать отримані дані, головними чинниками при цьому є простота, контраст, читабельність і візуальна цілісність [4].

Разом з тим, дослідження потребують питання розробки упаковки у контексті візуальної ідентичності брендів та емоційного дизайну, що зумовлено споживчими комунікаційними потребами.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета дослідження: виявити основні принципи, візуальні прийоми та психологічні фактори, які роблять дизайн упаковки ефективним засобом залучення уваги споживача та стимулювання купівельного вибору, а також сформувати концепцію створення привабливої упаковки з урахуванням сучасних тенденцій і вимог ринку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Упаковка – це перше, з чим стикається споживач, тому її дизайн повинен не лише захищати продукт, а й ефективно транслювати цінності бренду, викликати емоції та стимулювати покупку.

Можна виділити декілька ключових елементів, що забезпечують привабливий дизайн упаковки.

Візуальна ідентичність бренду. Упаковка має відповідати загальній стилістиці бренду. Фірмові константи – логотип, кольорова гама, шрифти, графічні елементи – повинні бути впізнаваними й цілісними. Це сприятиме формуванню довіри та лояльності споживача.

Колір і типографіка. Психологія кольору відіграє ключову роль у загальному сприйнятті пакування, що пов'язано із асоціативним значенням барв (наприклад, зелений – екологічність, червоний – енергія та пристрасть, синій – надійність). Добре підібрані шрифти підсилюють сприйняття, забезпечують читабельність і створюють настрій (Рис.1).



Рис.1. Приклади колористики упаковки

Матеріали та форма упаковки. Вибір матеріалів визначається не лише вартістю чи естетикою, а й екологічністю та зручністю використання. Оригінальна форма упаковки може вирізнити продукт на полиці.

Функціональність і зручність. Упаковка повинна легко відкриватися, бути ергономічною та безпечною. Споживач цінує комфорт у використанні, що напряму впливає на рівень задоволеності продуктом (Рис. 2).



Рис.2. Приклади ергономічного рішення упаковки

Інформаційне наповнення. Етикетка повинна містити лише найнеобхіднішу інформацію: назву, склад, дату виробництва, інструкцію. Надлишок тексту або малозрозумілі терміни – найбільш поширена помилка.

Емоційне залучення та персоналізація. Елементи персоналізації, гумору, або «історії бренду» створюють емоційний зв'язок. Прикладом є компанія Coca-Cola з іменами на пляшках (Рис. 3).



Рис. 3. Персоналізований дизайн пляшок компанії Coca-Cola

Сучасні тренди: мінімалістичний дизайн стає все популярнішим завдяки своїй чистоті, простоті та здатності виділити головне. Він дозволяє уникнути візуального перевантаження й зосередити увагу споживача на ключовому повідомленні бренду.

Екологічність – один із провідних трендів. Споживачі все більше звертають увагу на використання вторинної сировини, біорозкладних матеріалів і можливість повторного використання упаковки. Це не лише сприяє охороні довкілля, а й формує позитивний імідж бренду.

Технологічні інновації також стають важливою складовою сучасного дизайну упаковки. Доповнена реальність (AR), QR-коди, NFC-чіпи дозволяють покупцю взаємодіяти з упаковкою: дізнаватися більше про продукт, бачити відео, залишати відгуки або брати участь в акціях. Такі рішення збільшують залучення та створюють унікальний досвід споживання.

Локалізація та культурна автентичність. Зростає інтерес до культурно близького дизайну, що враховує місцеві традиції, мову та цінності. Це особливо важливо для брендів, які хочуть підкреслити свою національну ідентичність або адаптувати продукцію для певного регіону (Рис. 4).



Рис. 4. Етнонаціональний дизайн пакування

Універсальний дизайн. З огляду на інклюзивність, дедалі більше уваги приділяється створенню упаковки, зручної для людей із різними потребами: великий шрифт для читання, зручні кришки, тактильні позначки для незрячих тощо.

Огже, у сукупності ці аспекти формують сучасний підхід до дизайну упаковки, що поєднує естетику, функціональність, емоційний зв'язок і технологічні можливості, сприяючи глибшій взаємодії з брендом і посиленню його конкурентоспроможності на ринку.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що ефективний дизайн упаковки є критично важливим фактором у процесі просування товару на ринку. У сучасних умовах перенасичення вибором споживач дедалі частіше приймає рішення про покупку, ґрунтуючись на першому візуальному враженні, яке формує саме упаковка.

Оптимальне поєднання таких ключових елементів, як кольорова палітра, типографіка, форма, матеріали та зручність, сприяє підвищенню довіри до бренду, створює позитивні емоції та забезпечує впізнаваність продукту. Особливо важливим є врахування

екологічності та сучасних технологій (інтерактивні елементи, AR), що відповідає очікуванням нової генерації споживачів.

Таким чином, успішна упаковка повинна бути не лише естетично привабливою, а й функціональною, емоційно насиченою та інноваційною.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Грицай О. В. Маркетингові аспекти дизайну упаковки в умовах сучасного ринку. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія: Економічні науки, №4, 2020 р.
2. Дудник О. В. Психологія кольору в дизайні упаковки товарів. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Психологія, №12, 2021 р.
3. Костенко Ю. В. Ефективний дизайн упаковки як інструмент брендингу. Маркетинг і менеджмент інновацій, №3, 2019 р.
4. Nielsen Ukraine. Споживацька поведінка: що впливає на вибір продукту? Аналітичний звіт компанії 2023. URL: [Ukraine | Nielsen](#) (дата звернення 09.05.2025 р.).

УДК 504.75

ГРАМАРЕНКО Марія

Київський національний університет технологій та дизайну

СОЦІОКУЛЬТУРНІ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ДИЗАЙНУ

Анотація. У роботі розглянуто дизайн як складну міждисциплінарну категорію, що включає культурний, соціальний і мистецький виміри. Проаналізовано роль дизайну у формуванні візуальної культури, вплив мистецтвознавчих підходів на його розвиток та значення соціального контексту для створення змістовних візуальних рішень.

Ключові слова: дизайн, візуальне мистецтво, соціальний контекст, мистецтвознавство
Abstract. The paper considers design as a complex interdisciplinary category that includes cultural, social and artistic dimensions. The role of design in the formation of visual culture, the influence of art criticism approaches on its development and the importance of social context for creating meaningful visual solutions are analysed.

Keywords: design, visual arts, social context, art history

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодні дизайн є не просто інструментом оформлення об'єктів чи середовища. Він став важливою складовою культури та засобом впливу на суспільство. Через дизайн ми передаємо ідеї, настрої, соціальні меседжі й навіть формуємо світогляд. Усе, що нас має свою візуальну мову, яка відображає суспільні настрої та культурні цінності.

Проте, незважаючи на таку важливу роль дизайну, в науковому полі ще недостатньо досліджено, як саме соціокультурні та мистецькі процеси впливають на дизайнерські рішення. Більшість досліджень зосереджуються або на технічних аспектах, або на загальній естетиці, залишаючи поза увагою глибші смисли, закладені в дизайн. Це створює розрив між практикою і теорією, між візуальною формою і культурним змістом.

Тож виникає потреба більш комплексного аналізу дизайну як явища, яке одночасно є і мистецьким висловлюванням, і соціальним комунікатором. Особливо важливо вивчати, як дизайн взаємодіє з історичним контекстом, національною пам'яттю, ідентичністю та культурними кодами. Такий підхід дозволить краще зрозуміти, як за допомогою візуальних образів можна впливати на соціальні процеси, формувати нові смисли і підтримувати культурний розвиток суспільства.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасному світі дизайн виступає не лише як інструмент естетичного оформлення, але й як потужний засіб комунікації, що відображає соціокультурні процеси та мистецькі традиції. Згідно з дослідженнями, дизайн є культурно-ціннісною універсальною, яка формує світоглядні орієнтири людини в постіндустріальному суспільстві.

Відомими прихильниками активного використання соціокультурних та мистецтвознавчих аспектів дизайну є такі українські бренди: Gunia Project, Faina Collection, Hvoia, Sammlung, MustHave, Ksenia Schnaider, Frolov; такі всесвітньо відомі бренди: Dior, Gucci, Vivienne Westwood, Comme des Garçons, Loewe, Bode, Alexander

McQueen [1].

Незважаючи на наявність прикладів у дослідженнях і практиці, більшість публікацій зосереджені на окремих аспектах соціокультурного та мистецького контексту, що вказує на потребу більш комплексного аналізу взаємозв'язку дизайну, культури та мистецтва.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є комплексне дослідження соціокультурних та мистецтвознавчих аспектів сучасного дизайну як явища, що поєднує естетичні, культурні та соціальні чинники. Завданням є визначення ролі дизайну як засобу збереження і трансляції культурної ідентичності, виявлення взаємозв'язків між традиційними художніми практиками та сучасними візуальними рішеннями, а також аналіз впливу соціокультурного контексту на формування естетики й змістовного наповнення дизайнерських продуктів [2].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасному дизайні спостерігається тенденція до глибшого осмислення культурної спадщини та її інтеграції в сучасні дизайнерські практики. Цей підхід не лише збагачує візуальну мову брендів, але й сприяє збереженню та популяризації національних традицій у глобальному контексті. Дизайн у сучасному світі перестав бути лише інструментом створення естетично привабливих речей. Сьогодні він виконує важливу роль носія культурних кодів, символів, соціальних меседжів і відображає глобальні та локальні соціокультурні процеси. Багато відомих брендів активно інтегрують у свої роботи елементи національної спадщини, мистецтва та культурної ідентичності, що надає їхнім продуктам особливої глибини та значення [3].

Одним із прикладів такого підходу є іспанський бренд Loewe, який під керівництвом креативного директора Джонатана Андерсона з 2014 року активно співпрацює з місцевими ремісниками з Іспанії, Бангладешу та Буркіна-Фасо. Бренд акцентує увагу на ручній роботі та традиційних техніках, що дозволяє створювати унікальні вироби з глибоким культурним контекстом. Цей підхід не лише відроджує інтерес до традиційних ремесел, але й надає їм нового життя в сучасному дизайні [4].

Подібний підхід можна спостерігати і в роботі Gucci під керівництвом Alessandro Michele. Його колекції часто відсилають до історії мистецтва, літератури, кінематографу. Наприклад, у колекції осінь/зима 2018 були використані мотиви середньовічних гравюр, образи із картин Гольбейна та символіка, натхненна ренесансними портретами. Крім того, Michele звертається до теми гендеру, фемінізму, квір-культури, створюючи дизайн як засіб соціокультурної комунікації. Одяг та аксесуари Gucci у цьому випадку стають своєрідними «носіями меседжів», візуальними текстами, що транслиують культурні сенси.

Іншим прикладом є мексиканський бренд Pineda Covalin, заснований у 1995 році. Бренд спеціалізується на створенні модних аксесуарів, натхнених мексиканською культурою та мистецтвом. У своїх колекціях вони використовують мотиви майя, ацтеків та інших корінних народів Мексики, що дозволяє не лише зберігати культурну спадщину, але й робити її доступною для широкої аудиторії.

У Китаї бренд Shuang Xia, заснований за підтримки Hermès, поєднує традиційні китайські ремесла з сучасним дизайном. Вони використовують такі матеріали, як бамбук, шовк та порцеляна, створюючи вироби тому, що він: зменшує забруднення навколишнього

середовища, що підтверджують дослідження і статистика; допомагає боротися із бідністю і порушенням прав людей; економить природні ресурси відновлює популяції тварин і птахів; зменшує кількість непереробленого сміття; розвиває у моді дбайливе ставлення до природи й людини.

Отже, такий підхід відкриває перед дизайном нові горизонти: він більше не обмежується роллю декоративного оформлення. Дизайн стає мовою, що здатна вести діалог між поколіннями, розповідати історії через форму, колір, матеріал. Він дає змогу культурі говорити сучасною візуальною мовою, знаходити своє місце у глобалізованому світі, не втрачаючи коріння. Саме через такі практики дизайн перетворюється на простір для переосмислення традицій, актуалізації символів, збереження пам'яті та створення нових сенсів. Сучасні дизайнери закликають до мінімалізму в гардеробі. Так виникає капсульний гардероб, де невелика кількість речей ідеально поєднується між собою і створює необхідну базу, в яку можна додавати будь-які елементи.

ВИСНОВКИ

Отже, можна сказати, що соціокультурні та мистецтвознавчі аспекти займають важливе місце в сучасному дизайні. Вони допомагають створювати не просто красиві речі, а роботи, що мають глибокий зміст, відображають культурні традиції, історію, важливі для суспільства теми. Приклади відомих брендів показують, що звернення до культурної спадщини, народних ремесел, мистецьких символів робить дизайн особливим і значущим у глобальному світі. Такий підхід дає можливість зберігати національну ідентичність, водночас адаптуючи її до сучасності.

У подальшому дослідження в цьому напрямку можуть ще більше розкрити роль дизайну як засобу, що з'єднує минуле й сьогодення, дозволяє культурі звучати голосно та впевнено у світі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Де шукати сучасний одяг з етнічними мотивами: 5 крутих українських брендів. URL: https://shd.com.ua/ecology_fashion (дата звернення: 07.05.2025).
2. Українські традиції в сучасному дизайні 2024. URL: <https://theus.com.ua/> (дата звернення: 07.05.2025).
3. Гладун О. Д. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України. Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії. 2007. Вип. 7. С. 45–49.
4. Loewe – розкішний іспанський дім моди з традиціями. URL: <https://parkavenue.ua/blog/loewe---rozkishniy-ispanskiy-dim-modi-z-traditsiyami/> (дата звернення: 07.05.2025).

УДК 7.05:087.5

КРЕЧКО Анастасія, РОМАНЮК Ольга
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ДИТЯЧОЇ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Анотація. У роботі досліджено особливості дизайну дитячої персоналізованої літератури. Виділено основні підходи до формування персоналізованої книги: зміна зовнішності головних героїв за шаблоном; зміна обличчя головного героя на фото дитини; зміна кількості персонажів та їх характеристики; зміна дизайну та текстового наповнення видання. Закцентовано увагу на важливості персоналізації для формування ефективних візуально комунікативних зв'язків зі споживачем.

Ключові слова: персоналізація, дитяча література, графічний дизайн, особливості формотворення.

Abstract. The paper explores the design features of children's personalized literature. The main approaches to the formation of a personalized book are highlighted: changing the appearance of the main characters according to the template; changing the face of the main character in the photo of the child; changing the number of characters and their characteristics; changing the design and text content of the publication; The emphasis is on the importance of personalization for the formation of effective visual communicative connections with the consumer.

Keywords: personalization, children's literature, graphic design, features of shape creation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розвиток цифрових технологій, який відбувається у наш час, дає поштовх для вдосконалення усіх сфер життя людини. Ця тенденція не оминає і дизайн дитячої літератури. Інтенсивний розвиток технологій зумовлює зростання конкуренції між видавництвами, оскільки люди прагнуть отримувати все нові враження. Формування дитячої літератури пов'язане із розробкою нового дизайну персонажів. Для дитячої книги дизайн її персонажів є головною складовою і запорукою популярності книги серед маленьких читачів.

Одним з нових напрямків формування дизайну дитячої літератури є персоналізовані книги. Головним героєм можуть стати діти, а інколи дорослі, та цілі сім'ї. Такі книги дизайнери адаптують до побажань кожної людини. Це дозволяє вирізнити особистість та зберегти її неповторні риси. Ці особливості створення персоналізованої книги, вимагають від ілюстратора пошуку креативних підходів та інноваційних рішень. На сьогодні проектування персоналізованої книги є новою сферою дизайну дитячої літератури, а отже потребує проведення глибокого наукового дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження останніх років охоплюють різноманітні напрямки ілюстрації дитячої книги. Єфімова М. у своїх дослідженнях акцентує увагу на інноваційних підходах до ілюстрування дитячої літератури, проте не торкається теми персоналізації [2]. У своїй праці Величко Н. розкриває питання становлення інтерактивних дитячих книг, вплив

сучасних технологій та тягу до інтерактивної взаємодії і персоніфікації в наслідок масового виробництва книг, проте так як і Єфімова не досліджує питання персоналізованої дитячої літератури [1].

В мережі інтернет активно розміщують рекламну інформацію стосовно створення персоналізованих книг видавництва «Добра казка» [3], «Big story» [4], «Piuwee» [5]. Проте наукових досліджень дитячої персоналізованої книги не виявлено, хоча на сайтах видавництв надають такі дизайнерські послуги.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення особливостей створення дизайну дитячої персоналізованої книги на основі аналізу книг українських видавництв. Завданнями дослідження є: 1) дати загальну характеристику поняття персоналізованої книги та окреслити її функціональне призначення; 2) виявити особливості проектування персоналізованої дитячої літератури.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Видавництво персоналізованих книг розпочалося в останнє десятиліття, що засвідчує поява онлайн видавництв «Добра казка» [3], «Big story» [4], «Piuwee» [5]. Дизайнери цих видавництв розробляють шаблон книг в яких замовник має можливість вносити зміни відповідно до власного бажання. Замовники мають можливість дати головному герою ім'я та зовнішність власної дитини, додати/забрати персонажів, змінити колір обкладинки, написати побажання для своєї дитини. Персоналізовані книги спрямовані на: 1) розвиток уяви дитини; 2) виховання у дитині моральних цінностей; 3) пояснення у ігровій формі важливих явищ та подій; 4) розвиток інтелекту дитини.

На даний момент неможливо достовірно визначити, яке видавництво започаткувало видання персоналізованої дитячої літератури в Україні. Видавництво «Big story» [4] розпочало свою роботу у 2018 році, що вважається найпершим з видавництв яке почало створювати персоналізовану літературу.

У наступні роки видавництва «Добра казка» [3] та «Piuwee» [5] згодом також почали експериментувати з створенням власної персоналізованої книги. Персоналізована література кожного видавництва є унікальною, засвідчує їх експериментальну діяльність та відображає індивідуальність споживача.

Дизайн персоналізованої книги ґрунтується на таких особливостях. Основним підходом до створення ілюстрацій є зміна зовнішності персонажів. Ілюстратор розробляє дизайн книги, в яких риси зовнішності персонажа можна змінити на риси конкретної людини. Такі персонажі є шаблонними і значних змін у них не відбувається.

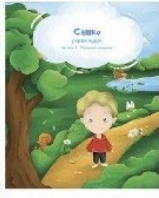
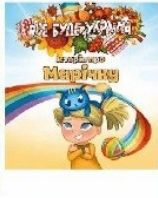
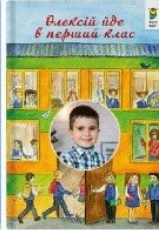
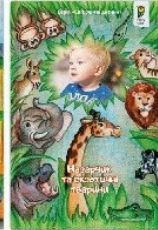
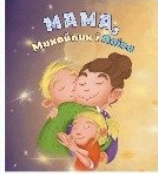
До таких змін належить зміна кольору волосся, очей, додавання за потреби бороди чи окулярів у одного або кількох персонажів. Захоплюючими пригодницькими сюжетами вирізняються персоналізовані книжки (табл. 1) «Все буде Україна, історія про «Ім'я дитини»», ««Ім'я дитини» на острові скарбів», ««Ім'я дитини» у країні чудес» та інші книги даних серій, у цих творах споживач має можливість за шаблоном змінити основні риси головного героя.

Наступним підходом до створення дизайну персоналізованої книги є додавання до шаблону реального фото дитини, на місці обличчя головного персонажа. Така книга за властивостями наближається до фотокниги та дозволяє ексклюзивно висвітлити різні життєві ситуації для дитини. Такими розробками є книги видавництва «Добра казка» [3] які у своєму асортименті мають такі історії як ««Ім'я дитини» і таємне життя Святого

Миколая», ««Ім'я дитини» і екзотичні тварини», ««Ім'я дитини» обирає професію». Сюжети певних книг можуть торкатись вивчення тварин або бути пов'язаними із розумінням змісту професій та формувати у дитини бажання обрати майбутню професію.

Таблиця 1

Особливості дизайну дитячої персоналізованої літератури

Особливості дизайну дитячої персоналізованої літератури			
1. Зміна зовнішності головних героїв за публіконом			
2. Зміна обличчя головного героя на фото дитини			
3. Зміна кількості персонажів та їх характеристики			
4. Зміна дизайну та текстового наповнення видання			

Важливою особливістю проєктування персоналізованої книги є можливість зміни кількості персонажів у книзі. Попередньо створений її шаблон має також свої обмеження, що визначаються представленим сюжетом. До таких книг належать книги видавництва «Big story» [4], «Piuwee» [5], серед них історії ««Ім'я дитини» у дідуса і бабусі», «Мама та «Ім'я дитини»», ««Ім'я дитини» та зимові пригоди», які мають абсолютно різні сюжети та зацікавляють будь яку дитину.

Така персоналізована література забезпечує тісну візуальну комунікативну взаємодію із споживачами. Видавництво дає можливість розмістити на сторінках своїх книг побажання для дитини, обрати власний колір та дизайн обкладинки. Серед таких книг є «Велика історія», «Тато та «Ім'я дитини»» в яких герої переживають різні пригоди, проте володіють персоналізованими характеристиками. Видавництво «Big story» [4], «Piuwee» [5] наповнює книги побажаннями, які можуть залишити батьки для дітей.

Дитяча персоналізована книга є одним з різновидів дитячої інтерактивної книги, у якій за допомогою сучасних графічних редакторів ілюстратор може змінити зовнішність персонажа, на зовнішність дитини, для якої ця книга була надрукована.

Крім того у таких книгах можна змінювати зовнішність інших персонажів зокрема родичів та обирати з якою живою істотою буде взаємодіяти герой. Все це робиться для того, щоб дитина яка читатиме цю книгу могла стати головним героєм історії.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджено поняття персоналізованої книги, яка представляє собою шаблонне видання, в якому можна внести зміни різних елементів та персонажів. Функціонально вона охоплює розвиток уяви, інтелекту, моральних цінностей та розуміння дитиною соціальних та природних процесів або явищ.

Виявлено, що основними особливостями проєктування персоналізованої літератури є: 1) зміна зовнішності шаблонного героя/ героїв на зовнішність конкретної дитини; 2) заміна обличчя шаблонного героя на реалістичне фото дитини; 3) зміна кількості персонажів, та заміна одних на інших; 4) зміна кольору обкладинки, побажання для дитини. Персоналізація важлива для розуміння та підсилення візуально комунікативної взаємодії із конкретними споживачами, що є інноваційним етапом у розвитку дитячої літератури.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Величко Н. В. Інтерактивність як засіб формування дизайну дитячої друкованої книги: дис. д-ра. філос. Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2021. 110 с.
2. Єфімова М. П. Дизайн дитячої книги України: проєктно-художні принципи і засоби: автореф. дис. канд. мистецтвознавства: 17.00.07 / Харківська державна академія дизайну і мистецтв. Харків, 2015. 20 с.
3. Добра казка. URL <https://dobrakazka.com/uk/c12-imenny-kazki> (дата звернення: 14.03.2025)
4. Big story. Зроби малюка головним героєм казки. URL <https://bigstory.com.ua/> (дата звернення: 14.03.2025)
5. Piuwee. Створіть книгу про свого малюка. URL <https://www.piuwee.com/> (дата звернення: 14.03.25)

УДК 659.113:745.57

ЛЕВЧУК Віталій, ВРОНСЬКА Рада
Луцький національний технічний університет

ОБРАЗИ ТВАРИН У ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. В роботі досліджена роль упаковки у формуванні стилю та цінності бренду. Виявлено, що існують три основні види образів тварин у дизайні упаковок. Та доведено, що компанії вдаються до таких візуальних комунікацій через бажання підсилити конкурентоздатність.

Ключові слова: айдентика, дизайн, бренд, упаковка, реклама..

Abstract. The article examines the role of packaging in shaping brand style and value. It has been found that there are three main types of animal images in packaging design. But it is proven that companies resort to such visual communications because of the desire to increase competitiveness.

Keywords: identity, design, brand, packaging, advertising.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У жорстких умовах сучасної конкуренції і стрімкого розвитку ринку кожен виробник прагне виділитися та привернути увагу. Агресивна нав'язлива реклама вже неефективна. Проте завданням є залучити покупців і зробити так, щоб вони захотіли повертатися.

Величезну роль у впізнаваності компанії грає брендинг. У тому числі і упаковка товару. Адже саме її споживачі бачать в першу чергу. Також її називають обличчям компанії. Тому дизайн упаковки – окремий повноцінний маркетинговий інструмент, яким серйозні компанії ніколи не нехтують.

Потенційні споживачі стали вкрай вибагливими. Тому в наш час бренди вдаються до створення унікальних упаковок, в тому числі і в образі тварин.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Зразки упаковок в образі тварин представлені в мережах інтернет [1] та [4]. Тут продемонстровані основні види дизайну пакувань. Відомими прихильниками таких пакувань в світі є такі бренди: L'Oréal, BrewBeak, Moogur, HRUM & HRUM і багато інших. Кожен з яких вдається до створення унікальних пакувань. У дослідженнях представлені рекламні особливості створення упаковок в образі тварин.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Одна з головних цілей - дослідити наскільки образи тварин у дизайні упаковок ефективний як інструмент візуальної комунікації. Також завданням є визначити ефективність упаковки в комунікації із споживачами.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Упаковка відіграє важливу роль у формуванні першого враження про продукт. Це своєрідна візитна картка бренду, яка зацікавлює, дивує та викликає емоції у потенційного

покупця. Саме через унікальний дизайн упаковки бренд виділяється з натовпу та створює враження, що в кінцевому підсумку сприяє встановленню лояльності клієнтів.

Дуже часто компанії змушені привертати увагу клієнтів через дизайн упаковок. Використання яскравих кольорів, незвичайних форм, цікавих текстур чи унікальних елементів дизайну допомагає привернути увагу покупців. Це створює емоційну взаємодію та робить продукт більш привабливим. Упаковка не лише привертає увагу, але й передає інформацію про продукт. Чітке уявлення про зміст, його переваги та специфіку використання на упаковці допомагає споживачеві прийняти рішення про покупку. Створення унікальної упаковки, що відображає стиль та цінності бренду, є ключовим елементом формування успішного та впізнаваного образу на ринку. Це не лише спосіб виділитися серед конкурентів, але й встановити глибокий зв'язок із споживачами, створюючи позитивні емоції та лояльність до бренду. Відповідний дизайн упаковки є невід'ємною частиною успіху будь-якого продукту на ринку.

Одним з видів візуальної комунікації є образ тварин в дизайні упаковок. Зазвичай використання таких упаковок переважає у дитячих товарах та у товарах з певною тематикою. Виділяється три основні види таких упаковок, анімалістичні пакування та два формати 3D пакування. Для анімалістичних пакувань характерні повноцінні форми тварин. Також через їх унікальну форму, вони часто слугують сувенірами. Та 3D упаковки, одні з яких перетворюються на іграшки чи прикраси після експлуатації, а наступні радують споживача своїми унікальними формами та використовуються лише за призначенням.

Тварини на упаковці це хороший спосіб привернути увагу на переповненій полиці. Від грайливих білок на упаковці горіхів до королівських птахів на етикетках пива. Інколи тварини успішно використовуються, щоб створити незабутнє та вражаюче візуальне враження для споживачів. Тварини є потужним інструментом у створенні дизайну упаковки, що привертає увагу та запам'ятовується. Крім того вони викликають позитивні емоції та створюють відчуття зв'язку зі споживачами. Грайливі персонажі, такі як білки та пустотливі коти, додають нотки веселощів, а величні істоти, такі як леви та соколи, передають відчуття сили та витонченості.

Часто тварин використовують, щоб розповісти історію бренду або втілити цінності бренду. А також для візуального представлення різних варіацій або смаків продукту. Як до прикладу у серії пива «BrewBeak» використовуються різні види птахів, щоб відобразити унікальні стилі пива.

Також деякі чинні пакети йогурту, які мають дитячий дизайн упаковки і водночас чудово сприймаються дорослими на полицях супермаркетів, зроблені у формі корівок. Такий дизайн упаковки чудово підходить для молочної продукції, та є хорошим інструментом візуальної комунікації. Moogurt (рис.1) не тільки приваблює дітей, але й інших споживачів, які роблять покупки у молочному відділі в продуктових магазинах.

Перевага такого виду упаковок в тому, що їх можна перетворити в іграшку, гру для дітей. Унікальна форма це потужна зброя у диференціації бренду. Також одним із чудових прикладів став успіх дитячого шампуню Loreal у вигляді риби, яка ставала іграшкою для дитини. Ще один чудовий приклад упаковка косметичних тубиків у формі тварини (рис. 2). Основним завданням даної упаковки в тому, що це нова концепція дизайну тварин, та вона є унікальною на ринку. Це приносить ефект зору, що привертає увагу. Дані упаковки косметики належать до 3D пакувань, які використовуються тільки за призначенням (рис.2).



Рис.1. Йогурт «Moogurt»



Рис.2. Косметичні тюбики

Дизайн упаковки німецького бренду HRUM & HRUM (рис.3) – постачальника горіхів, є прямим доказом органічно продуманого дизайну упаковки. Костянтин Болімонт, графічний дизайнер, опублікував свій проект на Behance, популярній платформі Adobe. Він вдало обіграв звичку білок зберігати горіхи за щоками, і в результаті вийшов проект упаковки, де ми бачимо обличчя білки з щоками, набитими горіхами. Це одночасно практично, через додатковий простір в упаковці, та весело. Одному з великих німецьких постачальників горіхів, це дуже сподобалося, і він придбав у Костянтина права на дизайн-ідею. Упаковка повторює природний колір та форму білки, розрахована переважно на дитячу аудиторію. Дизайн упаковки викликає грайливий та позитивний настрій, а ідея оформлення змушує зацікавити споживача та придбати товар. Після використання продукту, діти будуть бавитись пакуванням, тобто воно набуває нової функції. Також, через свою унікальну форму, упаковка може зберігатись як пам'ятний сувенір. Це пакування можна віднести до анімалістичного типу пакувань.



Рис. 3. Упаковка для горіхів. HRUM & HRUM

ВИСНОВКИ

У дослідженні виявлено, що зазвичай бренди які використовують тварин в образах упаковок власних товарів вдаються до трьох основних видів пакування. Анімалістичні, багатофункціональні 3D пакування та одноразові 3D пакування.

Доведено, що такі упаковки та їх елементи допомагають акцентувати увагу.

Цьому тренду надають перевагу через, креатив і застосовують при упаковці дитячих товарів, товарів харчування, солодощів тощо. Отже, розглянуті сучасні тренди дизайну упаковки повсякденних товарів навіюють позитивні емоції, піднімають настрій, чим і привертають увагу споживачів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Вчимося та граємо – найкращий підхід до дизайну дитячої упаковки. URL: <https://creative.univest.ua/uk/2022/08/24/vchimosya-ta-grayemo-najkrashnij-pidhid-do-dizajnu-dityachoyi-upakovki/> (дата звернення: 12.11.2024).
2. Індивідуальний дизайн упаковки: як створити впізнаваний бренд? URL: <https://wellpacks.ua/blog/individualnyy-dizayn-upakovki-kak-sozdat-uznavaemyy-brend> (дата звернення: 12.11.2024).
3. Роль дизайну в пакуванні продукції. URL: <https://evopack.com.ua/rol-dyzajnu-v-pakuvanni-produkcziji/> (дата звернення: 12.11.2024).
4. Custom Shape Tubes. URL: <https://www.cosmetic-tube.com/uk/products/animal-shaped-cosmetic-tube-packaging> (дата звернення: 12.11.2024).

УДК 659.127.8

ЛЕВЧУК Володимир, РОМАНЮК Ольга
Луцький національний технічний університет

СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ БРЕНДБУКІВ: ТРАДИЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ

Анотація. В роботі досліджені структурні особливості брендбуків, а також їх традиційні та інноваційні аспекти. Виявлено, що великі компанії з метою підсилення конкурентоздатності створюють авторські брендбуки, які не дотримуються традиційної структури. Інновацією є акцентування уваги на специфічних особливостях бренду, що підкреслює його унікальність.

Ключові слова: брендбук, брендинг, дизайн, структура, бізнес.

Abstract. The work examines the structural features of brandbooks, as well as their traditional and innovative aspects. It was found that large companies, in order to strengthen their competitiveness, create author's brand books that do not follow the traditional structure. The innovation consists in emphasizing the features of the brand, which emphasizes its uniqueness.

Keywords: brand book, branding, design, structure, business.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Тема брендингу для сучасного бізнесу в наші дні є дуже актуальною, що пов'язано із конкурентоздатністю брендів. Брендинг необхідний для створення нових продуктів, які прагнуть бути конкурентоспроможними. Його потрібно сформувати, донести до клієнтів головні цінності та посилити. Бренд потрібен компаніям, у яких дуже висока конкуренція і вони хочуть виділитися.

Брендбук містить всю інформацію про айдентику бренду, яка дозволяє створювати потужні маркетингові кампанії, виходити на нові ринки та розвиватись у різних напрямках. Співробітники звертаються до нього щоразу, коли їм потрібно зміцнити імідж бренду під час створення нових проєктів.

Потенційні споживачі стали вкрай вибагливими. Тому в наш час створення бренду – це питання виживання товарів чи послуг компаній на ринку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Зразки інноваційних брендбуків представлено в мережі Інтернет [3]. Тут продемонстровано різні варіанти створення брендбуків, в залежності від спеціалізації бізнесу. Відомими прихильниками активного реконструювання своїх брендбуків в світі є такі глобальні бренди: McDonald's, Spotify, Burger King, Discord, Disney Plus, Ikea, Coca Cola і багато інших. Кожен з яких вдається до індивідуального реконструювання своїх брендбуків. У дослідженнях представлено рекламні особливості формування брендбуків, проте дослідники не виділяють чітку структуру брендбуку.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення структурних особливостей брендбуків. Завданнями роботи є: 1) дослідити структуру традиційного брендбуку; 2) визначити та дослідити основні інноваційні аспекти побудови сучасних брендбуків.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

За даними досліджень, продуманий брендинг збільшує прибуток компанії приблизно на 20% за рік [2]. Робота над концепцією бренду починається ще на етапі його створення. Проте поки що не так багато фірм заклопотані розробкою власного стилю.

Брендбук — найбільш широкий за змістом термін. Він містить повну інформацію про суть бренду, його місію, філософію, цінності. Умовно його називають «паспортом бренду» [2]. Цей документ є основою для створення фірмового стилю та «посібником» для маркетологів, рекламників та інших представників компанії, що розповідає, як працювати над просуванням та популяризацією бренду.

Процес створення брендбуку вимагає зусиль дизайнера. Проте в перспективі він має багато переваг.

Загальна структура брендбуку формується з трьох розділів: 1) визначення місії та цінностей організації; 2) опис фірмового стилю; 3) правил комунікації.

В основі створення брендбуку лежить унікальний характер та загальне бачення бренду. Це основа, на якій формується вся візуальна складова. В першому розділі визначається місія, філософія та цільова аудиторія на якій формується стиль бренду. Місія та цінності є основою для всіх подальших бізнесових рішень, вони задають вектор розвитку та у перспективі працюють на зростання впізнаваності бренду.

Наступна складова, інструкції з фірмового стилю. Зазвичай, це найбільший розділ з тих, що входить до брендбуку. В ньому чітко описані всі елементи фірмового стилю, візуальні та інші складові, що мають на меті позиціонування бренду серед аудиторії. Тут детально представлені: логотип, шрифти, кольори, рекомендації по стилю, розміру та використанню тих чи інших кольорів і шрифтів у друкованих чи онлайн-форматах, зображення та інші складові дизайну. Крім того, у цьому розділі визначаються тон спілкування та основні меседжі зокрема: розробка слоганів, опис музичного супроводу для реклами та за необхідності розробка образу персонажа, який буде символом бренду.



Рис.1. Традиційна структура брендбуку «ЗРОБЛЕНО В УКРАЇНІ»

Основний документ зі стилю бренду містить чіткі вказівки для комунікації. Цими правилами користуються у роботі маркетологи, дизайнери, продавці, партнери, рекламодавці які мають відношення до позиціонування бренду.

В заключному розділі визначаються: мова спілкування, тон меседжів, правила публікацій в соцмережах, стиль текстових повідомлень тощо. Виважений та продуманий брендбук дає бренду можливість бути послідовним у комунікаціях, а отже формує індивідуальний стиль компанії та високу довіру до нього.

Проте з метою створення конкурентоздатного образу бренди відходять від загальноприйнятих правил, та будують авторські структури брендбуків. Показовим зразком таких авторських брендбуків є всім відомий гігант у сфері фаст-фуду McDonald's та стрімінговий сервіс потокового аудіо Spotify. В авторських брендбуках цих компаній замість визначення типової місії та цінності бренду формується вітальна частина, що наближає бренд до споживача. В наступних розділах окрім звичних пунктів, як тон меседжів, шрифти та кольори. McDonald's визначає додаткові елементи які носять назви: «Спосіб життя» де розписані основні правила зйомки реклами. «Шпаргалка для фотографії їжі» з принципами які гарантують, що McDonald's постійно демонструє свою їжу безпомилково та смачно. Та «Дизайн ресторану» з правилами для створення сцени, де всі інгредієнти поєднуються. Кожна деталь сприяє забезпеченню споживачів чудовими моментами гарного самопочуття.



Рис. 2. Авторський брендбук «McDonald's»

У Spotify є подібні пункти, асимільовані в структуру додатку які носять назви: «Партнерські повідомлення», він складається з одинадцяти слайдів, і містить в собі багато підпунктів, «Ключовий описовий обмін повідомленнями», «Повідомлення про продукт», «Преміум безкоштовна пробна версія обмін повідомленнями», «Об'єднання продуктів» тощо. В даних пунктах пояснюється як правильно мають виглядати сповіщення від

додатку, якою має бути структура речень в самому додатку, та які шрифти використовувати для генерації повідомлень.

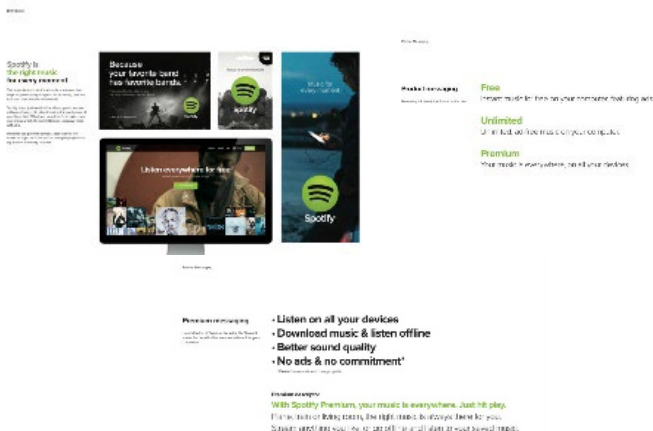


Рис.3. Авторський брендбук «Spotify»

ВИСНОВКИ

У дослідженні виявлено, що традиційною структурою брендбуку є наявність трьох складових. Визначення місії та цінностей організації, опису фірмового стилю, правил комунікації. Проте доведено, що відомі бренди порушують традиційну структуру роблячи свій брендбук унікальним та конкурентоздатним. Вони додають частини які підкреслюють унікальність бренду. Створюють емоційний зв'язок між компанією та споживачами, підвищуючи лояльність клієнтів сприяючи стабільному розвитку бізнесу.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Бренд і брендинг: навіщо бізнесу і як використовувати. URL: <https://rezart.agency/blog/brend-i-branding-navishho-biznesu-i-yak-vikoristovuvati/> (дата звернення: 08.03.2025).
2. Що таке брендбук та що він повинен містити? URL: <https://deltadesign.com.ua/what-is-a-brand-book-ua/> (дата звернення: 08.03.2025).
3. The branding guidelines archive. Graphic design resource. URL: <https://brandingstyleguides.com/> (дата звернення: 08.03.2025).

УДК 7.05: 685:811

МАЛАШИЦЬКА Юстина, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ ГРАЛЬНИХ КАРТ

Анотація. У роботі представлено аналіз еволюції дизайну гральних карт, починаючи з перших розробок і закінчуючи сучасними варіантами. Виділено чотири історичні періоди розвитку гральних карт (стародавній період, період середніх віків, період раннього нового часу, сучасний період), що дозволяють проаналізувати вплив різних культурно-історичних чинників на їх стилістику, символіку та композицію. Доведено, що історичні тенденції розвитку дизайну гральних карт є актуальними у контексті сучасного дизайну.

Ключові слова: еволюція карт, дизайн карт, гральні карти, історія карт, сучасний дизайн карт.

Abstract. The paper presents an analysis of the evolution of playing cards design, starting with the first developments and ending with modern variants. Four historical periods of playing cards development (ancient period, Middle Ages, early modern period, modern period) are distinguished, which allow analyzing the influence of various cultural and historical factors on their style, symbolism and composition. It is proved that historical trends in the development of playing card design are relevant in the context of modern design.

Keywords: evolution of cards, card design, playing cards, history of cards, modern card design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Гральні карти як частина розважальної індустрії виступають креативним об'єктом графічного дизайну. Ці карти мають багатовікову історію та є прикладом матеріальної культури, що відображає художні, соціальні та культурні тенденції свого часу. Дослідження еволюції дизайну гральних карт обумовлено вивченням змін, пов'язаних з візуальними та функціональними аспектами їх створення у різні історичні періоди. Актуальність роботи полягає у розумінні аспектів, які можуть дати цінну інформацію для сучасних дизайнерів, допомагаючи їм поєднувати традиційні елементи з інноваційними підходами в розробці графічних матеріалів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Еволюція дизайну гральних карт відіграє ключову роль у вивченні не лише історії цих об'єктів, а й їхньої національної та культурної значущості. У мережі Інтернет поширеними є матеріали, що описують еволюцію гральних карт, надаючи інформацію про їхні характеристики та історичні особливості [1; 2; 3]. Ці ресурси охоплюють різноманітні аспекти, включаючи походження карт, їхнє місце в культурних традиціях та вплив нових технологій на дизайн ігрових карт.

Необхідними в контексті дослідження стають сучасні тенденції розвитку дизайну гральних карт, зокрема впровадження новітніх технологій [4]. Автори розглядають гральні карти як інноваційний продукт, який поєднує класичний картковий дизайн з доповненою реальністю. Також сучасні гральні карти пропонують різноманітні дизайни, що варіюються від мінімалістичних до складних художніх рішень [5]. Дизайнери прагнуть створювати унікальні колоди, натхненні культурними мотивами та художніми течіями.

Окреслені аспекти потребують систематизації в історичному контексті та більш глибокого дослідження.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення еволюції дизайну гральних карт. Завданнями дослідження є: розкриття історичних етапів розвитку гральних карт, дослідження їх культурних і національних особливостей, а також ознайомлення із сучасними тенденціями розробки дизайну гральних карт.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Гральні карти – це паперові предмети, що використовуються в різних іграх, азартних розвагах та магії. Зазвичай колода складається з 36 карт, розділених на чотири масті: червові, бубнові, хрестові та пікові. У кожній масті є карти з номерами від шістки до туза, в тому числі, на деяких з них представлені історичні фігури королів, дам та валетів. Крім стандартних колод, існує також ряд тематичних і дизайнерських колод, які часто стають предметами колекціонування [1].

Еволюція дизайну гральних карт є багатовіковим процесом, що відображає культурні зміни, мистецькі тенденції та технічні досягнення різних епох і регіонів. Від виникнення у стародавньому Китаї до сучасних авторських колод карти пройшли шлях трансформацій, набуваючи нових значень, візуальних форм і символіки. Перші карти, які з'явилися в Китаї в IX столітті, були досить простими за дизайном (рис.1:1). Їх основною метою було визначення грошових цінностей, тому малюнки були скромними та абстрактними, часто з використанням числових символів [2]. Після поширення через Персію та Індію карти потрапили до Європи в XIV столітті, де почали набувати того вигляду, який ми асоціюємо з сучасними колодами [2].

Європейські виробники карт у XIV столітті використовували мечі, жолуді, кубки і монети як символи масті на гральних картах (рис.1:2). Цей дизайн, відомий як «латинські масті» [3], досі можна зустріти на деяких італійських та іспанських колодах карт.

Приблизно на початку XV століття німецькі майстри розробили власні масті: сердечка, дзвіночки, жолуді та листя (рис.1:3) [3]. Ці зображення презентували культуру Німеччини.

Водночас французькі виробники стали першими творцями гральних карт, які розділили колоду на два кольори: червоний і чорний (рис.1:4). Ця спрощена колірна схема дозволила їм значно підвищити швидкість виробництва, за допомогою використання дерев'яних гравюр (німецька технологія). Французи також переробили німецькі масті, щоб створити першу версію мастей, які зустрічаються в сучасних стандартних колодах карт. Хоча вони зберегли німецькі символи серця, проте дзвіночки були замінені на ромби, жолуді стали листям конюшини (фр. *trèfles*), а листя перетворилися на піки (фр. *piques*) [1]. Таким чином, французькі майстри XV століття спростили карти, створивши піки, чирви, трефи й бубни, а фігурні карти стали символізувати королівських осіб.

Валетів, дам і королів часто називають придворними картами [2]. Вперше ці карти були розроблені французькими виробниками у XV столітті і зображали відомі історичні постаті. Королі – це видатні історичні правителі: Юлій Цезар, цар Давид, Карл Великий і Олександр Великий. Раніше в іспанських колодах замість королів були лицарі (або кабальєро), а в німецьких колодах – оберман (верхня людина) і унтерман (нижня людина) [3]. Пізніше лицарів, назва яких через збіг початкових літер з королями спричиняла плутанину, перейменували на валетів, що і стало сучасною назвою цієї карти.

Мастя і назва не завжди були вказані в кутку гральної карти. Концепція кутових індексів з'явилася наприкінці XIX століття, коли американський виробник карт The New York Consolidated Company створив власну колоду Squeezers (рис.1:5) [3]. Новий революційний дизайн давав змогу гравцям швидко переглядати власні карти, не побоюючись розкрити руку.

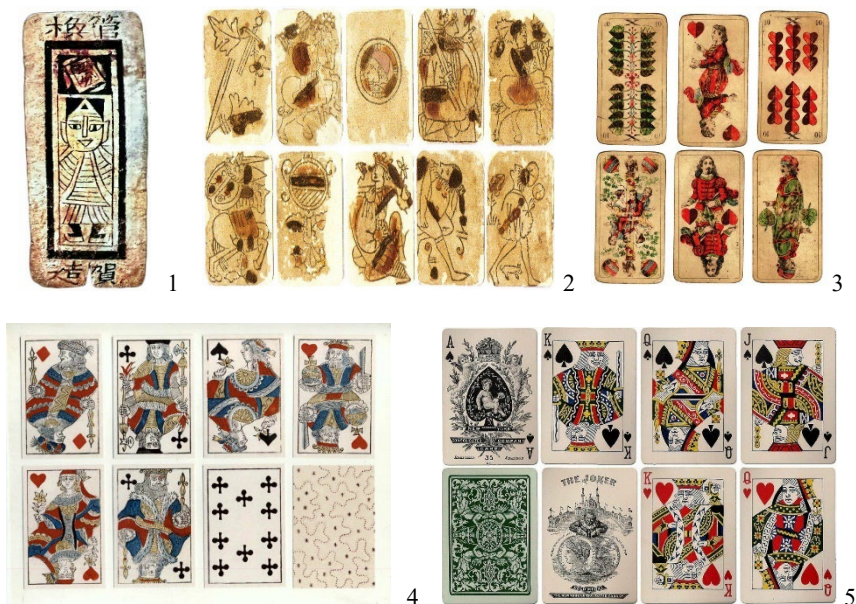


Рис. 1. Гральні карти в історичному контексті: 1 – стародавній період, Китай (IX ст.); 2 – період середніх віків, «латинські масті» (XIV ст.); 3 – період середніх віків, Німеччина (XIV ст.); 4 – період середніх віків, Франція (XV ст.); 5 – гральні раннього нового часу, США (XIX ст.).

Важливим аспектом у вивченні еволюції дизайну гральних карт є їхня роль як носіїв культурної спадщини та символів, які змінювалися залежно від епохи й культурного контексту. Гральні карти не просто відображають графічні стилі свого часу – вони стали своєрідним дзеркалом соціальних норм, релігійних поглядів, політичних подій та навіть особистісних образів, властивих різним періодам. Еволюція дизайну гральних карт нерозривно пов'язана із сучасними тенденціями у графічному дизайні.

Сучасні тенденції у розробці гральних карт відображають злиття традиційної символіки з новаторськими графічними ідеями. Останніми роками інтерес до гральних карт значно зріс завдяки розвитку індустрії настільних ігор, а також популяризації колекціонування та індивідуальних дизайнерських рішень. У цьому контексті інноваційні ідеї при створенні карт стали своєрідним засобом самовираження художників і дизайнерів, що створюють унікальні візуальні світи через цей знайомий формат.

Сучасні автори часто виходять за межі традиційної символіки мастей і фігур, що дозволяє розширювати культурні межі та переосмислювати значення карт як інструменту гри. Наприклад, у багатьох сучасних колодах масті замінені на зовсім нові символи, що відображають конкретну тематику (рис. 2:1). Фігурні карти, такі як королі, дами й валети, часто отримують нову інтерпретацію у вигляді персонажів, які підкреслюють естетичну цілісність колоди або передають певний наратив (рис. 2:2). Це можуть бути міфологічні герої з різних культур, персонажі фентезі або ж просто унікальні образи, які відповідають загальній концепції колоди [4].

Крім того технологічні інновації дозволяють застосовувати в дизайні карт інтерактивні елементи: деякі колоди включають доповнену реальність (AR), де гравці можуть сканувати карти й отримувати додаткові візуальні ефекти чи інформацію на екрані (рис. 2:3). Це поєднання фізичного й цифрового аспектів стає привабливим для молодшої аудиторії та інтегрує карти в сучасний світ гаджетів.

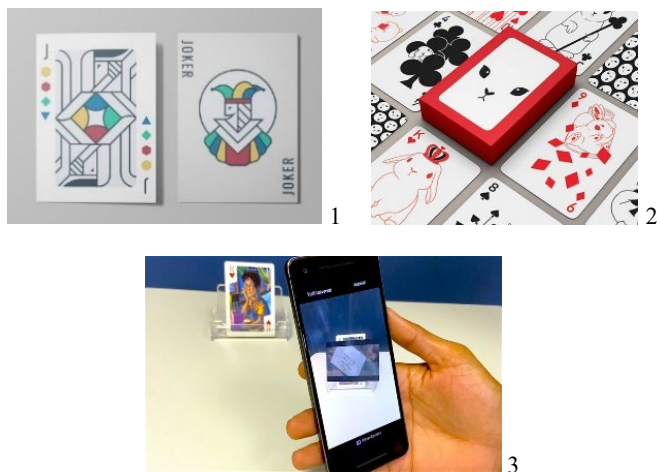


Рис. 2. Гральні карти в сучасному контексті: 1 – карти з переосмисленими мастями; 2 – інтерпретація образів карт; 3 – інноваційні карти з доповненою реальністю (AR).

ВИСНОВКИ

Дослідження гральних карт показує, що за свою довгу історію цей предмет став чимось більшим, ніж просто інструментом для ігор. Гральні карти втілюють у собі багату культурну спадщину, мистецьку еволюцію та функціональні аспекти дизайну. Виділено чотири основні періоди еволюції гральних карт: стародавній період (IX ст. – XIV ст.), період середніх віків (XIV ст. – XVI ст.), період раннього нового часу (XVII – XIX ст.), сучасний період (XIX ст. – XXI ст.). На кожному історичному етапі гральні карти відображали графічні стилі свого часу, суспільні норми, релігійні погляди, політичні події, а також характерні образи, властиві своєму часу. Доведено, що еволюція гральних карт нерозривно пов'язана із сучасними тенденціями дизайну, які відображають злиття традиційної символіки з новаторськими графічними ідеями.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Гральні карти – як виникли. Історія та цікаві факти. URL: <https://azart-games.com/the-history-of-playing-cards/> (дата звернення: 01.11.2024).
2. Еволюція гральних карт: як дизайн змінювався крізь століття. URL: <https://creativity.ua/creativity-and-design/evoliutsiia-hralnykh-kart-iaak-dyzain-zminiuvavsia-kriz-stolittia/> (дата звернення: 01.11.2024)
3. Історія дизайну гральних карт у Європі XIV–XIX століть. URL: <https://violity.com/ua/publication/5888-storiya-dizajnu-gralnih-kart-u-vropi-xiv-xix-stolit.html> (дата звернення: 01.11.2024).
4. Провідні дизайнери створили найбільш унікальні гральні карти. URL: <https://designtalk.club/providni-dyzajnery-stvoryly-najbilsh-unikalni-gralni-karty-foto/> (дата звернення: 01.11.2024).
5. 10 Modern Decks of Playing Cards to Keep You in the Game. URL: <https://design-milk.com/10-modern-decks-of-playing-cards-to-keep-you-in-the-game/> (дата звернення: 01.11.2024).

УДК 747:725.1:614.94:591.51

МАРЧУК Анастасія, АГЛІУЛІН Руслан
Київський національний університет технологій та дизайну

РОЛЬ ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩА У ФОРМУВАННІ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ ТВАРИН У ПРИТУЛКАХ

Анотація. У роботі досліджено вплив архітектурно-дизайнерських рішень на психоемоційний стан безпритульних тварин у притулках. Проаналізовано значення середовища для зниження стресу та покращення добробуту безпритульних тварин.

Ключові слова: дизайн середовища, безпритульні тварини, притулок для тварин.

Abstract. The study explores the impact of architectural and interior design solutions on the psycho-emotional state of stray animals in shelters. The importance of the environment in reducing stress and improving the well-being of stray animals has been analyzed.

Keywords: Environmental design, stray animals, animal shelter.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах в Україні проблема безпритульних тварин набуває все більшої загостреності. Багато тварин через воєнні дії переживають стрес, травми та соціальну ізоляцію, що негативно впливає на їхнє фізичне та психоемоційне здоров'я. Більшість притулків і ветеринарних закладів зосереджуються переважно на фізичному лікуванні, тоді як психологічний аспект залишається поза увагою, що може уповільнювати процес їхньої реабілітації та адаптації до нових умов життя. З огляду на це, виникає потреба в розробці та впровадженні дизайн-рішень, які б сприяли емоційному відновленню тварин. Важливо приділити увагу для створення комфортного середовища, яке б знижувало рівень стресу, сприяло почуттю безпеки та підтримувало природну поведінку тварин.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз сучасних досліджень добробуту тварин у притулках свідчить про важливу роль навколишнього середовища у формуванні емоційного стану, поведінкових реакцій, які в свою чергу, ведуть до загального здоров'я тварин.

У дослідженнях, опублікованих в журналі Animals (MDPI), та на платформі PubMed розглянуто вплив більш урізноманітнішого середовища утримання тварин на рівень стресу у котів і собак, що перебувають у притулках.

Публікація Re-thinking the Future підкреслює значення біофільного дизайну та його позитивний вплив на тварин. Презентація Texas Unites for Animals (2018) зазначає, що низький рівень шуму, безпечні оздоблювальні матеріали та можливість усамітнення — ключові чинники зниження стресу в притулках.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є дослідження впливу архітектурно-дизайнерських рішень на психоемоційний стан безпритульних тварин у притулках. Особливу увагу приділено аналізу таких факторів, як зонування приміщень, вибір оздоблювальних матеріалів,

організація зорового, слухового та тактильного комфорту, а також впровадження біофільного дизайну.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Середовище, у якому перебувають тварини в притулках, значною мірою визначає їхній емоційний стан, рівень стресу та фізичний комфорт. Застосування науково обґрунтованих архітектурно-дизайнерських рішень дозволяє забезпечити функціональність простору та створити умови, що сприяють покращенню добробуту тварин.

Зонування простору в притулках для тварин є одним із найважливіших архітектурно-дизайнерських рішень, що безпосередньо впливає на стан тварин. Приміщення мають поділитись на функціональні зони: зона відпочинку, годування, ізоляції, ігор, огляду ветеринаром і соціалізації. Особливо важливим є забезпечення зон приватності, де тварина може усамітнитися, не вступаючи у небажану взаємодію з іншими. Це відповідає базовим потребам у безпеці та контролі середовища, які є фундаментальними для зниження стресу. Наприклад, коти краще почуваються у притулках, де їх простір розмежовано вертикально та горизонтально, із наявністю місць, де вони можуть сховатися. Для собак чіткий поділ на зони для активності та відпочинку дає змогу уникати надмірної стимуляції нервової системи.

Оздоблення приміщень та вибір матеріалів займають не менш важливу роль у формуванні середовища. Вибір оздоблювальних матеріалів має відповідати вимогам гігієни, зносостійкості та безпеки. Статті в наукових джерелах зазначають важливість використання природних, нетоксичних матеріалів, таких як дерево або неткані покриття, які сприяють створенню здорового середовища для тварин. Але не менш важливою є й їхня тактильна та зорово-емоційна якість. Грубі, слизькі або холодні поверхні можуть провокувати у тварин дискомфорт і напруження. Натомість теплі на дотик, матові покриття, які не створюють різких відблисків, сприяють формуванню спокійного середовища. Наприклад, згідно з рекомендаціями COAR Design Group, використання матеріалів, які поглинають звук, а не відбивають його, допомагає зменшити акустичний стрес. Особливо це важливо в середовищі собак, які чутливо реагують на гучні звуки, що підвищує рівень тривоги.

Архітектурні чинники, такі як висота стелі, освітлення, орієнтація вікон та доступ до зовнішніх просторів, також мають значний вплив на емоційний стан тварин. Дослідження, опубліковане в журналі *Animals*, підтверджує, що природне освітлення та можливість візуального контакту з довкіллям (наприклад, через вікна або сітки) позитивно впливають на поведінку котів у притулках: у таких умовах у них знижувався рівень кортизолу. Природне світло, на відміну від флуоресцентного, сприяє зниженню напруження та нормалізації добового ритму.

Крім того, якість повітря та температура приміщення — важливі фізичні чинники, які впливають на самопочуття тварин. В притулку має бути присутня стабільна вентиляція, відсутність різких запахів і протягів, що знижують імунітет й підвищують рівень дратівливості. У притулках із поганою вентиляцією тварини демонструють більше ознак занепокоєння.

За даними COAR Design Group, зменшення візуального контакту між тваринами, покращення звукоізоляції, використання належного дренажу підлоги та контроль

мікроклімату суттєво знижують навантаження на нервову систему тварини, дозволяючи їй швидше адаптуватися до нових умов.

У впровадженні принципів біофільного дизайну також простежується позитивний вплив на психоемоційний стан тварин. Згідно з публікацією на Re-thinking The Future, природні елементи у просторі — рослини, денне світло, природна вентиляція, вода, вид на зелень, натуральні матеріали і текстури — позитивно впливають на поведінку і психологічне здоров'я тварин. Наявність вікон із видом на природу, відкритих дворових зон, де тварини можуть перебувати під наглядом або гуляти, дозволяє їм реалізовувати природні потреби у спостереженні, нюханні, грі та дослідженні простору. Це важливо не лише для собак, а й для котів, які особливо схильні до стресу через обмеження території.

В притулках для тварин, де рівень стресу часто підвищений через ізоляцію, шум, тісноту або зміну середовища, правильна сенсорна стимуляція може суттєво покращити психоемоційний стан тварин, знизити страх, тривогу та агресію.

Візуальні подразники, такі як яскраве освітлення, відкриті простори без укриттів або постійна видимість інших тварин, можуть викликати тривогу. Як зазначається в матеріалах COAR Design Group, зменшення візуального контакту між тваринами, зокрема через перегородки, знижує конфліктність і сприяє спокою. Наявність спостережних точок, природного освітлення, але з можливістю втекти в тінь, також позитивно впливає на зоровий комфорт.

Високий рівень шуму — одна з найчастіших причин стресу у тварин у притулках. Гавкіт собак, ехо, гучні кроки та інші гучні звуки можуть підвищувати тривожність і збудливість. Встановлення звукоізоляції в зонах відпочинку або використання спокійної музики (наприклад, класичної або природних звуків) може суттєво зменшити рівень тривожності. У деяких притулках навіть практикують програвання спеціальних аудіотреків, які знижують пульс у тварин та сприяють розслабленню.

Ольфакторні (нюхові) стимули — ще один сенсорний чинник. Аромати лаванди або ромашки (у безпечній концентрації) мають заспокійливий ефект. Також доцільно використовувати зони з різними природними запахами (деревини, сіна, трав), щоб стимулювати природну дослідницьку поведінку тварин.

Згідно з дослідженням, опублікованим у PubMed, тактильні включення — наприклад, м'які лежачки, килимки, різні текстури поверхонь або іграшки, які можна гризти чи обіймати — допомагають зменшити вокалізацію (тобто прояви стресу через гавкіт або нявкання) та інші тривожні поведінкові реакції. Це особливо важливо для собак у вольєрах, де обмежена фізична активність і контакт із людьми. Для котів добре працюють іграшки з різними текстурами, полиці для лазіння та поверхні для дряпання.

Проте важливо пам'ятати, що сенсорне збагачення має бути контрольованим та індивідуально підібраним, адже надлишок або неправильний тип стимулів може, навпаки, викликати перевантаження та зростання тривоги. Елементи повинні бути безпечними, не токсичними, такими, що легко очищуються та замінюються.

ВИСНОВКИ

Аналіз сучасних досліджень доводить, що архітектурно-дизайнерські рішення мають вагомe значення для забезпечення психоемоційного добробуту тварин у притулках. Правильне зонування, використання натуральних і безпечних оздоблювальних матеріалів, впровадження біофільного дизайну та сенсорне збагачення середовища сприяють

зниженню стресу та покращенню перебуванню у притулку, що в свою чергу веде до підвищення шансів тварин на успішне прилаштування в нову сім'ю.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Animals. The Impact of Enriched Environments on Stress Levels in Cats in Shelters. URL: https://www.mdpi.com/2076-2615/14/9/1392?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 06.05.2025).
2. COAR Design Group. Animal Welfare Priority in Shelter Design. URL: https://www.coargroup.com/news/prioritizing-animal-welfare-in-shelter-design?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 06.05.2025).
3. PubMed. Sensory Enrichment and Stress Reduction in Shelter Dogs. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32235593/> (дата звернення: 06.05.2025).
4. Re-thinking The Future. Biophilic Design in Animal Shelters. URL: https://www.re-thinkingthefuture.com/articles/animal-shelter-and-veterinary-care/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 04.05.2025).
5. Texas Unites for Animals. Low-Stress Animal Housing. 2018. URL: https://sheltermedicine.vetmed.ufl.edu/wordpress/files/2019/08/Low-Stress-Animal-Shelter-Design-Handout-Texas-Unites-2018.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 06.05.2025).

УДК 7.05:7.033.2(477)

МЕЛЬНИК Сусанна, ВРОНСЬКА Рада, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ЕТНІЧНИЙ КОД У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ТВОРЧОСТІ ОЛЕКСІЯ ЧЕКАЛЯ)

Анотація. У роботі проаналізовано етнічний код як важливе джерело натхнення у сучасному дизайні, що інтегрує традиційні культурні елементи в інноваційні продукти. Розглянуто використання українських орнаментів, кольорів та символів у графічному дизайні за матеріалами творчості Олексія Чекаля. Проаналізовано роль етнічних мотивів у формуванні національної ідентичності та виділено напрямки їх адаптації до глобальних трендів.

Ключові слова: етнічний код, дизайн, традиції, інновації, культурна спадщина, Олексій Чекаль.

Abstract: The work analyzes the ethnic code as an important source of inspiration in modern design that integrates traditional cultural elements into innovative products. The use of Ukrainian ornaments, colors and symbols in graphic design based on the works of Oleksiy Chekal is considered. The role of ethnic motives in the formation of national identity is analyzed and the directions of their adaptation to global trends are highlighted.

Keywords: ethnic code, design, traditions, innovations, cultural heritage, Oleksiy Chekal.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі дизайн відіграє важливу роль у збереженні та популяризації культурної спадщини для нових поколінь. Проте уніфікація стилів, спричинена глобалізацією, часто призводить до втрати локальної ідентичності та унікальності національних елементів.

Традиційні українські візерунки, які мають багатовікову історію та глибокий символічний зміст, опиняються під загрозою забуття, якщо не будуть адаптовані до сучасного дизайну. Їх впровадження у сучасні графічні дизайнерські рішення може стати важливим інструментом для популяризації української культури як на національному, так і міжнародному рівні. Цим активно займається Олексій Чекаль, український графічний дизайнер, який у своїх роботах використовує традиційні орнаменти, мотиви бароко та старовинну каліграфію. Його творчість не лише зберігає автентичність української культурної спадщини, але й інтегрує її у сучасний дизайн, роблячи українську культуру впізнаваною та актуальною як в Україні, так і за її межами. Дослідження його творчості є важливим для розуміння того, як сучасний графічний дизайн може слугувати інструментом збереження та популяризації культурної спадщини в умовах глобалізації. Воно допомагає виявити ефективні підходи до адаптації традиційних елементів у сучасний культурний контекст, сприяючи формуванню національної ідентичності та її інтеграції у світовий культурний простір.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останніми роками зростає інтерес до дослідження етнічного коду як засобу збереження національної ідентичності в умовах глобалізації. Вивчення цього явища охоплює різні аспекти – від культури й мистецтва до дизайну та маркетингу. Це свідчить про усвідомлення необхідності збереження культурного надбання і його адаптації до сучасних умов, уникаючи втрати автентичності.

Саме пошук балансу між традиціями та сучасністю стає центральною темою багатьох робіт. Один із важливих внесків у цю сферу – дослідження українського графічного дизайну за останні 10 років Н. Удріс-Бородавко [3]. Авторка аналізує, як дизайнери в Україні використовують національні мотиви для створення конкурентних продуктів, що відображають українську ідентичність [3]. Це дослідження дозволяє інтегрувати етнічні мотиви у сучасний контекст, роблячи їх невід’ємною частиною світової спадщини.

У одному з розділів авторка описує роботу каліграфіста, шрифтовика, графічного дизайнера Олексія Чекаля над журналом «The Ukrainian: Life and Culture» [4]. Його дизайн поєднує сучасну графічну мову з елементами старовинного українського мистецтва. Він використовує орнаменти текстилю, декор книг та барокові мотиви, щоб створити унікальні зразки, які стають символом культурної спадщини України. Окрему увагу дослідженням традиційного українського дизайну приділяє стаття на Радіо Свобода, де йдеться про дизайнера Олексія Чекаля та роль сучасного мистецтва у збереженні етнічної автентичності через використання елементів народного текстилю та орнаментів у графічних рішеннях [2]. Дослідження обраної теми дозволяє виявити, як сучасний графічний дизайн може слугувати інструментом збереження культурної спадщини та її популяризації. Роботи таких митців, як Олексій Чекаль, наочно демонструють можливість гармонійного поєднання традиційних мотивів із сучасними технологіями, забезпечуючи інтеграцію українського етнічного коду у глобальний контекст.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення сучасних підходів до інтеграції українських орнаментів у графічний дизайн для збереження та популяризації національної культурної спадщини, формування унікальної ідентичності українського мистецтва в умовах глобалізації та підвищення його впізнаваності на міжнародному рівні.

Завдання дослідження передбачають: 1) проаналізувати особливості творчості Олексія Чекаля, зокрема символіку та історичний контекст використання українських орнаментів у його роботах; 2) виявити способи збереження автентичності українських орнаментів під час їх інтеграції у сучасний дизайн на прикладі робіт митця.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Графічний дизайн сьогодні – це могутній інструмент комунікації. Використання українських орнаментів у логотипах, брендингу та веб-дизайні, пакуванні продукції та навіть анімації допомагає підкреслити ідентичність і належність до певної культури.

Традиційні геометричні узори легко адаптуються до сучасних цифрових технологій, створюючи стильні мінімалістичні або ж розкішні барвисті дизайни. Це робить український графічний дизайнер, каліграф, шрифтовик, ілюстратор та культурний діяч – Олексій Чекаль [1]. Його роботи вирізняються поєднанням глибокого історичного контексту та сучасних графічних прийомів. Основою його творчості є переосмислення

традиційних орнаментів, які мають глибокий історичний контекст і багатозначну символіку (табл. 1).

Декоративні мотиви у творчості Чекаля :

1. Візантійські елементи. У проєктах, пов'язаних із церковною тематикою, дизайнер впроваджує елементи візантійської графіки. Його роботи об'єднують монументальність візантійської традиції з індивідуальністю українського стилю, створюючи глибокий духовний і культурний меседж.

2. Барокові орнаменти. Чекаль активно використовує декоративні елементи епохи українського бароко. Його роботи відображають монументальність та багатство цієї стилістики, зокрема пластичні, хвилясті лінії, які гармонійно поєднуються з сучасними графічними рішеннями. У проєктах, таких як стиль для Об'єднаного собору та Православної церкви України (ПЦУ), він інтегрував барокові мотиви, зокрема натхненні мозаїками Софії Київської та історичними елементами Київської Русі.

3. Декор старовинних рукописів. Чекаль звертається до декоративних елементів, знайдених у старовинних книгах і рукописах. Він переосмислює їх, перетворюючи на елементи сучасного дизайну. Це допомагає підкреслити зв'язок між історією та сучасністю, зберігаючи автентичність культурного коду.

4. Текстильні візерунки. Важливе місце у творчості займають народні текстильні орнаменти. Чекаль ретельно досліджує їхні витoki, використовуючи символіку та естетику українських вишивок у своїх роботах. Це дозволяє інтегрувати традиційні мотиви у логотипи, бренди та інші сучасні графічні рішення.

Чекаль звертається до епохи українського бароко, старовинної каліграфії, текстильних візерунків і рукописів. Його роботи базуються на автентичних джерелах, таких як старовинні книги та декоративні орнаменти. Дизайнер детально досліджує витoki кожного символу, щоб зберегти його автентичність і переосмислити у сучасному форматі.

Творчість Олексія Чекаля – це приклад гармонійного поєднання традицій і сучасності, яке надихає дизайнерів, зберігаючи національну ідентичність та просуваючи українське мистецтво у світі. Роботи не просто декоративні, вони мають глибокий зміст і слугують інструментом передачі культурної спадщини.

Чекаль розробив графічний стиль для Об'єднаного собору та Православної церкви України (ПЦУ) [2]. У своїх проєктах він інтегрував елементи візантійської й української барокової традиції, надихався мозаїками Софії Київської та створив логотип на основі образу Оранти – символу Божої Матері. Логотип відображає духовний і культурний зв'язок із історією Київської Русі. Для молитовника, який об'єднав різні православні конфесії, розробив шрифт, заснований на написах Софії Київської.

Чекаль працює над поверненням української кириличної традиції, яка була спрощена реформами Петра I. Його роботи відображають багатогранність української писемності, уникаючи втрати культурної ідентичності. Його творчість спрямована на популяризацію українського етнічного коду, інтеграцію історичних елементів у сучасний дизайн і підтримку національної самобутності. Олексій працює над проєктами для України, Європи та Близького Сходу, популяризуючи українське мистецтво у світі [2]. Його графічний стиль демонструє, як автентичність може стати сучасним інструментом комунікації.

Його плакати та ілюстрації часто мають потужний культурний меседж і відображають духовні та естетичні цінності українського народу. Чекаль також займається

освітньою діяльністю, поширюючи знання про українське мистецтво та каліграфію. Його роботи високо оцінені як в Україні, так і за її межами.

Творчість Олексія Чекаля є прикладом успішного використання етнічного коду в сучасному дизайні. Його роботи відображають багатство української культури, поєднуючи історичну спадщину з сучасними естетичними та функціональними рішеннями. Завдяки Чекалю українська графіка стає впізнаваною, автентичною та актуальною у глобальному контексті.

Таблиця 1

Аналіз символіки у роботах О. Чекаля

Декоративні мотиви	Символіка	Історичний контекст	Використання
Використання геометричних орнаментів	хрести, ромби	символи гармонії, захисту та порядку.	 
Інтеграція рослинних мотивів	калина, дубове листя	уособлюють родючість, духовність і відродження.	 
Застосування космічних символів	сонце, зірки	символізують безкінечність буття та циклічність життя.	 

ВИСНОВКИ

У ході дослідження було виявлено сучасні підходи до інтеграції українських орнаментів у графічний дизайн, які сприяють збереженню національної культурної спадщини та популяризації української ідентичності на глобальному рівні.

Виявлено, що збереження автентичності українських орнаментів у дизайні вимагає ретельного підходу: глибокого розуміння їхньої символіки, дотримання історичної точності та творчого переосмислення для адаптації до сучасних трендів. Робота таких

митців, як Олексій Чекаль, є важливим прикладом того, як національна культурна спадщина може успішно інтегруватися у сучасний дизайн, зберігаючи свою унікальність і значущість.

Олексій Чекаль у своїх роботах використовує декоративні мотиви, серед яких барокові орнаменти, що підкреслюють розкіш і багатство української культурної традиції, старовинна каліграфія, яка відновлює естетику української писемності до реформ Петра I, текстильні візерунки, натхненні українськими вишивками та народними орнаментами, декор старовинних рукописів, інтегрований у сучасні графічні рішення, а також візантійські елементи, що відображають духовний і культурний зв'язок із традиціями Київської Русі. Аналіз творчості Олексія Чекаля дозволив глибше зрозуміти роль етнічного коду у сучасному дизайні. Його роботи демонструють гармонійне поєднання символіки українських орнаментів та історичного контексту з інноваційними графічними рішеннями.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Про дизайн та дизайнерів: інтерв'ю з Олексієм Чекалем. 2021. URL: https://cases.media/en/article/pro-dizain-i-dizaineriv?_x_tr_hist=true (дата звернення: 05.12.2024).
2. Трегубова Я. Автор логотипу ПЦУ Чекаль про проєкт для правнучки Мони Лізи, «хіпі» в каліграфії і про те, що не так з гривнею. Радіо Свобода. 2020. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30444078.html> (дата звернення: 05.12.2024).
3. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. Київ: Видавництво ArtHuss, 2023.
4. У США почав виходити журнал The Ukrainian: Life and Culture. Пресслужба Держкомтелерадіо. 2017. URL: <https://detector.media/rinok/article/130581/2017-10-04-u-ssha-pochav-vykhodyty-zhurnal-the-ukrainian-life-and-culture/> (дата звернення: 05.12.2024).

УДК 7.05: 659:154

ПАТЮК Антон, РОМАНЮК Ольга
Луцький національний технічний університет

СПОСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ЕМОЦІЙ У ДИЗАЙНІ УПАКОВКИ

Анотація. У роботі представлено аналіз візуалізації емоцій в дизайні упаковки. Виділено три види візуалізації емоцій на основі що дозволяє створювати емоційні дизайни упаковок які будуть викликати ту чи іншу емоцію в клієнта. Доведено що саме цей напрямок дизайну є актуальним у наш час завдяки своїй простоті та інтуїтивності.

Ключові слова: емоції в упаковках, дизайн упаковки, візуалізація, емоції в дизайні, емоджі.

Abstract. The paper presents an analysis of visualization of emotions in packaging design. There are three types of visualization of emotions based on (font, emoji and interaction with packaging), which allows you to create emotional packaging designs that will evoke one or another emotion in the client. It has been proven that this direction of design is relevant nowadays due to its simplicity and intuitiveness.

Keywords: emotions in packaging, packaging design, visualization, emotions in design, emojis.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Інтенсивний розвиток та різноманітний дизайн упаковок супроводжується постійним зростанням конкуренції та одноманітністю дизайну. У цьому процесі дизайн упаковки відіграє важливу роль від якого залежить як потенційний покупець буде сприймати продукцію і який вибір він зробить. Одним з популярних на даний момент дизайнерів це візуалізація емоцій в упаковці що дає клієнту зрозуміти які емоції будуть в певного продукту. У такому дизайні важливо передати суть продукту завдяки візуалізації емоцій.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Візуалізація емоцій в дизайні упаковки потребує активних академічних досліджень. У мережі інтернет є поширеною інформацією про емоційний дизайн саме про те як дизайн може впливати на емоційний стан користувача з короткою інформацією, яким саме способом можна візуалізувати емоцію [2, 4]. Художники та дизайнери представляють свої дизайн розробки які стають основою для нового пакування. Такий спосіб візуалізації в дизайні отримав назву емоційний дизайн [3].

Необхідні стають дослідження матеріалів для створення емоційного пакування, які синтезують проектний досвід психології, візуального дизайну упаковки. Одним із спроб дослідження упаковки з точки зору розгляду процесу комунікації у сучасному дизайн-проектванні упаковки є дослідження О. Ганюцької [1].

Відсутність спеціальних досліджень способів візуалізації емоцій в упаковці вимагає проведення більш глибокого дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення способів візуалізації емоцій в дизайні упаковки. Завданнями дослідження пошук способів візуалізації емоцій та проаналізувати специфічні особливості візуалізації кожного з них.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Різноманітність та велика конкуренція у дизайні емоційного пакування змушує шукати нові способи передачі емоцій. Унікальні способи візуалізації надають особливого сприйняття продукції, впізнаваності та відчутти нові емоції від дизайну упаковки. Тому важливим моментом дизайну є пошук візуалізації емоцій в упаковці. Пошук візуального образу емоцій здійснюється відповідно до специфіки продукту, настрою та стилістики пакування. Усі зразки візуалізації можна класифікувати у три способи: на основі шрифту, емоджи та взаємодією з упаковкою (табл.1). Аналіз візуальних характеристик визначається унікальним способом передачі емоцій в упаковці.

Таблиця 1

Способи візуалізації емоцій в дизайні упаковки

Спосіб візуалізації	Особливості	Зразок
Шрифтові елементи:	Візуалізує емоції за допомогою шрифтових композицій створюючи графічні образи	
Емоджи:	Унікальні емоджи які формують інтуїтивні емоції	
Взаємодія з конструкцією упаковки:	Містять прорізні елементи які при наповненні взаємодіють з графічною частиною упаковки	

Візуалізація емоцій на основі шрифтових елементів Візуалізація емоцій може відбуватися на основі шрифтових елементів, шрифт формує образи антропоморфних персонажів тим самим відображає ту чи іншу емоцію. Також шрифт може бути частиною візуалізації емоцій обличчя, очей роль якого може виконувати літера «О» та інші літери. За допомогою редагування та зміни форми літер можна візуалізувати будь-яку емоцію та будь-якого персонажа який відображає ту чи іншу емоцію. Завдяки такому способу

вираження емоцій їх можливо адаптувати під будь-який стиль в дизайні той самий мінімалізм, максималізм, flat, максималізм, та інші сучасні стилі. Часто такий спосіб візуалізації емоцій виступає частиною логотипу який максимально відображає всю сутність бренду. У роботі (Donald Lopez'a) було використано цей метод де образ kota був візуалізований за допомогою слова тосар, де кожна літера відігравала свою роль.

Візуалізація емоцій на основі емоджи один з ефективних способів передачі емоцій. Завдяки емоджи можна та інтуїтивно донести емоційне посилення. Емоджи є універсальними, добре впізнаваними символами, їх використовують у ролі інфографіки, графічних елементів [4]. У дизайні упаковки емоджи відіграють дуже важливу роль, використовуючи різні емоджи можна показати смак продукту, через їх різновид легко залучити аудиторію. Через такий спосіб аудиторії легше підібрати продукт під свій настрій або за рахунок різновиду спробувати всі види продукції. Стиль емоджи буває різним, залежить від продукції. Для дитячого упакування характерні зкруглені форми та яскраві кольори. Використовують для емоджи вираз обличчя улюблених акторів, героїв. Такий спосіб візуалізації емоцій використала компанія (Creamy) в своєму пакуванні морозива де емоджи виступає як графічний елемент та відповідає тому чи іншому різновиду смаків морозива.

Найбільш поширеним способом є *візуалізація емоцій через взаємодію з конструкцією упаковки*. Зазвичай елементи упаковки містять прорізні елементи рот, очі, які виступають доповненням до графічного образу. Такий підхід застосувала компанія (General Mills) для розробки упаковки пластівців де рот персонажа є прорізним елементом і наповнюється пластівцями створюючи цілісний образ на основі взаємного доповнення графічного елемента і предметної форми.

ВИСНОВКИ

Зроблено висновок що завдяки візуалізації емоцій в дизайні упаковки відіграє дуже важливу роль в дизайні упаковки. Завдяки цьому можна донести ту чи іншу інформацію і викликати емоцію в клієнта. Було виявлено що три основних способи візуалізації емоцій в дизайні упаковки: на основі шрифту, емоджи та взаємодією з упаковкою. Завдяки такими способами візуалізації емоцій можна підкреслити особливості продукції за рахунок викликаних емоцій в клієнта.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Ганоцька О. Дизайн упаковки: комунікація зі споживачем. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2020. № 3. С. 14-20.
2. Дизайн упаковки 2025: сміливо, креативно, з часткою фану. URL: https://wonderpack.com.ua/blog/dizajn-upakovki-2025-smelo-kreativno-s-dolej-fana?srsId=AfmBOorJsKYPONsWGpmgQJexZJRN_e-S7L-OHWm4xkUyCl5bq4zbL68B (дата звернення: 14.03.2025)
3. Сучасні рішення в дизайні упаковки: інновації та тренди. URL: <https://www.zond.agency/blog/suchasni-rishennya-v-dizayni-upakovki-innovaciyi-ta-trendi> (дата звернення: 14.03.2025)
4. Yang, Shang & Chung, Won & Yang, Fan. (2024). Analyzing the Packaging Design Evaluation Based on Image Emotion Perception Computing. Heliyon. 10. e31408. 10.1016/j.heliyon.2024.e31408. URL:<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e31408>. (дата звернення: 14.03.2025)

УДК 7.05:655.3.06

ПРИЙМАЧУК Мар'яна, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

СИМВОЛІКА ОБРАЗІВ У ДИЗАЙНІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКНОТ В ІСТОРИЧНОМУ КОНТЕКСТІ

Анотація. У роботі досліджено символіку українських банкнот, яка відображає ключові етапи історії, культурне багатство та національні цінності. Зображення видатних історичних діячів; архітектурних пам'яток; рослинних і тваринних символів сприяє формуванню національної ідентичності та збереженню історичної пам'яті. Банкноти виконують не лише економічну, а й культурно-інформаційну функцію, підтримуючи довіру до валюти та підкреслюючи економічну незалежність України.

Ключові слова: досліджено; історичні діячі; архітектурні пам'ятки; образи; функції.

Abstract. The work examines the symbolism of Ukrainian banknotes, which reflects the key stages of history, cultural wealth and national values. Images of prominent historical figures; architectural monuments; plant and animal symbols contribute to the formation of national identity and the preservation of historical memory. Banknotes perform not only an economic, but also a cultural and informational function, maintaining trust in the currency and emphasizing the economic independence of Ukraine.

Keywords: (researched; historical figures; architectural monuments; insights; functions.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Українська банкнота – це паперовий грошовий знак, який використовується як законний платіжний засіб на території України [2]. Вони є частиною грошової системи України і використовуються для обміну товарів та послуг.

Кожна банкнота має унікальний дизайн. Розробники розміщують образи історичних діячів, архітектурні пам'ятки та символи, пов'язані з українською культурою та історією. Проблематика національної ідентичності України тісно пов'язана з відображенням історичних подій, культурних цінностей та символів у суспільній свідомості. Важливим викликом є збереження й актуалізація історичної спадщини, яка впливає на формування колективної пам'яті.

Однією з проблем є те, наскільки ефективно ці елементи представлені на банкнотах, які, окрім своєї фінансової функції, відіграють роль у зміцненні національної самоідентифікації. Сучасний дизайн банкнот відіграє важливу роль у відображенні культурно-історичної спадщини та формуванні її сприйняття в суспільстві. Водночас актуальною залишається проблема поєднання естетичної привабливості, культурної значущості та захисних технологій, що визначають довіру до національної валюти і її стабільність у фінансовій системі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

В мережі інтернет розміщена інформація, що розкриває сутність змісту історичного контексту гривень та символіку образів на банкнотах. На сайтах національного банку України описано історичний контекст гривні та символіки образів [3]. Еволюційні

тенденції дизайну українських банкнот розкриваються у новинах ТСН [2]. Стаття на сайті Rentafont аналізує символіку українських банкнот від УНР до сучасної гривні. Вона підкреслює важливість національних символів, зокрема тризуба, козацьких мотивів та орнаментів, у дизайні банкнот [4]. Особлива увага приділяється внеску Георгія Нарбута в створення естетики українських грошей. У сучасних банкнотах збережено культурну спадщину, але додано новітні елементи безпеки та сучасний дизайн [1]. Символи, представлені на українських банкнотах, які включають тризуб, козацькі мотиви, орнаменти та портрети історичних постатей, слабко висвітлено з позицій графічного дизайну, що залишає значний простір для ґрунтовного дослідження їхнього художнього та культурного значення.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення символіки образів на українських банкнотах у культурно-історичному контексті. Дослідження спрямоване на вивчення еволюції дизайну банкнот, з'ясування впливу символів на національну ідентичність та порівняння української символіки з міжнародною для глибшого розуміння її унікальності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Дизайн українських банкнот є важливим носієм національної символіки, що відображає історичний контекст, культурну спадщину та цінності українського народу. Після здобуття незалежності у 1991 році створення національної валюти стало не лише економічним, а й символічним кроком, який підкреслював державність і прагнення до самостійного розвитку. Введена у 1996 році гривня стала продовженням історичної традиції, адже ця назва походить від давньоруської грошової одиниці, що підкреслює зв'язок сучасної України з її середньовічною історією [3].

На банкнотах різних номіналів зображено видатних історичних діячів, які відіграли ключову роль у становленні української державності та культури (табл. 1:1-4). Наприклад, на купюрі номіналом 1 гривня образ Володимира Великого, який запровадив християнство в Київській Русі, що стало фундаментальним моментом у розвитку української державності. Інші банкноти представляють таких діячів, як Ярослав Мудрий, Богдан Хмельницький, Іван Мазепа, Леся Українка та Тарас Шевченко, які символізують різні етапи боротьби за незалежність, культурний розвиток та духовне становлення української нації.

Архітектурні пам'ятки, відображені на зворотному боці банкнот, також мають важливе символічне значення (табл. 1:5-6). Вони представляють різні періоди історії України: від давньоруської епохи до сучасності. Софійський собор у Києві, Львівський Оперний театр, Кисво-Печерська Лавра та інші об'єкти підкреслюють культурне та релігійне багатство країни, формуючи образ України як держави з глибоким історичним корінням.

Рослинні мотиви на банкнотах не лише виконують декоративну функцію, а й символізують природне багатство та екологічне різноманіття країни (табл. 1:7-8). Наприклад, на банкноті 100 гривень зображено лавровий вінок, що символізує перемогу та славу, а також дубове листя, яке є символом сили та витривалості. Зворотна сторона банкноти 200 гривень, де зображена Леся Українка, містить символічну гілку троянди та ліру, які відображають її поетичний дар і зв'язок з музою. Ці природні мотиви тісно пов'язані з українськими народними традиціями, де рослини часто виступають оберегами або символами.

Зображення тварин підкреслюють багатство фауни України та її природний світ (табл.1:9-10). На деяких банкнотах і монетах Національного банку України в рамках спеціальних випусків використовуються зображення характерних для країни тварин, таких як лелека, який є символом родинного затишку та миру, або орел, що уособлює силу та відродження дикої природи.

Таблиця 1

Символіка образів у дизайні українських банкнот в історичному контексті

Образи у дизайні у українських банкнот	Приклади банкнот	
Образи видатних історичних діячів	 1  2	 3  4
Архітектурні пам'ятки	 5  6	
Рослинні та тваринні символи	 7  8	 9  10

Символіка банкнот виконує не лише декоративну функцію, але й впливає на формування національної свідомості та довіру громадян до валюти. Зображення визначних діячів та пам'яток сприяє популяризації історичних знань та збереженню культурної спадщини. Водночас якість дизайну і захисних елементів відіграє важливу роль у забезпеченні стабільності гривні та її сприйняття як символу економічної незалежності України. Таким чином, українські банкноти є не лише засобом обігу, а й носієм національної ідентичності, що підтримує зв'язок між минулим, сучасним і майбутнім країни.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджено символіку українських банкнот, яка відображає ключові етапи історії, культурне багатство та національні цінності. Зображення видатних історичних діячів; архітектурних пам'яток; рослинних і тваринних символів сприяє формуванню національної ідентичності та збереженню історичної пам'яті. Банкноти виконують не лише економічну, а й культурно-інформаційну функцію, підтримуючи довіру до валюти та підкреслюючи економічну незалежність України.

Таким чином, предмети культури та мистецтва, рослини й тварини на українських банкнотах створюють багатогранний образ України як держави з багатою історичною, культурною та природною спадщиною. Вони сприяють формуванню позитивного іміджу країни, збереженню національної пам'яті та підкреслюють зв'язок українців із рідною землею, її природою та культурою.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Георгій Нарбут: автор перших українських державних знаків, банкнот і поштових марок. URL: <https://naurok.com.ua/prezentaciya-georgiy-narbut--ukrainskiy-hudozhnik-grafik-243098.html> (дата звернення: 27.11.2024)
2. Інфографіка еволюції дизайну українських банкнот. ТСН. URL: <https://tsn.ua/groshi/den-narodzhennya-grivni-simvolika-evolyuciya-kupyur-ta-interaktivna-mapa-zobrazhenih-na-niy-pam-yatok-738295.html> (дата звернення: 27.11.2024)
3. Історичний контекст гривні та символіка образів на банкнотах. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/uah/uah-history> (дата звернення: 27.11.2024)
4. Символіка українських банкнот: від карбованця до сучасної гривні. Rentafont. URL: <https://rentafont.com.ua/blog/znadibky-Istorychni/ukrainski-banknoty-karbovantsi-hryvni-shahy> (дата звернення: 27.11.2024)

УДК 059.4:82-94:930.85

ПРИХОДЬКО Кристина

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ЛИСТ ЯК КУЛЬТУРНИЙ ТЕКСТ І МУЗЕЙНИЙ ЕКСПОНАТ

Анотація. У статті розглядаються сучасні підходи до експонування епістолярної спадщини, зокрема листів Івана Франка, у музейному просторі. Проаналізовано поєднання традиційних методів збереження документів із цифровими технологіями, що забезпечують доступність і емоційне залучення відвідувачів. Підкреслюється роль листа як культурного тексту та джерела історичної пам'яті. Особливу увагу приділено наративним виставкам як формі комунікації між музеєм і публікою. Наведено приклад реалізації таких підходів у Львівському національному літературно-меморіальному музеї Івана Франка.

Ключові слова: епістолярна спадщина, музейна експозиція, наративна виставка, збереження документів, цифрові технології.

Abstract. The article explores contemporary approaches to exhibiting epistolary heritage, with a focus on Ivan Franko's letters in the museum space. It analyzes the integration of traditional methods for preserving documents with digital technologies that enhance accessibility and foster emotional engagement among visitors. The letter is emphasized as a cultural text and a source of historical memory. Special attention is given to narrative exhibitions as a form of communication between the museum and the public. The study highlights the implementation of these practices in the Ivan Franko National Literary and Memorial Museum in Lviv.

Keywords: epistolary heritage, Ivan Franko, museum exhibition, narrative exhibition, document preservation, digital technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Епістолярна спадщина відомих людей є особливим документальним джерелом. Сучасне експонування рукописних документів, зокрема таких цінних пам'яток, як листи, є комплексним та складним процесом. Лист, всупереч зовнішній простоті та низькій візуальній привабливості, є носієм важливої культурної, історичної та особистісної інформації. Важливо забезпечити таку презентацію листів, яка поєднувала б збереження автентичності з доступністю, інтерпретаційною глибиною та емоційним впливом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У науковій літературі питання збереження й експонування рукописної спадщини розглянуто з різних ракурсів. Науковці вказують на важливості дотримання мікрокліматичних умов для збереження паперових документів [4]; аналізують теоретичні засади музейного впорядкування документів та поєднання змістового та емоційного аспектів при експонуванні рукописів у меморіальних комплексах [5] тощо. У всіх роботах наголошується на потребі інтеграції традиційних принципів з новітніми технологіями для ефективної презентації листів у музеях.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є окреслення основних принципів сучасного експонування епістолярної спадщини на прикладі листів Івана Франка, а також визначення ефективних підходів до поєднання традиційних методів збереження з інноваційними формами музейної презентації. Особлива увага приділяється створенню наративного простору, в якому лист виступає не лише джерелом інформації, а й засобом культурної комунікації між автором і сучасним відвідувачем музею.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сучасні музеї приділяють особливу увагу створенню наративних виставок. Це виставка, де експонати об'єднані не тільки тематично, а й сюжетно. Такі виставки допомагають краще розкрити особистість адресанта.

Лист є культурним текстом, еквівалентним розмові, з власними правилами комунікації і вербальної репрезентації відправника та його внутрішнього світу. Епістолярна спадщина письменників сучасними науковцями аналізується як одна із форм висловлення світоглядних та естетичних позицій, як документ доби, як творчість і художній феномен одночасно.

Хоча як музейний предмет лист має низьку аттрактивність, бо «це, як правило, поживклий папірець, не завжди з розбірливими текстами, що, на перший погляд, не привертає уваги, але за грамотного музейного подання та розташування у просторі залу чи вітрини він може перетворитися на експонат, що не лише інформує, а й впливає на почуття, емоції, формує світогляд відвідувача» [5, с.15]. Листи існують у єдиному екземплярі, тому їх демонстрація повинна здійснюватися з особливою увагою до питань збереження, інтерпретації та доступності.

Як відомо, існують такі види експонування рукописів (включно з листами), як традиційна та сучасна. Традиційна музейна практика забезпечує довготривале збереження рукописних документів у процесі їх демонстрації. Найперше увага приділяється створенню оптимальних умов мікроклімату через правильну температуру та вологість. Науковці вказують, що «у приміщеннях повинна підтримуватися температура $18 (\pm 2)^{\circ}\text{C}$ і відносна вологість повітря $55 (\pm 5)\%$, що гарантує мінімальні зміни фізико-хімічних властивостей паперу документів, тобто їх задовільну збереженість» [4, с. 78]. Окрім мікроклімату, важливим є контроль за рівнем освітлення. Паперові документи повинні експонуватися при освітленості, що не перевищує 50 люксів, із використанням фільтрів, які захищають від ультрафіолетового випромінювання. Рукописи мають експонуватися у спеціальних захисних вітринах або рамках із музейним склом. Матеріали для кріплення та підкладок повинні бути безкислотними, аби запобігти хімічній деградації. Для особливо цінних документів встановлюються обмеження щодо тривалості експонування – зазвичай не більше трьох-шести місяців, після чого експонат переводиться у фонди на зберігання.

Не менш важливим елементом є інформаційний супровід експозицій. Листи повинні бути забезпечені докладними етикетками, анотаціями та поясненнями, що допомагають відвідувачам глибше зрозуміти історичний, літературний та особистісний контекст документів.

У XXI столітті поряд із класичними методами експонування активно застосовуються сучасні тенденції в експонуванні у вигляді інноваційних технологій, які спрямовані на розширення можливостей комунікації музею з відвідувачем.

Однією з провідних тенденцій є цифровізація рукописної спадщини. Ефективне експонування документальних пам'яток сьогодні неможливе без застосування цифрових технологій, які дають змогу забезпечити доступ до оригіналів без ризику їх фізичного ушкодження. Оцифровані копії листів інтегруються в мультимедійні термінали, сенсорні панелі або онлайн-експозиції, що сприяє значному розширенню аудиторії відвідувачів музею. Широко впроваджуються такі інтерактивні технології, як доповнена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR). Ці технології дозволяють не лише бачити зображення листа, а й віртуально «відвідати» місце, де створювався документ. Також мультимедійні засоби значно розширюють можливості подачі інформації про документи, створюючи умови для глибшого емоційного залучення відвідувачів.

Епістолярна спадщина Івана Франка налічувала понад шість тисяч листів, з яких збереглися близько 900 автографів [2]. Епістолярій письменника є цінним джерелом для вивчення біографії та творчості. Для вдалого та інформативного експонування із збереженням автентичності впроваджуються новітні технології, спрямовані на розширення доступності та підвищення емоційної залученості відвідувачів. Завдяки цьому листи можуть бути не лише предметом наукового вивчення, а й важливим засобом культурної комунікації.

Так, наприклад, у Львівському національному літературно-меморіальному музеї Івана Франка [3] епістолярна спадщина письменника займає визначне місце серед експонатів і розміщується в кількох залах. Колекція містить десятки оригінальних листів і автографів письменника, які відображають багатогранність його діяльності як літератора, науковця, публіциста і громадського діяча. Документи експонуються у захисних горизонтальних вітринах з антивандальним склом і стабільним мікрокліматом, що забезпечує оптимальні умови для збереження паперових носіїв. Підсвітка організована таким чином, щоб не пошкодити документи, але водночас надати відвідувачам змогу детально ознайомитися з почерком І. Франка, адресами, позначками та характерною манерою письма. Листи згруповані тематично й хронологічно, зокрема за адресатами. У межах експозиції демонструються не лише листи, а й біографічні та історичні довідки, що допомагають краще зрозуміти контекст їх написання.

У рамках сучасного підходу до презентації музейного контенту, частина листів і автографів була відцифрована та включена до цифрового архіву в межах проєкту «FrankoData». Це дозволяє не лише забезпечити збереження оригіналів, а й надати до них доступ широкій аудиторії через офіційний сайт музею. Крім того, у 2024 році відбулася виставка «Врятовані» [1], на якій демонструвалися документи, що пройшли професійну реставрацію й тепер можуть експонуватися без загрози подальшої деградації матеріалу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, експонування листів у сучасному музеєзнавстві, як-от у Львівському національному літературно-меморіальному музеї Івана Франка, стає не лише актом демонстрації артефактів, а цілісною формою наративної інтерпретації. Завдяки поєднанню класичних принципів збереження, які забезпечують фізичну цілісність рукописів і новітніх мультимедійних технологій, що розширюють пізнавальні можливості, лист перетворюється з малопривабливого документа на багатогарний культурний текст. Завдяки поєднанню традиційних музейних засобів і цифрових інновацій вдалося сформувати ефективну модель експонування епістолярної спадщини Івана Франка, яка не

лише зберігає автентичність документів, а й активізує їхню комунікативну функцію, перетворюючи листи на засіб живого діалогу між минулим і сучасним.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Виставка «Врятовані». *Укрінформ – актуальні новини України та світу*. 2025. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/3778133-u-ivivskomu-muzei-ivana-franka-vidkrili-vistavku-vratovani.html?utm_source (дата звернення: 29.04.2025).
2. Листи Івана Франка. Іван Франко: Енциклопедія життя і творчості. URL: <https://www.i-franko.name/uk/Corresp.html> (дата звернення: 29.04.2025).
3. Львівський літературно-меморіальний музей Івана Франка. *Музейний портал*. 2025. URL: https://museum-portal.com/ua/muzeji/182_lvivskiy-literaturno-memorialniy-muzei-ivana-franka (дата звернення: 28.04.2025).
4. Превентивні методи збереження документів наукових бібліотек. Київ: Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, 2020. 124 с. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/E_LIB/PDF/er-0004170.pdf (дата звернення: 28.04.2025).
5. Фоміна В. П. Методика експонування рукописних писемних джерел у меморіальному комплексі. *Військово-історичний меридіан*. 2017. № 4. С. 14–35. URL: https://vim.gov.ua/pages/_journal_files/04.04.2013/pdf/14-35.pdf (дата звернення: 27.04.2025).

УДК 002.2:004.9:741.6:655.41-053.2

ПУШКАРНА Софія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ЗАСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ У ДИЗАЙНІ ЕНЦИКЛОПЕДІЙ ДЛЯ ДІТЕЙ

Анотація. У роботі проаналізовано інноваційні засоби візуалізації інформації у дитячих енциклопедіях. Виокремлено графічні формати (інфографіка, Pop-up графіка, 3D, 4D графіка), що здатні забезпечити підвищення пізнавального інтересу, емоційне забарвлення та ефективне засвоєння наукової інформації. Доведено, що поєднання традиційної поліграфії та новітніх технологій має значні перспективи для розвитку енциклопедій для дітей та сприяє трансформації сучасного освітнього середовища.

Ключові слова: дитяча енциклопедія, інфографіка, Pop-up графіка, 3D графіка, 4D графіка, інноваційні технології.

Abstract. The research analyses innovative means of visualising information in children's encyclopaedias. The graphic formats (infographics, pop-up graphics, 3D, 4D graphics) that can increase cognitive interest, emotional colouring and effective learning of scientific information are highlighted. It is proved that the combination of traditional printing and the latest technologies has significant prospects for the development of encyclopedias for children, which helps to transform the modern educational environment.

Keywords: children's encyclopedia, infographics, pop-up graphics, 3D graphics, 4D graphics, innovative technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасне молоде покоління розвивається в період інтенсивних змін новітніх цифрових технологій. Це призводить до появи нових форм візуалізації інформації. Популярним форматом, що поєднує в собі навчальну та візуальну складові є дитячі енциклопедії. Такі видання наразі перебувають у стані активних трансформацій через вплив сучасних технологій та нових підходів у сфері дизайну. Традиційні енциклопедичні видання мають застарілу форму та зміст, що зумовлює зниження ефективності сприйняття навчальних матеріалів. Сьогодні значної популярності набувають нові формати подачі інформації, які містять в собі інтерактивні елементи, креативне оформлення, що дозволяє зацікавити читача до вивчення матеріалу.

Проблемою лишається недостатність досліджень, яка зумовлена швидкими темпами змін у галузі мультимедійних технологій, низькою інтеграцією цифрових підходів в освіту та браком уваги до візуальної складової, що є важливою складовою літератури. Також актуальною залишається проблема адаптації дитячої енциклопедії до різних вікових категорій. Нові форми візуалізації та подання матеріалу забезпечують зручність пристосування таких видань до навчального процесу та потреб дітей.

Різнобічний підхід у створенні науково-художньої літератури для дітей використовується для поєднання тексту, графіки та інтерактивної складової, що дозволяє створити нові види навчальних матеріалів. Відтак, виникає потреба до змін традиційних

підходів до візуального оформлення: зображення більше не можна вважати ілюстративним матеріалом, адже воно стає змістовим елементом та складовою дизайну. За умов лаконічних змін, посилюється емоційний вплив на дітей, що сприяє кращому засвоєнню навчального матеріалу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сьогодні проєктування сучасних дитячих енциклопедій потребує активних міждисциплінарних досліджень, оскільки традиційні підходи до створення таких видань не відповідають вимогам сучасного покоління. Усі знайдені літературні джерела охоплюють три основні напрями, що стосуються візуалізації інформації в книгах, а саме: інфографіка, рор-уп графіка, 3D та 4D візуалізація.

Сучасні дослідження підкреслюють важливу роль ілюстрацій як одного із найбільш важливих засобів передачі змісту книги. Найбільш актуальними елементами залишаються мінімалізм, чистота кольорів та якість. Зазначається, що зображення та візуальна складова вирізняються своєю виразністю та часто ґрунтуються на популярних, серед дітей, сюжетах, що відображається за допомогою графічних елементів [2; 6].

Елен Луптон розкриває можливості дизайну як інструменту візуального впливу на читача. Авторка акцентує увагу на функціональності, емоційній наповненості та естетичній привабливості дитячої книги. Дослідниця підкреслює, що існують десятки інструментів, які дозволяють створити живий та цікавий дизайн, привертаючи увагу читача [3].

Показовим є дослідження С. Ю. Кондратюка, яке дозволяє дізнатися детальніше про способи залучення інфографіки до освітнього процесу. Автор доводить доцільність активного залучення такого виду подачі інформації, аби підвищити пізнавальну активність та ефективність навчальних матеріалів [1]. Не менш вагомими є дослідження авторів П. Рафф та Ю Сонг, у яких детально описується застосування інтерактивних елементів, які гейміфікують процес навчання.

Особлива увага приділяється форматам Рор-уп, що можуть поєднувати в собі візуальні, тактильні та інколи слухові способи взаємодії. Автори акцентують увагу на тому, що такі книги стають об'єктами дизайну, нового та незвичного для дітей та дорослих [4; 5]. Водночас, можна спостерігати відсутність джерел, що присвячені комплексному аналізу візуальних засобів в сфері проєктування дитячої енциклопедичної літератури.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є виявлення ефективних способів візуалізації інформації в дитячих енциклопедичних виданнях. Завданням дослідження є проаналізувати сучасні інноваційні технології в дитячій науково-художній літературі та класифікувати їх.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сьогодні енциклопедії трансформуються, що дозволяє поєднати цифрові технології, друковані елементи та нові способи подання інформації. Такий підхід забезпечує швидке занурення в матеріал, привертає увагу та інтерес до самоосвіти, куди входить і дослідницька активність.

Як правило, до дитячих енциклопедій найчастіше залучають інфографіку. Це найпростіший спосіб подання інформації, який завжди виглядає цікаво та водночас просто і лаконічно, адже факти, які подаються даним дизайнерським способом, є зрозумілими для будь-якого віку. Інфографіка поєднує не лише освітню функцію, а й естетичну, що допомагає спростити абстрактні поняття та показати їх наочно за допомогою графічних

елементів. У виданнях «Дивипедія» А. Вайатт, Дж. Лоренс та «Енциклопедія STEM для дітей: 100 понять майбутнього генія» інформація подана за допомогою яскравих ілюстрацій та інфографіки (табл. 1).

Колір у дитячих виданнях відіграє значну роль як інструмент візуального впливу, сприяючи емоційному залученню та підвищенню зацікавленості у книзі. Унікальну роботу з кольором демонструє книга, що відображає будову людського тіла, а саме «Прихований світ людського тіла» К. Дейвіс. Зображення накладаються одне на одне, показуючи особливості м'язових тканин, судин та кісток. Кожну із складових можна побачити за допомогою лінзи певного кольору. І хоч це видання не має вікових обмежень, воно здатне зацікавити як дітей, так і читачів дорослого віку (табл. 1).

Таблиця 1

Засоби візуалізації в дизайні дитячих енциклопедій



Цікавим феноменом є візуалізація навчального матеріалу не за допомогою традиційних методів, а з використанням Pop-up технології. Цей спосіб допомагає досягти тривимірного ефекту за допомогою паперу завдяки використанню багатопланових ілюстрацій. Такі видання дозволяють поєднати дизайн, мистецтво, технологію та навчання. Pop-up енциклопедії розвивають об'ємно-просторове мислення, тактильне сприйняття та емоційне залучення, що позитивно впливає на процес пізнання нової інформації. Необхідно підкреслити, що такі книги завжди викликають позитивні емоції у дітей, оскільки такий формат є несподіваним та незвичним для читача. Підсумовуючи усе вище сказане, Pop-up має великий освітній потенціал, оскільки такі енциклопедії імітують

розрізи предметів, рельєф, будову споруд, принципи руху тощо. Такий підхід до проєктування конструкції книги використано у книзі «CHRONICLE BOOKS THE POP-UP GUIDE: SPACE» Чарлі Пікард та Софі Дюасау.

У зв'язку з інтенсивним розвитком цифрових технологій популяризації набуває і застосування окремого програмного забезпечення, що йде в комплекті з енциклопедією та дозволяє читачу просканувати певні зображення чи QR-коди, аби отримати рухоме об'ємне зображення. Це дозволяє вивчати предмет, поданий в книзі з усіх сторін та у розрізі. Такі технології дозволяють розширити пізнання, також підсилюють емоційне залучення та формують набагато вищий рівень інтерактивності у сфері освітнього середовища. У виданні «Жива 4D енциклопедія «WOW Таємниці океанів»» видавництва Devar, прослідковується процес гейміфікації навчального процесу. Це є позитивним фактором у навчанні молодого покоління.

Можна зробити висновок, що найбільш ефективними у освітньому процесі є ті видання, які можуть поєднувати в собі кілька форматів та способів подання інформації, залишаючи змістову логіку, адаптацію до різних вікових категорій, естетичну функцію та інформаційну достовірність. Такі енциклопедії вдало подають знання для читача та стають інструментами, що спонукають до самостійного вивчення та аналізу інформації.

ВИСНОВКИ

У даній роботі було підтверджено, що сучасна дитяча енциклопедія перебуває на етапі розвитку та активної трансформації. Інноваційні впровадження, зокрема інфографіки, Pop-up, 3D, 4D візуалізації – суттєво покращують зміст та візуальну структуру видань, дозволяючи розширити пізнавальні можливості видання. Такі інноваційні технології підвищують зацікавлення, сприяють кращому засвоєнню інформації, розвитку просторового, аналітичного та критичного мислення. Інтерактивні енциклопедії мають значний потенціал щодо поєднання традиційних методів поліграфії та сучасних технологій, що розширює перспективи для створення нових науково-художніх видань для дітей.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Кондратюк С.Ю. Інфографіка як засіб візуалізації навчального процесу : навч. посіб. Черкаси: КНЗ «ЧОППОП ЧОР», 2018. 36 с.
2. Bang M. Picture This: How Pictures Work. Chronicle Books LLC, 2016. 154 p.
3. Lupton E. Design Is Storytelling. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum, 2017. 159 p.
4. Raffa P. Pop-Up Books. Three-Dimensional Books. *Proceedings of the 2nd International and Interdisciplinary Conference on Image and Imagination*. 2019. №2. P.128-139. DOI:10.1007/978-3-030-41018-6_13
5. Song Y. Research on Interactive Design in Children's Books. *Proceedings of the 7th International Conference on Arts, Design and Contemporary Education*. 2021. №7. P.531-536. DOI:10.2991/assehr.k.210813.089
6. Strode A. Širiņa I. Design Trends in Children's Book Illustration - An Example of Latgalian Abc Design. *Society. Integration. Education. Proceedings of the International Scientific Conference*. 2021. №4. P.705-715. DOI:10.17770/sic2021vol4.6255

УДК 745.67(477.87):008:7.05

РЕЗЧЕНКО Аріна, ЛАВРІКОВА Катерина
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ПИСАНКА ЯК КУЛЬТУРНИЙ КОД: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО МИСТЕЦТВА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ. ГУЦУЛЬСЬКА ПИСАНКА

Анотація. У роботі досліджено проблему ролі писанки як елементу дизайну. Проаналізовано особливості використання писанки як елемент дизайну. Досліджено особливості композиції, національну ідентичність, рослинні елементи, що використовуються в дизайн писанки. Наведено приклади ефективного використання елементів писанки в дизайні.

Ключові слова: гуцульська писанка, еко-дизайн, мова писанки, тенденції.

Abstract. The paper examines the problem of the role of the Easter egg as a design element. Peculiarities of using Easter eggs as a design element are analyzed. The peculiarities of the composition, national identity, plant elements used in the design of the Easter egg were studied. Examples of the effective use of Easter eggs in design are given.

Keywords: Hutsul Easter egg, eco-design, Easter egg language, trends.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Розгляд писанки як об'єкта дизайну відкриває новий рівень інтерпретації: її орнаментальні системи мають чітку модульну логіку, композиційні побудови – математичну впорядкованість, а кольорова палітра – цілеспрямований емоційний вплив. У контексті сучасного графічного мислення писанка може розглядатися як тривимірний інтерактивна платформа, де кожен елемент - це повідомлення. Зчитування символіки відбувається на підсвідомому рівні, адже вона базується на архетипах, глибоко вкорінених у візуальній культурі людства. Застосування даних елементів в дизайні зможе забезпечити поширення ідеї розмаїття елементів дизайну в житті людини, обізнаності і знань у даній тематиці, розвиток елементів дизайну.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Першим українським дослідником писанки був професор Харківського університету Микола Сумцов, який у 1881 році видав розвідку «Писанки». У часи незалежності серед відомих публікацій українських етнографів вирізняється комплексна праця професора, багаторічного дослідника регіону Карпат Михайла Тиводара «Етнографія Закарпаття», що побачила світ у 2011 р.

Автор у розділі «Писанки» професійно відсвітлює основні технологічні способи виготовлення писанки, її роль у традиційній культурі краю та зміну її функції впродовж сторіччя [1, с. 190-196]. В останні роки з'явилися наші розвідки про колекцію писанок з фондів зібрань Комунального закладу «Закарпатський обласний краєзнавчий музей ім. Т. Легоцького». Однією з перших публікацій про відкриття унікальної колекції писанок часів Підкарпатської Русі була наукова стаття в збірнику матеріалів IX регіонального

науково-методичного Інтернет-семінару за загальною редакцією Баяновської М. Р. (Ужгород, 2021 р.). У статті встановлюються факти, що вказують на походження колекції, кількість пам'яток та час її збирання [2].

У тезах доповіді «Проблеми дослідження та реконструкції традиційної писанки Закарпаття» до Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Актуальні питання музеєзнавства, пам'яткознавства» (Мукачево, 2023 р.) висвітлено проблеми, пов'язані із зберіганням та збереженням колекції писанок, оскільки вона була виконана по сирих яйцях, також писанки були неналежним чином взяті на облік, що утруднювало науковим працівникам музею можливість проводити фахові дослідження. Було піднято питання збереження та реконструкції цих пам'яток як однієї з найдавніших колекцій закарпатської писанки [3].

У тезах доповіді «Проблеми наукової атрибуції найдавніших писанок з колекції Закарпатського обласного краєзнавчого музею» (Львів, 2023 р.) висвітлюються питання складності атрибутування, визначення їх локальної прив'язки через неналежним чином складений опис. Робиться спроба визначити локальні варіації писанок за її художніми особливостями. Наголошується на тому, що писанки потребують не лише наукового дослідження, а й швидкої консервації, реставрації та реконструкції задля збереження одного з важливих елементів української культури [4]. Досі немає ґрунтовного аналізу писанки як невід'ємної частини культури краю. Не проаналізовано еволюцію писанки, її художні та локальні особливості. Писанка Закарпаття повною мірою досі не введена в науковий обіг. Немає видань та постійно діючої систематизованої експозиції в музейному просторі, що могли б дати уявлення про різновиди, композицію та орнаментику писанки ХХ ст. на Закарпатті [4, с. 158].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз особливостей використання елементів та рис писанки в дизайні. Завданнями роботи є: 1) дослідити елементи писанок у проектуванні та створенні елементів дизайну об'єктів; 2) визначити основні напрямки та використання елементів писанки у поєднанні з сучасними при проектуванні сучасних об'єктів дизайну.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Щороку навесні християнський світ відзначає Великдень – свято Воскресіння Христового, або ж Пасху. Одним із найдавніших і найунікальним атрибутом цього свята є писанка - розписане яйце, яке втілює у собі ідею життя, перемоги добра над злом і оновлення. Писанка – один із найяскравіших візуальних символів української культури, в якому органічно поєднані естетика, символіка та ручна майстерність.

Писанка, попри її глибоко сакральне і обрядове коріння, водночас є вичерпним прикладом завершеного дизайнерського об'єкта. Вона має всі ключові риси, притаманні професійному дизайну – від логічної композиційної побудови до чіткої візуальної мови, яка дозволяє передавати інформацію без слів. У цьому сенсі писанка слугує не лише предметом декоративно-прикладного мистецтва, а й структурною одиницею народного графічного дизайну. У світі, де зображення дедалі частіше замінюють слова, писанка постає своєрідним графічним маніфестом, що поєднує естетику, сенс і технологію. Вона існує на перетині ремесла та дизайну, інтуїції та структури, минулого і майбутнього.

У різних регіонах України – від Поділля до Слобожанщини, від Лемківщини до Буковини – вона має свої стилістичні відмінності, орнаментальні мови, колористичні

домінанти. Це демонструє гнучкість графічної системи, яка, зберігаючи базову структуру, здатна до інтерпретацій.

Гуцульські писанки – особливе поле для вивчення. Їхня геометричність, контрастність, структурна складність і гармонійність нагадують дизайнерські об'єкти з чітко заданою айдентикою. Вони є прикладом, як локальна традиція здатна бути платформою для універсального дизайну. Аналіз структури гуцульської писанки демонструє знайомі дизайнеру принципи.

Композиція у писанці – це складна і вивірена система, яка базується на глибоких закономірностях симетрії, ритму та логіки розміщення елементів. Це не просто спонтанне розміщення орнаментів, а візуальна структура, що має чіткий каркас і закладену гармонію. Саме ця особливість дозволяє розглядати писанку як об'єкт графічного дизайну – цілісну візуальну систему, побудовану за правилами.

Головним композиційним принципом є симетрія. У гуцульських писанках зазвичай застосовується осьова або радіальна симетрія – це дозволяє розмістити орнаменти так, щоб кожна частина писанки «віддзеркалювала» іншу, створюючи враження гармонії й упорядкованості. Подібний підхід активно використовується у дизайні логотипів, гербів, декоративних візерунків, де важливо досягти зорової рівноваги.

Ще один ключовий аспект – структурна сітка, яку майстер формує ще до початку нанесення орнаменту. Поверхню яйця умовно поділяють на зони – горизонтальні, вертикальні та діагональні. Часто це «пояси», «квадранти» або «сектори», в межах яких будуються орнаментальні модулі. Кожен модуль розміщується точно за сіткою, що надає всій композиції ритм і логіку. Такий підхід можна порівняти з сучасними принципами побудови сіткової композиції в поліграфічному або веб-дизайні, де все базується на координатній системі.

Ритмічність і повторюваність – ще одна ознака писанкового композиційного мислення. Елементи не з'являються випадково: кожен має своє місце, а повтор одних і тих самих мотивів уздовж умовної осі або навколо центру створює динамічний ефект. Ритм допомагає глядачеві «читати» писанку, подібно до того, як у дизайні повторення кольору або форми створює цілісність візуального образу. Особливої уваги заслуговує взаємодія позитивного й негативного простору. У гуцульських писанках часто фон не просто залишається порожнім, а є частиною композиції. Чорний, білий або інший кольоровий фон відіграє активну роль, формуючи обрис орнаменту, врівноважуючи кольорове навантаження та додаючи глибини. Це нагадує принципи композиції в сучасному мінімалістичному дизайні, де «порожнє» має ту ж візуальну вагу, що й «заповнене». Окрім значення має колористика. Обмежена палітра не є обмеженням – це стратегія. Контраст чорного з теплими тонами червоного та жовтого створює інтенсивний візуальний фокус, формуючи структуру візуального сприйняття. Для брендингу це урок: сильна візуальна ідентичність не потребує великої кількості кольорів – лише влучного поєднання. Як у писанці, де кольори мають не лише естетичну, а й світоглядну функцію.

Орнамент у гуцульській писанці є не просто прикрасою, а повноцінною візуальною мовою, що базується на чітких графічних закономірностях і глибокому символічному змісті. Важливо зазначити, що у писанці естетика не відділена від функції: кожен знак несе символічне або світоглядне значення, і саме це відрізняє її від звичайної декорації. Глядач не сприймає всю композицію одразу, а поступово відкриває її, повертаючи об'єкт – цей момент відкриття, динаміки, «анімації» закладено в самій природі предмета. Таким чином,

писанка – це не статичний артефакт, а подія, візуальний процес, що включає глядача в комунікацію.

Гуцульська писанка вирізняється великою кількістю геометричних елементів, які укладаються у складні схеми. Найпоширенішими є ромби, трикутники, зірки, хрести, сітки, лінії та їх комбінації. Ромб часто символізує землю, родючість, а зірка – сонце або життя. Окремо варто згадати про **рослинні мотиви**. Квіти, гілки, листя, стилізовані дерева – усе це візуальні алегорії весни, відродження, природного циклу. Стилізація настільки вивірена, що дозволяє легко впізнати мотив навіть без натуралізму. Ці мотиви формують **модулі**, які можуть бути ізольованими або повторюваними. Повторювані модулі (рапорти) часто утворюють ритмічні ряди або кільця, що охоплюють поверхню яйця. Модульність орнаменту дозволяє легко адаптувати ці схеми для сучасного застосування, наприклад, у дизайні шпалер, упаковки, текстилю, елементів інтер'єру. Також важливою особливістю є зв'язність орнаменту з формою.

Форма яйця - одна з найбільш аеродинамічних і природно досконалих у природі – диктує специфіку орнаментального проєктування. Орнаментальні елементи не нав'язуються поверхні, а органічно в ній розміщуються. Лінії слідують за кривизною яйця, мотиви підкреслюють його об'єм, зорово обтікаючи тіло. Це подібно до параметричного дизайну, де візуальні елементи адаптуються під геометрію об'єкта. У цьому сенсі писанка може розглядатися як праобраз біодизайну, де мистецтво слідує за природою, а не намагається її підкорити.

ВИСНОВКИ

Для сучасного дизайнера це не лише джерело натхнення, а й модель – компактна, цілісна, продумана. Саме тому писанка здатна стати глобальним знаком - не як екзотична етнічна форма, а як приклад того, як культура і форма можуть творити єдину, універсальну мову. Вона поєднує інтелект традиції й емоцію форми, вона про красу, що не зношується, про зміст, який не потребує перекладу. Це нагадування про те, що справжній дизайн не просто оформлює, а втілює цінності. Писанка, в цьому сенсі, – ідеальний артефакт для ХХІ століття.

Сьогодні, коли світ потребує нових способів комунікації – чутливих, інклюзивних, візуально глибоких - писанка може служити метафорою сталого дизайну.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Тиводар М.П. Етнографія Закарпаття : історико-етнографічний нарис. Ужгород : Гражда, 2010. 416 с.
2. Пилип Р.О. Традиційна писанка Закарпаття ХХ ст. з фондової колекції Закарпатського краєзнавчого музею ім. Т. Легоцького. збірник матеріалів ІХ регіонального науково-методичного інтернет-семінару. Ужгород, 2021. С. 97–206.
3. Пилип Р. І. Проблеми дослідження та реконструкції традиційної писанки Закарпаття. Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Актуальні питання музеєзнавства, пам'яткознавства». Мукачеве, 2023. С. 47-49.
4. Пилип Р.І. Проблеми наукової атрибуції найдавніших писанок з колекції Закарпатського обласного краєзнавчого музею : збірник тез доповідей Науково-практичної конференції, присвяченої 200-літтю ЛНГМ ім. Б. Г. Возницького вересня 2023 р., м. Львів. С. 157-161.

УДК 7.012.23:659.127.4:378.4

РИЛЬЦОВА Анастасія, КВІТКА Ольга
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

АЙДЕНТИКА НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ВИБІР АБІТУРІЄНТА

Анотація. У статті досліджуються сучасні вимоги до візуальної айдентики закладу вищої освіти з урахуванням властивостей візуальної комунікації, яка може вплинути на вибір абітурієнтів. У статті визначається зростаюча роль естетичної привабливості для цільової аудиторії та цілісності бренду як інструментів формування першого враження й обставин комунікації з молоддю.

Ключові слова: айдентика, абітурієнт, візуальна комунікація.

Abstract. The article explores the current requirements for the visual identity of higher education institutions, taking into account the characteristics of visual communication that can influence applicants' choices. The article highlights the growing importance of aesthetic appeal for the target audience and brand integrity as tools for shaping first impressions and establishing communication with young people.

Keywords: identity, applicant, visual communicatio.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі вибір закладу вищої освіти дедалі більше залежить не лише від змісту навчальних програм чи територіального розташування, а й від того, як цей заклад себе репрезентує. Для сучасної молоді, яка мислить образами, яка звикло до швидкого споживання контенту і цінує естетику, візуальна айдентика закладу вищої освіти стає вагомим фактором прийняття рішення. Проблема полягає в необхідності переосмислення традиційних стратегій презентації освітніх установ у нових умовах комунікації з потенційними абітурієнтами, з акцентом на візуальному й емоційному аспектах.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У контексті цифровізації та зростання ролі візуальної культури все більше дослідників у сфері комунікацій, дизайну та освітнього маркетингу звертають увагу на значення бренду освітнього закладу. Публікації останніх років акцентують на важливості створення емоційного контакту з аудиторією, ролі першого враження, візуальної привабливості й медіаприсутності як стратегічних чинників залучення сучасного абітурієнта.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою статті є дослідження ролі візуальної айдентики у формуванні позитивного іміджу закладу вищої освіти в інформаційному середовищі та визначення її значення як одного з ключових чинників вибору університету абітурієнтами.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Наприкінці ХХ століття була запропонована теорія поколінь. Вільям Штраус та Ніл Гоув, американські історики та соціологи, провели масштабне дослідження історичних циклів та виявили, що кожні 20-25 років формується нове покоління з власними

унікальними цінностями та поведінкою [1]. Розуміння даної теорії є важливою складовою орієнтації в соціальних змінах та побудові ефективних стратегій комунікації, особливо у таких динамічних сферах як дизайн.

«Покоління Z», народжене у період з 2000-2010 років, складає значну частку нинішніх та майбутніх вступників у заклади вищої освіти. Це перше покоління, яке виросло в повністю цифровому світі, технології стали невід’ємною частиною їхнього життя. Такий вектор розвитку суспільства мав значний вплив на формування нових норм, як от надання переваги онлайн-комунікації, поява короткого та лаконічного контенту за принципом TikTok та Reels. Дані тенденції створили досі невідомі реалії, які призвели до необхідності адаптації та переосмислення старих стратегій комунікації задля збереження залученості та затребуваності.

Ці зміни не минули й галузь освіти. Поряд із модернізацією традиційних освітніх підходів та впровадженням нових форматів навчання, таких як дистанційні курси, онлайн-лекції та інтеграція цифрових сервісів у навчальний процес, трансформація торкнулася й візуальної складової освітніх закладів. Сучасному університету вже недостатньо мати сильну освітню програму, кваліфікований викладацький склад і наукову базу. В умовах високої конкуренції та швидкого інформаційного обміну важливо також мати виразний зовнішній образ — той, що привертає увагу, легко запам’ятовується, викликає довіру та емоційний відгук. Створення цілісної та актуальної візуальної айдентики стає потужним інструментом для репрезентації цінностей, стилю та індивідуальності закладу в інформаційному просторі.

Для сучасного покоління абітурієнтів питання візуальної ідентичності навчального закладу набуває особливого значення. Вибір університету дедалі частіше ґрунтується не лише на рейтингах і змісті програм, а й на цілісному сприйнятті закладу, його стилі, «атмосфері», або, як це формулюється в молодіжному середовищі, «вайбі» (від англ. *vibe* — настрої, загальне враження; сучасне сленгове слово, поширене серед української молоді). Вайб — слово, що описує атмосферу, настрої або загальне враження від чогось чи когось. У молодіжному середовищі «плюс вайб» означає схвалення або позитивне ставлення, «мінус вайб» — негативне. [4] Це узагальнене враження, яке абітурієнт отримує з соціальних мереж, сайту, рекламних матеріалів та загального візуального образу вищого навчального закладу. Таким чином візуальна айдентика стає не другорядним елементом, а повноцінним інструментом формування довіри та привабливості в очах молодіжної аудиторії.

У сучасному освітньому середовищі університети дедалі частіше сприймаються як повноцінні бренди, що мають власну айдентичку, комунікаційний стиль та репутацію. Візуальна айдентика як важлива складова бренду закладу вищої освіти відіграє ключову роль у формуванні першого враження та подальшого емоційного зв’язку з абітурієнтом. Саме тому при виборі університету молодь орієнтується не лише на зміст програм, а й на цілу низку нематеріальних чинників, пов’язаних зі сприйняттям образу закладу вищої освіти: естетику, атмосферу, присутність у соцмережах, цілісність візуального стилю тощо. Відповідно до дослідження Logovent [2], ефективна візуальна айдентика для цього покоління повинна відповідати кільком ключовим критеріям:

1. Автентичність: молода аудиторія цінує чесність та прозорість, природність, безпосередність. Вона легко розпізнає штучність або надмірне полірування візуального контенту.

2. Різноманіття та інклюзивність: представники сучасної молоді очікують, що бренди будуть відображати різноманіття сучасного суспільства. Це стосується не лише візуального контенту, але й цінностей, які бренд транслює. Важливо, щоб айдентика була інклюзивною та відображала різні культури, ідентичності та досвіди.

3. Стійкість та екологічна свідомість: екологічні питання є важливими для прогресивної молоді. Вона надає перевагу брендам, які демонструють відповідальне ставлення до навколишнього середовища, використовують стійкі матеріали та прозоро повідомляють про свої екологічні ініціативи.

4. Інтерактивність та залучення: молоді люди прагнуть до взаємодії з брендами. Візуальна айдентика повинна бути не лише привабливою, але й стимулювати до участі, наприклад, через інтерактивні елементи, анімації або можливість персоналізації, навіть через двозначність, багатозначність креативних інтерпретацій візуального образу.

5. Сміливі кольори та мінімалізм: Яскраві, насичені кольори привертають увагу всіх, але молодь водночас цінує простоту та чистоту дизайну. Мінімалістичний підхід дозволяє ефективно передати основне повідомлення без зайвих деталей, що відволікають.

6. Мобільна адаптивність: Оскільки молоді люди споживають більшість контенту через мобільні пристрої, важливо, щоб візуальна айдентика була оптимізована для різних екранів і платформ, забезпечуючи зручність та естетичну привабливість на будь-якому пристрої. В цьому контексті надважливою вимогою до знаку візуальної айдентики вищого навчального закладу є його гарна впізнавальність у дуже маленькому розмірі.

Таким чином, для ефективної комунікації з молоддю візуальна айдентика повинна бути автентичною, інклюзивною, екологічно свідомою, інтерактивною, яскравою, але водночас мінімалістичною та адаптивною для мобільних платформ. Врахування цих аспектів дозволить навчальним закладам створити позитивний «вайб», що сприятиме залученню та утриманню уваги абітурієнтів.

Практика демонструє, що університети, які інвестують у сучасну, цілісну візуальну айдентичку, значно вигравать у сприйнятті молодіжною аудиторією. Особливо показовими є кейси провідних арт- і дизайн-університетів. Так, Parsons School of Design (The New School, США) вдало поєднує стриману, мінімалістичну айдентичку з акцентом на інновації та критичне мислення — це простежується як у візуальному стилі сайту, так і в комунікації в соцмережах. Основними кольорами є комбінація чорного та білого з червоними акцентами, що підкреслюють інтелектуальну атмосферу та водночас відображають відкритість до змін [5].



Рис. 1. Варіації логотипу Parsons School of Design

Інший приклад це University of the Arts London (UAL), що об'єднує шість креативних коледжів. Їх айдентика побудована на ідеї відкритого, експериментального простору, де візуальна мінімалістичність працює як «полотно» для студентських проєктів. Такий підхід не лише об'єднує креативність і свободу, а й створює впізнаваний стиль, який формує сильний емоційний зв'язок із молодістю аудиторією. [3]



Рис. 2. Варіації логотипу University of the Arts London

Ці приклади свідчать про загальну тенденцію серед провідних університетів — використовувати візуальну айдентичку не лише як засіб ідентифікації, а як стратегічний інструмент формування іміджу і комунікації з молодістю аудиторією. Стилістика, типографіка, кольорова палітра, подача контенту — усе це працює на створення цілісного враження, що резонує зі світоглядом цільової аудиторії. Успішні кейси доводять: чим автентичніше та послідовніше візуальне представлення, тим сильніше воно впливає на емоційне сприйняття університету, формує довіру й стимулює зацікавлення абітурієнтів.

Важливо зазначити, що такі заклади як Parsons School of Design та University of the Arts London мають чітко структуровані брендбуки та гайдлайни з візуальної айдентики, де до дрібниць визначені всі елементи стилю, від логотипу кольорової палітри та типографіки до правил використання айдентики на різних носіях. Така продуманість дозволяє підтримувати цілісність візуального образу у будь-яких точках контакту з аудиторією: на сайтах, в соціальних мережах, друкованій продукції, у просторі кампусів. Наявність брендбуку гарантує послідовність і професійність у візуальній комунікації, що особливо важливо для сприйняття бренду серед молоді.

Таким чином, досвід провідних закордонних закладів вищої освіти свідчить про те, що візуальна айдентика виступає не лише методом ідентифікації, але й естетичним інструментом впливу, важливою складовою стратегічного позиціонування. Візуальна айдентика формує уявлення про цінності, рівень та культуру університету ще до особистого знайомства з ним. В умовах української освітньої системи, де конкуренція за абітурієнтів зростає, системний підхід до створення та впровадження айдентики може стати ефективним кроком до посилення впізнаваності та привабливості закладу серед молоді.

ВИСНОВКИ

У контексті стрімкого розвитку цифрових технологій та зростання ролі візуальної культури в повсякденному житті молоді, візуальна айдендика закладу вищої освіти перетворюється з елементу ідентифікації на стратегічний інструмент комунікації, який може стати вирішальним чинником у виборі молодого людиною місця навчання. Доведена ефективність системного підходу до створення айдентики з акцентом на такі критерії: автентичність, інклюзивність, екологічність, інтерактивність, сміливі кольори та мінімалізм, адаптивність. Чітко розроблені брендбуки, візуальні наративи, адаптація до цифрового середовища — усе це формує довіру та лояльність з боку молоді аудиторії.

У майбутньому ця тенденція лише посилиться. Представники наступного покоління, які зростають в умовах ще глибшої діджиталізації та візуальної насиченості будуть ще більш чутливими до символів, естетики та загальної атмосфери освітнього середовища. Отже, інвестування у візуальну айдентику стає не просто бажаним, а необхідним кроком для сучасного університету, що прагне бути конкурентоспроможним та релевантним у нових реаліях.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Goodface. Gen X, Millennials, Zoomers, Alphas. How can generation theory impact the design and development workflow?. CASES. URL: https://cases.media/en/article/gen-x-millennials-zoomers-alphas-how-can-generation-theory-impact-the-design-and-development-workflow?srsltid=AfmBOopZ6t5khbuRxFjnxoKUWgN4KYNc6nMF1VP0_OwU8tQeLSxVwoXo (дата звернення: 05.05.2025).
2. How to Design a Visual Brand for Gen Z. logovent. URL: <https://logovent.com/blog/design-gen-z-visual-branding> (дата звернення: 05.05.2025).
3. Our visual identity. UAL. URL: <https://www.arts.ac.uk/brand/visual-identity> (дата звернення: 05.05.2025).
4. Pullman M. Вайб. Словник українського сленгу. URL: <https://fainodictionary.com/word/вайб> (дата звернення: 05.05.2025).
5. Visual Identity | Tools and Training | Marketing & Communications. A University in New York City | The New School. URL: <https://www.newschool.edu/tools-training/visual-identity/> (дата звернення: 05.05.2025).

УДК 74/76(084.5)

СИТОВСЬКА Анна, РОМАНЮК Ольга, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОБРАЗОТВОРЕННЯ ПОРТРЕТІВ ВІДОМИХ ОСОБИСТОСТЕЙ У СУЧАСНИХ ПЛАКАТАХ

Анотація. У роботі проаналізовано особливості створення портретів відомих особистостей у сучасному плакатному мистецтві. Розглянуто стилістичні підходи: контрастні й символічні кольорові палітри, графічні ефекти, ретро-стилізацію, поп-арт та типографіку як засоби підсилення образу й емоційного впливу.

Ключові слова: портрет, плакат, арт-дизайн, графічний дизайн, мистецтво, візуальна комунікація.

Abstract. The article analyzes the peculiarities of creating portraits of famous personalities in modern poster art. Stylistic approaches are considered: contrasting and symbolic color palettes, graphic effects, retro-stylization, pop art and typography as means of enhancing the image and emotional impact.

Keywords: portrait, poster, art design, graphic design, art, visual communication.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі плакат став важливим інструментом не лише для комунікації, а й для формування культурних символів, популяризації ідей, ідеологій і цінностей. Проблема полягає в тому, що, попри значний попит на портрети культових особистостей у плакатному мистецтві, існує потреба в систематичному аналізі художніх стилів і прийомів, які роблять ці образи не тільки впізнаваними, але й емоційно та культурно насиченими.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження особливостей образотворення портретів у плакатному мистецтві привертають увагу як мистецтвознавців, так і дизайнерів, адже портрети на плакатах стають важливим засобом культурного вираження і комунікації. Зокрема, дослідження в цій галузі висвітлюють символізм та візуальний код [5]. Дослідники зазначають важливість символів та ключових елементів в образах відомих особистостей, що полегшує сприйняття глядачем [5].

Значну увагу приділено вивченню впливу кольорів на сприйняття портретів [6]. У дослідженнях про типографіку на плакатах часто йдеться про те, як саме текст доповнює візуальні образи [2]. Джерела вказують на широкий спектр стилів, що використовуються в плакатних портретах: від реалістичного підходу до модернізму, поп-арту, сюрреалізму та конструктивізму. Ці стилі формують сприйняття особистості через естетичну призму та відповідають історії створення [3; 4].

У журналі TechArt дослідники розповідають про сучасні технології (цифровий живопис, графічні програми, AI) [1]. На основі аналізу можна зазначити, що саме сучасні технології значно розширили можливості дизайнерів. Інструменти, такі як Adobe Photoshop або інше програмне забезпечення для ілюстрування дозволяють створювати

динамічні, яскраві та деталізовані портрети, які гармонійно поєднують реалізм із графічною стилізацією.

Загалом, аналіз останніх досліджень показує, що портрети відомих особистостей у сучасному плакатному мистецтві є багатомірним феноменом. Вони відображають нові тенденції, символічне наповнення та стилістичні прийоми, які дозволяють не лише відобразити образ знаменитості, але й передати її вплив на суспільство і культурну спадщину.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз особливостей образотворення портретів на плакатах, що поєднує естетику та функціональність для передачі ідей і цінностей. Завданнями роботи є: 1) проаналізувати портрет як засіб комунікації для інструменту передачі ідей; 2) дослідити роль символіки у створенні портретів, зокрема візуальних деталей. 3) вивчити вплив кольорових рішень на емоційне сприйняття портретів, їх зв'язок із характером зображуваних осіб та контекстом плакату; 4) проаналізувати значення візуальних стилів, таких як поп-арт і ретро-естетика, у формуванні художнього образу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Портрет як засіб комунікації у плакатному мистецтві став важливим інструментом передачі ідей та цінностей в мистецтві. Вони поєднують візуальну естетику з функціональністю, спрямовану на формування впізаного образу. Художники використовують стилістичні прийоми, які допомагають створити не лише реалістичне зображення, але й передати внутрішній характер та історичну значущість особистості.

На основі аналізу плакатів, можна зазначити, що символіка відіграє провідну роль у створенні портретів на плакатах. Візуальні деталі, зокрема атрибути чи фон, слугують для передачі ключових аспектів особистості. Наприклад, зображення політичних діячів часто включають революційні чи патріотичні символи, тоді як портрети митців підкреслюють їх індивідуальність та творчий внесок.

Вплив кольору на образність портретів теж грає значну роль, так як кольорові рішення в плакатах формують не лише естетику, але й емоційне сприйняття. Яскраві кольори (червоний, чорний) підсилюють драматизм і акцентують увагу на соціально важливих аспектах, а пастельні тони створюють атмосферу легкості й елегантності. Вибір кольору часто пов'язаний із характером зображуваної особи, зокрема показовим прикладом є ніжна й стильна Одрі Гепберн (рис. 1).

Важливими є візуальні стилі, які відображають ідеї, культурні цінності через засоби художнього вираження. Образотворення як процес передбачає створення художнього образу, що спонукає глядача до асоціацій, впізнання та естетичного сприйняття.

До візуальних стилів, що використовуються у портретах, можна віднести поп-арт та ретро. Поп-арт значною мірою визначив сучасну стилістику плакатних портретів. Прийоми повторення образу, використання яскравих кольорів і спрощення форм, допомагають створити іконічні зображення. Наприклад, робота Енді Воргола «Портрет Мерилін Монро» (рис. 2) стала символом масової культури й демонструє, як мистецтво взаємодіє із суспільною свідомістю.

Використання ретро-естетики допомагає створювати асоціації з конкретною епохою чи культурним контекстом. Ретро-елементи, такі як характерні шрифти, кольори або композиції, викликають ностальгію й відтворюють дух минулого. Це особливо помітно у зображеннях постатей середини ХХ століття, наприклад, музикантів чи акторів.

Текстові елементи у плакатах мають значення не менше, ніж зображення. Вдало підібрані шрифти, розміщення цитат чи імен доповнюють образ, підкреслюючи його ідейну складову. Наприклад, слогани, пов'язані із політичними чи соціальними подіями, додають портретам змістовності та функціональності.

Портрети відомих особистостей у плакатах виконують функцію збереження культурної пам'яті та формування соціального контексту. Вони дозволяють по-новому осмислити внесок історичних і сучасних діячів у культуру, політику чи мистецтво, водночас зберігаючи їхню впізнаваність і значущість. Ці художньо-стилістичні особливості роблять портрети на плакатах не лише зображенням, а й значним інструментом комунікації, здатним впливати на сприйняття і формувати суспільні настрої.

Таблиця 1

Особливості образотворення у плакатах з використанням портретів

Види образотворення	Опис	Зразок
Колористика	Яскраві кольори підсилюють драматизм, тоді як пастельні тони створюють атмосферу легкості.	
Символізм	Атрибути та фон, слугують для передачі ключових аспектів особистості.	
Візуальні стилі	Художні образи, що спонукають глядача до асоціацій впізнавання та естетичного сприйняття.	
Типографіка	Використання тексту як частини композиції (шрифти, розташування) для візуального балансу.	

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного аналізу визначено особливості образотворення портретів відомих особистостей у сучасному плакатному мистецтві. Виокремлено основні стилістичні підходи, які дозволяють передати сутність і культурний контекст портретованих: контрастні та символічні кольорові палітри для підсилення сили образу, графічні ефекти й абстрактні форми для створення динамічності, ретро-стилізація для викликання ностальгії, а також поп-арт для популяризації іконічних образів через асоціацію з масовою культурою. Окремо акцентовано увагу на значенні типографіки як засобу підсилення емоційного впливу портрета.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Articulating arts-led AI. URL: <https://www.frontierspartnerships.org/journals/european-journal-of-cultural-management-and-policy/articles/10.3389/ejcmp.2024.12820/full> (дата звернення: 06.12.2024)
2. Barnbrook J. Typography in poster design. Graphic Design Review. 2013. URL: <https://artukraine.com.ua/eng/a/dizayn-kak-zhiznetvorchestvo--dzhonatan-barnbruk-i-ego-studiya-barnbrook/> (дата звернення: 06.12.2024).
3. Hamilton Faris J. Pop art. Grove Art Online. 2003. URL: <https://www.oxfordartonline.com/groveart/display/10.1093/gao/9781884446054.001.0001/oao-9781884446054-e-7000068691> (дата звернення: 06.12.2024).
4. Retro Aesthetic Posters – Framed Prints & Canvases. URL: https://www.allposters.com/-st/Retro-Aesthetic-Posters_c291781_.htm (дата звернення: 06.12.2024).
5. Symbolism and Techniques in Historical Portraiture. 2024. URL: <https://ancientscholar.org/symbolism-and-techniques-in-historical-portraiture-2/> (дата звернення: 06.12.2024).
6. The Science Behind Color Psychology in Graphic Design. URL: <https://graphicdesignresource.com/the-science-behind-color-psychology-in-graphic-design/> (дата звернення: 06.12.2024).

УДК 745.54(=133.3):7.05(430):92 Шадур Й.

СУХАНОВА Наталія, КУШНЕРЬОВА Арина
Харківська державна академія дизайну та мистецтв

СУЧАСНЕ ВИКОРИСТАННЯ ЄВРЕЙСЬКИХ ВИРІЗОК З ПАПЕРУ (РЕЙЗЕЛЕ): ДОСВІД ЙЕХУДИТ ШАДУР

Анотація. У тезах розглядається творчість ізраїльської художниці Йехудит Шадур як приклад інтеграції традиційного єврейського мистецтва паперових вирізок (рейзеле) у сучасний інтер'єрний дизайн. Аналізується її внесок у збереження культурної спадщини та її адаптація в сучасному дизайнерському середовищі.

Ключові слова: рейзеле, Йехудит Шадур, єврейське мистецтво, паперова вирізка, культурна спадщина.

Abstract. The thesis explores the work of Israeli artist Yehudit Shadur as an example of integrating traditional Jewish papercutting (reyzele) into contemporary interior design. Her legacy is examined as a way of preserving and reinterpreting cultural heritage in modern design.

Keywords: reyzele, Yehudit Shadur, Jewish art, papercutting, cultural heritage.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Мистецтво паперової вирізки, знане як рейзеле, має глибоке сакральне та культурне значення в єврейській традиції. Протягом століть ці витинанки використовувалися для прикрашання релігійних текстів, домівок, святкових обрядів та побутових предметів, передаючи духовні символи та етнічну ідентичність. Проте в роки Другої світової війни (1939–1945), внаслідок Голокосту та руйнування єврейських громад, більшість оригінальних паперових вирізок, а також знання про техніки їх створення були майже повністю знищені.

Незважаючи на багатовікову історію, сьогодні рейзеле практично не представлені в інтер'єрному дизайні, що створює додатковий ризик втрати унікальних форм і символів. У зв'язку з цим особливо актуальним є звернення до досвіду митців, які успішно адаптували традицію до сучасного мистецького контексту, таких як Йехудит Шадур - одна з перших художниць, що відродила це мистецтво у повоєнному Ізраїлі та надала йому нового звучання

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Йехудит Шадур, художниця та дослідниця єврейського мистецтва, з 1960-х років активно відроджувала мистецтво єврейських вирізок, поєднуючи класичні мотиви з новітніми підходами. Її роботи публікувались у виданнях "Jewish Papercuts" і "Traditional Jewish Papercuts", де вона не лише демонструвала техніки, а й розкривала символіку образів [1; 2].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета дослідження – виявити потенціал використання елементів традиційного мистецтва рейзеле в сучасному інтер'єрному дизайні. Завдання – проаналізувати естетику

робіт Шадур, визначити їхні композиційні особливості та символіку, окреслити напрямки сучасної адаптації.

ВІКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Мистецтво рейзеле виникло в єврейських громадах Східної Європи ще в XVII столітті й традиційно виконувалося вручну з використанням ножиць або ножа для гравіювання. Для створення витинанок застосовували переважно один аркуш паперу, складений симетрично, що дозволяло досягати гармонійного ритму форм і ліній. Мотиви включали релігійні сцени (менора, Дерево Життя, леви Юдеї), епізоди з повсякденного життя, флористичні та геометричні орнаменти. Такі вирізки прикрашали оселі, синагоги, сувої Тори, весільні контракти (кетубот) та релігійні обереги [3].

Йехудит Шадур відродила цю техніку, зберігаючи традиційну композиційну логіку, але вводючи в неї нові стилістичні прийоми. В її творах класичні орнаменти поєднуються з точністю ювеліра та чіткою структурою. Вона сміливо працювала з масштабами, деталізацією та новими темами, що зробило її мистецтво актуальним у сучасному культурному дискурсі.

Однією з провідних тем творчості Шадур були "Мізрахи" - декоративні панно, які традиційно розміщували на східній стіні дому або синагоги, вказуючи напрямок на Єрусалим. У роботі Мізрах: Пам'ятай, перед Ким стоїш (англ. Mizrah: Know Before Whom You Stand, (48×43 см) художниця поєднала старозавітні тексти з символами, як-от менора (світло Тори), корона Тори, колони Храму, виноградна лоза, дерево життя, лев і газель - всі вони мають глибоке значення в єврейській традиції. Подібні роботи не тільки декоративні, а й носять дидактичне, духовне навантаження, часто включаючи цитати з Писань: «Відступися від зла і роби добро» (Псалми 37:27) або «Як гарні шатра твої, Якове!» (Числа 24:5).



Рис.1. Пам'ятай, перед Ким стоїш
(англ. Mizrah: Know Before Whom You Stand, (48×43 см)

Ще одна серія – Псалми і Пророки (англ. Psalms and Prophets) - візуалізує натхнення флорою та фауною Землі Ізраїльської. Роботи відзначаються поетичністю композицій, натхненням з ландшафту та образами з Книги Псалмів і Пророків. Серед таких витинанок вирізняється панно І мале дитя поведе їх (англ. And a Little Child Shall Lead Them, 27×33 см) - витончена інтерпретація месійного пророцтва з Книги Ісаї. Композиція поєднує дитину серед тварин у гармонійному середовищі, уособлюючи надію, мир і духовне оновлення.



Рис. 2. І мале дитя поведе їх
(англ. And a Little Child Shall Lead Them, 27×33 см)

В окрему художню тему у творчості Йехудит Шадур вирізняється образ Єрусалиму. Її зображення Святого міста натхненні народним мистецтвом Землі Ізраїльської XIX століття, яке вона інтерпретувала крізь призму власного бачення. У багатьох роботах, зокрема у мізрахах, Шадур включала архітектурні образи Храму — укріплене місто Єрусалим із вежами, палацами, воротами, стрункими кипарисами та, звісно, самим Святим Храмом.

Цей ідеалізований образ постає як духовний Єрусалим — небесне місто золотого саява, символ надії, божественної присутності та культурної спадкоємності. Водночас з плином часу Шадур почала вводити в композиції й елементи земного Єрусалиму — міста, населеного людьми, що живе за мурами та всередині них. Таким чином, у її мистецтві поєднується небесне і земне, вічне і повсякденне.

Прикладом такого синтезу є робота Поглянь на Сіон (англ. Look Upon Zion, 34×43 см), у якій художниця зобразила Єрусалим як місто-символ, місто-молитву. Композиція балансує між точністю архітектурних форм та ліричністю декоративних елементів. Візуальна гармонія доповнюється текстами з біблійних джерел, що підкреслюють сакральність і символічну вагу зображеного простору.



Рис.3. Поглянь на Сіон (англ. Look Upon Zion, 34×43 см)

У сучасному інтер'єрному дизайні паперові вирізки рейзеле мають значний потенціал і можуть слугувати не лише декоративним елементом, але й засобом глибшої культурної рефлексії. Зокрема, їх доцільно використовувати як декоративні панно на стінах у житлових або громадських приміщеннях, вітражні вставки у дверях чи вікнах, що створюють гру світла і тіні, трафарети для проектування освітлювальних елементів абажурів, лалам шаблони для нанесення орнаменту на тканини, меблі, фрески, цифрові патерни для інтерактивного дизайну або візуальних інсталяцій.

Окрім естетичної функції, рейзеле надає простору відчуття ідентичності, історичної глибини, символічного змісту. Воно сприяє створенню атмосфери, яка водночас є сучасною та вкоріненою в культурну традицію. Роботи Шадур є яскравим прикладом того, як традиційна естетика може органічно інтегруватися в новітній дизайнерський простір, не втрачаючи ані сенсів, ані краси, а навпаки, набуваючи нових форм прочитання та актуалізації в сучасному мистецтві.

ВИСНОВКИ

Інтеграція традиційної єврейської паперової вирізки в дизайн інтер'єру є перспективною у контексті збереження нематеріальної культурної спадщини. Приклад Йехудит Шадур демонструє, як спадщина може бути актуалізована через інтерпретацію, відкриваючи нові естетичні та смислові горизонти у проектуванні середовища.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Goldberg-Mulkiewicz O. Paper Cuts. The YIVO Encyclopedia of Jews in Eastern Europe. URL: <https://www.myjewishlearning.com/article/jewish-papercutting> (дата звернення: 16.04.2025).
2. Traditional Jewish Papercuts. My Jewish Learning . URL: <https://www.rmichelson.com/artists/yehudit-shadur/jewish-papercuts/> (дата звернення: 16.04.2025).
3. Yehudit Shadur: Jewish Papercuts. R. Michelson Galleries. URL: <https://yivoencyclopedia.org/article.aspx/Papercuts> (дата звернення: 16.04.2025).

УДК 655.34

ТАРАСЮК Вероніка, РОМАНЮК Ольга, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ FLAT DESIGN У СУЧАСНИХ ШРИФТОВИХ ЛОГОТИПАХ

Анотація. У роботі розкрито особливості flat design у сучасних шрифтових логотипах. Визначено, що шрифтові логотипи мають наступні характеристики: поєднання різних форм літер, використання кольорів без градієнтів, поєднання простих геометричних форм та шрифту, образна трансформації літери та використання негативного простору. Flat design важливий для підвищення сприйняття шрифтових логотипів, оскільки надає більшої інформативності та лаконічності.

Ключові слова: flat design, шрифтові логотипи, мінімалізм, масштабування, образ, негативний простір

Abstract. The work reveals the features of flat design in modern font logos. It was determined that font logos have the following characteristics: combination of different letter shapes, use of colors without gradients, combination of simple geometric shapes and font, figurative transformation of the letter and use of negative space. Flat design is important for increasing the perception of font logos, as it provides more informativeness and brevity.

Keywords: flat design, font logos, minimalism, scaling, image, negative space.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасною тенденцією у розвитку візуальних комунікацій є flat design (плоский дизайн), який передбачає використання мінімалістичних зображень. Він стає основою для розробки шрифтових логотипів. Вони вирізняються простотою, відсутністю градієнтів, використанням мінімальної кількості елементів, проте надають більшої інформативності, що підвищує ефективність комунікацій.

Проблема сприйняття текстових блоків у логотипах пов'язана із пошуком напрямків спрощення форм, що призводить до полегшення сприйняття інформації. Розвиток сучасних шрифтових логотипів потребує їх адаптації до використання на будь-яких поверхнях, тому дизайнери шукають шляхи розробки таких логотипів для цифрового середовища, зокрема для мобільних додатків, сайтів, ілюстрацій тощо.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Flat design характеризується використанням мінімалістичних форм та насичених, яскравих кольорів. Особливості flat design широко використовуються дизайнерами для створення шрифтових логотипів. Дослідники наголошують на їх привабливості для споживачів завдяки простоті та читабельності [1; 4]. Одним із важливих питань, пов'язаних із розробкою шрифтових логотипів, є використання негативного простору [2].

У мережі інтернет є достатня кількість інформації про особливості flat design [1]. Окремі дослідження присвячені використанню кольорів без градієнтів для створення образних рішень шрифтових логотипів [3]. Підняті проблеми потребують ґрунтового

дослідження у контексті практики впровадження особливостей *flat design* у розробку шрифтових логотипів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення особливостей сучасних логотипів, які ґрунтуються на принципах *flat design*. Для досягнення мети слугують наступні завдання: 1) виявити принципи плоского дизайну у контексті проектування візуальних комунікацій; 2) систематизувати та проаналізувати логотипи з урахуванням підходів до *flat design*.

Об'єктом вивчення є шрифтові логотипи з мінімалістичними формами. Для аналізу обрано 20 логотипів, які побудовані на принципах *flat design*. Предметом є процеси втілення принципів *flat design* в шрифтових логотипах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Особливість *flat design* полягає в тому, що він характеризується використанням мінімалістичних форм та насичених кольорів. Він утворився способом спрощення форм. Для *flat design* характерні: відсутність традиційних градієнтів та відтінків, відсутність спроб передачі тривимірності, цілеспрямоване нехтування об'ємом [2]. Дизайнери роблять акцент на мінімалізмі, який призводить до спрощення елементів інтерфейсу у різних середовищах. Для них характерні лаконічні форми без використання градієнтів. Вони знаходять широке втілення у рекламі, брендингу, дизайні інтерфейсів додатків, у яких використовуються шрифтові логотипи.

Шрифтові логотипи – це не лише текст без символів чи зображень, а й грамотно підібраний шрифт та промодельовані літери, що дозволяють зробити впізнаване зображення. Логотипи, створені на основі шрифтових композицій, використовуються у брендингу різних компаній. Саме ця майстерність дозволяє оформити та вигідно представити слово чи фразу. Їх перевагою є зрозумілість та читабельність, мінімальна кількість символів, що сприяє досягненню найбільшого комунікативного ефекту [4].

Flat design шрифтового логотипу прибирає складні деталі, проте ґрунтується на контрасті. На основі аналізу матеріалів дослідження виділяємо п'ять груп шрифтових логотипів, які передають різноманітні способи поєднання форм, літер, кольорів та образів.

З метою покращення сприйняття логотипу дизайнери застосовують *поєднання різних форм літер*. Важливим аспектом є можливість масштабувати та використовувати різні літери для створення логотипів, зберігаючи при цьому цілісність та читабельність. Найбільш показовим прикладом реалізації способу масштабування різних літер є логотип Vinyl studios (табл. 1:1).

Наступною особливістю *flat design* у шрифтових логотипах є *використання кольорів без градієнтів*, що підкреслює мінімалізм та адаптивність до різних середовищ, що сприяє швидшому запам'ятовуванню. На прикладі компаній Google (табл 1:4) та PayPal (табл 1:5) прослідковуємо різноманітні поєднання кольорів у одному логотипі, які ґрунтуються на контрастах. Вони знаходять застосування у цифровому та друкованому форматах.

Для шрифтових логотипів характерне *поєднання простих геометричних форм та шрифту*. Зазвичай використовуються стандартні геометричні примітиви: куля, дуга, трикутник, квадрат. Вони дозволяють підкреслити простоту логотипа та його образний зміст, що надає логотипу універсальності (наприклад, Prostor (табл 1:7), CAT (табл 1:8), Citibank (табл 1:9)). Геометричні форми як компоненти логотипа допомагають передати

складні ідеї через просте рішення та роблять його доступним для цифрових носіїв та веб-сторінок на смартфонах.

У наступну групу об'єднано шрифтові логотипи, в основі яких лежить *образна трансформація літер*. Символічний образ дозволяє зберегти головні риси літери та її читабельність, щоб користувач міг розпізнати її навіть у зміненій формі. Наприклад, у логотипі компанії Burger (табл 1:10) літера В трансформується у відповідний образ, зберігаючи читабельність.

Таблиця 1

Особливості flat design у шрифтових логотипах

Особливості шрифтових логотипів	Зразки		
Поєднання різних форм літер	 1	 2	 3
Використання кольорів без градієнтів	 4	 5	 6
Поєднання простих геометричних форм та шрифту	 7	 8	 9
Образна трансформація літер у логотипі	 10	 11	 12
Негативний простір	 13	 14	 15

Важливою особливістю проєктування шрифтових логотипів є *використання негативного простору*. Він дозволяє сформувати простір навколо та між літерами для створення влучних візуальних ефектів. Негативний простір посилює інтерес до дизайну, робить логотип більш виразним, захоплюючи погляд [2]. Розширення змісту логотипу відбувається за рахунок додаткового образу, який містить негативний простір, що спостерігаємо у логотипах FedEx (табл 1:13), THINK (табл 1:14), Optima (табл 1:15).

Візуальна взаємодія між негативним простором і графічними елементами допомагає ефективно спрямувати увагу та підкреслити багатозначність логотипу.

Описані способи створення свідчать про універсальність шрифтових логотипів, їх лаконічність та впізнаваність.

ВИСНОВКИ

У роботі доведено, що особливістю *flat design* у формуванні шрифтових логотипів є мінімалізм та використання насичених, яскравих кольорів та простих лаконічних форм. Виділено групи логотипів, що ґрунтуються на поєднанні різних форм літер, використанні кольорів без градієнтів, поєднанні простих геометричних форм та шрифту, образній трансформації літер та використанні негативного простору.

Підкреслено, що використання особливостей *flat design* у шрифтових логотипах дозволяє підвищити ефективність комунікації зі споживачем, що полегшує сприйняття та забезпечує здатність адаптуватися до різних середовищ. Шрифтові логотипи, створені на основі *flat design*, мають універсальний характер.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. An introduction to flat logo design. George Bokhua. URL: https://www.adobe.com/th_en/creativecloud/design/discover/flat-logo-design.html (дата звернення: 15.11.2024).
2. Negative-Space Typography: The Art of Hidden Meanings. URL: <https://universitpe.com/negative-space-typography-the-art-of-hidden-meanings/> (дата звернення: 15.11.2024).
3. The color system. URL: <https://m2.material.io/design/color/the-color-system.html#color-theme-creation> (дата звернення: 16.11.2024).
4. Шрифтові логотипи: особливості та переваги. WeLoveBrands. URL: <https://welovebrands.com.ua/ua/blogs/shryftovi-logotypy/> (дата звернення: 15.11.2024).

УДК 7.05:7.038

ТЕФТЕРУК Вікторія, РОМАНЮК Ольга, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

КОЛАЖ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВІЗУАЛЬНИХ НАРАТИВІВ У СУЧАСНОМУ АРТ-ДИЗАЙНІ

Анотація. У роботі представлено аналіз колажу як унікального засобу трансформації візуальних наративів у сучасному арт-дизайні. Виділено основні стилістичні підходи (ретро-колаж, сюрреалістичний та мінімалістичний колаж), що дозволяють передавати складні ідеї та емоції за допомогою багатошарових зображень. Доведено, що використання колажу в дизайні є актуальним у контексті розвитку медіа і культури, що потребують виразної, але гнучкої естетики для комунікації.

Ключові слова: колаж, візуальний наратив, арт-дизайн, трансформація, композиція.

Abstract. The analysis of collage as a unique tool for transforming visual narratives in contemporary art design is presented. The main stylistic approaches (retro collage, surrealistic, and minimalist collage) that allow conveying complex ideas and emotions through multi-layered imagery are distinguished. It is proved that collage's usage in design is relevant in the context of media and culture development, requiring expressive yet flexible aesthetics for communication.

Keywords: collage, visual narrative, art design, transformation, composition.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У постійному потоці інформації перед дизайнерами постає проблема акцентування уваги людей. Одним з методів привернення уваги є використання техніки колажу, що допомагає ліквідувати проблему кліпового мислення. Колаж – одна з тих технік, яка стала особливо популярною завдяки своїй здатності трансформувати прості візуальні елементи, створюючи нові структури, які мають набагато більшу смислову вагу ніж по окремоті.

Вирішальним етапом для становлення колажу як мистецької течії став перехід від модернізму до постмодернізму. Жорж Брак, Пабло Пікассо і Анрі Матісс за допомогою простих кубічних форм створювали мозаїку нового часу. Колаж розширює межі людського сприйняття, демонструє хаотичність та мінливість часу та форми. З часом звідси походять різні течії, такі як, наприклад, асамбляж чи бриколаж.

Активний розвиток арт-дизайну як важливого засобу комунікації та самовираження супроводжується пошуком інноваційних способів передачі змісту. Колаж використовується в рекламі, редакційних матеріалах, плакатах, обкладинках альбомів та у цифрових медіа, що вимагають від дизайнерів високого рівня художнього вираження та гнучкості. Відповідно, вищезазначені проблеми зумовлюють актуальність теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасному арт-дизайні колаж набуває нового значення завдяки цифровим інструментам, які дозволяють комбінувати зображення різного походження з легкістю та точністю [1; 2]. Проблема аналізу історичного значення та сучасної інтерпретації техніки колажу піднімається дослідниками Victor Onibere, J. McClean [1; 3].

Автори звертаються до різноманітних аспектів колажу, проте не акцентують увагу на колажі як інструменті для трансформації візуальних наративів у сучасному арт-дизайні.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення художніх особливостей колажу як інструменту для трансформації візуальних наративів у сучасному арт-дизайні. Основними завданнями дослідження є класифікувати стилістичні підходи створення колажу, визначити специфічні особливості колажу як засобу комунікації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Колаж як техніка візуалізації образу виник у XX столітті, коли митці почали експериментувати з об'єднанням різних матеріалів для створення нових форм мистецтва (рис. 1). Термін «колаж» походить від французького слова *coller* – клеїти. Першими, хто використав цю техніку, були кубісти Пабло Пікассо та Жорж Брак.

Вони вводили в свої роботи елементи газет, тканин, шпалер, створюючи нову форму художнього вираження. У XX столітті колаж був спрямований на руйнування традиційного живопису та переосмислення мистецтва у нових формах та став основою виникнення сюрреалістичного колажу.

Сюрреалістичний колаж з'явився в 1920-х роках завдяки митцям сюрреалістичного руху, таким як Макс Ернст та Рене Магріт. Їхня мета полягала у відображенні підсвідомих ідей та створенні світу, де реальність поєднується з фантазією. Розквіт техніки припадає на 1930–1940-ті роки. Художники активно експериментували, створюючи складні композиції із поєднанням вирізок із газет, фотографій, ілюстрацій та об'єктів. Роботи Макса Ернста, як, наприклад, його серія "Une Semaine de Bonté", стали класикою сюрреалістичного колажу.

Сюрреалістичний колаж вирізняється змішанням реальних об'єктів у нереалістичному контексті, використанням контрастів масштабу, маніпуляціями зі світлом і тінями, а також фрагментованими або трансформованими об'єктами. Антропоморфні форми, об'єкти-трансформери, фантастичні простори та іконічні символи є ключовими мотивами сюрреалістичних колажів та додають їм впізнаваності, а колірна гама може варіюватися від чорно-білих графічних рішень до яскравих, насичених тонів, що підкреслюють фантастичність.

Ретро-колаж зародився в той же час, що й сюрреалістичний. Його популярність зросла у середині XX століття, коли архівні фотографії та ілюстрації стали широко використовуватися у мистецтві та рекламі [3]. Основними особливостями ретро-колажу є використання архівних фотографій, друкованих матеріалів, стилізованих шрифтів, текстур, що імітують старі папери, плями, пошкодження. Ретро-колаж створює ефект ностальгії та звертається до минулого для передачі сучасних ідей.

Мінімалізм як художній напрям виник у 1960-х роках, але в колажному мистецтві цей стиль отримав розвиток із поширенням цифрового дизайну. Мінімалістичні підходи почали використовуватися у брендингу, рекламі та дизайні продуктів у 2000-х роках, коли простота стала важливою для передачі інформації.

Особливість мінімалістичного колажу полягає у використанні простих форм, чистих ліній і обмеженої кольорової палітри.



Рис. 1. Колаж як інструмент і засіб візуальної комунікації

Зараз колаж переживає так званий «ренесанс», завдяки чому він проявляється як впливовий інструмент у сучасному арт-дизайні та дозволяє дизайнерам адаптуватися до різноманітних задач: від емоційного впливу до чіткої комунікації ідей. У різних стилях колажу (ретро, сюрреалізм, мінімалізм) кожен дизайнер знаходить можливість створювати унікальні візуальні наративи, що відповідають потребам часу.

ВИСНОВКИ

У роботі проаналізовано використання колажу як засобу трансформації візуальних наративів у сучасному арт-дизайні. Виділено 3 види колажу: сюрреалістичний, ретро-

колаж, мінімалістичний, які засвідчують багатогранність технік та їх здатність до передачі складних образів. Доведено, що специфічними особливостями колажу як засобу комунікації виступає колір, форма і наближення його до інсталяції, що призводить трансформації колажу від площинного зображення до об'ємно-просторової композиції. Перспективним напрямком є цифровізація колажних елементів і перетворення матеріальної форми колажу у цифрову. Ця техніка не лише служить засобом вираження, але й викликає емоції, провокує рефлексію та збагачує сучасну візуальну культуру.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. McClean J. Collage in Modern Art and Design. Graphic Design Publications, 2015.
2. Partridge L. Digital Collage: Techniques and Styles in the Digital Age. Art & Design Press, 2021.
3. Onibere V. Evolution of Collage as a Medium and its Influence on Modern Art. In book: Newness in Art and Environmental Design Praxis: Trends, Styles, Techniques and Mediums (pp.1-5). Department of Fine and Industrial Arts, University of Uyo, Uyo, Nigeria.
https://www.researchgate.net/publication/382046944_EVOLUTION_OF_COLLAGE_AS_A_MEDIUM_AND_ITS_INFLUENCE_ON_MODERN_ART (дата звернення: 20.11.2024)

УДК 794.8:7.05

ХАНЮЧЕНКО Андрій, СКЛЯРЕНКО Наталія
Київський національний університет технологій та дизайну
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ ШУТЕР І ВИМОГИ ДО ДИЗАЙНУ ПЕРСОНАЖІВ

Анотація. У роботі досліджено особливості жанру відеоігор шутер та візуальні характеристики його персонажів. Проаналізовано типи жанру, що зустрічаються та їх механіки. Виділено головні вимоги до персонажів: мобільність, реалістичність, кастомізація.

Ключові слова: жанр шутер, персонаж, відеоігра, механіки, гравець.

Abstract. The paper explores the features of the shooter video game genre and the visual features of its characters. The types of the genre and their mechanics are analysed. The main requirements for characters are highlighted: mobility, realism, customisation.

Keywords: genre shooter, character, video game, mechanics, player.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Жанр шутер є одним з найпопулярніших у світі відеоігор, проте його розвиток стикається з низкою проблем, які потребують детального аналізу. Основні проблеми – це необхідність вдосконалювати рівень реалістичності та інноваційності, що вимагає великої кількості ресурсів та знань, а зростаюча конкуренція на ринку змушує компанії шукати нові підходи до створення ігрового досвіду, який би залучав нових гравців. Одна з ключових проблем є дизайн персонажів, адже він має відповідати високим вимогам сучасних гравців та мати гарну інтеграцію у загальний сюжет та концепцію. Також важливо врахувати різноманітність персонажів, щоб задовольнити різні вподобання гравців та забезпечити індивідуальність.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Відомими розробниками відеоігор цього жанру є такі компанії як: ID Software, DICE, Respawn Entertainment, Activision, Ubisoft, GSC Game World, Valve та багато інших. Кожна з цих компаній робить значний внесок та впливає не лише на сам жанр, а й на ігрову індустрію в цілому. Саме ці компанії розробляють відеоігри, що з кожним роком підвищують рівень ігрової індустрії.

У різних літературних джерелах згадуються саме ці компанії, а найчастіше згадується саме ID Software, адже це компанія що колись розробила одні з перших відеоігор у жанрі шутер, Wolfenstein (1992) та Doom (1993) [2]. Саме ці ігри показали що тривимірна графіка може бути успішно використана у відеоіграх. Також треба відзначити, що ID Software розробила один з перших дизайнів персонажів, що був у вигляді звичайних аватарів, що іноді показували деякі емоції. Наразі серія цих ігор продовжується, і компанія успішно робить їх більш реалістичними, а персонажі, що колись були лише аватарами, зараз мають культовий статус та впізнаваний вид завдяки їх дизайну.

Інформація, присвячена принципам геймдизайну [3] та вимогам до формування персонажів [1], активно обговорюється у різноманітних блогах, що свідчить про актуальність обраної теми та потребу її ґрунтовного наукового дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення головних ознак жанру та його елементів, встановлення ключових вимог до дизайну персонажів у шутерах. Завданнями роботи є: 1) проаналізувати особливості жанру; 2) визначити візуальні характеристики персонажів та їх вплив на залучення та утримання гравців.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Жанр шутер (від англ. shooter, «стрілець») – один із найвідоміших і найпопулярніших жанрів відеоігор, який зосереджений на стрільбі як основному ігровому процесі. Він бере початок із аркадних ігор 1970-х років. Однією з перших була Space Invaders (1978), де гравець стріляє по інопланетянах, що рухаються на екрані. Гра стала надзвичайно популярною і вплинула на подальший розвиток жанру.

Шутер зосереджує гравця на стрільбі з вогнепальної зброї, тому основна характеристика гри – це значна кількість та гарне опрацювання механіки стрільби. У класичних іграх цього жанру сюжет має другорядне значення і на головний план майже завжди виходить геймплей.

Шутери можуть є різних типів в залежності від перспективи – FPS та TPS.

FPS (first-person shooter) – тип шутерів, де гравець бачить світ від імені головного героя [2]. Цей тип шутерів має культовий статус, адже саме з нього ігрова індустрія і почала своє життя. Гравець, як правило бачить дизайн героя через його руки, або як у сучасних шутерах від першої особи ще й тіло. Гарний приклад класичного FPS шутеру є Doom eternal (2020). Гра в першу чергу зосереджує гравця на гейплеї. Doomguу використовує велику кількість зброї від дробовика до ракетомета чи плазменної гвинтівки.

TPS (third-person shooter) – тип шутерів, де гравець керує персонажем з видимим тілом, так як камера знаходиться за спиною персонажа. Даний тип шутерів є менш поширеним, ніж FPS, але має також культових представників, таких як tomb rider та mass effect. Якщо у шутерах від першої особи гравець бачить головного героя рідко, то в шутерах від третьої особи художникикладають багато сил у розробку дизайну героя, якого гравець бачить завжди. Також геймдизайнерикладають у гру редактор персонажа, щоб гравець міг сам розробити такого героя за власним бажанням [1]. Такий прийом є дуже цікавим, адже завдяки цьому підвищується емпатія гравця та можливість краще асоціювати його з собою.

Багато сучасних ігор жанру шутер прагнуть до підвищення швидкості. Розробники роблять персонажів більш мобільними, завдяки можливості використовувати ривки та стрибки. У 2014 році світ побачила гра Titanfall розроблена американською компанією Respawn Entertainment. Для гравців назва Titanfall стала синонімом слова швидкість. Гравець керує пілотами, що можуть здійснювати ривки, прискорюватись, бігати по стінах, використовувати крюки-кішки завдяки використанню додаткових аксесуарів. В залежності від вибору спорядження дизайн пілотів та їх зовнішній вигляд змінюється.

Мультиплеєрні шутери дають можливість гравцю перевірити свої навички гри проти інших гравців або опрацюувати командну роботу [3]. Наприклад, Apex Legends – шутер, головна механіка якого наявність різних персонажів з індивідуальними здібностями. До того ж гравець самостійно обирає характеристики персонажа.

Деякі шутери пропонують елементи тактики, де перемога гравців напряму залежить від правильної стратегії та злагодженості команди. Показовим прикладом є ігри у жанрі extraction. На перший погляд геймплей цього жанру шутерів примітивний. Гравець має зібрати свого бійця в рейд, взяти зброю, броню, аптечки тощо та вижити в ньому. Гравцю пропонують багатий вибір кастомізації зброї – магазини, приціли, модулі, кожен з яких має свій вплив на зброю та захист різного класу. Дизайн персонажів цього жанру – це звичайні реалістичні моделі людей, яких гравець самостійно кастомізує за допомогою одягу та різного захисту.

ВИСНОВКИ

Жанр шутер є важливим сегментом індустрії відеоігор, який привертає увагу мільйонів гравців в усьому світу завдяки динамічному геймплею та високій швидкості реакції персонажів. Аналіз особливостей цього жанру показав, що ключовими елементами є різноманітність зброї, складні рівні та багатокористувацькі режими, які створюють захоплюючий ігровий досвід. Реалістичність графіки та звукових ефектів також відіграє важливу роль у створенні атмосфери напруженості та адреналіну.

У різних типах шутерів (FPS та TPS) дизайн персонажів відіграє важливу роль. Доведено, що персонажі характеризуються детально опрацьованими деталями, зокрема, одяг, зброя та інші аксесуари. У TPS-шутерах персонажі мають реалістичні та детально опрацьовані анімації, їх рухи є плавними та чіткими. Персонажі у шутерах тісно взаємодіють з різними об'єктами та навколишнім середовищем. Це допомагає задовольнити різні вподобання гравців.

Таким чином, успішний розвиток жанру шутер залежить від вирішення проблем, пов'язаних з реалістичністю, інноваційністю та дизайном персонажів. Дотримання цих вимог дозволить створювати захоплюючі та конкурентоспроможні відеоігри, які будуть привабливими для широкої аудиторії гравців.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Choonhachat D. What is the difference between concept art, visual development, and illustration? 2019. URL: <https://dylanchoonhachat.com/blog/2020/1/11/what-is-the-difference-between-concept-art-visual-development-and-illustration> (дата звернення 5.05.2025).
2. Karthikeyan K. The Evolution of First Person Shooter (FPS) Games. 2025. URL: [https://gameopedia.com/blogs/the-evolution-of-first-person-shooter-\(fps\)-games](https://gameopedia.com/blogs/the-evolution-of-first-person-shooter-(fps)-games) (дата звернення 5.05.2025).
3. Voki games. Що таке дизайн відеоігор: основні принципи геймдизайну. 2021. URL: <https://vokigames.com/ua/scho-take-dizajn-videoigor-osnovni-printsipi-gejmdizajnu/> (дата звернення 5.05.2025).

УДК 7.05 : 655.2

ХАРКЕВИЧ Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ОБРАЗИ СТІКЕРІВ У КОНТЕКСТІ ВЗАЄМОДІЇ З ТРАНСПОРТНИМ ЗАСОБОМ

Анотація. В роботі висвітлено роль стікерів у контексті взаємодії з транспортним засобом. Досліджено різні види стікерів: декоративні, контекстні, анімаційні та 3D, які вирізняються унікальними образними рішеннями. Розглядається роль наліпок у персоналізації транспорту, покращенні ідентифікації та створенні емоційної взаємодії між учасниками руху.

Ключові слова: наліпки, стікери, транспортний засіб, декоративний, взаємодія, рішення.

Abstract. The paper highlights the role of stickers in the context of interaction with the vehicle. Various types of stickers have been studied: decorative, contextual, animated and 3D, which are distinguished by unique visual solutions. The role of stickers in personalizing transport, improving identification and creating emotional interaction between traffic participants is considered.

Keywords: stickers, stickers, transport means, decorative, interaction, solution.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі візуальна комунікація набуває все більшої актуальності, і стікери стають важливим засобом для самовираження та декору транспортних засобів. Однак ці декоративні елементи взаємодіють з користувачем не лише з точки зору естетичного та емоційного аспектів, а й функціонального. Образи стікерів часто використовуються у різних сферах життєдіяльності людини, але більшої популярності вони набули у декоруванні транспортних засобів.

Важливо зазначити, що стікери вже стали невід'ємною частиною поп-культури, виражаючи емоції, погляди та, навіть, гумор. Водночас дедалі частіше постає питання про їхній внесок у формування свідомого ставлення до екології та соціальних проблем. Стікери є інструментом для поширення значущих ідей, таких як екологічна відповідальність або підтримка соціальних ініціатив тощо, проте їхні візуальні можливості ще не повністю розкриті.

Крім того, сучасні тенденції показують, що люди прагнуть використовувати повсякденні речі не лише для естетики, але й для комунікації та підтримки сталого розвитку. Створення стікерів, які поєднують гумор, оригінальність і соціально значущі меседжі, роблять їх більш актуальними у сучасному світі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Матеріалом дослідження є стікери, представлені в інтернет-ресурсах [1; 2; 3], де продемонстровано різні варіанти їх трансформації.

Проблему формування динамічного образу стікерів як засобу проектування візуальних комунікацій продемонстрували дослідники Н. Скляренко та М. Колосніченко [1; 2]. Вони з'ясували, що люди можуть використовувати стікери як невід'ємну частину

дизайн-системи для створення динамічної інформації, яка є найбільш ефективною для сприйняття.

Проблему стилістичного аналізу стікерів на автомобілях як мовних ландшафтів в Японії розглянув дослідник Йосінорі Нісідзіма (Nishijima Yoshinori) [3]. Однак він визначив, що на відміну від звичайних знаків, які стаціонарно встановлюються в місті, багато стікерів на автомобілях не завжди мають чітке значення. Отже, дослідники розглядають використання стікерів як засобів візуальних комунікацій, що застосовуються у різних сферах, але не акцентують увагу на їх взаємодії з транспортними засобами.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення особливостей образу стікерів у взаємодії з транспортним засобом. Завданням роботи є: виділити види та особливості стікерів, зміст яких сприймається у контексті взаємодії із транспортним засобом.

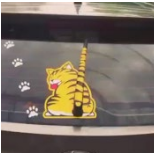
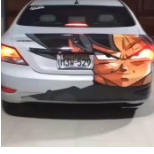
ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Стікери – це графічні або текстові елементи, які виконують естетичну, комунікативну та практичну функції, взаємодіючи з транспортними засобами. Їх використання стає важливим елементом персоналізації та брендування.

У дослідженні виділено основні види стікерів: декоративні, контекстні, анімаційні та 3D (табл. 1).

Таблиця 1

Види стікерів у контексті взаємодії з транспортним засобом

Декоративні	Контекстні	Анімаційні	3D стікери
  	  	  	  

Найбільшої популярності набули *декоративні стікери*, які використовуються для покращення зовнішнього вигляду транспорту. Вони є простими або

складними, із різноманітними графічними елементами, такими як лінії або образи. Трансформація образу декоративних стікерів представлена адаптацією дизайну до форми або деталі авто.

Контекстні стікери створюють ілюзорний ефект та сприймаються як частина реальності завдяки продуманому дизайну. Вони впливають на людське сприйняття, додаючи елемент несподіванки чи гумору, і викликають асоціації, пов'язані з емоціями або соціальними контекстами. Такі стікери стають способом комунікації, привертаючи увагу та викликаючи інтерес до об'єкта (наприклад, до фар, вікна, вм'ятини на дверях тощо), на якому вони розміщені. Трансформація контекстних стікерів забезпечує появу багатозначних емоційних та креативних рішень.

У зв'язку з розвитком новітніх технологій почали розвиватись такі види стікерів як анімаційні та 3D стікери.

Анімаційні стікери створюють ефект руху або змінюються за допомогою транспорту (наприклад, за допомогою фар або двірників), що додає динамічний ефект під час руху транспортного засобу. Трансформація анімаційних стікерів ґрунтується на створенні ілюзії руху, що привертає увагу на дорозі.

3D стікери мають об'ємну структуру і створюють враження тривимірного зображення, надаючи транспорту більш виразний вигляд. Трансформація 3D стікерів полягає у створенні ефекту об'єму і глибини, змінюючи сприйняття транспорту в залежності від кута огляду, завдяки використанню спеціальних матеріалів.

ВИСНОВКИ

Образи стікерів, які взаємодіють з транспортним засобом, представляють новий напрям у дизайні, поєднуючи естетику та образне рішення об'єкту. Сучасні дизайнерські рішення забезпечують їх інформативність у контексті транспортного засобу. Доведено, що декоративні, контекстні, анімаційні та 3D стікери розширюють можливості трансформації змісту образу транспортного засобу – від декоративного оздоблення до креативних технологій візуалізації. Таким чином, вони дозволяють створювати універсальні образи, які змінюють сприйняття транспортних засобів у повсякденному житті.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Скляренко Н. В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку. Луцьк Вежа-Друк, 2023. 484 с.
2. Скляренко Н. В., Колосніченко М. В. Стікери: засоби проектування динамічної візуальної комунікації. *Мистецтвознавчі записки*. 2021. Вип. 40. С. 22-28. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-2180.40.2021.250322>
3. Yoshinori N. A Stylistic Analysis of Stickers on Cars as Linguistic Landscapes. 2022. Vol. 68. P. 1-16. DOI: <https://doi.org/10.24517/00065781>

УДК 7.05:741.5

ЧИРВА Анна, СКЛЯРКНКО Наталія, ВРОНСЬКА Рада
Луцький національний технічний університет

СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АВТОРСЬКИХ КОМІКСІВ В УКРАЇНІ

Анотація. В роботі розглянуто види стилістики коміксів в Україні. Виділено чотири види (реалістичний, аніме/манга, карикатура та зооморфний). Представлено та проаналізовано роботи сучасних художників, таких як Максим Удинський, Андрій Данкович, Юрій Журавель, та інші, чий імена приховано під псевдонімами. Показано чим саме один вид відрізняється від іншого та яка саме стилістика їм притаманна. Доведено, що хоч культура коміксів в Україні ще не стала рідною, охочі та не байдужі до цього ремесла люди, знайдуть спосіб популяризувати його в Україні.

Ключові слова: український комікс, стилістика, авторський стиль.

Abstract. The paper examines the types of comic book stylistics in Ukraine. Four types are distinguished (realistic, anime/manga, caricature and zoomorphic). The works of contemporary artists, such as Maksym Udynskiy, Andriy Dankovich, Yuriy Zhuravel, and others whose names are hidden under pseudonyms, are presented and analyzed. It is shown how one type differs from another and what stylistics are inherent in them. It is proved that although the culture of comics in Ukraine has not yet become native, people who are willing and not indifferent to this craft will find a way to popularize it in Ukraine.

Keywords: Ukrainian comic book, stylistics, author's style.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Завдяки американським коміксам від Ds, Marvel та японській манзі, графічні романи стали популярні в усьому світі, в тому числі і в Україні. Але в нашій країні виробництво і створення коміксів не відбувається масштабно, лише з ініціативи когось одного. Автор, сценарист, ілюстратор – все це в нас одна особа. З ініціативи таких людей почали створюватися видавництва і команди, але тим не менш багато авторів далі працюють самостійно. [2] Деякі автори починають створювати комікси, заради власного задоволення, або вузького кола людей. Такі комікси можна знайти або на телеграм каналах авторів, або на спеціальних сайтах читалках, таких як Zenko [4], або Honey mamga [5]. Комікси, що видаються та редагуються видавництвами, відрізняються від тих, що можна знайти на просторах інтернету. Також варто зауважити, що зазвичай люди в інтернеті публікують свої комікси під псевдонімами, а не під справжніми іменами.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Завдяки зростанню популярності графічних романів в світі, ця тема отримала помітну увагу. Останні 10-15 років комікси почали активно розвиватись і почали з'являтися нові видавництва, автори, жанри та стилі. Почали також активно з'являтися дослідження, які аналізують комікси як культурне явище, вони торкають не лише художні, а й соціальні аспекти. [1] З'являється все більше джерел публікації, сайти, ютуб канали з

оглядами на популярні комікси. [3] . Тому скоро цей вид мистецтва стане повноцінною частиною української культури.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є висвітлення стилістичних особливостей авторського стилю українських авторів коміксів. Мальовка та стиль кожного автора залежить від його навичок, чи свого особистого стилю. Розглянуто та класифіковано мальописи за стилем та схожими рисами.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Мальописи – вид розповіді, яка передбачає собою розповідь, що ведеться за допомогою картинок з невеликою кількістю тексту. Термін «мальопис» був введений саме на території України, для опису саме українського продукту. В Америці цей вид розповіді має звичну для всіх назву «комікс», в Японії «манга», також є багато інших аналогів. Розглядатись будуть саме український варіант і саме авторські мальописи, ті, що вже давно видаються різними видавництвами і ті, що є сховані лише десь на просторах інтернету. Адже потрібно дослідити саме особливості стилю різних авторів, знайти спільні риси, та провести аналіз їхніх робіт та поділити їх на категорії. Розглянемо приклади мальописів, що відповідають кожній з категорій (табл.1).

Першим прикладом є реалістичний стиль. Він відрізняється від інших своєю реалістичністю в промальовці деталей. Люди, емоції, навколишній світ і тіні передані чітко, без гіперболізації. Розглядати роботи в цьому стилі ми будемо від двох авторів. Андрій Данкович «Мор» (табл. 1:1), Максим Удинський «Залізна голова» (табл. 1:2) комікс в жанрі кіберпанку.

За ним йде стиль аніме/манги. Комікси в цьому стилі притаманні для японський авторів, але наші автори часто запозичують цей стиль. Йому властива 2д графіка, гіперболізація емоцій, та деяких частин тіла, особливо очей. Такі комікси часто чорно-білі, але зустрічаються і кольорові варіанти. В цьому стилі вдалось знайти мальописи від авторів під псевдонімами Ryoo Natsu та КрісоЖора а саме їхні роботи «Спадок демонів» (табл. 1:3) ця робота виконана в класичному, чорно-білому стилі. Та мальопис «Приворот» (табл. 1:4).

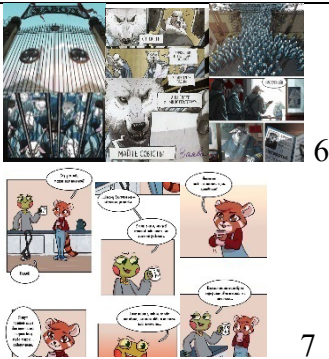
Карикатурний стиль використовується здебільшого для мальописів комічного характеру. Для цього стилю характерні перебільшення та непропорційність. Також легкі лінії та здебільшого яскраві кольори. Прикладом такого стилю є творчість Юрія Журавля. (табл. 1:5)

Зоморфному стилю можуть бути притаманні риси як і реалістичного, так і манга стилю. Його ж особливість виражається в персонажах. Адже персонажі там – антропоморфні тварини, що мають людську поведінку. В такому стилі намальована робота автора Олександра Корешкова «Серед овець» (табл. 1:6), що зроблена по мотивам книги Джорджа Орвелла «Колгосп тварин», та мальопис від авторки під псевдонімом Stasya ArtStriks «болого» (табл. 1:7) про повсякденне життя токсичного жабеняти.

Звісно деякі мальописи можна віднести одразу до декількох категорій, але зараз їх було поділено саме так, адже кожен автор хоч і обирає свій власний стиль, але він може іноді пересікатись з іншими.

Таблиця 1

Авторські комікси в Україні

Категорія	Приклад
Реалістичний комікс	 1 2
Аніме/манга	 3 4
Карикатурний	 5
Зооморфні	 6 7

ВИСНОВКИ

Ми дослідили які є стилістичні особливості в дизайні авторський коміксів в Україні і дійшли висновку, що культура коміксів є наразі актуальною темою. На просторах інтернету та в книгарнях можна знайти багато різних видань, кожне з яких буде мати в собі щось особливе. Також кожен з видів коміксів має свій ряд особливостей, що вирізняє його серед інших. Найбільше це помітно по мальовці, яка є різних видів. Вид може залежати від жанру коміксу, може від вмінь автора, ніколи немає поганих, чи хороших коміксів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Гудошник О. В. Комікс в українському комунікаційному просторі. Ст – 19. Том25 №12 (2017) Вісник Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара. Серія «Соціальні комунікації». URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/98/96>
2. Мальпис має значення: стан і перспективи української комікс-індустрії. URL: <https://tyzhden.ua/malopys-maie-znachennia-stand-i-perspektyvy-ukrainskoi-komiks-industrii/> (дата звернення: 05.12.2024).
3. Топ 7 український коміксів. URL: <https://shotam.info/top-7-ukrains-kykh-komiksiv-iaki-kruto-vterly-nosa-zarubizhnym/> (дата звернення: 05.12.2024).
4. Читати комікси та мангу українською Zenko. URL: <https://zenko.online> (дата звернення: 05.12.2024).

УДК 741.5:655.262

ЧУРКІНА Дарина, КВІТКА Ольга
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

НЕГАТИВНИЙ ПРОСТІР В ДИЗАЙНІ ЛОГОТИПУ ЯК ПОЛЕ МОЖЛИВОСТЕЙ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ДИНАМІЧНОЇ АЙДЕНТИКИ

Анотація. У статті розглядається неочевидні на перший погляд властивості негативного простору в дизайні логотипу як поле можливостей для створення динамічної візуальної айдентики. Досліджуються різноманітні підходи до використання порожніх ділянок між літерами логотипа для трансляції значень, створення візуальних асоціацій та забезпечення гнучкості дизайну. Особлива увага приділяється тому, як майстерне застосування негативного простору дозволяє брендам адаптувати свої логотипи до різних контекстів і носіїв, зберігаючи при цьому впізнаваність та оригінальність. Наведено приклади успішних проєктів, що демонструють ефективність цього дизайнерського методу.

Ключові слова: графічний дизайн, композиція, логотип, негативний простір, візуальна ідентичність, динамічна айдентика.

Abstract. The article examines the seemingly non-obvious properties of negative space in logo design as a field of opportunities for creating dynamic visual identity. Various approaches to using the empty areas between the letters of a logo to convey meanings, create visual associations, and ensure design flexibility are explored. Particular attention is paid to how the skillful application of negative space allows brands to adapt their logos to different contexts and media while maintaining recognizability and originality. Examples of successful projects demonstrating the effectiveness of this design method are provided

Keywords: graphic design, composition, logo, negative space, visual identity, dynamic identity.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

«Логотипи - це найшвидша форма комунікації, відома людині» [1]. У сучасному світі візуальних комунікацій статичні рішення поступаються гнучким та адаптивним системам. Логотип еволюціонує до динамічної сутності, здатної реагувати на різні конкретні ситуаційні виклики. Одним з ефективних підходів є майстерне використання **негативного простору**.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Динамічна айдентика полягає у здатності бренду залишатися впізнаваним завдяки сталим елементам, водночас гнучко реагуючи на різні комунікаційні потреби та ситуації [2]. У цьому контексті особливої ваги набуває використання **негативного простору**, який не лише формує візуальні контури елементів айдентики, але й задає певний **ритм**. Ритм – основа композиційних побудов. Метричний повтор – це неодноразове повторення елемента [3]. У логотипі ритм проявляється у чергуванні позитивних форм і негативного простору, створюючи візуальну «мелодію». Наприклад, зміна міжлітерних пробілів й

просвітів може задавати динамічні ефекти. Робота з **порожніми ділянками** відкриває нові додаткові можливості для візуальної комунікації, несучи асоціативні змісти.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є окреслення базових принципів використання негативного простору в логотипі як інструменту побудови динамічної айдентики. Дослідження спрямоване на визначення методів проектування, які дозволяють логотипу змінюватися, зберігаючи ідентичність бренду через стабільність базової форми та ритму. Розглянемо потенціал використання негативного простору як інструменту для створення динамічної айдентики на прикладі логотипу коворкінгу “Vibe”. Логотип демонструє можливості використання негативного простору як місця для “життя” додаткового візуального елемента, що змінюється, тобто адаптується до різних контекстів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

В основі динамічної айдентики лежить принцип поєднання стабільності та гнучкості. Базовий логотип являє собою сталу лаконічну текстову композицію, виконану простим та читабельним шрифтом. Ключову роль у впізнаваності відіграє не лише сам шрифт, але й особлива увага до міжлітерного простору.

Саме у цьому просторі виникає новий додатковий елемент, навколо якого розгортається візуальна ідентичність бренду. Ця “гра” у міжлітерному пробілі дозволяє створити унікальну візуальну особливість, яка вирізняє бренд серед конкурентів. Динамічний логотип – це не просто зміна кольорів чи додавання графічних елементів, а спосіб активного діалогу бренду зі своєю аудиторією.

Сезонні та святкові трансформації: негативний простір у дії

Концепція використовує негативний простір між літерами для відображення сезонних та святкових контекстів:

- Весна. У міжлітерному пробілі з’являються ніжні силуети квітів у відповідних кольорах, символізуючи пробудження природи.
- Літо. Простір заповнюється стилізованим зображенням сонця в яскравих відтінках, передаючи літню енергію.
- Осінь. Між літерами розміщується силует осіннього листка у теплих тонах, створюючи атмосферу осіннього затишку.
- Зима. Негативний простір трансформується у витончену сніжинку у холодних кольорах, асоціюючись із зимовою свіжістю.
- Новий рік. У пробілі з’являється мініатюрна ялинка у традиційних святкових кольорах, створюючи відповідний настрій.
- День Незалежності. Міжлітерний простір заповнюється стилізованим зображенням символу миру у патріотичних кольорах.
- Геловін. У пробілі розміщується силует, що асоціюється з цим святом, у відповідних темних та яскравих відтінках.
- День закоханих. Негативний простір набуває форми серця у ніжних кольорах, символізуючи любов та романтику.
- День вишиванки. Між літерами вплітається стилізований фрагмент традиційного українського орнаменту в характерних для вишиванок кольорах, підкреслюючи культурну ідентичність.

- Пасха. У пробілі з'являється контур писанки з весняними візерунками, що символізує відродження та святковий настрій.



Рис.1. Динамічний логотип коворкінгу “Vibe”

У кожному з цих прикладів базова форма логотипу залишається впізнаваною завдяки сталому шрифтовому рішення та позиції літер. Проте, саме динамічне використання негативного простору між літерами додає айденитиці емоційної залученості та контекстуальної релевантності.

Інтерактивність та негативний простір у цифровому середовищі

У цифровому просторі потенціал такого підходу до динамічної айденитики використання є очевидним. Логотип може інтерактивно змінюватися на вебсайті залежно від поточної дати, свят або навіть дій користувача. У фізичному просторі логотип на екранах чи вивісках може трансформуватися відповідно до подій, що відбуваються. Така інтерактивність робить бренд більш залученим та сучасним.

Переваги динамічної айденитики на основі негативного простору

Використання негативного простору як ключового елементу динамічної айденитики має низку переваг:

- Пізнаваність. Незважаючи на динамічні трансформації, базова структура логотипу залишається незмінною, забезпечуючи впізнаваність бренду.
- Гнучкість та адаптивність. Логотип легко адаптується до різноманітних подій, сезонів та комунікаційних платформ, зберігаючи свою актуальність.
- Залучення аудиторії. Постійні зміни логотипу привертають увагу, викликають цікавість та стимулюють взаємодію з брендом.
- Емоційний зв'язок. Візуальні зміни, пов'язані з важливими для аудиторії подіями, створюють відчуття причетності та емоційної близькості до бренду.

ВИСНОВКИ

Динамічна айденитика, що ґрунтується на креативному використанні негативного простору, є ефективним інструментом для створення виразного та інтерактивного бренду. Майстерне оперування порожніми ділянками композиції може стати потужним засобом

комунікації, дозволяючи бренду адаптуватися до мінливого середовища, зберігаючи при цьому свою унікальність та впізнаваність. Такий підхід відкриває нові перспективи в дизайні логотипів, демонструючи, що справжня сила візуальної ідентичності може критися не лише в заповнених формах, але й у майстерно організованій порожнечі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Вілер, А. (2017). *Епізод з Аліною Вілер про дизайн айдентики*. [Logo Geek Podcast]. Отримано з <https://youtu.be/qJKhXWr0vMs?si=wF28qgaAyXCj9tWW> (дата звернення: 01.05.2025).
2. Шевченко, Д. В. Динамічна айденстика: між сталістю і варіативністю. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2022. № 2. С. 112–120. URL: <http://kdah.kharkov.ua/bulletin/2022/2/> (дата звернення: 01.05.2025).
3. Вергунов С. В., Вергунова Н. С., Звенігородський Л. А. та ін. Основи формоутворення. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 124 с.

УДК 7.05(091):658.626:685.343

ШИНКАР Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

УПАКОВКА ДЛЯ ПАРФУМІВ ЯК ОБ'ЄКТ ДИЗАЙНУ: ЕВОЛЮЦІЯ ТА ЗАСОБИ ФОРМОТВОРЕННЯ

Анотація. У роботі розглянуто упаковку для парфумів як самостійний об'єкт дизайну, що виконує не лише функціональні, а й естетичні та комунікативні завдання. Проаналізовано етапи еволюції парфумерної упаковки в контексті змін художніх стилів, технологій виробництва та маркетингових стратегій. Особливу увагу приділено засобам формотворення, які забезпечують унікальність та впізнаваність бренду. Визначено тенденції сучасного дизайну упаковки парфумів з урахуванням екологічних вимог і споживчих очікувань.

Ключові слова: парфумерна упаковка, дизайн, формотворення, еволюція, стиль, бренд.

Abstract. The article considers perfume packaging as an independent design object that performs not only functional but also aesthetic and communicative tasks. The stages of the evolution of perfume packaging are analyzed in the context of changes in artistic styles, production technologies, and marketing strategies. Particular attention is paid to the means of form creation that ensure brand uniqueness and recognition. The trends of modern perfume packaging design are identified, taking into account environmental requirements and consumer expectations.

Keywords: perfume packaging, design, form creation, evolution, style, brand.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ще з прадавніх часів ароматичні речовини несуть сакральне значення і тісно переплетені із життєдіяльністю людини. Їхні ролі змінювались відповідно до історичних подій, викликів, втілювали смаки та загальні настрої суспільства, представлялися як витвори мистецтва і були причинами або наслідками наукових досягнень. Саме тому парфум є, на перший погляд неочевидним, проте явним об'єктом відображення розвитку людства у культурних, технічних та соціальних аспектах.

Тара для пахощів слугує і до нині органічним продовженням парфумів у вище згаданих контекстах, так як являє собою обов'язковий атрибут для їх зберігання чи користування. Протягом всієї історії парфумерної індустрії конструкція і дизайн упаковки видозмінюються, ускладнюються за формою, використаними матеріалами, втілює стилістику епох, формує культурні тенденції та емоційний зв'язок із поціновувачами. Однак, із розвитком технологій та зміною споживчих уподобань виникає проблема адаптації традиційних засобів формотворення до сучасних викликів, моди та функціональних вимог.

Із погляду сучасності інформаційне поле, з яким зараз контактує людство, є доволі перенасиченим, спрямованим на комунікацію із споживачем найчастіше через аудіо і візуальний канали сприйняття. Парфуми все більше набирають популярності у якості новітнього інструменту комунікації, оскільки взаємодіють із іншим чуттям – нюхом.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Серед актуальних напрямів досліджень вирізняються ті, що розглядають історичні періоди як ключ до розуміння еволюції парфумерної упаковки. Зокрема, вивчається використання ароматичних речовин у Давньому Єгипті, де флакони набували сакрального значення, були виготовлені з алебастру, скла та золота, що символізувало статус і вічність [1]. У наукових працях акцент робиться на тому, що саме тоді аромати виконували не тільки естетичну, а й ритуальну та лікувальну функції.

У XVII–XVIII флакони часто були оформлені як унікальні об'єкти мистецтва, із втіленням мистецьких канонів та підкреслення представницького статусу їх власника. Крім того, в даний період історії розвиток ремесел і поява нових матеріалів сприяли ускладненню форм та зростанню естетичної виразності, водночас із функціональністю упаковки – захист аромату від зовнішніх впливів [2].

Індустріалізація XIX–XX століття сприяла стандартизації виробництва, масовості, появі нових матеріалів (наприклад, пресоване скло, пластик), що спричинило диференціацію упаковки на масову й преміальну. Дослідження вказують на те, що саме у XX столітті оформлення флаконів стало невід'ємною частиною візуального брендингу, часто під впливом художників і скульпторів [3].

У сфері дизайну парфумерної упаковки значний внесок зробили як українські, так і зарубіжні дослідники, які розглядають її не лише як захисну оболонку, а як повноцінний об'єкт дизайну з естетичними, комунікативними, комерційними та екологічними функціями. О. Ганоцька акцентує увагу на упаковці як об'єкті комунікативного конструювання, підкреслюючи роль художньо-образних рішень, а також графічного та формотворчого оформлення упаковки як ефективні інструменти для створення якісного емоційного зв'язку із покупцем та уподібнення візуального оформлення товарної упаковки до відповідної ніші [4]. А. Оміра разом із іншими членами групи дослідження досліджує варіативність екологічних матеріалів та методів переходу виробництва та продажу біорозкладної упаковки для косметики і, як наслідок, парфумів [5].

Узагальнюючи ці підходи, можна стверджувати, що дизайн парфумерної упаковки – це міждисциплінарне явище, яке поєднує художні засоби, маркетинг і культуру, формуючи цілісне уявлення про продукт.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою даного дослідження є визначення тенденцій та інноваційних рішень у сучасному дизайні флаконів для парфумів на основі історичних відомостей про еволюцію використання тари для ароматичних речовин. Це надає змогу проаналізувати візуальні, матеріальні та смислові особливості парфумерної упаковки, з'ясувати роль формотворення у створенні емоційного зв'язку між брендом і споживачем, а також окреслити актуальні дизайнерські підходи, що відповідають викликам часу.

Для досягнення поставленої мети дослідження визначено такі завдання: 1) здійснити аналіз історії зародження парфумів та їх ролі у культурному та побутовому контексті; 2) дослідити еволюцію розвитку основних стилістичних і конструктивних засобів формотворення упаковки для парфумів; 3) провести класифікацію сучасних дизайнерських рішень у створенні флаконів залежно від концепції, матеріалу, стилістики та способу взаємодії зі споживачем; 4) виявити актуальні тенденції, інноваційні технології та прийоми, що використовуються у сучасному дизайні парфумерної тари.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Упаковка парфумів є складним та багатофункціональним об'єктом дизайну, що поєднує естетичні, комунікативні та технічні характеристики. Вона не лише захищає аромат від зовнішніх впливів, а й виступає інструментом маркетингу, носієм художнього образу, засобом створення емоційного враження та візуальної ідентифікації бренду. Історія розвитку парфумерної тари демонструє, як змінювалися уявлення про красу, розкіш і символіку залежно від соціокультурного контексту [2].

Історія упаковки відображає ключові етапи розвитку цивілізацій, художніх стилів і технічних можливостей. У Стародавньому Єгипті (3000 р. до н.е.) ароматичні речовини виконували сакральні функції – використовувалися у релігійних обрядах, похованнях, а також у повсякденному житті знаті [1]. Флакони виготовлялися з алебастру, глини, золота та скла, що свідчило про високу цінність їхнього вмісту (рис. 1:1).

У Римській імперії (1 ст. н.е.) почалося активне застосування дутого скла, що дало змогу створювати вишукані та функціональні флакони з прозорою текстурою, демонструючи аромат як візуальну сутність [1] (рис. 1:2).

У XVII столітті у Франції розквіт парфумерної культури набув нового значення – флакони оздоблювалися кришталем, позолотою, дорогоцінним камінням, підкреслюючи розкіш і статусність продукту (рис. 1:3). Також у період XVII–XVIII століттях європейські країни створювали справжні мистецькі зразки парфумерної упаковки, зокрема з порцеляни, із вручну виконаним золотим розписом [2].



Рис. 1. Флакони різних історичних епох: 1 – Стародавнього Єгипту; 2 – Римської імперії; 3 – порцеляновий флакон доби Рококо.

Розквіт естетичного оформлення парфумерної тари припадає на добу Відродження та бароко, коли флакони перетворилися на мініатюрні шедеври. Золоті, срібні, порцелянові чи кришталеві смності прикрашали коштовним камінням, гравіюванням і розписом [2]. У XVIII–XIX століттях завдяки технічному прогресу й розвитку складовувної справи почалося масове виробництво флаконів [3].

XX століття стало періодом становлення сучасного дизайну флаконів. У 1920-х роках сформувався тренд на геометричну чіткість, лаконізм та вишуканість, що характерно для стилю арт-деко [3]. У середині століття для преміальних колекцій активізувалася співпраця парфумерних брендів із художниками та скульпторами. Наприклад, флакони для бренду Schiaparelli створювали Сальвадор Далі у 1947 році для лімітованого парфуму «Le Roy Soleil», а також – Леонор Фіні у 1937 для парфуму «Shocking!» [6]. Важливою

особливості стало прагнення брендів до унікальності – кожен флакон мав бути миттєво впізнаваним.

У другій половині XX століття з'являються нові типи упаковки, що відображають соціальні настрої й технічний прогрес. Післявоєнні роки обумовила здешевлене виготовлення флаконів й перехід від мистецького ремесла видування скла до машинного штампування одноманітних, простих за формою і дешевих пляшок. Натомість, функція естетичної привабливості перейшла виключно на зовнішню упаківку [3]. Пластик, акрил, алюміній дозволили створювати дешевші та легші варіанти тари. Масовість виробництва супроводжувалася стандартизацією, але преміум-сегмент продовжував розвивати індивідуальні рішення. Саме це зумовило нову на той час потребу у фірмовій ідентифікації, що дало поштовх до активного розвитку дизайну упаковки.

У XXI столітті формотворення парфумерної упаковки базується на чотирьох основних векторах: естетика мінімалізму, екологічність, комунікація та чесність із споживачем. Мінімалізм проявляється у стриманих формах, відсутності зайвого декору, чистих кольорах і прозорості. Це підкреслює чесність і якість продукту, особливо у нішевих брендах. Екологічність стає критично важливою: бренди переходять на вторинні матеріали, багаторазові флакони, біорозкладну упаківку [7].

У сучасному дизайні парфумерної упаковки простежується кілька ключових тенденцій, які визначають естетику та функціональність флаконів на початку XXI століття. Однією з домінуючих характеристик є мінімалізм – стримані геометричні форми, прозорі матеріали, лаконічність і відмова від надлишкового декору стали візуальним вираженням чесності бренду та зосередженості на якості продукту. Цей підхід особливо характерний для нішевих марок, які прагнуть індивідуальності й емоційної глибини.

Якісна комунікація бренду із споживачами наразі є одним із ключових векторів розвитку бізнесу, так як все більше зростає попит на чесну та тісну взаємодію виробника й користувача. Не виключенням є і парфумерна сфера, що внаслідок щільного насичення галузі активно конкурує за увагу кінцевого споживача. Правильне візуальне оформлення товару в якості упаковки слугує одним із найдієвіших методів донесення цінностей, унікальності та тону бренду до споживача. Для його втілення використовують методи візуальної комунікації через формотворення, колір, матеріали та зображені інформаційні сенси [4].

Паралельно з цим посилюється орієнтація на екологічність. Все більше брендів використовують перероблені або біорозкладні матеріали, запроваджують систему багаторазового використання тари та зменшують кількість вторинної упаковки. Прикладом слугують флакони, які можна заправляти повторно [7]. Також активно досліджуються нові матеріали, що відповідають фізичним та екологічним вимогам для створення косметичної упаковки, а також методи їх використання у виробництві [5].

ВИСНОВКИ

У роботі досліджено парфумерну упаківку як повноцінний об'єкт дизайну, що тісно пов'язаний із культурними, естетичними та функціональними аспектами свого часу. Її історична еволюція від стародавніх амфор і флаконів до інноваційних концептуальних форм демонструє зміни уявлення про красу, розкіш і функціональність. У різні періоди людської історії парфумерна упаківка відображала домінуючі стилістичні напрями – від декоративності бароко до геометричної чіткості модернізму, від екстравагантності арт-деко до стриманості сучасного мінімалізму.

Виявлено, що у XXI столітті формотворення упаковки для парфумів зазнає глибоких змін, орієнтуючись на практичність, сталість та емоційність взаємодії з користувачем. Основними сучасними принципами дизайну стають мінімалізм, екологічність, сенсорна взаємодія та персоналізація. Зростає інтерес до повторного використання упаковки, застосування біорозкладних матеріалів, використання нестандартних текстур і форм, що створюють унікальний досвід споживача. Її формотворення – це складний процес, у якому поєднуються дизайнерські інновації, технології та емоційні аспекти. Аналізуючи її еволюцію, можна не лише простежити зміну стилів і підходів, але й глибше зрозуміти трансформацію цінностей у суспільстві загалом.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Fadel D. R. History of the Perfume Industry in Greco-Roman Egypt. *International Journal of History and Cultural Studies (IJHCS)*. 2020. Volume 6, Issue 4, PP 26-45. DOI: 10.20431/2454-7654.0604003
2. Perfume Bottles: 17th Century to Modern. URL: <https://wysinfo.com/perfume-bottles-17th-century-to-modern/> (дата звернення: 22.04.2025.)
3. A Century of Perfume A Century of Perfume. URL: <https://www.bi-packaging.com/a-century-of-perfume-bottle-evolution-a-retrospective.html> (дата звернення: 22.04.2025)
4. Ганоцька О. Дизайн упаковки: комунікація із споживачем. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. Серія: Дизайн. 2020. № 3. 14–20 с. DOI 10.33625/visnik2020.03.014
5. Omira A., Gira S., Abdel-Hamid I. Mourad, Mohammad Alkhedher. The new generation of cosmetics packaging: A paradigm shift. *Global Transitions KeAi*. 2025. Volume 7. PP 223-248.
6. The Scent of Surrealism: The Perfumes of Schiaparelli. URL: <https://whatgrandmawore.wordpress.com/2020/01/25/the-scent-of-surrealism-the-perfumes-of-schiaparelli/> (дата звернення: 22.04.2025.)
7. Alhindawi R., Nahleh Y.A., Kumar A. Navigating Sustainable Supply Chain Management in the Perfume Industry: Challenges and Solutions. *Sustainability MDPI*. 2025. Volume 17(2). DOI: 10.3390/su17020723.

УДК 7.05:681.883.74-043.86

ШТРАУБ Каріна, МИРОШНИЧЕНКО Іванна, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ НАВУШНИКІВ: ВІД ФУНКЦІОНАЛЬНОСТІ ДО ЕСТЕТИКИ

Анотація. Дослідження присвячене аналізу еволюції дизайну навушників, зокрема переходу від функціональних до естетичних характеристик. Розглянуто ключові етапи розвитку від перших моделей до сучасних технологій, які поєднують стиль і високі технічні можливості: перший винахід і рання функціональність (XIX – кін. XX століття); нові технології (2000-2016); бездротова революція (2015); сучасна гармонія стилю та технологій (2020-ті роки). Виявлено вплив технологічних інновацій, культури та моди на дизайн навушників.

Ключові слова: дизайн навушників, функціональність, естетика, технології, кісткова провідність.

Abstract. The study analyzes the evolution of headphone design, in particular the transition from functional to aesthetic characteristics. The key stages of development from the first models to modern technologies that combine style and high technical capabilities are considered: the first invention and early functionality (XIX - late XX century); new technologies (2000-2016); wireless revolution (2015); modern harmony of style and technology (2020s). The influence of technological innovations, culture and fashion on the design of headphones is revealed

Keywords: headphone design, functionality, aesthetics, technology, bone conduction.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Зміна способу споживання музики та широке впровадження навушників у повсякденне життя спричинили зростання вимог до їхнього дизайну. Еволюція дизайну навушників демонструє важливий зв'язок між функціональністю, технологіями й естетикою.

Розуміння особливостей попередніх етапів еволюції сприяє розробці продуктів, які здатні гармонійно поєднувати функціональність, інноваційність і естетику. У сучасному світі це особливо важливо, адже споживачі дедалі частіше обирають технологічні пристрої, що не тільки відповідають їхнім потребам, але й підкреслюють їхній стиль та індивідуальність. Тому аналіз попередніх розробок дозволяє зрозуміти, як технічні досягнення та очікування користувачів формували сучасні рішення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження розробки першої гарнітури Ернеста Меркадієра (1891) та масового виробництва навушників Beierdynamic (1937) показують, як технологічний прогрес у сфері аудіоапаратури сприяв еволюції навушників від простих аудіоустроїв до складних пристроїв для різних сфер використання [4]. Популярність брендів, таких як Beats by Dre підтверджує, як стратегічна реклама та співпраця з знаменитостями [3] впливають на ринок навушників. Цей феномен показує важливість естетичних та маркетингових аспектів у формуванні споживчого попиту.

Створення TWS-навушників та технологій кісткової провідності призвели до значних інновацій у сфері бездротових навушників [2; 5]. Випуск перших бездротових навушників Onkyo та розвиток технологій кісткової провідності відкрили нові можливості для користувачів і змінили сприйняття навушників як просто аудіопристроїв та перетворили їх на технологічно прогресивні аксесуари.

Дослідження тенденцій мінімалізму, кольорових рішень і матеріалів в естетиці промислового дизайну дозволяють зрозуміти, як естетичні тренди впливають на сприйняття та використання навушників [1].

Тема впливу функціональності на дизайн навушників потребує систематизації наявної інформації та проведення комплексного аналізу взаємозв'язку між технологічними інноваціями, дизайном і змінами споживчих очікувань.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цього дослідження є висвітлення етапів еволюції дизайну навушників. Завдання полягає в аналізі впливу технологічних інновацій на дизайн і функціональність, а також у визначенні ключових естетичних та функціональних тенденцій в різні періоди розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Еволюція навушників охоплює кілька ключових етапів, кожен з яких відображає як технологічний прогрес, так і зміни в естетиці та вимогах користувачів (рис. 1).



Рис. 1. Етапи розвитку дизайну навушників

Перші навушники, створені *наприкінці XIX століття*, були виключно функціональними. Наприклад, Electrophone 1890-х років дозволяли слухати музику через

телефонні лінії [4], але їхній дизайн нагадував медичні стетоскопи. Моногарнітури, орієнтовані на телефонію та радіозв'язок, мали односторонню конструкцію та служили лише технічним цілям.

У період *1930-1950-х років* навушники почали використовуватися для особистого прослуховування. Перші серійні динамічні навушники Beyerdynamic DT-48 (1937) впровадили накладну конструкцію, орієнтовану на комфорт. Попри це, моделі залишалися великими, оскільки використовували вакуумні лампи для підсилення звуку. Основні матеріали – метал і шкіра – забезпечували довговічність, але комфорт залишався обмеженим [4].

Стерео-революція 1958-1970 років стала знаковою для розвитку Hi-Fi технологій. Навушники Koss SP-3 популяризували концепцію високоякісного звуку, а електростатичні моделі, як STAX SR-1, орієнтовані на аудіофілів, задали тренд на інноваційні матеріали [4]. З розвитком транзисторів навушники стали легшими та компактнішими. З'явилися моделі, орієнтовані на масового споживача. Вони почали включати м'які амбушури, що покращувало комфорт під час тривалого використання. Дизайн орієнтувався на функціональність, а естетика залишалася другорядною.

У *1970-1980 роках* розпочалася ера портативності завдяки появі касетних плеєрів. Компактні навушники, як Sony Walkman MDR-3L2, стали символом нової мобільності. Моделі стали значно меншими і легшими, отримали м'які поролонові амбушури та привабливий дизайн. Це було перше поєднання стилю й функціональності: навушники стали елементом моди [4].

Наступне десятиліття (1980-1990) стало проривом у професійному використанні навушників. Bose QC1 (1989) запропонували технологію активного шумозаглушення (ANC), що спершу використовувалося пілотами. Ця технологія впроваджувалась у професійних і преміальних моделях, створюючи комфортне середовище для прослуховування навіть у шумних місцях. Bluetooth, у свою чергу, забезпечив свободу від дротів, відкривши нові можливості для мобільності й сумісності із сучасними пристроями. В цей період дизайн ставав більш ергономічним, а матеріали, такі як пластик і гума, замінили метал, роблячи навушники легшими.

У *2000-2010-х роках* навушники стали частиною масової культури. Apple iPod Earbuds (2001) зі стильним дизайном стали символом популярності портативних пристроїв, а Beats by Dre (2008) поєднали яскравий вигляд та ефективну маркетингову стратегію через співпрацю із зірками [3]. Вони пропонували яскраві кольори та міцні матеріали, що створювало асоціації з розкішшю та молодіжною культурою. Логотип "b" став символом статусу, а акцент на низьких частотах і модному дизайні привернув увагу молодих шанувальників хіп-хопу [4]. Тим часом з випуском перших комерційних навушників Audio Bone (у 2008) стала доступною технологія кісткової провідності. Вона забезпечувала передачу звуку через вібрації кісток черепа, залишаючи вушний канал відкритим [2]. Це стало революцією, особливо для спортсменів і людей, які потребували одночасного доступу до музики та звуків довкілля. Перші моделі мали утилітарний дизайн: громіздкі корпуси, міцні пластикові матеріали й фокус на функціональності, а не естетиці.

Справжня *бездротова ера* почалася у *2015 році*, коли японська компанія Onkyo представила W800 BT – перші TWS-навушники (True Wireless Stereo). Ергономіка стала ключовим аспектом розробки TWS: їхній дизайн забезпечував комфортне носіння протягом тривалого часу, а також надійну фіксацію у вухах. Інноваційні підходи, такі як

інтеграція мікрофонів, сенсорних панелей управління та зарядних кейсів, зробили ці навушники невід'ємною частиною повсякденного життя [5]. Технологія кісткової провідності започаткувала тренд на створення спортивних і ергономічних навушників, що зберігався у подальших моделях, як-от Philips A6606. Дизайн нових моделей став більш компактним, із мінімалістичними і спортивними рисами, що відповідають сучасним вимогам до стилю та функціональності. Мінімалізм у дизайні навушників став популярним завдяки Apple AirPods, які в 2016 році визначили новий тренд [1]. Їхній простий білий корпус без дротів, компактний зарядний кейс та інтуїтивне управління стали еталоном для бездротових моделей. Елегантний вигляд підкреслював стиль, що швидко став символом преміум-класу.

ВИСНОВКИ

Еволюція дизайну навушників є яскравим прикладом того, як технологічний прогрес змінює не лише функціональність пристроїв, а й естетичні стандарти. У роботі доведено, що еволюція дизайну навушників є результатом взаємодії технологічних інновацій і змін у потребах споживачів. Дизайн навушників пройшов шлях від функціонального мінімалізму до виразної естетики, яка відображає стиль і спосіб життя користувачів.

Ключовими етапами стали інтеграція нових технологій (активного шумозаглушення (ANC), кісткова провідність і Bluetooth); бездротова революція (впровадження повністю бездротових (TWS) рішень); сучасна гармонія стилю та технологій (мінімалістичний підхід Apple, використання яскравих матеріалів і кольорів Beats by Dre та спортивний акцент у моделях).

Таким чином, навушники сьогодні є не лише технічними пристроями, але й стильними аксесуарами, які відображають індивідуальність користувачів. Ці зміни демонструють важливість гармонійного поєднання функціональності, технологій і естетики у створенні інноваційних продуктів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Jeunesse M. L. How massive headphones became the new it accessory. *Teen Vogue*. July 5, 2022. URL: <https://www.teenvogue.com/story/airpod-max-headphones-new-it-accessory-tiktok> (дата звернення: 03.11.2024).
2. Kachhadiya, Pruthvikumar Bone Conduction Technology: Revolutionizing Sound Transmission and Applications in Hearing Impairments: Hofstra University, 2023. 15 с.
3. Madame Vision. How Beats by Dre united two superstars from different sports in a brilliant marketing campaign. *Medium*. Nov. 2, 2023. URL: <https://medium.com/@madamevision/how-beats-by-dre-united-two-superstars-from-different-sports-in-a-brilliant-marketing-campaign-01fa2ba4ce60> (дата звернення: 09.10.2024).
4. Teufel Blog Redaktion. The history of headphones and the beginnings of portable sound. *Teufel*. URL: <https://blog.teufelaudio.com/the-history-of-headphones-and-the-beginnings-of-portable-sound/> (дата звернення: 11.11.2024).
5. Thomas C. True wireless earbuds turn ten: a decade of development. *SoundGuys*. URL: <https://www.soundguys.com/true-wireless-earbuds-turn-ten-a-decade-of-development-109189/> (дата звернення: 20.10.2024).

УДК 006.95

ЮНОША Софія, ПУСТЮЛЬГА Сергій
Луцький національний технічний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ У ДИЗАЙНІ АВТОРСЬКИХ КАЛЕНДАРІВ

Анотація. У роботі розглянуто результати досліджень сучасних тенденцій у дизайні авторських календарів. Метою є виокремлення трендів у розробці календарів з авторським дизайном як способу розширення людського погляду на створення даної продукції. Для досягнення мети було проаналізовано більше, ніж 20 сайтів з новациями у графічному дизайні та розглянуто велику кількість варіантів розробки дизайну календарів від зарубіжних і українських ілюстраторів та дизайнерів. У роботі наведені актуальні тенденції в дизайні авторських календарів, а саме: інновації у цифровій техніці, тенденції кольорового «глиняного» дизайну, нововведення в 3D реальності з застосуванням яскравих кольорів, сміливих поєднань, візерунків контрастних кольорів, простих та абстрактних геометричних фігур, тощо. Проаналізовано актуальність застосування нових ідей у інфографіці, градієнтах, а також – використання знову популярних стилів 70-х.

Ключові слова: календарі, авторський дизайн, сучасні тенденції, 3D графіка, корпоративний календар, графічний дизайн, градієнти, інновації, цифрові технології.

Annotation: The results of researches of modern tendencies are in-process considered in the design of authorial calendars. An aim is a selection of trends in development of calendars with an authorial design as to the method of expansion of human look to creation of these products. For gaining end it was analyzed more than 20 sites with innovations in a graphic design and plenty of variants of development of design of calendars is considered from foreign and Ukrainian illustrators and designers. Actual tendencies over are in-process brought in the design of authorial calendars, namely: innovations in a digital technique, tendencies of the colored «clay» design, innovation in a 3D reality with the use of bright colors, brave combinations, patterns of contrasting colors, simple and abstract geometrical figures, and others like that. Actuality of application of new ideas is analyzed in graphic infographics, gradients, and also is the use again of popular styles 70th.

Keywords: calendars, authorial design, modern tendencies, 3D graphic arts, corporate calendar, graphic design, gradients, innovations, digital technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

За останні двадцять років графічний дизайн зробив величезний стрибок у розвитку. Так, наприклад, на початку 2000-х років в українському графічному дизайні існувала серйозна проблема зі шрифтами, особливо із наявністю або якістю кирилиці. Також не існувало і шрифтової освіти, а було лише декілька ентузіастів шрифтової царини, які щось створювали. Проте сьогодні, завдяки стрімкому розвитку технологій, розробка шрифтів в нашій країні стала помітним і яскравим напрямком в українському дизайні.

З кожним роком кількість дизайнерів та графічної продукції зростає, а коло трендів - стрімко розширюється. Саме тому перед дизайнерами постає проблема створення

актуальної продукції. Ознайомлення з сучасними тенденціями дасть можливість надати авторському дизайну не тільки модернізованого вигляду, а й дозволить автору зробити зовнішнє оформлення більш практичним та привернути до нього увагу користувача.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

На сьогодні існує багато публікацій у сфері трендів графічного дизайну. Основу досліджень складають такі інновації як графічний дизайн в поєднанні з цифровою графікою та нововведення в 3D дизайні. Дослідження базуються на способах оформлення власної продукції для дизайнера, показують варіанти надання календарю багатофункціональності, розкривають тему актуальності застосування ілюстрацій із власним стилем, тощо.

Автори проаналізованих робіт розглядають різні види календарів та їх відмінності, дають порівняльну характеристику використання традиційних календарів та онлайн календарів, а також – надають інформацію про те, що є актуальним для дизайну онлайн-календаря та яким оформленням можна скористатися для власного продукту такого типу.

Одним із найбільш вагомих джерел досліджень авторського дизайну календаря в цілому, та застосування ілюстрацій в календарі зокрема, (характеристика українського ринку), стало професійне медіа «Читомо». На сайті можна ознайомитися з авторськими календарями від українських дизайнерів різних років. Онлайн джерело містить приклади пошуку концепції для власного авторського оформлення, розглядає різні стилі виконання ілюстрацій, які читач може використати для власного проекту, а також розповідає, як можна зробити власний календар цікавішим.

Сайти «Parents» та «Autodesk instructables» ілюструють способи створення власних календарів у цифрових додатках та незвичайних календарів. На сайті представлені оригінальні ідеї створення власного адвент-календаря з підручних матеріалів [1].

В роботі [2] досліджено вплив візуальних тенденцій на користувача. Розглянуто ефективність застосування візуальних трендів перед звичайною словесною інформацією, надані поради щодо графічних технік, які можуть привернути увагу покупця та збільшити попит. Стаття [3] аналізує ринок друкованих календарів за останні 5 років, розповідає про те, які календарі користуються найбільшою популярністю, а також, яким буде розвиток цієї друкованої продукції в майбутньому.

Невід’ємною складовою будь-якого календаря є шрифт. У роботі «Психологія сприйняття шрифтів або як керувати настроєм споживачів», представлений аналіз шрифтів та їхній емоційний вплив на клієнта. Дослідження показали, що, наприклад, шрифти із зарубками (serif) читаються краще в друкованих роботах [4]. Зарубки надають контрасту між буквами. Так нашому мозку легше розпізнати букву. Шрифти без зарубок краще підходять для застосування в інтернет-просторі.

Стаття «How to make awesome and unique calendar designs» містить велику кількість порад для дизайнерів щодо створення авторського календаря. Онлан-джерело розповідає про важливість збереження унікальності в проекті, вміння збалансовувати простір в ілюстрації відповідно до обраного формату календаря, а також ділиться різноманітними техніками друку, які слід знати дизайнеру аби обрати правильний варіант для власного проекту [5].

В роботі «Picture a Better You: How Google Calendar Uses Illustration to Help You Reach Your Goals» [6] представлено дослідження на прикладі розробленого календаря Google щодо того, як застосування ілюстрації може допомогти користувачу досягати

поставлених цілей вчасно та збільшити його мотивацію. У статті представлено приклади ілюстрацій, специфіку їх створення, особливості оформлення текстових елементів в поєднанні з ілюстрацією, тощо.

Кількість переглянутих досліджень вказує на те, що тема застосування ілюстрацій в дизайні календарів є доволі актуальною, варіантів формату та оформлення календарів у сучасному світі є безліч. Тому розробник має можливість продемонструвати унікальність свого календаря, обравши тенденції, які найбільш притаманні йому та зможуть розкрити концепцію власної розробки повноцінно.

ФОРМУЛОВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз найсучасніших тенденцій в графічному дизайні та ілюстрації, а також визначення способів їх запровадження у процес створення авторського дизайну календаря. Завдання роботи: проаналізувати ринок сучасної ілюстрації та графічного дизайну, дослідити, які з тенденцій можуть бути використані для розробки дизайну авторського календаря; проаналізувати види сучасних календарів та з'ясувати, які з них користуються більшою популярністю у споживача; дослідити концептуальні принципи розробки корпоративних, об'ємних, адвент-календарів, тощо, для розкриття теми функціональності календаря та надання йому як найбільш широкого застосування.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На сьогоднішні графічний дизайн та ілюстрація мають стрімкий розвиток. Щороку з'являється безліч тенденцій, які роблять дизайн більш ергономічним, інформативним та візуально привабливішим. Швидка зміна тенденцій в дизайні та ілюстрації дозволяє дизайнерам постійно дивувати користувача новими ідеями та використовувати нововведені техніки для власних проєктів, зокрема календарів, для того, аби створювати актуальний продукт. Серед сайтів, які постійно публікують актуальні тренди в дизайні та представляють роботи-зразки інших дизайнерів є: Behance, Awwwards, Dribbble, Designspiration, Synaptic Stimuli, Design made in Germany, Design Shack та багато інших.

Безкоштовні графічні ресурси, які можуть допомогти в створенні власного проєкту можна знайти на таких сайтах, як By People, Freebiesjedi, CSS Author, Pixel Buddha, тощо [7].

Серед популярних та практичних у використанні онлайн-календарів [8]. можна виділити Google Calendar, Microsoft's Outlook Calendar, Apple's iCloud Calendar, Zoho Calendar та ін.

Загалом, дизайн календарів не припиняє свого розвитку та з кожним роком розширяє свої не тільки естетичні, а й практичні властивості. Наприклад, серед популярних корпоративних календарів можна виділити календарі українського дизайнера Юрка Гуцуляка, який разом зі своєю командою постійно створює неординарні проєкти, які ставлять за мету привернути увагу людства до соціальних, екологічних та інших світових проблем. На рахунку компанії є календар у вигляді сміттєвих пакетів (проблеми екології), фосфорний календар (проблема вимирання тварин), календар із сірників (проблема використання енергії), календар для бренду «Huggies» та інші.

Важливою частиною композиції в дизайні календаря є шрифт. Серед популярних сайтів з безкоштовними шрифтами можна виділити: Google Fonts, Font Squirrel, FontSpace, DaFont, Behance, FontStruct та 1001 Fonts [9]. Завдяки величезній кількості шрифтів, розробник має змогу вдало поєднати свою ілюстрацію з обраним шрифтом, створивши взаємозв'язок усіх елементів. Єдиним недоліком є те, що безкоштовні шрифти

використовують значно частіше, тобто їхня унікальність розсіюється на тлі платних зразків.

Необхідним аспектом створення єдиної композиції є поєднання шрифтів між собою [10]. Популярними сайтами, які допомагають дизайнерам створити вдале поєднання шрифтів є: GOOGLE TYPE, TYPE GENIUS, JUST MY TYPE, BLENDER, FONT COMBINATOR BY TYPOTHEQUE, тощо.

Ще більш важливим є створення балансу між авторською ілюстрацією (зображенням) та шрифтом. Популярними сайтами, які пропонують вирішення цієї проблеми, є: Infogra, Likeni, blog.pioneers, тощо [11].

Створення сучасного та комерційного календаря залежить від багатьох аспектів. Наприклад, актуальність та новизна ідеї, якість та стиль виконання, практичність у застосуванні, тощо. Сьогодні, коли календарі набули масштабного застосування, дизайн календаря є чи не найголовнішою складовою, яка впливає на те, чи стане календар популярним. Сучасні тренди в графічному дизайні та ілюстрації намагаються привернути свою увагу до технік, які ще не набули такого масового застосування та зберегли свою практичність [12]. Однак, попри важливість наслідування сучасних технік, головною в розробці авторського календаря залишається ідея. Завдяки вдалій ідеї автор може сказати значно більше, ніж, наприклад, застосування вдалого поєднання кольорів на ілюстрації. Оригінальний концепт значно більше сприяє увазі користувача, ніж наслідування сучасних тенденцій, адже актуальність певних трендів постійно змінюється і те, що було нещодавно популярним, сьогодні може втратити свою важливість.

Найбільш популярні сучасні тенденції у графічному дизайні та в ілюстрації, що можуть стати в нагоді при розробці авторського календаря, описані нижче:

Ефект «пластилінової глини» - тренд, що уособлює пошуки прекрасного в неідеальних формах. Цей тренд створюється за допомогою справжнього пластиліну та цифрової техніки. Ключовими його елементами є: нерівні поверхні, виконані цифровою технікою та з допомогою справжнього пластиліну; тема пошуку ідеального в неідеальному; заохочення до постійних метаморфоз, пошуку нових форм. На відміну від традиційного 3D дизайну, який містить в собі ідеальні форми та рівні поверхні, тренд графічного дизайну «Пластилінова глина» (рис. 1) уособлює деяку неакуратність та свободу форми, такі роботи нагадують дитяче ліплення, тому комусь може здатися, що техніка є занадто «простою» для сучасного дизайну. Однак вона постійно видозмінюється, завдяки поєднанню різноманітних форм та кольорів, дизайнер може втілити будь-яку свою ідею, такий стиль ідеально підійде для розробки дитячого календаря або проекту з пригодницьким сюжетом, тому даний стиль не варто недооцінювати.

3D стиль Мемфіс – напрямок у мистецтві, чия популярність досягла вершини у 80-х роках, знову повертається. Цього разу він заповнив сферу графічного дизайну. Ключовими його елементами є: відродження колись популярного стилю 80-х через призму 3д реальності; поєднання сміливих форм тривимірної геометрії та яскравих кольорів; спонукання до пошуку незвичного в традиційному. Усі форми стилю Мемфіс засновані на однаковій концепції проектування, проте вони мають великий спектр можливостей. Тенденція добре підходить для створення персонажів (рис. 2) та яскравих незвичних ілюстрацій, тому вона може бути чудовим варіантом для розробки власного календаря.

«Чистий» стиль. На відміну від яскравого стилю Мемфіс, «чистий» стиль пропагує стриманість в дизайні, він ставить собі за мету наповнити світ гармонією та чистотою і є

вдалим варіантом для застосування тоді, коли дизайнер хоче звернути більшу увагу на сенс розробки, а не на її графічне вирішення. «Чистий» стиль як тенденція графічного дизайну не має узорів, різноманітних орнаментів або прикрас, адже ставить собі за мету звернути увагу на те, що є дійсно важливим. Ключовими елементами дизайну «Чистий» стиль є: дизайн без хаотичності, в якому відсутні узорі, зайві прикраси та орнаменти; кольорова палітра, в основному, складається з білого кольору та його відтінків; тенденція може бути виконана з допомогою 3Д дизайну, або плоского мінімалізму; основний аспект - фокусування на ідеї, а не на оформленні. Стиль буде доцільним в розробці календарів для певних студій, офісних фірм, або може стати в нагоді дизайнерам, які хочуть сфокусувати увагу користувача, перш за все, на ідеї їхнього проекту.



Рис. 1. Приклад використання тренду «Пластлінова глина»



Рис. 2. Приклад використання тренду «3D стиль Мемфіс»

Триповий дизайн. Цей стиль дизайну пропонує застосування сюрреалізму як виклику популярним сьогодні візуальним ефектам. Дизайн «Тріпу» - це подорож у неіснуючу реальність. Trippy Design не має особливих правил, окрім умови викривлення та зміщення реальності настільки, наскільки дозволяє натхнення та фантазія. Дизайнери при цьому поєднують декілька стилів, які можуть бути логічними або беззмістовними взагалі. Послідовність чи поєднання стилів також не має правильного порядку. Проте дизайн Тріпу точно бунтарський та легко запам'ятовується. Даний стиль і тенденція чудово підійде для створення календаря у стилі коміксів та відтворення нереальних вимірів. Ключові елементи дизайну Тріпу в

2025 році: змішування стилів, яке не відповідає логіці; сюрреалістичне зображення, виконане цифровою графікою; відхід від усіх відомих правил в ілюстрації.

Неонові та абстрактні «мультяшні наклейки». Звичайні наклейки були дуже популярними впродовж кількох десятиліть, вони стали доступним для кожного. Сьогодні, з появою нових технологій, наклейки еволюціонували та стали предметом цифрового дизайну. Тепер вони представляють все більше різновидів, наділені різноманітними формами та кольорами, тощо. Серед багатьох стилів найбільше вирізняється неонові та абстрактні наклейки. Багато сучасних цифрових наклейок залишаються в категорії абстрактного «мультяшного» стилю, усі вони наповнені нереальними елементами, навіть наклейки з надписами. Такий стиль може стати актуальним для дизайнерів, які є прихильниками абстрактного мистецтва, зокрема, використання наклейок в календарі може викликати більшу цікавість користувача та збільшити варіанти застосування календаря. Ключові елементи тенденції цифрових наклейок: неонові та абстрактні «мультяшні наклейки» є значно популярнішими, ніж інші види цієї продукції; деякі наклейки нагадують традиційні плоскі наклейки, тоді як інші мають об'єм та рухаються; абстрактний стиль наклейок передає сенс художніх малюнків.

Ретро-плоский стиль 70-х. Сьогодні до трендів повертається сміливий, яскравий, плоский дизайн, що був актуальним у 70-ті роки. Незалежно від складності форми, для таких композицій, перш за все, обирають насичені кольори. Кольори доповнюють один



Рис. 3. Приклад використання тренду
«Ретро-плоский стиль 70-х»

одного та створюють цілісну композицію. Значним елементом у цьому стилі є тонкий чорний контур, ціль якого - виділити однотонні плоскі елементи один з-поміж інших (рис. 3).

Типографіка також є частиною загальної композиції, звертаючи на себе увагу великими округлими буквами. Часто шрифти можуть виступати основною частиною композиції. Популярним є застосування товстого контуру з 3Д ефектом, аби літери виокремлювалися. Стиль набув популярності завдяки додатку Figma. Незважаючи на простоту стилю, він виглядає

гармонічно і привертає до себе увагу. Тренд буде актуальним для тих дизайнерів, які хочуть викликати почуття ностальгії за минулим у користувача, за допомогою нього можна створити актуальні ілюстрації для календаря, що будуть виділятися на тлі популярної 3д графіки.

Ключові елементи ретро-плоского дизайну 70-х: сміливі насичені кольори, які гармонійно виглядають разом; всі елементи дизайну мають тонкий чорний контур; літери мають об'ємну округлу форму із застосуванням тривимірної тіні або простої чорної обводки.

Спрощений 3Д стиль. Основу цього стилю складають базові геометричні фігури, що максимально спрощують всі елементи зображення. Великі, плоскі, прості форми поєднують разом, аби створити цілісний та впізнаваний об'єкт. Ще однією причиною популярності тривимірного спрощеного дизайну є те, що прості тривимірні форми, такі як куб, циліндр, сфера, входять до тих, які впливають на наше сприйняття світу в ранньому дитинстві. Через те, що стиль використовує мінімальну кількість деталізації, він добре підходить для розробки іконок. Проте в великих масштабах цей дизайн перетворюється в зображення, що нагадує гору дитячих іграшок. Ключовими елементами спрощеного 3Д дизайну є: зведення деталей до мінімуму (довершеність в простоті); головна деталь - прості, плоскі геометричні фігури, такі, як куби, циліндри, тощо; добре зрозумілі, знайомі форми, що нагадують дитячі іграшки.

Абстрактні лайн-арт персонажі. Персонажі - важлива частина графічного дизайну та ілюстрації, адже вони оживляють зображення та роблять його більш цікавим для людського ока. Дизайн персонажів дозволяє втілити в життя найрізноманітніші ідеї, вони можуть бути будь-якого кольору та вигляду. Сьогодні серед великої кількості стилів популярності серед розробки персонажів набув абстрактний лайн-арт, який наділяє персонажів нестандартною зовнішністю та ретро-атмосферою. Зазвичай за допомогою такого стилю роблять повністю вигаданих персонажів, які об'єднуються простими характеристиками дизайну - плоским лінійним малюнком та яскравими кольорами, які уособлюють ретро-атмосферу. Тенденція стане в нагоді дизайнеру, який прагне створити календар з максимально неординарними персонажами, тим самим виділивши його з-поміж інших. Ключові елементи абстрактних лайн-арт персонажів: плоский лінійний стиль в

поєднанні з насиченими кольорами, що символізують епоху ретро-стилю; викривлення пропорцій та поєднання тварин, предметів та людських рис; персонажі, яких не можна порівняти ні з чим.

Палітра кольорів веселки. На сьогодні очевидно, що яскраві кольори, незалежно від стилю, стали ключовою сучасною тенденцією. Різнокольорові дизайни стають дуже популярними, зокрема техніка, що застосовує всі кольори веселки. З одного боку, така палітра є втіленням різноманітності, з іншого – переносить глядача в інший яскравий світ, де немає місця нудній повсякденності. Техніка стане в нагоді при розробці дитячих календарів, а також додасть будь-якому проекту яскравості. Ключові елементи дизайну Rainbow Palette Colors: основу складають кольори веселки; трапляється в поєднанні з іншими сучасними трендами дизайну; представляє різноманітність в усіх його формах.

«Природний» дизайн. Тенденція, що надихається природою, передаючи свої ідеї через неясні землі тони, натуральні матеріали, текстури та форми, не втрачає своєї популярності. Крім того, створений під впливом природи дизайн є чудовим інструментом для здобуття рівноваги почуттів, оскільки він посилює відчуття внутрішнього спокою та гармонії. Звісно, навіть в дизайні, створеному під впливом природи можна реалізувати елементи уявної реальності, такі як об'єкти яскравих квітів, або навіть величезні яскраві літери (рис. 4). Тренд є актуальним для дизайнерів, які хочуть наділити свої проекти гармонійністю та зменшити прірву між уявним та реальним, використовуючи вдалі поєднання. Ключові елементи тенденції дизайну, натхненого природою: приглушені землі тони, натуральні матеріали та текстури; рівновага почуттів, передавання відчуття внутрішнього спокою та рівноваги; застосування в деяких проектах поєднання природи та уявних елементів.

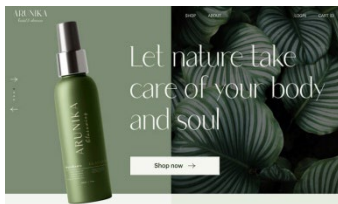


Рис.4. Приклад використання тренду «Природний дизайн»

ВИСНОВКИ

Отже, на сучасному ринку авторський дизайн календарів продовжує свій розвиток. Сьогодні завдяки швидкому оновленню трендів та тенденцій, дизайнери мають великий вибір для розробки власного календаря, адже завдяки величезній кількості різноманітних технік, творці та ілюстратори можуть тепер втілити в життя будь-яку задуману ідею. Основними тенденціями є: поєднання простих форм, наслідування стилю 70-х та 80-х років, застосування яскравих кольорів, 3D стиль у його нових формах та поєднаннях, дизайн з природних елементів, тощо.

Поради щодо створення сучасного авторського календаря:

1. Звернути увагу на ергономічність та багатофункціональність календаря. Для користувача проект, що містить в собі додаткові функції, буде значно цікавішим, ніж просто гарно оформлений календар. Завдяки вдалій ідеї дизайнер може створити розробку, що буде орієнтована на максимальну взаємодію з користувачем, а надання проекту змістовності зможе, наприклад, привернути увагу до соціальних, екологічних та інших важливих проблем людства.

2. Використовувати шрифти, які доповнюють ілюстрацію (дизайн календаря). Типографіка – цілий всесвіт буквених форм, тому дизайнер має добре розумітися на

шрифтах, аби обраний варіант не просто не псував композицію, а ставав її важливим елементом.

3. Застосовувати яскраві кольори. Майже в усіх цьогорічних трендах колір відіграє важливу роль. Сьогодні дизайнер може не турбуватися про «перенасичену композицію», адже незалежно від обраного стилю (спрощений 3D дизайн чи ретро), застосування яскравості та гармонійних, за насиченістю, тонів ніяк не зіпсує дизайн календаря.

4. Наділяти онлайн-календарі додатковими функціями та концептуальністю. Поєднання функціональності з вдалою графічною ідеєю можуть додати календарю популярності.

5. Зважати на психологію сприйняття користувача. Емоційний вплив певної дизайнерської розробки на користувача не є одним із найголовніших критеріїв створення авторського календаря, проте він все таки має вагу.

Сьогодні традиційні календарі та календарі-онлайн продовжують бути невід'ємною частиною життя багатьох користувачів. Щоб створити актуальний авторський календар слід не забувати про тренди в графічному дизайні та ілюстрації. Адже вони є головною допоміжною ланкою в розробці продукту, що користується попитом.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Oberdorf J. (2022). 18 DIY Advent Calendars for Your Christmas Countdown, Retrieved from <https://www.parents.com/holiday/christmas/crafts/>.
2. Fowler-Hainen N. (2022). 7 Visual Trends in Media and Publications. Retrieved from <https://www.calendar.com/blog/visual-trends>.
3. Plociennik K. (2022). Calendar Printing Trends: 5 Types of Calendars Popular Today. Retrieved from <https://baba-blog.com/calendar-printing>.
4. Дитяшова І. (2016). Психологія сприйняття шрифтів або як керувати настроєм споживачів. Retrieved from <https://koloro.ua/ua/blog/dizain>.
5. Christiaan. (2021) How to make awesome and unique calendar designs. Retrieved from <https://designbro.com/blog/guides/how-to-make-awesome-and-unique-calendar-designs>.
6. Suraci A., (2022). Picture a Better You: How Google Calendar Uses Illustration to Help You Reach Your Goals, Retrieved from <https://aigasf.org/picture-a-better-you>.
7. Гуменюк Є. (2022). 10 кращих сайтів з безкоштовними матеріалами для дизайнерів. <https://freelance.today/poleznoe/10-luchshih-saytov-dlya-graficheskikh-dizaynerov>.
8. Indeed Editorial Team, (2022). Features and benefits of using free online calendars, Retrieved from <https://uk.indeed.com/career-advice/career-development/free-online-calendars>.
9. Сіддікві Д. (2016). 15 сервісів для підбору шрифтових пар. <https://freelance.today/poleznoe/15-servisov-dlya-podbora-shriftovyh-par.html>.
10. Олейніченко К. (2018). Поєднання шрифтів <https://awdee.ru/sochetanie-shriftov>.
11. Штанг І. (2018). Як подружити текст з картинкою? <https://awdee.ru/podruzhit-tekst-s-kartinkoj>.
12. Pavlova I., (2023). Graphic Design Trends 2023 Are Shaping the New Reality <https://graphicmama.com/blog/graphic-design-trends-2023>



УДК: 676.016:504.06

БІБІК Вікторія, ГАВРОШ Оксана, КОФЕЛЬ Олександр
Закарпатська академія мистецтв

ЕКОЛОГІЧНИЙ ДРУК: СУЧАСНІ ПІДХОДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

Анотація. У роботі розглядаються сучасні тенденції в екологічному друці, зокрема використання органічних барвників, отриманих з природних відходів, і застосування методів екстракції для їх отримання. Оцінюється економічна ефективність використання природних барвників в текстильній та упаковковій промисловості, порівняно з традиційними синтетичними матеріалами. Визначено переваги та недоліки екологічного друку в контексті енергетичної ефективності та зменшення екологічного сліду.

Ключові слова: екологічний друк, природні барвники, органічні відходи, фарбування, текстильна промисловість, екологічні стандарти.

Abstract. The paper discusses current trends in ecological printing, specifically the use of organic dyes derived from natural waste materials and extraction methods for their production. The economic efficiency of using natural dyes in the textile and packaging industries is evaluated compared to traditional synthetic materials. The advantages and disadvantages of ecological printing are identified in the context of energy efficiency and reducing the ecological footprint.

Keywords: ecological printing, natural dyes, organic waste, dyeing, textile industry, ecological standards.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У зв'язку з глобальними проблемами забруднення навколишнього середовища, актуальність пошуку альтернативних екологічних технологій виводить на передній план питання впровадження екологічного друку. Ця технологія, що включає використання природних барвників та зменшення токсичності відходів, сприяє зниженню негативного впливу на довкілля.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасна наукова думка у сфері екологічного друку формується на перетині матеріалознавства, хімії, біотехнологій та дизайну. В останні роки зросла кількість досліджень, присвячених розвитку технологій, що мінімізують шкідливий вплив на довкілля, зокрема, через використання альтернативних розчинників, біорозкладних носіїв, та природних барвників.

Дослідження екологічного друку останнім часом набирає потужностей, оскільки індустрія друку та поліграфії активно шукає шляхи для зниження свого екологічного

впливу. Відзначається значна увага до застосування природних барвників і альтернативних технологій друку, що знижують використання шкідливих хімічних речовин і зменшують викиди CO₂.

Одним із основних напрямів у галузі екологічного друку є перехід на використання екологічно чистих фарб і матеріалів. Зокрема, А. Гонсалес у своєму дослідженні «Sustainable Paper Printing: Trends and Environmental Challenges» акцентує увагу на розробці нових методів, які дозволяють знижувати негативний вплив традиційних барвників на навколишнє середовище. Автор пропонує впровадження природних барвників, отриманих із рослинних та інших біологічних матеріалів, що є важливим кроком у напрямку зменшення забруднення [2].

Іншою важливою проблемою є використання водних барвників, що також знижують токсичний вплив на довкілля. Н. Антонюк у статті «Екологізація поліграфічної промисловості як напрям сталого розвитку: сучасні тенденції та перспективи» підкреслює, що екологічне друкарство є важливим етапом для досягнення сталого розвитку поліграфічної галузі. Вона зазначає, що використання таких матеріалів дозволяє зменшити споживання води та енергоресурсів, що в кінцевому підсумку знижує витрати та покращує екологічні показники друкарських підприємств [1].

Також заслуговують на увагу дослідження С. Зубченка, який вивчає вплив альтернативних технологій друку на стан навколишнього середовища в роботі «Вплив альтернативних технологій друку на стан навколишнього середовища». У своїй статті автор зазначає, що сучасні альтернативи, такі як UV-друк, здатні значно знизити рівень забруднення завдяки скороченню використання летких органічних сполук (ЛОС) і підвищеній енергоефективності процесу [4].

Ще одним напрямком досліджень є біодеградація синтетичних барвників. Т. Мельничук у статті «Біодеградація синтетичних барвників за допомогою бактеріальних культур» відзначає важливість використання мікроорганізмів для очищення стічних вод, що дозволяє ефективно усувати забруднювальні речовини, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу [6].

Окрім того, А. Качан у своїй праці «Технології екологічного друку у світовій поліграфії» обговорює основні технології екологічного друку, зокрема використання біорозкладних полімерів і фарб на водній основі. Вона зазначає, що такі технології мають великий потенціал для зменшення екологічного сліду, оскільки вони не містять токсичних речовин і здатні до біодеградації [5].

Загалом, можна відзначити, що сучасні дослідження вказують на тенденцію зменшення впливу поліграфії на довкілля шляхом використання натуральних барвників, новітніх технологій друку та вдосконалення методів переробки відходів. Проте ще залишається низка проблем, що потребують подальших досліджень, зокрема щодо економічної ефективності таких технологій та впливу на довгострокову екологічну стабільність.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є оцінка впливу екологічного друку на промисловість та навколишнє середовище, зокрема через аналіз економічної ефективності використання природних барвників на прикладі органічних відходів, а також вивчення перспектив використання новітніх екологічних технологій у виробництві. Завданнями роботи є: 1) проаналізувати сучасні наукові підходи до екологічного друку; 2) дослідити способи

отримання барвників з органічних відходів та оцінити ефективність методів екстракції; 3) визначити економічні переваги використання природних барвників у поліграфічній і текстильній промисловості; 4) порівняти екологічний вплив природних і синтетичних барвників.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Екологічний друк, як сучасна технологія, активно інтегрується в різні галузі промисловості завдяки своїм перевагам у збереженні природних ресурсів, зниженні токсичності відходів та оптимізації енергетичних витрат. Цей підхід охоплює використання барвників, отриманих з органічних відходів, що має значний потенціал для зменшення впливу на довкілля, порівняно з традиційними синтетичними матеріалами.

Технології екологічного друку та методи фарбування природними барвниками. Основною особливістю екологічного друку є використання натуральних барвників, одержаних з органічних відходів. Останні дослідження показують, що такі барвники мають значні переваги в порівнянні з синтетичними, оскільки вони біорозкладні і не створюють шкідливих відходів при виробництві. Найбільш поширеними джерелами природних барвників є рослинні матеріали, такі як шкірка буряка, груші, кактуса та фікуса Бенджаміна.

Методи екстракції природних барвників з органічних відходів різняться залежно від типу сировини. Наприклад, для екстракції барвників із шкірки буряка використовують водний розчин з добавкою лимонної кислоти, що дозволяє отримати насичений червоний колір. Водночас, для екстракції з груші та кактуса застосовують методи нагрівання при різних температурних режимах, що дає змогу досягти більш яскравих і стійких відтінків.

Економічний ефект використання природних барвників є важливим фактором для промисловості. Оскільки природні барвники часто можна отримати з аграрних відходів, це знижує витрати на сировину. Крім того, виробництво таких барвників потребує менше енергії, ніж синтетичні аналоги. Це дозволяє зменшити виробничі витрати, що робить екологічний друк не лише більш сталим, а й вигідним для бізнесу.

Згідно з дослідженнями, вартість екстракції природних барвників із відходів рослинної сировини може бути в два-три рази нижчою за вартість традиційних синтетичних барвників [1], особливо якщо врахувати енергетичні витрати на їх виробництво та утилізацію. Однак, важливо зазначити, що варіативність барвників, які можна отримати з різних рослин, вимагає вдосконалення технологій екстракції, що підвищить стабільність та якість кінцевих продуктів.

Проблеми та перспективи впровадження екологічного друку в промисловість. Зважаючи на всі переваги екологічного друку, існують певні проблеми, які обмежують його масове впровадження. Однією з основних проблем є технологічна складність та необхідність спеціалізованих методів екстракції барвників з природних відходів. Необхідно розробити більш ефективні та економічно вигідні методи екстракції, а також удосконалити техніку нанесення барвників на різні матеріали, що дозволить покращити стійкість кольору та зменшити витрати на виробництво.

Ще одним важливим аспектом є необхідність забезпечення постійної якості природних барвників. Оскільки ці барвники залежать від сезонних та регіональних змін в аграрному секторі, важливо створити систему контролю якості, яка забезпечить стабільність відтінків та властивостей барвників, навіть в умовах змінних умов виробництва.

Однією з основних переваг екологічного друку є відповідність сучасним екологічним стандартам, що стає критично важливим для міжнародної торгівлі та регуляцій. Деякі країни, зокрема в Європейському Союзі, вже активно впроваджують сертифікацію продукції на основі екологічних норм. В Україні також спостерігається поступовий рух до впровадження таких стандартів, зокрема через необхідність скорочення викидів CO₂ і використання матеріалів, що не завдають шкоди навколишньому середовищу.

Згідно з дослідженнями, екологічна сертифікація продукції дозволяє не тільки знизити вплив на навколишнє середовище, а й збільшити попит на екологічно чисті продукти серед свідомих споживачів. Крім того, впровадження міжнародних стандартів у галузі екологічного друку допоможе забезпечити стабільний розвиток цієї технології, підтримуючи інновації та сталий розвиток.

ВИСНОВКИ

Екологічний друк є важливим напрямом розвитку сучасних технологій, спрямованих на збереження навколишнього середовища. Використання природних барвників, отриманих з органічних відходів, дозволяє значно знизити екологічний слід і економічно вигідно замінити традиційні синтетичні барвники. Однак, для широкого впровадження цієї технології необхідно вирішити проблеми, пов'язані з екстракцією барвників та контролем якості продукції. Водночас, розробка нових методів виробництва та удосконалення екологічних стандартів допоможе забезпечити сталий розвиток екологічного друку в майбутньому.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Антонюк Н. В. Екологізація поліграфічної промисловості як напрям сталого розвитку: сучасні тенденції та перспективи. *Вісник Національного авіаційного університету*, 2021. Серія: Екологія, 18(2), 45–52. URL: <https://doi.org/10.18372/2306-1472.18.15845> (дата звернення: 14.02.2025).
2. Гонсалес А. *Sustainable Paper Printing: Trends and Environmental Challenges*. Journal of Green Design, 2022. 11(3), Р. 105–118.
3. Гринько М. О. Використання рослинних барвників у текстильній промисловості: екологічні аспекти. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія «Хімія», 2021. Вип. 3(47). С. 57–64.
4. Зубченко С. В. Вплив альтернативних технологій друку на стан навколишнього середовища. *Екологічні перспективи*, 2020. Вип. 2(38). С. 22–29.
5. Качан А. І. Технології екологічного друку у світовій поліграфії. *Друкарство і сучасність*, 2019. Вип. 4(12). С. 15–21.
6. Мельничук Т. С. (2020). Біодеградація синтетичних барвників за допомогою бактеріальних культур. *Біотехнологія XXI століття*, 2020. Вип.1(28). С. 33–41.

УДК 502.174

ГРЕСИК Юлія, ЛЕЛИК Ярослав, ЛЕСИК-БОНДАРУК Оксана
Луцький національний технічний університет

БАМБУК ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЕКО-МАТЕРІАЛ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ

Анотація. У роботі представлено основні переваги використання бамбуку як екологічно чистого матеріалу для дизайну інтер'єру. На даний час все більше дизайнерів використовують бамбук при створенні своїх проєктів, тому що цей матеріал має багато переваг – в першу чергу завдяки природним властивостям. Бамбук вважається багатофункціональною рослиною, матеріал часто використовують як для оформлення інтер'єру, так і для екстер'єру.

Ключові слова: еко-матеріали, технологічність, середовище, інновації, дизайн інтер'єру.

Abstract. The work presents the main advantages of using bamboo as an environmentally friendly material, this is bamboo. Currently, more and more designers are using bamboo in their created projects because this material has many advantages due to its natural properties. Bamboo is considered a multifunctional plant, the material is also used for interior decoration. Exterior.

Keywords: eco-materials, manufacturability, environment, innovations, interior design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Тема впровадження інноваційних матеріалів в дизайн інтер'єру є новим трендом, який доволі стрімко розвивається. Сьогодні все більше дизайнерів прагнуть підкреслити екологічність і ергономічність простору, переходячи на альтернативний варіант – еко-матеріали. Бамбук - це швидкоростуча і екологічно чиста рослина, яка часто використовується для оздоблення інтер'єрів завдяки своїй міцності та природній красі. Бамбук виростає на 80 см на день, та майже 4 см на годину. Бамбук також відомий своєю висотою – він може вирости до 40 метрів [5]. Завдяки цим характеристикам бамбук вважається однією з найбільш регенеративних рослин на планеті.

Проблеми, які можна усунути шляхом покращення рівня обізнаності: збільшення поінформованості сприятиме тому, що люди почуватимуться більш впевнено під час вибору інноваційних матеріалів, таких як бамбук. Вони також матимуть вищий рівень довіри до їхньої надійності та зручності у використанні в повсякденному житті. Також можна сприяти мінімізації негативних наслідків для екології на масштабованому рівні.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Бамбук - це екологічно чистий матеріал, який використовують у багатьох сферах діяльності, розпочинаючи від будівництва та завершуючи елементами інтер'єру та екстер'єру [1;2;3]. У Київському національному університеті будівництва та архітектури відбулася виставка екологічно чистих матеріалів. Результатом виставки стало підвищення обізнаності щодо екологічно чистих матеріалів для студентів та викладачів. Виставка зокрема сприяла поширенню знань про переваги екологічних матеріалів, таких як бамбук, який був представлений, а в результаті у студентів підвищився стимул до їх подальшого використання у майбутніх проєктах [8].

Відомими прихильниками використання бамбуку у дизайні інтер'єру є такі бренди: IKEA, Herman Miller, Moooi, Nanimarquina, Emeco. Великі рітейлери, такі як Kvadrat, Vestre, Emeco, Herman Miller, Moooi та багато інших брендів, які не ввійшли в цей список, роблять акцент на таких проблемах: 1) мінімізація викидів в атмосферу в масштабних рівнях; 2) зменшення надмірного використання матеріалів; 3) зменшення викидів у світовий океан [4;5;9].

Наприклад, компаніями, які підтримують еко-матеріали в Україні, є EcoDesign, Greenbuild, BioHome та EkoMaterial. Вивчаючи інформацію можна зробити висновок що впровадження інноваційних технологій, які використовують великі компанії для створення свого унікального та екологічного продукту.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз різних аспектів використання еко-матеріалу бамбуку в дизайні інтер'єру.

Мета дослідження: аналіз і вивчення переваг використання бамбука як екологічного та функціонального матеріалу від початку будівництва до оздоблення інтер'єру, а також вивчення його потенціалу.

Поставлені завдання: дати характеристику бамбуку як багатофункціонального матеріалу для дизайну інтер'єру; дослідити властивості бамбуку в організації простору в інтер'єрі; проаналізувати можливості використання бамбуку в дизайні інтер'єру.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сьогодні різноманіття еко-матеріалів вражає. Дизайнери модернізують та створюють колаборації нових цікавих ідей та їх втілення. Зараз дизайнери частіше використовують такі матеріали, як бамбук, корок, пінобетон, біорозкладний пластик, природні волокна, відновлювану деревину та багато інших.

Еко-дизайн почав формуватися у середині XX століття під тиском глобальних екологічних проблем. Усе більше людей почало усвідомлювати необхідність змін. Потрібно зазначити, що еко-стиль у виробництві формувався у багатьох зарубіжних країнах (Австралія, Норвегія, Швейцарія, Німеччина, Франція, Іспанія, Японія) вже не один десяток років [1;2;3;4].

Бамбук є багатофункціональним матеріалом і використовується у багатьох аспектах будівництва. Наприклад, на малюнку 1 (засіб декору) надано зображення, яке демонструє його використання як засіб декору в екстер'єрі. Бамбукову обшивку використано через численні переваги: вона має теплоізоляційні властивості, що допомагають зберігати тепло взимку та охолоджувати влітку. Крім того, бамбук має естетичний вигляд, швидко виростає і не потребує великих затрат енергії. Бамбук також має акустичні властивості, що допомагають зменшити шум і принести комфорт для буденного життя.

Бамбук також є одним з улюблених матеріалів для створення проєктів. Дизайнери приділяють значну увагу комфорту та естетичному інтер'єру. Наприклад, на малюнку 1 (Конструктивний елемент) зображено різні види меблів та конструкцій. Дизайнери обирають бамбук через численні переваги: водночас легкість та міцність. У конструкціях бамбук використовується як основний матеріал, який має антибактеріальний ефект.

Бамбук є чудовим засобом для організації та розділення простору. Наприклад, на малюнку 1 (Засіб організації простору) зображені бамбукові перегородки. Їхні плюси - це можливість розділення великих приміщень на зони та додавання шарму інтер'єру. Велика

перевага у різноманітному виборі відтінків, що допомагає додавати природні відтінки та текстури в інтер'єрі від традиційних до сучасних, створюючи унікальні рішення для організації простору.

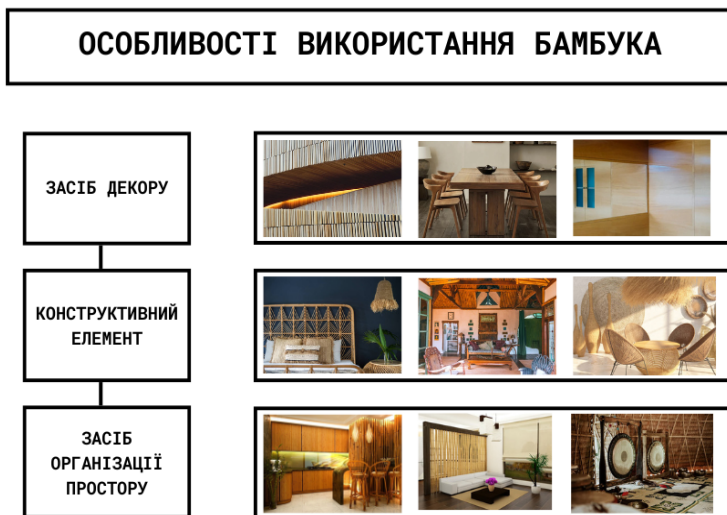


Рис. 1. Особливості використання бамбука.

Дизайнери використовують матеріал не тільки в оздобленні простору, а й у створенні ванних кімнат, санвузлів та кухонь завдяки природній стійкості до вологи та грибків, що характерно для цих зон.

Бамбук може служити матеріалом для облицювання стін або виготовлення декоративних панелей. Це додає інтер'єру теплий та природний вигляд, а також є стійким матеріалом, що може служити досить довго.

Бамбук часто використовується для виготовлення меблів, таких як столи, стелажі. Також цей матеріал чудово підійде для виготовлення паркетного покриття або власне покриття для підлоги [7;9].

Бамбук доцільно використовувати як перегородки та екрани в інтер'єрі – це легкий та екологічний матеріал. Ламелі та елементи стелі також можуть бути оформлені бамбуком – тут можна використати не лише його природні властивості як екологічно чистого матеріалу, а й хороші якості дизайнерського характеру.

Бамбук – чудовий помічник при створенні декорів та аксесуарів: наприклад, ліхтарі та світильники з бамбука створюють м'яке, розсіяне світло, яке додає атмосферності в кімнаті. Бамбук добре поєднуватися з іншими природними матеріалами, такими як дерево, камінь, льон, ідеально підходить для інтер'єрів, що включають природні мотиви.

Серед фірм, які використовують бамбук у створенні своїх технологій, можна виділити такі світові бренди, як IKEA, Herman Miller, Moooi та інші. Виробники

зазначають, що бамбук має природні універсальні теплі та холодні відтінки, які чудово підходять для створення комфорту та гармонії в оселі, робочому місці та у створенні затишку в міському середовищі.

ВИСНОВКИ

У роботі представлено дослідження екологічно чистого матеріалу, а саме бамбука. Доведено, що використання бамбука в будівництві та дизайні має значні переваги. Дизайнери все більше інтегрують екологічно чисті матеріали для своїх проєктів, тому що бамбук є перспективним та довговічним матеріалом. Світові компанії почали використовувати бамбук завдяки його ергономічності, міцності та легкості. Не забуваємо про велику кольорову гаму та структуру, що допомагає створювати унікальні сучасні інтер'єри, які будуть стильні, екологічно чисті та функціональні.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Склер Л. Проект «Ікона». Архітектура, міста та капіталістична глобалізація. Вид-во Лабораторія, 2024. 416 с.
2. Іванов-Костецький С. Футуристичний дизайн як інструментарій прогнозування майбутнього. Архітектура: Львів. 2016. С. 12 – 19.
3. Годж С'юзі. Коротка історія архітектури. Стилі, будівлі, елементи, матеріали. Львів: Видавництво Старого Лева, 2024. 232 с.
4. Yuming Y., Kanglin W., Shengj P. et al. Bamboo Diversity and Traditional Uses in Yunnan, Mountain Research and Development. 2004. № 24 (2). P. 157–165.
5. Liu W., Huo Ch., Wang F. et al. Review of the Resources and Utilization of Bamboo in China. Bamboo. London : IntechOpen, 2018. 210 p.
6. Biotechnological Advances in Bamboo. The «Green Gold» on the Earth / Ed. by Z. Ahmad, Y. Ding, A. Shahzad. Singapore : Springer, 2021. 481 p.
7. Екологічний дизайн. URL: https://rep.btsau.edu.ua/bitstream/BNAU/8604/1/Ekolohichnyi_dyzain.pdf (дата звернення: 04.03.2025)
8. Глобальні тренди в будівництві на виставці екологічних будматеріалів. URL: <https://www.knuba.edu.ua/globalni-trendy-u-budivnyctvi-na-vystavczii-ekologichnyh-budmaterialiv-u-knuba/> (дата звернення: 04.03.2025)
9. Цікаві факти про бамбук. URL: <https://vseosvita.ua/library/cikavi-fakti-pro-bambuk-414673.html> (дата звернення: 04.03.2025)

УДК 725.1:747

ДЕРКАЧ Марія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНОГО КАМЕНЮ У ДИЗАЙНІ WELLNESS-ПРОСТОРІВ

Анотація. У статті розглянуто особливості використання природного каменю як елемента дизайну у сучасних wellness-просторах, які призначені для відпочинку та оздоровлення. Проаналізовано природні властивості цього матеріалу (міцність, стійкість, різноманітність текстур та забарвлення). Висвітлено тенденції та інноваційні підходи проєктування wellness-центрів та окремих медитаційних зон з використанням каменю.

Ключові слова: дизайн, wellness-простори, екологічність, камінь, функціональні особливості, використання.

Keywords. The article considers the peculiarities of using natural stone as a design element in modern wellness spaces, which are intended for relaxation and recovery. The natural properties of this material (strength, stability, variety of texture and color) were analyzed. Trends and innovative approaches to the design of wellness centers and separate meditation areas using stone are highlighted.

Keywords: design, wellness spaces, environmental friendliness, stone, functional features, using.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі людям складно повноцінно функціонувати без відпочинку, постійний стрес та швидкий ритм життя призводять до емоційного вигорання й фізичного виснаження, тому створення wellness-просторів сьогодні набуває актуальності. А такі місця, як спа, йога-студії, медитаційні простори, дозволяють відновити баланс між тілом і розумом.

Вибір засобів проєктування wellness-просторів потребує детального дослідження, оскільки важливу роль відіграють матеріали, які формують загальну атмосферу простору. Одним із таких матеріалів є природний камінь. Він володіє унікальними властивостями, що роблять його ідеальним для створення атмосфери спокою і гармонії. Важливо відзначити питання стійкості та екологічної безпеки каменю в контексті сучасних вимог до «зеленого» будівництва, що теж є дуже важливим аспектом дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останнім часом зріс інтерес до використання природних матеріалів, зокрема, каменю в дизайні середовища. Ряд досліджень та публікацій акцентують увагу на позитивному впливі натурального каменю, стверджуючи, що він допомагає у боротьбі зі стресом [3]. Естер М. Штернберг (Esther M. Sternberg) обґрунтувала аспекти впливу дизайну на здоров'я, включаючи роль натуральних матеріалів у створенні сприятливих для оздоровлення просторів [4]. Тому що природна текстура та відчуття стабільності, які надає камінь, допомагають людям почуватися більш спокійно і захищено, що є причиною зниження стресу в сучасному світі [4].

Проте наукових досліджень, присвячених використанню натурального каменю в інтер'єрі відпочинкових просторів, недостатньо, що пов'язано з новизною даної теми і розглядом особливостей дизайну wellness-просторів у контексті архітектурної естетики та інженерії [1].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення особливостей використання природного каменю у дизайні wellness-просторів, зокрема його вплив на створення комфортного, естетичного та сприятливого для відновлення середовища. Завданнями дослідження є вивчення впливу каменю на комфорт та естетику інтер'єру, аналіз властивостей природного каменю.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Природний камінь є популярним матеріалом у будівництві та оздобленні, що зумовлює зацікавленість дизайнерів його властивостями. Він широко використовується у дизайні wellness-просторів (табл. 1). Це пов'язано із властивостями даного матеріалу, а саме з міцністю, стійкістю, різноманітністю забарвлення й текстур, здатністю до акумулювання і зберігання тепла [4]. А у сукупності ці характеристики роблять камінь ідеальним для створення затишного та довговічного інтер'єру, зберігаючи первинний вигляд, навіть, після тривалого використання.

Однією із ключових особливостей використання природного матеріалу є можливість зонування відпочинкових зон, що сприяє створенню спокійного, гармонійного та зручного для відпочинку середовища. Стіни та перегородки з каменю допомагають створити візуально привабливий і функціональний простір. Кам'яні перегородки мають високу звукоізоляцію, що забезпечує здатність ізолювати одну зону від іншої. У поєднанні з іншими матеріалами простір стає більш світлим та відкритим, і більш приватним. Однак існує ризик створення небажаних ехо-ефектів, що порушує загальний спокій, тому сучасні дослідження зосереджені на тому, як правильно комбінувати камінь з іншими матеріалами, такими як дерево, тканини або спеціальні акустичні панелі, для досягнення ідеального балансу між звукопоглинанням і відбиттям [2]. Розробка рішень підсвічування стін з каменю призводить до створення унікальних інтер'єрів та екстер'єрів, підкреслюючи текстуру, колір і природну красу матеріалу. Такі рішення виконують як естетичну, так і функціональну роль.

Використання каменю має особливе значення у дизайні відпочинкових місць, так як даний матеріал широко використовується для підлогового покриття. Текстурована поверхня дозволяє запобігти ковзанню у місцях, де присутні водні об'єкти, тому це один із варіантів для спа, саун, медитаційних зон та йога-студій.

До особливостей використання каменю у дизайні wellness-просторів відносимо меблі та елементи декору з цього матеріалу. Показовим прикладом є кам'яні лави, столи, реєстраційні стійки з вбудованим освітленням, стелажі, скульптури тощо.

Враховуючи те, що камінь – це природний матеріал, то простір, де він є, наче, поєднаний із природою. Про таку єдність свідчать відтінки, текстури та природні візерунки каменю, що надають інтер'єру спокою і гармонії. Використовуючи камінь у wellness-просторах, дизайнери підкреслюють відповідне ставлення до навколишнього середовища, що також важливо для відвідувачів. Таким чином, камінь у дизайні wellness-просторів – це не лише питання естетики, а й спосіб створити простір, де природа стає частиною інтер'єру, даруючи відчуття спокою і глибокого зв'язку з навколишнім світом.

Таблиця 1

Практичні аспекти використання природного каменю у дизайні wellness-просторів



ВИСНОВКИ

У ході дослідження було встановлено, що використання природного каменю в дизайні інтер'єру впливає як на комфорт, так і на естетику приміщення. Аналіз властивостей каменю показав, що його текстурна різноманітність, довговічність і екологічність сприяють створенню гармонійного простору, що відповідає сучасним вимогам для дизайну wellness-просторів. А згідно вище наведеної таблиці, можна стверджувати, що природний камінь є універсальним матеріалом, який ефективно використовується для створення перегородок, підлогового покриття, меблів та декоративних елементів інтер'єру. Дослідження також підтвердило, що правильно підібраний камінь в поєднанні з інноваційними методами підсвічування максимально дозволяє розкрити його природну красу, створивши унікальний дизайнерський ефект і затишну, розслаблюючу атмосферу.

Таким чином, природний камінь є універсальним матеріалом, який має великий потенціал для застосування в інтер'єрі, завдяки своїм естетичним і функціональним характеристикам.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Бондар Л. Interior design in Ukraine. Interior design in Ukraine. Дизайн інтер'єру в Україні. Інтер'єрні рішення в комерційних приміщеннях. CP Publishing, 2020. 304 с.
2. Biofilico. Acoustic comfort and its importance for wellness – biofilico wellness interiors. 2020. URL: <https://biofilico.com/news/2020/9/3/acoustic-comfort-and-its-importance-for-wellness> (дата звернення: 03.12.2024).
3. Esther M. Sternberg M.D. Healing Spaces: The Science of Place and Well-Being. Belknap Press of Harvard University Press, London, England, 2009. 352 p.
4. William H. Stone: Natural, Sustainable, Inspirational, Publisher of Phaidon Press, 2019. 224 p.

УДК 725.57:747

КСЬОНДЗ Дарина, МИРОШНИЧЕНКО Іванна
Луцький національний технічний університет

ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ СОЛЯНИХ КІМНАТ

Анотація. У роботі розглянуто проектні особливості інтер'єрів соляних кімнат. Виділено природні, штучні та декоративні соляні кімнати, дизайн яких має не лише естетичне, але й функціональне значення. Основна мета проектування соляних кімнат – створення спокійної атмосфери, яка поєднує естетичну привабливість з терапевтичними властивостями. Такий простір ідеально підходить для зняття стресу, покращення дихальної системи та підвищення загального тону організму людини.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, соляна кімната, галотерапія, релаксація, соляні блоки.

Abstract. The work examines the design features of salt room interiors. Natural, artificial and decorative salt rooms are distinguished, the design of which has not only aesthetic but also functional significance. The main goal of designing salt rooms is to create a calm atmosphere that combines aesthetic appeal with therapeutic properties. Such a space is ideal for relieving stress, improving the respiratory system and increasing the overall tone of the human body.

Keywords: interior design, salt room, halotherapy, relaxation, salt blocks.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Одним із ефективних методів профілактики та підтримки здоров'я дихальної системи є галотерапія – терапія з використанням соляних кімнат [1]. Проте в умовах активного розвитку ринку оздоровчих послуг постає проблема: недостатня кількість досліджень про дизайн інтер'єру соляних кімнат.

Проектування соляних кімнат – це спеціалізований процес, який вимагає врахування низки аспектів для забезпечення оптимальної користі для здоров'я та приємної атмосфери. Інтер'єр соляних кімнат має на меті не лише створення привабливого простору, а й забезпечення умов для ефективної галотерапії. Необхідність пошуку дизайнерами креативного рішення інтер'єру вимагає проведення експериментів з використанням гімалайської солі, адаптації її до розмірів та просторових умов середовища, розробки звукових ефектів, проектування вентиляції та клімат-контролю. Виділені аспекти підтверджують актуальність обраної теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Галотерапія все більше інтегрується в сучасну практику лікування респіраторних захворювань. Основні результати медичних досліджень свідчать про позитивний вплив даного методу на здоров'я, хоча більшість досліджень вимагають подальшої верифікації [2]. Нещодавні досліді показали, що галотерапія поліпшує симптоми у пацієнтів з бронхіальною астмою та хронічним бронхітом, сприяючи зниженню запальних процесів у дихальних шляхах [4]. Інші дослідження підтвердили, що соляні частинки допомагають зменшити слиз у легенях і полегшують дихання, проте існує потреба у більших контрольованих клінічних випробуваннях [5].

Частина досліджень присвячена проблемі формування соляних шахт природного походження та дослідження їх кліматичних особливостей [3]. Проте аналіз проектних особливостей соляних кімнат потребує глибшого дослідження.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Основна мета дослідження є виявлення особливостей дизайну інтер'єрів соляних кімнат. Завдання дослідження є: 1) охарактеризувати поняття галотерапія та визначити її історичні корені; 2) класифікувати соляні кімнати за їх походженням та виявити особливості формотворення їх інтер'єру.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Галотерапія, що виникла в XIX столітті, використовує сіль для покращення дихальних функцій у пацієнтів із респіраторними захворюваннями [2].

Основним завданням дизайнерів було створити простір, який не лише естетично привабливий, але й функціональний для проведення галотерапії. Такі кімнати призначені для покращення здоров'я відвідувачів, особливо тих, хто страждає на респіраторні захворювання, через інгаляцію сольових частинок, що сприяють очищенню дихальних шляхів і зниженню запалень.

У дизайні соляних кімнат важливим чинником є розслаблююча та природна атмосфера, яка сприяє релаксації та зменшенню стресу [2]. Використання елементів з гімалайської солі, м'якого підсвічування та зручного розташування місць для сидіння допомагає створити спокійне середовище, яке поєднує терапевтичний та естетичний аспекти. На основі дослідження виявлено наступні види соляних кімнат: декоративні, штучні та природні (табл. 1).

Печери з природного соляного блоку створюють унікальний, природний простір, що сприяє релаксації та оздоровленню. Основним матеріалом виступають великі природні соляні блоки, зазвичай гімалайської солі, які надають печері тепло-рожевий відтінок. Блоки розміщують на стінах, підлозі та навіть стелі, щоб надати відчуття повного занурення в соляне середовище. М'яке підсвічування створює заспокоїливу атмосферу. Лампи всередині соляних блоків або світлодіодні підсвітки, встановлені за стінами, випромінюють тепле світло, яке підкреслює природні кольори солі. Використання нерівних, природних форм і текстур блокує світло та створює унікальну гру тіней. Це додає кімнаті органічності, нагадуючи про природні печери та сприяючи зануренню. Дизайн враховує підтримку оптимального рівня вологості й температури, що необхідно для збереження властивостей солі та забезпечення комфортних умов для відвідувачів. Для повноцінного ефекту деякі соляні печери обладнані системою звуку для трансляції м'якої музики або природних звуків, а також системами для ароматерапії, що додає заспокоїливий елемент у загальний досвід.

Дизайнери створюють кімнати штучним способом формуючи відповідний клімат. Тому виділяють сухі та вологі штучні кімнати. Дизайн таких кімнат має на меті створення атмосфери, що поєднує естетику та оздоровчий ефект. Соляні панелі або плитка виготовляються зі спеціально обробленої солі, зазвичай гімалайської, яка випромінює приємне рожеве або помаранчеве світло. Основні елементи дизайну кімнат з використанням таких матеріалів включають: соляні стіни та панелі; підлогу з дрібної солі або плитки; системи вентиляції та іонізації; м'яке освітлення; меблі та інтер'єрні акценти. Такий дизайн соляних кімнат ідеально підходить для спа-салонів та оздоровчих центрів, створюючи привабливий простір для релаксації та покращення здоров'я.

Таблиця 1

Види соляних кімнат

Вид соляної кімнати	Опис соляної кімнати	Зразок
Природні соляні кімнати	Стіни печер з великих блоків природної кам'яної солі, яка часто має характерний рожевий або помаранчевий відтінок, іони солі постійно потрапляють в повітря, що покращує якість дихання.	
Штучні кімнати з соляними панелями або плиткою - Сухі галокамери - Вологі соляні кімнати	Стіни облицьовані панелями або плиткою, виготовленою з солі. Такі панелі підсвічуються для створення приємної атмосфери. Вони не настільки ефективні, як природні блоки, але також виділяють соляні іони в повітря.	
Штучні декоративні соляні кімнати	Соляні блоки чи панелі використовуються переважно як декор, поєднуються з ароматерапією та світлотерапією, але їх лікувальний ефект менший, ніж у кімнат з галогенераторами.	

У сухих галокамерах дизайн створюється для ефективного проведення галотерапії в умовах, що імітують природне середовище соляних печер. Основні аспекти дизайну таких камер включають вибір матеріалів, освітлення, розташування меблів, а також використання спеціалізованого обладнання для подачі сухого соляного аерозолі. Стіни сухих галокамер часто покривають соляною плиткою або панелями з натуральної солі, що створює теплу та заспокійливу атмосферу. Для підлоги часто використовують дрібні кристали солі, які додають текстурного ефекту і підсилюють відчуття природності. Зазвичай в таких кімнатах застосовується м'яке, тепле освітлення, часто використовують світлодіодне підсвічування за панелями або спеціальні лампи, що імітують світло свічок для посилення ефекту релаксації. У галокамерах передбачено зручні крісла або шезлонги для того, щоб відвідувачі могли комфортно розслабитися протягом сеансу. Деякі камери також оснащують аудіосистемою для трансляції релаксуючої музики або звуків природи, що сприяє створенню повного ефекту занурення у терапевтичний простір. У кімнатах встановлюється спеціалізоване обладнання, яке розпилює дрібнодисперсний соляний аерозоль. Цей пристрій називається галогенератором і відповідає за рівномірне розповсюдження частинок солі по всьому приміщенню, що забезпечує ефективність терапії [4]. Сухі галокамери потребують продуманої вентиляційної системи та контролю вологості, щоб підтримувати відповідний мікроклімат для галотерапії. Це також запобігає накопиченню вологи, яка може пошкодити соляні поверхні. Сухе повітря з соляними частками знижує запалення та допомагає зменшити слизові виділення.

На відміну від сухих у вологих кімнатах підтримується підвищена вологість, часто з використанням фізіологічного розчину для створення "мочної" соляної атмосфери, яка м'якша для дихання. Ці кімнати забезпечують більш вологий мікроклімат, який наближений до умов природних соляних печер або приморського повітря. В них додається волога, що дозволяє підсилити інгаляційний ефект, а також покращити загальний комфорт відвідувачів. Як дизайн використовуються ті ж соляні панелі або блоки, що й у інших кімнатах, але матеріали є стійкими до впливу вологості, щоб зберегти свою структуру.

Центральним елементом дизайну є система, яка забезпечує контрольоване зволоження. Це - генератор туману або водяна система, що створює дрібнодисперсну вологу у повітрі. Вологість вимагає особливого підходу до вибору матеріалів для підлоги та меблів, які мають бути стійкими до корозії та розвитку мікроорганізмів. М'яке, тепле освітлення сприяє розслабленню, а поєднання світла і вологи створює ефект легкого туману, що нагадує атмосферу природної печери або морського узбережжя. Такі системи також допомагають забезпечити потік свіжого повітря для підвищення комфорту.

Декоративні соляні кімнати передбачають створення естетичного простору, що поєднує стильний дизайн із заспокійливою атмосферою. Такі кімнати не обов'язково призначені для терапії, але використовують соляні елементи, щоб створити унікальну атмосферу та привнести користь для здоров'я. Декоративні соляні кімнати часто використовують соляні панелі з гімалайської або морської солі, які підсвічуються зсередини, створюючи м'яке рожеве чи помаранчеве світло. Ці панелі, інтегровані у стіни, створюють стильний акцент або повноцінну соляну стіну для візуального ефекту. Освітлення відіграє важливу роль, підкреслюючи фактуру солі. Світлодіоди різних відтінків часто встановлюють за соляними панелями, щоб досягти ефекту природного сяйва. Це додає кімнаті теплу і затишну атмосферу, що сприяє розслабленню. Меблі зазвичай мінімалістичні, щоб не відволікати увагу від соляних елементів.

Використовуються м'які крісла або лавки, які підкреслюють затишок простору. Іноді в якості підлоги використовують дрібні кристали солі або декоративні килимки із природних матеріалів, щоб підкреслити природний мотив і забезпечити тактильне задоволення. Декоративні кімнати мають стіни з соляними мозаїками або комбіновані матеріали, наприклад, дерево і камінь, щоб створити контраст із соляними елементами та додати простору цікавих текстурних акцентів. Включення елементів, таких як водоспади або декоративні камені, може посилити відчуття природності та комфорту. Ці елементи добре поєднуються з соляною темою і додають візуальної привабливості, надаючи кімнати спокійний і розслаблюючий вигляд.

ВИСНОВКИ

У роботі показано, що соляні кімнати створені не лише для лікувальних цілей, а й для релаксації у спа та відпочивальних комплексах. Виділено три види соляних кімнат. Кожна з яких має свої унікальні можливості та дизайнерські рішення, що вирізняють їх між собою. Усі кімнати зроблені з солі, мають приємну атмосферу освітлення, та забезпечують звукову релаксацію. Природні соляні кімнати зроблені з природної гімалайської солі. Кімнати штучного походження зроблені з плит та облицьованого каміння. Такі кімнати створені для релаксації, відпочинку, та оздоровлення, окрім декоративних, вони створені виключно для релаксійних процедур.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Barber D., Malyshev Y., Oluyadi F., Andreev A., Sahni S. Halotherapy for Chronic Галотерапія (соляна кімната). URL: <https://median.kiev.ua/ua/galoterapiya-solyana-kimmnata> (дата звернення: 18.11.2024).
2. Respiratory Disorders: From the Cave to the Clinical. Alternative Therapies. Mar/Apr 2022. Vol. 28 (3). P. 52-56. URL: https://cdn.prod.website-files.com/6631ebadc99fdd1e37f3728e/665e65b15cc84f78b4de77cf_Halotherapy%20for%20Chronic%20Respiratory%20Disorders-%20From%20the%20Cave%20to%20the%20Clinical.pdf (дата звернення: 18.11.2024).
3. Frumkin A. Salt cave cross-sections and their paleoenvironmental implications. Geomorphology. 1998. Vol. 23. Issues 2–4. P. 183-191. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0169-555X\(98\)00002-6](https://doi.org/10.1016/S0169-555X(98)00002-6) (дата звернення: 18.11.2024).
4. Lal S. Clinical Trials Proving the Efficacy of Salt Therapy. *SelectSalt*. <https://selectsalt.com/halotherapy/clinical-trials-proving-the-efficacy-of-salt-therapy/> (дата звернення: 18.11.2024).
5. Peddibhotla S. M., Nair A., Joby A. The Effect of Halotherapy in Chronic Respiratory Disease: An Adjunct to Physiotherapy-A Narrative Review. *International Journal of Pharmaceutical Investigation*. 2024. № 14(2). P. 268–272. DOI: <https://doi.org/10.5530/ijpi.14.2.34> (дата звернення: 18.11.2024).

УДК 745.2:502.1:658.567

МАКІВСЬКА Вероніка
Київський національний університет технологій та дизайну

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКО-ДИЗАЙНУ

Анотація. У статті розглядаються основні проблеми, пов'язані з упровадженням принципів еко-дизайну в сучасну практику дизайну одягу, інтер'єру та предметного середовища. Проаналізовано перспективи розвитку цього напрямку в контексті сталого розвитку, інновацій та змін у споживчих уподобаннях. Розкрито роль дизайнерів як агентів змін у формуванні екологічної культури.

Ключові слова: еко-дизайн, сталий розвиток, інновації, екологічність, свідоме споживання.

eco-design principles in contemporary practices of clothing, interior, and product design. It analyzes the development prospects of this direction in the context of sustainable development, innovations, and changes in consumer preferences. The role of designers as change agents in shaping ecological culture is highlighted.

Keywords: eco-design, sustainable development, innovations, environmental friendliness, conscious consumption.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі екологічні виклики стають дедалі актуальнішими. Забруднення довкілля, зміна клімату та виснаження природних ресурсів вимагають переосмислення підходів до проектування та споживання матеріальних благ. Еко-дизайн, як напрямок, що поєднує естетичні, функціональні та екологічні принципи, стає важливою відповіддю на ці виклики. Проте його розвиток супроводжується низкою труднощів — від браку знань у фахівців до високої вартості екологічних матеріалів.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Еко-дизайн розглядається як інструмент сталого розвитку. У роботах провідних українських та зарубіжних дизайнерів підкреслюється значення використання перероблених та біорозкладних матеріалів, зменшення шкідливих відходів та енергозбереження у виробництві. Окремі дослідники, зокрема Л. Кучеренко, акцентують увагу на важливості трансформації свідомості споживачів через дизайн.

Згідно з дослідженнями World Resources Institute, індустрія моди є одним із найбільших забруднювачів довкілля, і її вплив на зміну клімату є значним. Багато брендів прагнуть зменшити свій вуглецевий слід, але стикаються з фінансовими та технологічними бар'єрами.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є виявлення основних бар'єрів у впровадженні еко-дизайну та окреслення можливостей для його розвитку в Україні. Завдання включають:

- Аналіз наявних екологічних рішень у сфері дизайну;
- Вивчення бар'єрів до впровадження еко-дизайну в масове виробництво;

- Оцінка соціально-культурного впливу еко-дизайну;
- Розробка рекомендацій для стимулювання розвитку еко-дизайну.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Серед основних проблем розвитку еко-дизайну — висока собівартість екологічних матеріалів, відсутність системного підходу до екологічної освіти дизайнерів, а також низький рівень обізнаності споживачів. Крім того, часто бракує підтримки з боку державних та комерційних структур.

Однак існують і значні перспективи. Зокрема, стрімко зростає попит на екологічні продукти серед молоді, активізуються громадські ініціативи з популяризації екосвідомості.

У дизайні інтер'єру популярності набувають природні матеріали, повторне використання меблів та декору, мінімалізм і локальне виробництво. Розвиток цифрових технологій відкриває нові горизонти для еко-дизайну. Зокрема, віртуальні примірки, 3D-моделювання та цифровий друк дозволяють зменшити кількість фізичних прототипів і, відповідно, зменшити витрати матеріалів. Це не тільки зменшує екологічне навантаження, а й пришвидшує виробничі процеси.

ВИСНОВКИ

Попри існуючі проблеми, розвиток еко-дизайну має великі перспективи. Це не лише тенденція, а необхідність для збереження природних ресурсів і підвищення якості життя. Важливим є підвищення рівня екологічної культури як серед дизайнерів, так і серед споживачів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Еко-стиль у дизайні: головні акценти. Oksagen. URL: <https://oksagen.ua/uk/blog/eko-stil-v-dizajne-glavnnye-akcenty/> (дата звернення: 18.11.2024).
2. ТОП-10: українські еко-бренди, які піклуються про довкілля. ШоТам. URL: <https://shotam.info/top-10-ukrains-ki-eko-brendy-i-aki-pikluiut-sia-pro-dovkillia> (дата звернення: 18.11.2024).
3. Кучеренко Л. В. Екологічна культура в дизайні. Вісник дизайну. 2022. № 1(12). С. 45–50.
4. The Apparel Industry's Environmental Impact in 6 Graphics. World Resources Institute. URL: <https://www.wri.org/insights/apparel-industrys-environmental-impact-6-graphics>. (дата звернення: 18.11.2024).

УДК 745.92

МІРЧУК Анна, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

СТАЛИЙ ПІДХІД У ДИЗАЙНІ ПРОДУКТІВ: ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНУ ТА ІННОВАЦІЇ

Анотація. Дана робота полягає у дослідженні сталого підходу в дизайні продуктів, який набуває все більшої актуальності у зв'язку з новими екологічними викликами та загрозами. Виокремлено принципи сталого розвитку (мінімізація споживання ресурсів, зниження відходів і забруднень, використання екологічно чистих і біорозкладних матеріалів, впровадження принципів циркулярної економіки), які реалізуються у дизайні виробів. Доведено, що впровадження еко-дизайну серед компаній отримало позитивний вплив сталих практик на довкілля та економіку.

Ключові слова: сталий підхід, дизайн, екологія, ресурси, інновації, принципи.

Abstract. This work consists in the study of a sustainable approach in product design, which is becoming more and more relevant in connection with new environmental challenges and threats. The principles of sustainable development (minimization of resource consumption, reduction of waste and pollution, use of environmentally friendly and biodegradable materials, implementation of circular economy principles) that are implemented in the design of products are highlighted. It has been proven that the introduction of eco-design among companies has had a positive impact of sustainable practices on the environment and the economy.

Keywords: sustainable approach, design, ecology, resources, innovations, principles.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Масштаби сучасного виробництва продуктів створили величезне навантаження на довкілля, що зумовило надмірне споживання ресурсів, велику кількість відходів та короткий життєвий цикл продукції. Всі ці фактори є каталізатором екологічної кризи та погіршення стану навколишнього середовища.

Традиційний підхід до дизайну товарів втратив свою актуальність через безпорадність до нових викликів, що стає причиною до пошуків альтернативних рішень для забезпечення сталого розвитку та зменшення впливу на навколишнє середовище. Розвиток сучасних технологій та актуальність проблеми, зумовлюють появу інноваційних рішень у дизайні продуктів згідно з вимогами сталого розвитку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сталий підхід до дизайну продуктів активно розвивається, створюючи неабиякий попит для компаній, слугуючи стимулом активно впроваджувати екологічно свідомі практики у принципи їх виробництва. Окрім популяризації сталого підходу серед своїх клієнтів, зменшення відходів та використання екологічних матеріалів, дослідження показують, що сталий дизайн також стає ключовим фактором довгострокової конкурентоспроможності на сучасному ринку [1].

Оскільки дана тема є активно відкритою для дискусій, вона вимагає актуальних прикладів та принципів сталого підходу, що здатні підтвердити ефективність екологічного

дизайну в різних галузях [2]. Окрім того, висновки публікацій демонструють, що сталий підхід сприяє гармонізації між потребами ринку та екологічними пріоритетами, знижуючи ресурсозатратність і сприяючи довготривалому розвитку [3].

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження шляхів інтеграції принципів сталого розвитку у дизайн продуктів. Завданням дослідження є аналіз принципів, прикладів та інновацій сталого підходу у дизайні як важливого елементу проєктування, що сприяє зниження впливу на екологію та економії ресурсів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Висока затребуваність сталого розвитку до дизайну продуктів створила чимало принципів їх реалізації, що спрощує шлях людства до екологічного виробництва. Перший крок до такого підходу – мінімізація споживання ресурсів за рахунок вибору матеріалів, що потребують менше ресурсів при їх виготовленні та транспортуванні. Окрім того, не менш важливим є використання енергоефективних процесів виробництва, що дозволяють скоротити споживання води, електроенергії та інших ресурсів. Також дизайнерам варто враховувати повний життєвий цикл продукту, включаючи його утилізацію або вторинне використання, – такий підхід до проєктування дозволяє мінімізувати кількість відходів на всіх етапах виробництва, який досягається за рахунок уникання надмірного пакування, зайвих деталей, а також залучення у виготовлення матеріали, що легко піддаються переробці.

Важливою ланкою у екологічно чистому виробництві стали біорозкладні матеріали, а також ті, що не задають шкоди довкіллю після їх утилізації. Важливим та дуже ефективним принципом у сталому підході до створення дизайну продукту є застосування циркулярної економіки, де за рахунок замкнених кіл виробництва відходи від одного продукту можуть стати сировиною для іншого. Ця технологія дозволяє знизити залежність від первинної сировини та значно зменшує екологічний слід (табл. 1).

Сучасні інноваційні рішення для сталого підходу до дизайну в першу чергу зумовлені потребою зменшенню впливу виробництва на довкілля та підтримку циркулярної економіки. Однією із перших та високоперспективних інновацій у цій ланці стала технологія 3Д друку, що дозволяє використовувати перероблену сировину для виготовлення продукції. Цей напрям швидко розвивається та стає все більш сталим, дозволяючи виробництву продукції ставати більш екологічним. Завдяки використанню переробленого пластику чи металу для друку 3Д принтери зменшують кількість відходів, що значно скорочує використання нових ресурсів. Новинкою у технології 3Д друку стало друкування у гідрогелевій масі, що дозволяє принтеру не створювати зайвих опорних елементів, що зрештою потім відділяються від основного продукту.

Ще одна важлива інновація – інтеграція екологічних підходів на етапі проєктування, тобто аналіз життєдіяльності продукту на етапі його розробки. Таке прогнозування дозволяє підібрати екологічно чисті матеріали, а також продумати подальше життя продукту після його використання. Зазвичай такі продукти можна легко використати повторно за рахунок простого ремонту чи оновлення. Відома усім практика – можливість поновити продукт у використаній тарі, або використання цієї упаковки для зберігання інших речей. Таким чином, завдяки технологічним та дизайнерським інноваціям, компанії можуть не лише зменшити свій негативний слід на екологію, а й створити навколо себе спільноту відповідальних та свідомих споживачів.

Таблиця 1

Приклади сталого підходу до дизайну продуктів

Принцип сталого підходу	Приклад сталого підходу	Зразок
Мінімізація споживання ресурсів	Компанія Patagonia зменшує споживання ресурсів, за рахунок використання переробленого поліестеру та нейлону без використання перфторованих хімічних речовин.	 A relaxed, full-zip collared jacket built of Synchilla® 100% recycled polyester double-sided fleece to keep you warm. Made in a Fair Trade Certified™ factory.
Зниження відходів і забруднень	Бренд Colgate випустив сертифіковану веганами зубну пасту, яка подається в тюбику, що підлягає переробці. Досі пакування для зубної пасту було важко переробити, оскільки воно виготовлено з комбінації пластику та алюмінію.	
Використання екологічно чистих і біорозкладних матеріалів	Notpla, британський стартап, виробляє упаковки з водоростей, які повністю біорозкладні. Їх використовують для створення харчових контейнерів, замінюючи пластик.	
Циркулярна економіка	Adidas розробив кросівки Futurecraft Loop, які повністю виготовлені з перероблених матеріалів і можуть бути повернені в систему для повторного виробництва нової пари взуття	

ВИСНОВКИ

Дана робота доводить, що сталий підхід у дизайні продуктів є ключовим елементом зниження негативного впливу на навколишнє середовище. Через зростання свідомого споживання та вимоги до відповідальності бізнесу, розвиток сталих технологій та впровадження нових поміркованих рішень стає все більш актуальним у будь-якій сфері виробництва. Основні принципи сталого розвитку, впроваджені у продукцію, демонструють підтримку енергозберігаючих процесів. Завдяки цьому сталий дизайн сприяє розвитку інноваційних рішень, що підвищують ефективність виробництва та зменшують екологічний слід, створюючи цінність для споживачів та довкілля.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Червінська Н. Як ваш бренд може використовувати принципи сталого розвитку. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/stalyj-rozvytok.html> (дата звернення: 03.05.2025).
2. Близнюк М. Екологічний дизайн: теоретичні основи, принципи, освітня складова. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2017. Вип. 33. С. 141-153. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/33/141-153_Blyzniuk.pdf (дата звернення: 03.05.2025).
3. Іванова О., Ганоцька І. Дизайн сучасної екологічної упаковки: особливості та інновації (на прикладі розробок студентів ХДАДМ). *Вісник ХДАДМ*. 2022. №1. С. 8-19. DOI: <https://doi.org/10.33625/visnik2022.01.008>

УДК 621.798.1:502.17

МОСКАЛЕНКО Віталіна

Київський національний університет технологій та дизайну

ЕКОЛОГІЧНИЙ НАПРЯМ У ВИГОТОВЛЕНІ УПАКОВКИ

Анотація. На даний момент питання екології її збереження та захист, загострене як ніколи. З часом зростали виробничі потужності різних підприємств, всі працювали на результат і на залучення більшої кількості людей в свою цільову аудиторію, і майже ніхто не замислювався про шкідливі викиди в атмосферу або ж надстрімке вичерпання природних ресурсів. І ось тепер, спостерігаючи те які наслідки для довкілля це принесло, почали набувати популярності екологічно чисті пакування та продукція з перероблених матеріалів, з метою поширення усвідомленості серед населення потреби дбати про навколишнє середовище.

Ключові слова: вторсировина, виробництво, навколишнє середовище, еко-матеріали, пакування, переробка.

Abstract. At the moment, the issue of ecology, its preservation and protection, is more acute than ever. Over time, the production capacities of various enterprises have grown, everyone has worked for the result and to attract more people to their target audience, and almost no one thought about harmful emissions into the atmosphere or the rapid depletion of natural resources. And now, observing what consequences this has brought to the environment, environmentally friendly packaging and products from recycled materials have begun to gain popularity, in order to spread awareness among the population of the need to care for the environment.

Keywords: recycled materials, production, environment, eco-materials, packaging, recycling.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

З розвитком суспільства та зростанням рівня урбанізації, кількість продукції що виробляється стала стрімко зростати, все заради того щоб задовольнити людські потреби та бажання. Всі хотіли бачити швидкий результат, а швидко це не завжди якісно і екологічно, все більше продукції почало пакуватись в пластик бо так - зручно, і мало хто думав яку шкоду це може принести довкіллю. Як результат повітря стало дуже забруднене через шкідливі викиди в атмосферу, багато дерев вирубано і природні ресурси були доволі вичерпані. В результаті гонки виробничих потужностей і залучення людей своєю продукцією ми маємо склади товарів які більше ніхто не купить, сміття всюди де тільки можна та пластик у воді, повітрі, ґрунті. Постало питання в тому чи продовжувати знищувати планету, чи все ж почати щось змінювати.

Вирішивши проблему в надмірному використанні пластикового пакування, можна певною мірою зберегти природу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Виходячи з спостережень фахівців та аналізу ринку, можна дійти до висновку, що впродовж останніх років спостерігається зростання тенденції використання еко-матеріалів під час створення пакування продукції. Все більше великих компаній і малих підприємств

теж, почали використовувати в своїй продукції екологічно чисте пакування або ж перероблені матеріали, тим самим даючи повторне життя сміттю і не культивують його ще більше. Для прикладу візьмемо компанію “HELIOS” що займається виробництвом декоративного покриття для будь-яких типів поверхонь. У березні 2023 року, вони представили свою першу лінійку продуктів, упакованих в перероблені контейнери, також вони виразили своє прагнення до того, щоб в найближчий час перевести весь свій асортимент продукції у перероблені контейнери. Вони розуміють що, упаковка є одним з основних джерел пластикових відходів, що становить серйозну загрозу для нашого навколишнього середовища, але при цьому пластик залишається неймовірно універсальним матеріалом, який не легко замінити, особливо в контексті пакування для фарби. Також, оскільки пластикові відходи не сортуються за кольором під час переробки, поєднання різних відтінків призводить до сірого вигляду, що може не всім подобатись. І цей момент “HELIOS” вирішили дуже грамотно включити в свою стратегію по залученню аудиторії, вони створили лозунг “Сірий означає зелений”, адже сірий колір їх контейнерів свідчить про їхню екологічність, тим самим вони підкреслюють відданість компанії екологічній стійкості і поширюють це знання серед покупців [1].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є розгляд переваг та недоліків пакування з вторсировини та еко-матеріалів. Завдання роботи - описати можливі варіанти заміни сталої рекламної та пакувальної продукції з пластику та інших шкідливих матеріалів на більш екологічні. Також навести декілька прикладів адаптації вторсировини в виготовлення пакування та рекламних носіїв.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Для початку розглянемо про який же екологічний дизайн та пакування продукції йдеться і яка ж його функція. Отже можемо сказати, що основною функцією екопакування є - створення екологічно сприятливого середовища для побутування людини. На думку фахівців, в першу чергу варто змінювати на більш екологічні, саме продукцію пакування та рекламоносії, такі як целофанові пакети, харчова плівка, флаєри, бокси для їжі. За даними Агентства з охорони навколишнього середовища США (EPA), контейнери та упаковка визначаються, як продукти, які за визначенням, підлягають утилізації того ж року, коли придбані продукти, які містяться у цій упаковці. За оцінками, у 2015 році більшість твердих відходів становило пакувальні продукти, яких було утворено близько 77,9 мільйонів тонн (29,7 % від загальної кількості утворених відходів). Пакувальні відходи є переважним джерелом відходів у сучасному світі та складають понад половину відходів у світі [2]. Саме тому фахівці пропоную якомога збільшити екологічність пакування і не тільки його.

Але, попри розуміння всієї важливості екологічного пакування є певні нюанси, пов'язані як з технологічними аспектами виробництва так і з комерційними. Хоч більшість і розуміє важливість збереження довкілля, не всі готові жертвувати своїми потребами та інтересами задля цього. Хоч за останні роки все більше компаній заявляють про те що вони “eco-friendly” і дбають про навколишнє середовище, тим що вони використовують екологічне пакування або пакування з перероблених матеріалів, щоб виразити свою позицію стосовно захисту природи. Це не завжди вигідно для них, адже подібна продукція може подобатись не всім, бо зазвичай немає такого вау-ефекту як інше пакування. Також не всі бренди можуть дозволити собі певне пакування з виробничої точки зору, або ж воно не

підходить для їх цільової аудиторії чи його складно адаптувати під ту продукцію що вони виробляють. Нажаль на даний момент людям досі важливе враження та гарна обгортка від продукту, і мало хто замислюється про ті шкідливі процеси як для людей, так і для навколишнього середовища що відбуваються під час виробництва продукції.

Пакування можна назвати екологічним лише тоді, коли підрядник (виробник) дотримувався певних норм та стандартів під час її виготовлення. Не можна назвати екологічно чистим пакування якщо під час його виробництва не були дотримані норми по споживанню ресурсів, при проєктуванні, виготовленні, використанні або ж були якісь несприятливі викиди в атмосферу, чи-то виливались відходи в не дозволеному місці. Походження матеріалів теж варто враховувати, окрім цього варто зважати на безпеку у використанні виробів, відсутність шкоди здоров'ю споживачів (користувачів), зведенню до мінімуму шумів (шумоізоляція), викидів, випромінювання. Еко-пакування має відрізнитись від звичайного у своїй простоті й безпеці використання та утилізації, можливості повторного використання матеріалів з мінімальним екологічним збитком [3,4]. Використовуючи відходи як ресурс ми зменшуємо сміттєзвалища, вже тим самим зменшуючи вплив на навколишнє середовище.

Як вже всім відомо целофанові пакети в магазинах почали замінювати на біорозкладні пакети, але як виявилось не всі ці пакети є екологічно чистими, або ж при їх виробництві наносилась шкода довкіллю. Тому самим найкращим варіантом буде замінити їх на сумки з льону чи якихось інших екологічних матеріалів, або ж на ті, що виготовлені з вторсировини, вони прослугують вам в довгостроковій перспективі і не нанесуть шкоди. Пластикові пляшки - зробити скляними, чи то зробити можливим набирати воду та рідини у власні тари. Що стосується пакування їжі, то на думку певних фахівців паперове пакування є найкращим. Раніше все упаковували або в тканину, або в папір, і майже всіх все влаштовувало, звісно варто враховувати те, що є певна продукція яку не можна запакувати в папір чи тканину, але це доволі поодинокі випадки серед продуктів харчування. Якщо зменшити використання целофанових пакетів чи не обтягувати все плівкою без потреби, то це вже буде великий прогрес, за умови що це робитиме більшість населення землі. Що ж стосується рекламних носіїв, так більшість з них робиться з паперу чи тканини, але це не говорить про їх екологічність. До уваги варто брати те які матеріали брались при створенні цього паперу, бажано використовувати вторсировину з макулатури, те які чорнила ви обираєте теж має не мале значення, звісно є певні технічні моменти стосовно коригування кольору для рекламоносіїв, як це вплине на друк та чи зміниться колір з часом, але варто розвивати цю тему і надалі, щоб технологічний процес виробництва ставав краще та розвивався і надалі. Також можна замінити стандартні візитівки на ті, що зроблені не лише з макулатури, а й з природних відходів, наприклад - з пресованого дерева, чи то з льону з додаванням насіння квітів, щоб навіть якщо ви втратили візитівку на вулиці, вона не зашкодила навколишньому середовищу, а розчинилась з дощем давши нове життя квітам, насіння яких було впресоване в візитку.

ВИСНОВКИ

Як висновок можна сказати, що скоротивши кількість відходів, зменшивши обсяг виробленої продукції (за можливості), не друкувати зайве, сортувати сміття і т.д. Всі ці незначні на перший погляд моменти - надзвичайно важливі в плані екології. Варто експериментувати та впроваджувати щось нове у вже звичні речі, та розвивати

усвідомлення населення стосовно того, які є негативні чинники впливу на екологію за рахунок надмірного використання і виробництва не екологічного пакування.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Екологічно чиста упаковка URL: <https://www.helios-deco.com/en/environmentally-friendly-packaging/> (дата звернення: 06.05.2025)
2. Пакувальні відходи URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Пакувальні_відходи#cite_note-0-5 (дата звернення: 06.05.2025)
3. Що таке екологічне пакування, його особливості та виробництво URL: <https://texnomarket.in.ua/blog/scho-take-ekologichne-pakuvannya-yogo-osoblivosti-ta-virobnictvo>
4. Микола Близнюк Екологічний дизайн: теоретичні основи, принципи, освітня складова: ВІСНИК Львівської національної академії мистецтв. Вип. 33. Львів, 2017. С. 141-153 URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/33/141-153_Blyzniuk.pdf

УДК 7.012:502.211

МУХІНА Поліна, ЄЖОВА Ольга
Київський національний університет технологій та дизайну

БІОМІМЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ В ЕКО-ДИЗАЙНІ СЕРЕДОВИЩА

Анотація. Дослідження присвячене проблемам та перспективам застосування біоміметичних принципів в архітектурному еко-дизайні. Проаналізовано методологічні, технологічні, економічні та освітні перешкоди для широкого впровадження біоміметики у проектну практику. Розглянуто успішні приклади реалізації біоміметичних рішень у сучасній архітектурі та визначено перспективні напрями розвитку цього підходу в контексті екологічних викликів.

Ключові слова: біоміметика; еко-дизайн; дизайн середовища, сталий розвиток; адаптивні фасадні системи; структурна оптимізація; енергоефективність; природоподібні технології.

Abstract. The article addresses the problems and prospects of applying biomimetic principles in architectural eco-design. Methodological, technological, economic, and educational barriers to the widespread implementation of biomimetics in design practice are analyzed. Successful examples of biomimetic solutions in modern architecture are examined, and promising directions for the development of this approach in the context of environmental challenges are identified.

Keywords: biomimetics; eco-design; spatial design, sustainable development; adaptive facade systems; structural optimization; energy efficiency; nature-inspired technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Архітектурний еко-дизайн на основі біоміметичних принципів представляє інноваційний міждисциплінарний підхід до створення будівель і споруд, що функціонують у гармонії з природними екосистемами. Біоміметика (від грец. βίος — життя та μίμησις — наслідування) в архітектурі передбачає цілеспрямоване дослідження, аналіз та наслідування структурно-функціональних принципів біологічних систем для розробки стійких, енергоефективних та екологічно сприятливих проектних рішень [1]. За визначенням Бен'юса, біоміметика є "інновацією, інспірованою природою" і передбачає не лише поверхневе копіювання біологічних форм, але й глибоке розуміння та адаптацію принципів функціонування живих організмів [2].

Антропогенне навантаження на екосистеми, спричинене індустріалізацією та урбанізацією, призвело до критичного стану навколишнього середовища. Будівельна галузь є одним із найбільших споживачів природних ресурсів і продуцентів відходів. За даними Міжнародного енергетичного агентства, будівлі споживають близько 40% світової первинної енергії, продукують 36% викидів вуглекислого газу та генерують близько 30% твердих відходів [3]. Це зумовлює необхідність докорінного переосмислення принципів проектування і будівництва в контексті парадигми сталого розвитку.

Еволюційні процеси в природі упродовж мільярдів років виробили високоефективні, стійкі та ресурсощадні рішення, що можуть слугувати джерелом

інспірації для архітектурного еко-дизайну. Біоміметичні підходи потенційно здатні забезпечити значне зменшення негативного впливу будівельної галузі на довкілля та сприяти створенню здорового антропогенного середовища [4]. Дослідженням доведено, що застосування біоміметичних стратегій може зменшити енергоспоживання будівель на 20-80% залежно від кліматичних умов та типології споруд [5].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є комплексний аналіз проблем та перспектив застосування біоміметичних принципів в архітектурному еко-дизайні. Завданнями роботи є: систематизація основних перешкод для впровадження біоміметики в проєктну практику; аналіз успішних прикладів реалізації біоміметичних рішень у сучасній архітектурі; визначення перспективних напрямів розвитку біоміметичного підходу в архітектурному проєктуванні; розробка методологічних рекомендацій щодо ефективної імплементації біоміметичних принципів у практику архітектурного еко-дизайну.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз наукових джерел свідчить про зростання інтересу до біоміметичних підходів в архітектурному проєктуванні та дизайні середовища. У вітчизняній науковій літературі проблематика біоміметики представлена роботами Бець С.М. [1], яка досліджує використання біологічних структур для формування гармонійного інтер'єрного середовища, та Жежері О. [2], що розглядає теоретичні засади і практичні аспекти застосування біонічних засобів формоутворення в предметному середовищі. Лазарев О.І. [3] аналізує сучасний досвід теорії і практики архітектурної біоніки в дизайні, виявляючи потенціал біологічних принципів для інноваційних проєктних рішень. Фундаментальні основи біодизайну систематизовано в навчальному посібнику Михайленка В.Є. та Кашенка О.В. [4], де представлено методологію інтеграції біологічних знань у проєктну діяльність. У зарубіжних дослідженнях проблематика органічної архітектури та біоміметики розкрита в роботах Фігероа Дж.А. [5], який досліджує філософські аспекти органічної архітектури, та Франка Ллойда Райта [6], що заклали теоретичні основи органічного підходу в архітектурному проєктуванні. Паулл Дж. [7] розглядає історичний аспект розвитку органічної архітектури на прикладі першого Гетеанума, аналізуючи принципи інтеграції архітектури з природними формами. Принципи дизайн-проєктування дитячого сценічного костюма на основі біонічного творчого джерела окреслені в статті Єжової та ін. [8].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Біоміметика в архітектурному еко-дизайні базується на трьох основних рівнях: організмичному, поведінковому та екосистемному [6]. На організмичному рівні архітектурні рішення наслідують морфологію та функціональність живих організмів, як-от стовбур дерева для створення несучих конструкцій. Поведінковий рівень орієнтований на адаптивні механізми природи — наприклад, терморегуляція термітників стала прототипом для систем пасивного охолодження будівель. Екосистемний рівень розглядає споруди як частину більших систем взаємодії, що функціонують за принципами природних екосистем — зокрема, за моделлю замкнених циклів енергії та ресурсів [7].

Сучасна методологія біоміметичного проєктування передбачає два підходи: "від біології до дизайну" та "від дизайну до біології". У першому випадку біологічне явище розглядається як джерело інспірації для архітектури, а в другому — архітектурна задача підштовхує до пошуку відповідного біологічного аналогу. Ці підходи не є

взаємовиключними, а радше доповнюють один одного на різних етапах проєктного процесу [3].

Згідно з принципами, сформульованими Бен'юсом, біоміметика спрямована на використання сонячної енергії, адаптацію до локального контексту, функціональну інтеграцію, кооперацію та циклічне використання ресурсів [2]. Проте практичне впровадження цих ідей стикається з низкою міждисциплінарних проблем, зокрема потребою в інтеграції знань із біології, матеріалознавства, інженерії та архітектури [1].

Серйозним викликом є проблема абстрагування, тобто перетворення біологічного принципу на ефективне архітектурне рішення. Близько 70% біоміметичних проєктів зазнають невдач через некоректне відтворення біологічної функції [1]. Відсутність уніфікованих методик аналізу біологічної інформації призводить до фрагментарного використання біоміметики в архітектурі [14].

Крім того, складність верифікації ефективності таких рішень залишається проблемною, адже традиційні інженерні підходи часто не охоплюють усі аспекти біоміметичних стратегій. Необхідно створювати методики оцінки, які б враховували екологічні, економічні та соціальні чинники одночасно [3].

Ще однією перешкодою є проблема масштабування: ефективні біологічні рішення на клітинному рівні не завжди можуть бути без втрат адаптовані для архітектурного масштабу. Дослідження Фішера показують, що масштабування біологічних структур вимагає змін у їхній геометрії та матеріалах для збереження властивостей [2].

Впровадження складних біоміметичних форм гальмується також технічними обмеженнями: традиційні методи будівництва не здатні відтворити варіативність та складність природних структур. Попри перспективи 3D-друку, робототехніки та цифрового виробництва, їх широке застосування залишається обмеженим через економічні та логістичні чинники [3].

Економічні бар'єри — ще один вагомий чинник. Біоміметичні проєкти потребують великих інвестицій у дослідження, експериментальні технології та нестандартні матеріали. Відсутність стандартів оцінки повної вартості життєвого циклу (LCC) ускладнює доведення економічної доцільності таких рішень, навіть попри їхню енергоефективність [2]. Комерційні інвестори схильні уникати таких проєктів через довгий термін окупності [1].

Недостатня інтеграція біоміметики в архітектурну освіту також гальмує її поширення. В архітектурних програмах бракує міждисциплінарного підходу, а спеціалізовані знання з біології подаються в складній для архітекторів формі [2]. Створення відкритих баз даних із біологічними аналогами, адаптованими до потреб архітекторів, є актуальним завданням [1].

Попри ці труднощі, реалізовано низку успішних проєктів:

- Al Bahar Towers (Aedas Architects, Абу-Дабі) застосували адаптивну систему затінення, натхненну механізмом квіткових структур, що зменшила потребу в охолодженні на 50% [2; 3].

- Інститут гуманітарних наук у Сінгапурі (Kengo Kuma & Associates) має фасад, що імітує листя, знижуючи теплове навантаження на 35% [4].

- У Stuttgart 21 застосовано опори у вигляді дерев, що дозволило скоротити використання матеріалів на 80% без втрати міцності [5].

- ICD/ITKE Pavilion (2013–14) демонструє ефективність композитних структур, інспірованих надкрилами жуків, з економією матеріалів до 90% [5].
- Eastgate Centre у Зімбабве використовує вентиляційну систему, інспіровану термітниками, досягаючи 90% зниження енергоспоживання [3].
- Система BioSkin (Nikken Sekkei, Токіо) застосовує випарне охолодження через керамічні трубки, знижуючи температуру фасаду на 12°C та навколишнього повітря на 2°C [2].

ВИСНОВКИ

Розвиток цифрових технологій проєктування та виробництва відкриває нові можливості для реалізації біоміметичних принципів в архітектурі. Генеративний дизайн, що використовує алгоритми еволюційної оптимізації, дозволяє створювати архітектурні форми та структури з підвищеною ефективністю використання матеріалів та енергії.

Параметричне моделювання дозволяє реалізувати комплексні біоміметичні стратегії, адаптовані до конкретних умов проєктування. Інтеграція параметричних моделей з симуляційними інструментами аналізу енергоефективності, освітлення та аеродинаміки дозволяє оптимізувати біоміметичні рішення на етапі проєктування, забезпечуючи баланс між естетичними, функціональними та екологічними аспектами.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Бець С.М. Біоніка та дизайн інтер'єру. Використання біологічних методів та структур для формування гармонійного середовища. Теорія та практика дизайну: зб. наук. праць. Дизайн. К.: НАУ, 2022. Вип. 25. С. 150-157. doi: 10.18372/2415-8151.25.16791
2. Жежеря О. Біонічні засоби формоутворення в сучасному дизайні: теоретичні засади і практика їх застосування в предметному середовищі. Вісник Львівської національної академії мистецтв 2021. Вип. № 46. С. 114-122. <https://visnyk.lnam.edu.ua/visnyk/2021/46/olvita-zhezherya-114-122>
3. Лазарєв О.І. Сучасний досвід теорії і практики архітектурної біоніки в дизайні. Вісник Харківської державної академії дизайну та мистецтва. 2008. № 6. С. 33–42.
4. Михайленко В. Є., Кащенко О. В. Основи біодизайну: навч. посіб. К.: Каравела, 2011. 224 с.
5. Figueroa J.A. The Philosophy of Organic Architecture. (S. L.): CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014. 114 p.
6. Frank Lloyd Wright. The Future of Architecture. - Horizon Press, New York, 1953. 248 p.
7. Paull J. The First Goetheanum: A Centenary for Organic Architecture. Journal of Fine Arts. 2020. Vol. 3. Issue 2. 2020. P. 1–11. doi: 10.22259/2637-5885.0302001
8. Yezhova O., Abramova O., Pashkevich K., Vasylieva O. Designing of children's stage costume using bionic objects. Fashion, Style & Popular Culture. 2022. Vol. 9, is. 3. P. 259-271 https://doi.org/10.1386/fspc_00053

УДК 747.5:691.18:666.6

НІКІТИНА Юлія, ВРОНСЬКА Рада
Луцький національний технічний університет

ЕПОКСИДНА СМОЛА ЯК ЗАСІБ ФОРМОТВОРЕННЯ В ДИЗАЙНІ СХОДІВ

Анотація. В роботі розглянуто епоксидну смолу як засіб творення сходів. Виділено три види застосування матеріалу, вивчено інформацію про матеріал, за допомогою якого можна створити оригінальний дизайн. Доведено переваги епоксидної смоли.

Ключові слова: декорування сходів, епоксидна смола, оригінальний дизайн, переваги, застосування.

Annotation: The work presents epoxy resin as a means of decorating stairs. Three types of use of the material are highlighted (full, partial, backlit). Information about an interesting material, which can be used to create original designs, is studied. The advantages of epoxy resin have been proven.

Keywords: decoration of stairs, epoxy resin, original design, advantages, application.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний дизайн стрімко розвивається і потребує нових рішень та інновацій. Застосування епоксидної смоли в створенні сходів дозволяє досягти ефектів прозорості, кольорових вставок, а також підсвітки, що додає глибину і динамічність в простір.

Багато відомих дизайнерських бюро та архітектурних студій активно застосовують епоксидну смолу для створення сходів та інших елементів інтер'єру. Цей матеріал дозволяє створювати ексклюзивні та естетично привабливі рішення, що поєднують інноваційні технології та стилістичні акценти. Проте наразі домінуючими є стандартні алгоритми, що підтверджує необхідність удосконалення дизайнерських підходів. Підняті питання зумовлюють актуальність теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Відомими дизайнерськими бюро, які використовували у проєктах епоксидну смолу є Seawavetable [5], Art-L [1]. Значна кількість досліджень присвячена фізичним властивостям епоксидної смоли, яка широко застосовується у дизайні різних продуктів. Т.М. Пащенко та З.І. Світла створили посібник «Будівельне матеріалознавство» в якому описали цей матеріал [4].

Ці бюро акцентують увагу на використанні нестандартних матеріалів у створенні креативних дизайнів інтер'єру.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення концепцій формотворення у дизайні сходів з використанням епоксидної смоли. Завданнями роботи є проаналізувати властивості, переваги та недоліки застосування матеріалу. Класифікувати дизайн за видами та розглянути особливості кожного виду застосування епоксидки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

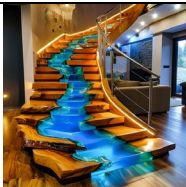
Епоксидна смола — це синтетичний полімерний матеріал, який набуває густини після змішування із затверджувачем, перетворюючись у тверде, міцне покриття. Цей матеріал складається з двох основних компонентів: самої смоли та затверджувача, які при змішуванні вступають в хімічну реакцію. Цей матеріал має унікальні характеристики, такі як естетика та декоративні можливості, довговічність та зносостійкість, стійкість до хімічних речовин та ультрафіолету, практичність та простота обслуговування.

Також цей матеріал часто використовується в дизайнерських об'єктах та меблях, зокрема в декоруванні сходів завдяки високим експлуатаційним характеристикам, міцності й разом з тим необмеженій кількості фігур, які можна виготовити з цієї смоли [3].

Усі зразки застосування епоксидної смоли в оформленні сходів можна поділити на три види (табл.1): комбінування епоксидної смоли з іншими матеріалами, повноцінне використання смоли у дизайні об'єкту, використання ефектів світла для підкреслення декоративних властивостей об'єкта.

Таблиця 1

Три види застосування епоксидної смоли при створенні дизайну сходів

Вид	Опис	Приклад
Комбінування епоксидної смоли з іншими матеріалами	Епоксидною смолою заповнена окрема частина сходів, іншу частину займає інший матеріал [5]	
Повноцінне використання смоли у дизайні об'єкту	Всі сходи заповнені епоксидною смолою, або ж повністю створені з неї [5]	
Використання ефектів світла для підкреслення декоративних властивостей об'єкта	Епоксидна смола за рахунок своєї прозорості з використанням світлових елементів створює ефект світіння [1]	

Все більше дизайнерських бюро використовують цей універсальний та довговічний матеріал у своїх проєктах, що забезпечує урізноманітнення декорування та робить простір більш оригінальним та цікавим. Цей матеріал має неймовірну властивість бути застосованим у різних формах та для виготовлення різних об'єктів. Використання епоксидної смоли в дизайнерських сходах дозволяє поєднати естетичний вигляд з функціональністю, створюючи міцні, довговічні й унікальні елементи інтер'єру та екстер'єру.

ВИСНОВКИ

У роботі розглянуто такий матеріал як епоксидна смола, проаналізовано переваги матеріалу. Все більше дизайнерських бюро використовують цей універсальний та довговічний матеріал у своїх проєктах, що забезпечує урізноманітнення декорування та робить простір більш оригінальним та цікавим. Цей матеріал має неймовірну властивість бути застосованим у різних формах та для виготовлення різних об'єктів. Використання епоксидної смоли в дизайнерських сходах дозволяє поєднати естетичний вигляд з функціональністю, створюючи міцні, довговічні й унікальні елементи інтер'єру та екстер'єру.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Art-L. URL: <https://art-l.dp.ua/> (дата звернення 11.10.2024)
2. Епоксидна смола в інтер'єрі. Ідеї застосування. URL: https://drevyuch.ua/news-article?newsblog_path=5&newsblog_article_id=59 (дата звернення 10.03.2025)
3. Інструкція по роботі з епоксидною смолою. URL: <https://art-l.dp.ua/instruction/> (дата звернення 09.03.2025)
4. Пашенко Т. М., Світла З.І. Будівельне матеріалознавство: Навч. Посіб. Київ: Аграрна освіта, 2009. 434 с.
5. SEAWAVETABLE. URL: <https://seawavetable.com/blogs/news/surprising-transformation-how-epoxy-resin-can-completely-revamp-your-staircase> (дата звернення 09.03.2025)

УДК 747:69:628.4:502.174

ПОСПІШНА Діана, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ЕКО-МАТЕРІАЛІВ І ПЕРЕРОБЛЕНОГО СМІТТЯ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ ТА БУДІВНИЦТВІ

Анотація. У роботі досліджено сучасні тенденції використання еко-матеріалів та перероблених відходів у дизайні інтер'єру та будівництві. Проаналізовано приклади українських компаній і архітектурних бюро, які впроваджують принципи сталого розвитку, використовуючи місцеві природні ресурси та вторинну сировину. Визначено основні переваги та виклики впровадження екологічних практик у будівельній галузі та дизайні інтер'єру.

Ключові слова: еко-матеріали, переробка сміття, сталий розвиток, дизайн інтер'єру, будівництво.

Abstract. The paper explores current trends in the use of eco-materials and recycled waste in interior design and construction. It analyzes examples of Ukrainian companies and architectural bureaus that implement the principles of sustainable development, using local natural resources and secondary raw materials. It identifies the main advantages and challenges of implementing environmental practices in the construction industry and interior design.

Keywords: eco-materials, waste recycling, sustainable development, interior design, construction.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні екологічні виклики вимагають переосмислення підходів до будівництва та дизайну. Традиційні будівельні матеріали часто мають значний негативний вплив на довкілля, тоді як використання еко-матеріалів та перероблених відходів може зменшити екологічний слід та сприяти сталому розвитку. В Україні зростає інтерес до впровадження екологічних практик у будівництві та дизайні інтер'єру, проте існує потреба в систематизації досвіду та визначенні ефективних підходів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Тема екодизайну є темою багатьох наукових розвідок. Синтезуючи природне начало і сучасну форму, можна досягнути природної гармонії та створити цікавий концепт інтер'єру. Як показують дослідження, використання екологічно чистих матеріалів, таких як дерево, каміння, льон, стабілізовані рослини, сприяє створенню комфортного середовища для людини [1].

Впровадження методів ресайклінгу та апсайклінгу як ефективний інструмент у дизайні інтер'єру розглядається у публікації Платона Л. Як стверджує автор, ці підходи дозволяють зменшити кількість відходів, перетворюючи їх на нові, більш цінні об'єкти, що відповідає концепції сталого розвитку [2].

Актуальними залишаються питання раціонального поводження з полімерними відходами та зменшення їх негативного впливу на довкілля. Аналіз сучасного стану та

перспектив розвитку у сфері переробки полімерних відходів виявив необхідність розвитку індустрії виробництва біорозкладних полімерів та створення підприємств для промислового компостування [4].

Тема сталого дизайну включає в себе всі публікації, в яких піднімаються питання впливу на екологію: від видобування сировини до розкладання матеріалів. Як вже доведено, використання енергоефективних рішень та екологічних матеріалів у будівництві сприяє зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище [3].

Огляд літературних джерел виявив необхідність систематизації підходів екологічних дизайнерських практик у формотворенні сучасного інтер'єрного простору та будівництва.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження сучасних підходів до використання українських еко-матеріалів і переробленого сміття в дизайні інтер'єру та будівництві.

Основні завдання передбачають:

- аналіз прикладів українських компаній та бюро, що впроваджують екологічні практики;
- визначення переваг та викликів використання еко-матеріалів та перероблених відходів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У світі активно розвивається напрямок сталого будівництва та дизайну, що передбачає використання екологічно чистих матеріалів, енергоефективних технологій та перероблених відходів.

В Україні також з'являються компанії та ініціативи, що впроваджують ці практики.

Balbek Bureau – київська студія дизайну, яка створила меблі з переробленого пластику для харківського ресторану MAO. У співпраці з майстернею соціального проєкту «Україна без сміття» дизайнери Balbek Bureau виготовили стільці та сидіння лав із 3600 пластикових кришечок, інтегруючи перероблений пластик в інтер'єр закладу (Рис.1).



Рис.1. Меблі з переробленого пластику

Neo-Eco Україна – компанія, що впроваджує принципи економіки замкненого циклу у будівництві. Компанія Neo-Eco Україна реалізує проєкти з відбудови зруйнованих будівель, використовуючи перероблені будівельні відходи, що дозволяє зменшити обсяг сміття та зберегти природні ресурси.

У проєкті відбудови воєнного містечка в Гостомелі компанія використовує перероблені будівельні відходи для зведення нових житлових будинків, досягаючи показника переробки у 90% (Рис. 2).



Рис.2. Візуалізація містечка в Гостомелі

FAINA – бренд дизайну, заснований Вікторією Якушею, який створює меблі та предмети інтер'єру з використанням традиційних українських ремесел і місцевих матеріалів, таких як глина, дерево, лоза та льон. Особливістю є матеріал ZTISTA – компостований матеріал, що поєднує целюлозу, глину, лляне волокно, деревну стружку та біополімерне покриття (Рис.3).



Рис. 3. Меблі з колекції ZTISTA

Ryntovt Design – архітектурна студія, яка розробила дизайн інтер'єру приватного будинку, використовуючи екологічно чисті матеріали та перероблені відходи. Дизайнери прагнули створити гармонійну атмосферу, використовуючи натуральні дерев'яні поверхні та скорочуючи кількість відходів (Рис.4).



а



б

Рис.4. Інтер'єр будинку (а) та вигляд ззовні (б)

FuTuFu – компанія, що виробляє меблі з картону, які легко збирати, фарбувати, переносити та утилізувати. Продукція компанії відповідає європейській моделі сталого виробництва, використовуючи вторинну сировину та мінімізуючи відходи (Рис.5).

Отже, перевагами використання еко-матеріалів та переробленого сміття можна назвати:

- 1) зменшення негативного впливу на довкілля;
- 2) збереження природних ресурсів;
- 3) створення унікального дизайну з використанням місцевих матеріалів;
- 4) підтримка місцевих ремесел та традицій.

Разом з тим, викликами залишаються відсутність достатньої інфраструктури для переробки відходів, а також недостатня обізнаність споживачів про переваги еко-матеріалів. Вищі початкові витрати можуть впливати на впровадження екологічних практик у бізнесі та потребують державної підтримки.



Рис.5. Меблі з картону

ВИСНОВКИ

Використання українських еко-матеріалів і переробленого сміття в дизайні інтер'єру та будівництві є перспективним напрямком, що сприяє сталому розвитку та збереженню довкілля.

Приклади українських компаній та бюро демонструють можливості впровадження екологічних практик, проте для їх широкого розповсюдження необхідно подолати існуючі виклики та забезпечити підтримку на державному рівні.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Плаван В., Савченко Б., Денисюк В. Переробка полімерних відходів: сучасний стан та перспективи розвитку. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/ecology/ecology2021/paper/viewFile/13658/11491> (дата звернення 21.04.2025 р.).
2. Платон Л. Енерго та екологічна ефективність сучасного дизайну інтер'єру в умовах геокліматичних змін. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. №5 (313). С. 27–31.
3. Куратова М. Сучасний екодизайн в Україні або новий підхід до формування інтер'єру. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасного дизайну». 2018. Т. 2. С. 174–177.
4. Сталій дизайн сьогодні – важливо модно реально? EDS.ua. 2021. Сталій дизайн сьогодні — важливо модно реально? - Європейська Школа Дизайну (дата звернення 01.05.2025 р.).
5. Ukr.bio – Еко-дім від українських дизайнерів Ryntovt Design. URL: <https://dom.ukr.bio/ua/articles/2531/> (дата звернення 27.04.2025 р.).

УДК 76.012:[687.016:687.12]

РІПКА Галина, МАЛАНЧАК Кристина, КИСЕЛЬОВА Валерія
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

ЕКО-АЙДЕНТИКА СТАЛИХ БРЕНДІВ ОДЯГУ: ВІЗУАЛЬНІ КОДИ ДОВІРИ ТА ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Анотація. У роботі досліджено роль еко-айдентики як ключового чинника формування візуального образу сталих брендів одягу. Проаналізовано вплив типографіки, кольорової палітри, композиційної структури та ілюстративного стилю на сприйняття бренду як етичного, відповідального та прозорого. Наведено приклади реалізації еко-айдентики в українських та міжнародних фешн-брендах. Робота має на меті окреслити методологічні орієнтири для дизайнерів, які прагнуть поєднати естетику з етичністю у брендовій комунікації.

Ключові слова: еко-айдентика, графічний дизайн, сталий бренд, етична мода, візуальна комунікація, відповідальність.

Abstract. The paper explores the role of eco-identity as a key factor in shaping the visual image of sustainable clothing brands. The article analyses how graphic elements such as typography, colour palette, compositional structure and illustrative style influence the perception of a brand as ethical, responsible and transparent. The authors focus on visual codes that create an atmosphere of trust and engagement and provide examples of eco-identity implementation in Ukrainian and international fashion brands. The work aims to outline methodological guidelines for designers seeking to combine aesthetics with ethics in brand communication.

Keywords: eco-identity, graphic design, sustainable brand, ethical fashion, visual communication, responsibility.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасна фешн-індустрія переживає трансформацію в бік сталого розвитку. В умовах екологічних викликів споживачі дедалі більше звертають увагу на етичність брендів. Ключову роль у формуванні відповідного іміджу відіграє графічна айдентика, зокрема її шрифтове, кольорове та композиційне рішення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Використання еко-айдентики сталих брендів одягу [1–4] демонструє різні варіанти візуальної комунікації, що відображають етичні принципи компаній: використання натуральної кольорової палітри, шрифтів без зайвої декоративності, мінімалістичних композиційних рішень, а також реалістичної ілюстрації, що викликає довіру та емоційний контакт зі споживачем. Значна увага приділяється ідентичності бренду як засобу трансляції екологічних цінностей: маркування, сертифікати сталості, зображення вторинної переробки. Такі елементи формують позитивний імідж компанії, вирізняючи її на тлі традиційних фешн-брендів.

Дослідження К. Ричковської (2020), Ю. Тарасенко (2019), аналіз кейсів брендів KSENIASCHNAIDER, Framiore, Stella McCartney, Pangaia свідчать про тісний зв'язок між візуальним оформленням бренду та його сприйняттям як етичного. Еко-айдентика, згідно

з працями В. Dougherty (2008) вимагає гармонійної комбінації естетики та відповідальності. Однак, у більшості вищезгаданих літературних джерел опис різних видів впровадження еко-айдентики обмежується загальними естетичними характеристиками та декларативними підходами до брендової комунікації. Крім того, бракує досліджень, які б розглядали еко-айдентичу в контексті локальних культурних особливостей, зокрема в українському фешн-секторі. Це створює прогалину в розумінні того, як адаптувати загальносвітові тренди етичного дизайну до національного контексту, враховуючи специфіку ринку, цільової аудиторії та дизайнерської спадщини.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Проаналізувати, як елементи графічного дизайну – шрифт, колір і структура комунікації формують імідж фешн-бренду як етичного та сталого.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У XXI столітті фешн-індустрія зазнає кардинальних змін, спричинених зростанням усвідомленості споживачів, екологічними кризами та соціальними викликами. Бренди змушені не лише адаптувати виробництво до принципів сталого розвитку, а й транслиувати свої цінності через візуальні засоби комунікації. Саме графічна айдентика стала важливим інструментом, за допомогою якого бренди доносять повідомлення про свою етичну позицію, прозорість, екологічну відповідальність і турботу про майбутнє планети.

Візуальні коди, що формують перше враження про бренд, мають на меті не лише створити привабливий образ, а й формувати довіру, відчуття чесності та емоційну близькість зі свідомими аудиторіями. Елементи, такі як шрифт, кольорова палітра, композиційна структура та візуальний стиль безпосередньо впливають на сприйняття бренду як сталого та відповідального.

Проблема полягає в тому, що візуальна айдентика етичних брендів часто залишається на периферії уваги в дослідженнях сталого дизайну, поступаючись технічним аспектам екологічного виробництва. Однак саме через зорову комунікацію формується довготривалий образ бренду, закладаються очікування аудиторії та вибудовується ціннісний діалог між споживачем і маркою. Для вирішення цієї проблеми необхідне систематичне дослідження візуальної мови сталих брендів, виокремлення основних патернів та розробка ефективних графічних стратегій. Цей підхід дозволить молодим етичним брендам не лише виглядати «зеленими», а й бути зрозумілими, послідовними та переконливими у своїй комунікації.

У таблиці 1 подано порівняльний аналіз, яке демонструє, як ключові елементи графічного дизайну впливають на імідж сталого бренду та підкріплюються прикладами з реальних кейсів, зокрема українських брендів.

Сталий фешн-бренд не може бути повністю ефективним без продуманої, переконливої та емоційно резонуючої візуальної комунікації. Еко-айдентика – це не лише дизайн, а інструмент репрезентації цінностей, що поєднує естетику й етику. Елементи візуальної мови від типографіки до кольорових рішень і композицій відіграють ключову роль у формуванні довіри, лояльності й ідентифікації бренду як відповідального. Аналіз прикладів дозволяє дійти висновку, що чіткість, простота, природність і послідовність – основні візуальні коди, які створюють ефект прозорості та залученості.

ВИСНОВКИ

Графічна айдентика етичного фешн-бренду базується на принципах простоти, прозорості та екологічності. Шрифти мають комунікувати надійність і зрозумілість,

кольори – природність та емоційну близькість, а композиційна структура – зручність та відкритість. Через ці елементи бренд формує довіру, візуально артикулює свою відповідальну позицію та залучає свідому аудиторію. Це дослідження може бути основою для подальшої розробки дизайн-стратегій для молодих фешн-брендів, що прагнуть заявити про свої екологічні цінності через візуальну комунікацію.

Таблиця 1

Елементи впливу на імідж сталого бренду

Елемент графічного дизайну	Характеристика	Вплив на сприйняття етичності	Приклад бренду
Шрифт	Геометричні або антиквенні шрифти без декоративних елементів (напр. Circular, Neue Haas Grotesk, Garamond)	Асоціюється з простотою, прозорістю та чесністю	KSENIASCHNAIDER (Україна) використовує прості гротескові шрифти для підкреслення прозорості, етичного підходу та актуальності
Колір	Природна палітра: зелений, охристий, бежевий, теракотовий, синій; багато білого простору	Викликає довіру, асоціюється з натуральністю, чистотою і спокоєм	FRAMIORE (Україна) використовує світлі природні кольори білий, сірий, кремовий для підкреслення своєї філософії свідомого споживання та естетики мінімалізму
Композиція і структура	Мінімалістичний макет, логічна ієрархія, інфографіка, екомаркування, іконки вторинної переробки	Створює ефект відкритості, простоти й відповідальності	STELLA McCartney (Велика Британія) використовує прості макети з акцентом на сертифікати та екологічні ініціативи
Ілюстративний стиль	Ручні ілюстрації, природні текстури, фотографії без ретуші	Підсилює відчуття реальності, близькості до природи	Patagonia (США) часто використовує фото з природи, зняті в реальних умовах, та мінімальну обробку

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Тарасенко, Ю. 2019. Еко-дизайн в фірмовому стилі: тенденції та інновації. Молодий вчений, 1 65, 31-33.
2. Dougherty, B. 2008. Green graphic design. Skyhorse Publishing Inc..
3. Ричковська К. 202) Модно та екологічно. Українські еко бренди. URL: <https://schoolrecyclingworld.org/2020/02/13/модно-та-екологічно-українські-еко-бп/> (дата звернення 03.12.2024).
4. Екологія і мода: що їх пов'язує. URL: https://shd.com.ua/ecology_fashion (дата звернення 03.12.2024).

УДК 684.41:666.3

СОСНИЦЬКА Анастасія, МИРОШНИЧЕНКО Іванна
Луцький національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ НАТУРАЛЬНОГО КАМЕНЮ У ВИГОТОВЛЕННЯ МЕБЛІВ

Анотація. У статті розглянуто особливості використання натурального каменю у виробництві меблів. Проаналізовано сучасні тенденції та дослідження у цій галузі, визначено основні переваги та виклики застосування цього матеріалу. Запропоновано напрямки подальшого розвитку та вдосконалення технологій виготовлення меблів із натурального каменю.

Ключові слова: натуральний камінь, сучасні тенденції, дослідження, технології.

Abstract. The article examines the features of using natural stone in furniture production. Modern trends and research in this field are analyzed, the main advantages and challenges of using this material are identified. Directions for further development and improvement of technologies for manufacturing furniture from natural stone are proposed.

Keywords: natural stone, modern trends, research, technology.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Використання натурального каменю у виготовленні меблів, є однією з найбільш актуальних тенденцій у сучасному дизайні інтер'єрів. Меблі з натурального каменю додають інтер'єру елегантності та розкоші, а також володіють низкою важливих переваг, таких як довговічність, стійкість до температурних коливань, зносостійкість та естетична привабливість. Проте, незважаючи на ці безперечні переваги, процес виробництва та використання таких меблів супроводжується рядом проблем, які обмежують їх широке застосування на ринку меблевої продукції.

Тренди в дизайні інтер'єрів часто змінюються, і меблі з натурального каменю не завжди здатні швидко адаптуватися до нових стилістичних вимог. Камінь не піддається такій простій зміні форми або покриття, як дерево або метал, що може зробити столи з цього матеріалу менш універсальними. Враховуючи постійні зміни в смаках споживачів, меблі з каменю можуть не задовольняти запити ринку, що спричиняє ризики для виробників.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У рамках дослідження було опрацьовано низку аналітичних джерел по використанню натурального каменю при створення меблів. Останні роки вчені, інженери та виробники активно працюють над вирішенням проблем, пов'язаних із використанням натурального каменю в меблевому виробництві. Науковці звертаються до нових технологій обробки, вдосконалення матеріалів, екологічних аспектів і дизайну, що дозволяють знизити витрати, підвищити доступність і розширити можливості застосування кам'яних меблів [1], [2]. Основними напрямками досліджень є технології обробки каменю, екологічні аспекти видобутку і переробки, інновації в дизайні меблів та впровадження нових композитних матеріалів.

Останні дослідження також звертають увагу на важливість адаптації технологій у контексті змін клімату і тенденцій сталого розвитку [3], [4].. Для цього активно розробляються технології, які знижують енерговитрати на виготовлення кам'яних меблів, покращують їх екологічний слід і забезпечують сталу переробку матеріалів. Приділяється увага не тільки зниженню впливу на навколишнє середовище, а й підвищенню ефективності використання ресурсів на всіх етапах життєвого циклу меблів, від видобутку до утилізації.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є аналіз переваг і викликів використання натурального каменю для виготовлення столів, а також визначення шляхів підвищення ефективності його застосування у дизайні. Розглядання можливих варіантів використання каменю.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Використання натурального каменю в меблевому виробництві є унікальним напрямом, що поєднує естетичні, функціональні та екологічні переваги. Натуральний камінь, як матеріал для виготовлення меблів, має довговічність, міцність і елегантність, що дозволяє створювати вироби, здатні стати основними акцентами в інтер'єрі. Однак для того, щоб натуральний камінь став більш доступним і практичним у меблевому виробництві, необхідно вирішити низку технологічних, економічних і екологічних проблем. В цьому розділі розглянемо основні аспекти, що визначають застосування каменю в меблевому виробництві, а також дослідимо найбільш актуальні технологічні, дизайнерські та економічні інновації.

Одним з найбільших викликів при використанні натурального каменю для виготовлення меблів є складність його обробки. Лазерне різання є однією з найбільш перспективних технологій для обробки каменю. Цей метод дозволяє здійснювати точне і швидке різання без механічного контакту, що знижує ризик пошкодження матеріалу (рис.1). Крім того, лазерні технології дозволяють обробляти камінь на складних ділянках, створюючи геометрично складні форми та декоративні візерунки. Автоматизовані системи для різання і шліфування також мають значний потенціал у меблевому виробництві, оскільки дозволяють знизити трудові витрати, підвищити швидкість виробництва та забезпечити високу точність обробки.



Рис. 1. Стіл зі збереженням натуральних текстур

Розвиток 3D-друку на основі натурального каменю — ще одна важлива технологія, яка дозволяє створювати меблі з каменю з мінімальними витратами матеріалів.

Цей метод передбачає виготовлення кам'яних виробів шар за шаром, що дозволяє реалізовувати складні форми та унікальні конструкції, які важко досягти за допомогою традиційних методів. Водночас з'являються нові композитні матеріали, що поєднують камінь з полімерними смолами або іншими сполучними елементами, що дає можливість знижувати вагу виробів, зберігаючи при цьому міцність і естетичні властивості каменю.

Одним з основних способів зменшити вагу меблів є комбінування натурального каменю з іншими, більш легкими матеріалами, такими як дерево (рис.2), метал або скло. Це дозволяє не тільки знизити загальну вагу виробу, але й додати йому більш сучасного вигляду. Поєднання різних матеріалів також дозволяє розширити функціональні можливості меблів, зробити їх більш універсальними та комфортними для користувачів.

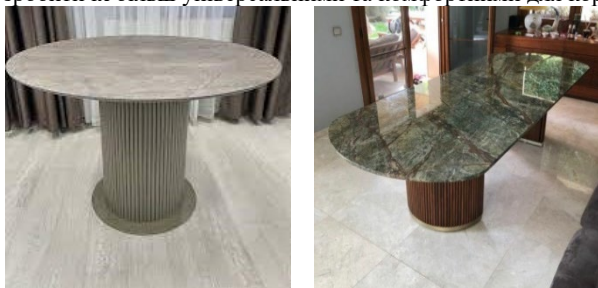


Рис.2. Стіл зі комбінуванням різних матеріалів

Композити, що поєднують натуральний камінь з іншими матеріалами, набувають все більшої популярності. Вони можуть бути легкими, міцними та витривалими. Наприклад, кам'яні плитки з полімерними смолами використовуються для виготовлення стільниць, підлогових покриттів і інших меблів, зберігаючи при цьому природний вигляд каменю, але роблячи меблі легшими та більш доступними для виготовлення. Такі матеріали також забезпечують більш стійкі властивості до ударів та механічних навантажень.

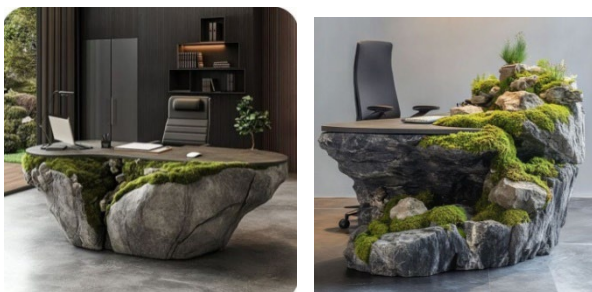


Рис. 3. Композиційний стіл із каменю та штучного моху

Один із способів знизити витрати на виробництво — це оптимізація процесів обробки каменю. Автоматизація та роботизація дозволяють скоротити витрати на працю та знизити час, необхідний для виготовлення одного виробу. Інвестиції в новітні технології

обробки каменю, такі як лазерне різання або 3D-друк, можуть значно підвищити ефективність і зробити процес виготовлення меблів з каменю більш економічним.

ВИСНОВКИ

Меблі з натурального каменю є важливим елементом сучасного дизайну інтер'єрів завдяки своїй естетичній привабливості, довговічності та міцності. Однак для того, щоб цей матеріал став більш доступним і масово використовуваним у меблевому виробництві, необхідно подолати кілька серйозних проблем, зокрема, високі витрати на виробництво, складність обробки та екологічний вплив.

Технологічні інновації, такі як лазерне різання, автоматизація обробки, використання 3D-друку та новітніх композитних матеріалів, відкривають нові можливості для ефективного використання каменю в меблевому виробництві. Вони дозволяють значно знизити витрати, підвищити точність виготовлення і розширити дизайн-можливості. Водночас важливою є розробка методів, які дозволяють зменшити екологічний вплив, зокрема шляхом переробки кам'яних відходів і використання більш екологічних технологій.

Загалом, розвиток меблевого виробництва на основі натурального каменю потребує комплексного підходу, який поєднує технологічні інновації, екологічні стратегії та ефективні економічні рішення. Це дозволить забезпечити сталий розвиток цієї галузі та розширити використання каменю як матеріалу для меблів у майбутньому.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Лазерне різання та фразерна обробка. URL: <https://mirtels.com.ua/ua/statti/lazerne-rizannia-ta-frezerna-obrobka> (дата звернення 03.12.2024).
2. Меблі та предмети інтер'єру. URL: <https://dizaynmramor.com.ua/furniture/> (дата звернення 03.12.2024).
3. 11 найкращих 3D друкованих проєктів меблів. URL: <https://www.3dprinter.ua/11-najkrashhyh-3d-drukovanyh-proektiv-mebliv> (дата звернення 04.12.2024).
4. Який камінь використовується для виготовлення меблів URL: <http://ua.topbeststone.com/news/what-stone-is-used-for-furniture-82115137.html> (дата звернення 04.12.2024).
5. Натуральний камінь в оформленні інтер'єрів: особливості використання. URL: <https://pietra.com.ua/blog/naturalnyj-kamen-v-oformlenii-intererov-osobennosti-ispolzovaniya> (дата звернення 03.12.2024).

УДК 658.62:339.138

ТАТАРАНЮК Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

АНАЛІЗ ЕКО-УПАКОВКИ В БРЕНДАХ КОСМЕТИКИ: ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙ

Анотація. У роботі проаналізовано сучасні підходи до використання еко-упаковки в косметичній індустрії. Розглянуто актуальність цього питання в контексті сталого розвитку та екологічних викликів. Описано інноваційні рішення провідних брендів, такі як біорозкладні матеріали (PLA, водорості, кукурудзяний крохмаль), багаторазові системи та перероблювані упаковки. Визначено перспективи розвитку еко-упаковки, її вплив на зменшення відходів і вуглецевого сліду. Робота підкреслює важливість інтеграції екологічних практик у виробництво косметики, стимулюючи свідоме споживання та сприяючи побудові циркулярної економіки.

Ключові слова: Еко-упаковка, косметична індустрія, сталий розвиток, біорозкладні матеріали, багаторазове пакування.

Abstract. The work analyzes modern approaches to the use of eco-packaging in the cosmetics industry. The relevance of this issue in the context of sustainable development and environmental challenges is considered. Innovative solutions of leading brands, such as biodegradable materials (PLA, algae, corn starch), reusable systems and recyclable packaging, are described. The prospects for the development of eco-packaging, its impact on reducing waste and carbon footprint are identified. The paper emphasizes the importance of integrating environmental practices into cosmetics production, stimulating conscious consumption and contributing to the construction of a circular economy.

Keywords: Eco-packaging, cosmetics industry, sustainable development, biodegradable materials, reusable packaging.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Застосування сталого підходу в дизайні пакування є важливим в умовах сучасних викликів, що потребують зменшення навантаження на природні ресурси та ліквідації згубного впливу на навколишнє середовище. А оскільки приголомшливий відсоток відходів серед усього сміття займає пакування та контейнери – понад 30% [1], важливо зробити це пакування більш екологічним та легшим у переробці. Саме тому, дедалі актуальнішим стає врахування у пакуванні товарів тих матеріалів та форм, що зменшують негативний слід на екології. Особливо актуальним є це питання для товарів щоденного вжитку, таких як косметичні засоби.

Оскільки можливості утилізації пакування можуть різнитися по всьому світу, постає потреба не лише в матеріалах, здатних перероблюватись та легко розкладатись, але й у запобіганні надмірного пакування та реалізації подальшого розвитку її життєвого циклу. Важливо для косметичних пакувань мати можливість поновлювати продукт, щоб зменшити кількість покупок нових тар та відповідно дати повторне життя упаковці.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження демонструють, що екологічність стає важливим фактором вибору косметики для сучасних споживачів. Згідно з аналітикою, приблизно 74% споживачів готові переплачувати за товари з екологічним пакуванням [1].

У представленій мережею Інтернет інформації, акцентується увага на впровадженні біорозкладних матеріалів (PLA, водорості, кукурудзяний крохмаль) та на розробці багаторазового пакування [2]. Наприклад, деяке водоростеве пакування є не лише біорозкладним, але й їстівним, що відкриває перспективи для косметичної індустрії [3; 4]. Фахівці очікують, що ринок еко-упаковки у косметичній індустрії зростатиме на 8–10% щороку, оскільки споживачі та компанії продовжують зосереджуватися на зменшенні вуглецевого сліду та популяризації сталого розвитку [1].

Попередні дослідження зосереджувалися на вивченні споживацького попиту на еко-упаковку та аналізі технологій, таких як біорозкладні матеріали й багаторазове пакування, що зменшують негативний вплив на довкілля. Проте, потребує подальшого дослідження комплексна оцінка ефективності цих рішень у довгостроковій перспективі, а також розробка стратегій для полегшення інтеграції сталих практик у виробничі процеси косметичних брендів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета дослідження – визначення сучасних тенденцій використання еко-упаковки в косметичній індустрії. Завдання даної роботи полягають у наступному: 1) визначити інноваційні рішення, що сприяють зменшенню негативного впливу на довкілля; 2) оцінити актуальність використання еко-упаковки в косметичній галузі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Еко-упаковка стала одним із головних трендів у сучасній косметичній індустрії. Провідні бренди впроваджують нові матеріали та технології, які дозволяють знизити рівень забруднення довкілля та відповідають запитам споживачів, орієнтованих на сталий розвиток. Використання біорозкладних матеріалів, таких як полілактид (PLA), кукурудзяний крохмаль і водорості, є яскравим прикладом інновацій. Наприклад, Notpla створює упаковки з водоростей, які не лише розкладаються в природних умовах, а й є їстівними, що радикально змінює підхід до дизайну пакування (табл. 1:1).

Багаторазове пакування набуває популярності, оскільки зменшує утворення відходів і сприяє свідомому споживанню. Наприклад, бренд Bubbli пропонує силіконові контейнери, які можна повторно наповнювати (табл. 1:2). Такий підхід дозволяє знизити кількість одноразового пластику та покращити довготривалу екологічну ефективність продукту.

Картонні упаковки та паперові тубуси стають популярними завдяки легкості переробки. Ethique, наприклад, використовує картон навіть для упаковок бальзамів для губ, що повністю відповідає концепції компостованого матеріалу (табл. 1:3). Крім того, такі рішення створюють приємний користувацький досвід, оскільки підходять для якісного брендового оформлення та зберігають продукти під час транспортування.

Додаткові елементи, наприклад, багаторазові мішечки чи картонні вставки, допомагають зберегти продукцію під час доставки та зменшити використання пластику. Бренди використовують картон для створення компактних транспортних упаковок, які також можуть бути перероблені або повторно використані клієнтами, створюючи додаткову цінність (табл. 1:4).

Зростання попиту на еко-упаковку стимулює розвиток нових матеріалів і технологій. Зокрема, компостовані матеріали, що розкладаються у домашніх умовах, або багаторазові системи упаковки мають потенціал суттєво знизити вуглецевий слід косметичної індустрії. За прогнозами, такі інновації стануть основою для створення циркулярної економіки у сфері краси.

Таблиця 1

Види та приклади інноваційних рішень в еко-упаковці

Категорія	Опис	Зразок
Біорозкладні матеріали	Упаковка, яка розкладається природнім шляхом	 Notpla
Багаторазова упаковка	Контейнери, які можна використовувати повторно та заново наповнювати продуктом	 Bubbsi
Компостовані матеріали	Упаковка, що розкладається в домашніх умовах завдяки компостуванню	 Ethique
Картон і паперові матеріали	Перероблювані упаковки для зручного транспортування і зберігання, а також мінімізації пластику	 Ozone Coffee

ВИСНОВКИ

Еко-упаковка у косметичній індустрії стає не лише трендом, а й необхідністю, продиктованою сучасними екологічними викликами. Впровадження інноваційних рішень, таких як біорозкладні матеріали, багаторазові контейнери та перероблювані компоненти, дає змогу значно зменшити негативний вплив на навколишнє середовище. Провідні бренди, такі як Notpla, Ethique та Bubbsi, демонструють успішні приклади інтеграції таких матеріалів у свої стратегії.

Попит на еко-упаковку стимулює розвиток інноваційних технологій, які сприяють побудові циркулярної економіки. Виробники поступово переходять до використання матеріалів, що розкладаються у домашніх умовах або піддаються повній переробці. Це дозволяє не лише задовольняти запити свідомих споживачів, але й створювати продукти з доданою цінністю, які мінімізують обсяг відходів.

Для подальшого розвитку необхідно зосередитися на популяризації сталих практик серед виробників і споживачів, а також на вдосконаленні глобальної інфраструктури для утилізації пакувань. Інновації у матеріалах та дизайні упаковки відкривають можливості для трансформації косметичної галузі в екологічно сталу систему, здатну задовольнити потреби майбутніх поколінь.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. The 2019 Good Housekeeping Sustainable Packaging Awards. URL: <https://www.goodhousekeeping.com/beauty-products/a29459394/best-sustainable-packaging-brands/> (дата звернення: 29.11.2024).
2. Dini I. "Edible Beauty": The Evolution of Environmentally Friendly Cosmetics and Packaging. *Antioxidants*. 2024. 13(6). P. 742. DOI: <https://doi.org/10.3390/antiox13060742>
3. Dunlap S. 7 Eco-Friendly Cosmetics Packaging Ideas. 2023. URL: <https://pakfactory.com/blog/7-eco-friendly-cosmetics-packaging-ideas/> (дата звернення: 29.11.2024).
4. Nicasio F. 13 Creative Eco-Friendly Packaging Examples and Ideas You Should Check Out. 25 May, 2022. URL: <https://noissue.co/blog/13-creative-eco-friendly-packaging-examples-and-ideas-you-should-check-out/> (дата звернення: 29.11.2024).



УДК 747:691.8:666.6

ВАВРИНОВИЧ Павло, ВРОНСЬКА Рада
Луцький національний технічний університет

ЗАСТОСУВАННЯ АКРИЛУ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ

Анотація. У статті досліджується роль акрилу у сучасному дизайні інтер'єру як матеріалу, що поєднує естетичність, функціональність і довговічність. Акрил дозволяє створювати прозорі, легкі й візуально привабливі елементи інтер'єру, які підходять для різних стилів, від мінімалізму до хай-теку. Його властивості, зокрема стійкість до пошкоджень і простота догляду, сприяють його популярності серед дизайнерів. Водночас виникають виклики, пов'язані з екологічністю та переробкою матеріалу. Аналіз сучасних тенденцій, напрямів застосування та технологій виробництва акрилу дозволяє виявити його потенціал для створення стильних і функціональних рішень в інтер'єрі.

Ключові слова: акрил, дизайн інтер'єру, прозорість, екологічність, сучасні матеріали, тенденції дизайну.

Abstract. The article explores the role of acrylic in modern interior design as a material that combines aesthetics, functionality and durability. Acrylic allows you to create transparent, lightweight and visually appealing interior elements that are suitable for a variety of styles, from minimalism to hi-tech. Its properties, including resistance to damage and ease of maintenance, contribute to its popularity among designers. At the same time, there are challenges related to environmental friendliness and material recycling. An analysis of current trends, applications and production technologies for acrylic reveals its potential for creating stylish and functional interior solutions.

Keywords: acrylic, interior design, transparency, environmental friendliness, modern materials, design trends.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному дизайні інтер'єру часто виникає потреба в матеріалах, які поєднують функціональність, практичність та довговічність. Традиційні матеріали не завжди відповідають цим критеріям через їхню масивність, складність догляду або обмеженість у стилістичній адаптації. Акрил привертає увагу завдяки своїм унікальним властивостям, як-от прозорість, легкість і універсальність. Водночас важливо дослідити, наскільки цей матеріал може бути ефективним у вирішенні сучасних задач інтер'єрного дизайну. У цьому контексті виникає потреба у визначенні переваг, недоліків та конкретних сфер його застосування.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останні публікації вказують на те, що акрил дедалі частіше використовується для створення меблів і декоративних елементів завдяки його прозорості, що візуально розширює простір і додає легкості інтер'єру [1]. Матеріал зарекомендував себе як ідеальний вибір для кухонь, зокрема фасадів, завдяки його глянцевому покриттю, стійкості до механічних пошкоджень та простоті догляду [2].

Акрил також успішно використовується для виготовлення стильних перегородок, стільців і полиць, адже він поєднує функціональність з естетичною привабливістю, гармонійно вписуючись у сучасні тенденції дизайну [3]. Дослідження підкреслюють універсальність акрилу в інтер'єрі: його можна комбінувати з деревом, металом чи тканиною, що робить його популярним серед дизайнерів мінімалізму та хай-теку [4].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета даної роботи визначити роль акрилу в сучасному дизайні інтер'єру, дослідити його властивості та переваги, а також розкрити можливості його застосування для створення функціональних і естетично привабливих рішень.

Завдання роботи: 1) проаналізувати властивості акрилу, які визначають його популярність у дизайні інтер'єру; 2) розкрити основні напрями застосування акрилу в інтер'єрі; 3) розглянути актуальні тренди та переваги акрилу у сучасному дизайні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Акрил є одним із ключових матеріалів, який активно використовується у сучасному дизайні інтер'єру завдяки своїм універсальним властивостям і широким можливостям застосування. Він гармонійно поєднує естетичність і практичність, що дозволяє створювати інтер'єри, які одночасно відповідають функціональним вимогам і сучасним тенденціям. Завдяки своїй прозорості акрил сприяє візуальному розширенню простору, що робить його особливо затребуваним у дизайні невеликих приміщень.

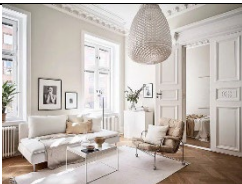
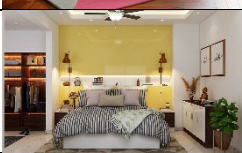
До ключових властивостей акрилу, які визначають його популярність, належать легкість, висока стійкість до пошкоджень і впливу ультрафіолету, а також різноманітність форм і кольорів. Матеріал має гладку глянцеву поверхню, яка створює відчуття легкості та сучасного стилю. Акрил легко піддається термоформуванню, що дає змогу створювати унікальні дизайнерські рішення, від нестандартних меблів до декоративних елементів. Його простота в догляді є додатковим аргументом для вибору цього матеріалу в житлових та комерційних інтер'єрах.

Акрил активно застосовується у виготовленні меблів, таких як столи, стільці, полиці та кухонні фасади, де його глянцевий вигляд підкреслює стильність і сучасність. Також він використовується для створення перегородок і панелей, які дозволяють зонувати простір, зберігаючи його легкість і відкритість. У світильниках акрил виступає як ключовий елемент, що створює ефект прозорості й гри світла, додаючи інтер'єру індивідуальності. Крім того, декоративні акрилові деталі, такі як вази чи арт-об'єкти, часто стають акцентами в інтер'єрі.

Екологічність акрилу є важливим аспектом його популярності. Сучасні виробники прагнуть досягти більшої сталості, використовуючи акрил, який піддається переробці. Його довговічність також сприяє зменшенню відходів, адже вироби з цього матеріалу зберігають свої властивості протягом багатьох років. У цьому контексті акрил відповідає вимогам сучасного екологічного дизайну.

Таблиця 1

Використання акрилу в інтер'єрі залежно від стилю дизайну

Дизайнерський стиль	Роль акрилу	Застосування	Зразок
Мінімалізм	Візуальна легкість, прозорість	Прозорі столи, стільці, полиці	
Хай-тек	Сучасність, технологічність	Акрилові світильники, панелі зі світлодіодами	
Скандинавський	Легкість, екологічність	Прозорі перегородки, комбіновані меблі	
Еклектика	Акцент, експериментальність	Кольорові акрилові деталі, вази, арт-об'єкти	
Модерн	Естетика, інноваційність	Кухонні фасади, вигнуті меблеві форми	
Лофт	Текстурний контраст	Матовані акрилові перегородки, освітлення	

Сьогодні акрил стає невід’ємною частиною сучасних тенденцій у дизайні інтер’єру. Його часто поєднують з іншими матеріалами, такими як дерево, метал чи текстиль, що дозволяє створювати цікаві контрастні композиції. Використання кольорового акрилу чи матових текстур додає можливостей для експериментів із формами та відтінками. Завдяки своїй універсальності та здатності вписуватися у різні стилі — від мінімалізму до хай-теку — акрил залишається популярним матеріалом у розробці сучасних інтер’єрних рішень.

Акрил є універсальним матеріалом, який гармонійно інтегрується у різні дизайнерські стилі, забезпечуючи їх унікальні потреби та акценти. У мінімалістичних інтер’єрах він використовується для створення візуальної легкості та простоти, у хай-тек — для підкреслення сучасності та технологічності, а у скандинавському стилі — для збільшення відчуття простору та натуральності. У більш сміливих стилях, таких як еkleктика чи модерн, акрил додає яскравих акцентів і плавності ліній, а в індустріальному лофті створює текстурний контраст з іншими матеріалами. Цей підхід дозволяє дизайнерам і замовникам ефективно використовувати акрил для досягнення конкретних стилістичних і функціональних цілей.

ВИСНОВКИ

Акрил є одним із найбільш універсальних і перспективних матеріалів для сучасного дизайну інтер’єру. Його прозорість, легкість, довговічність і можливість адаптації до різних стилів роблять його цінним вибором для дизайнерів і замовників. Завдяки своїм властивостям, акрил дозволяє створювати меблі, декоративні елементи, освітлення та інші компоненти, які поєднують естетичність і практичність.

Особливу увагу заслуговують екологічні аспекти матеріалу: акрил піддається переробці, а його тривалий термін експлуатації сприяє сталому використанню ресурсів. Актуальні тенденції демонструють широку інтеграцію акрилу в різні дизайнерські стилі, що свідчить про його популярність і універсальність.

У майбутньому можна очікувати подальшого розширення сфер використання акрилу завдяки його здатності адаптуватися до інноваційних дизайнерських підходів. Для ефективного використання цього матеріалу важливо враховувати його властивості, а також поєднувати його з іншими елементами інтер’єру відповідно до стилістичних і функціональних завдань. Акрил залишається важливим інструментом у створенні інтер’єрів, які відповідають вимогам сучасності.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Варіанти застосування виробів з акрилу в інтер'єрі. URL: <https://mekado.ua/articles/54-varianti-zastosuvannja-virobiv-z-akrilu-v-inter-eri> (дата звернення: 14.03.2025)
2. Кухні з акрилу: секрет стильного інтер'єру кухні. URL: <https://viyar.ua/ua/articles/kukhni-z-akrilu-sekret-stilnogo-inter-ru-kukhni/> (дата звернення: 14.03.2025)
3. Застосування акрилу в сучасному дизайні інтер'єрів. URL: <https://www.06153.com.ua/list/345085> (дата звернення: 14.03.2025)
4. What is Acrylic? URL: <https://roomai.com/interior-design-glossary/acrylic> (дата звернення: 14.03.2025)

УДК 72.025.3:725.21

КОБИСЬ Дмитро, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

ПРОЄКТНІ ПРОБЛЕМИ УПОРЯДКУВАННЯ ФАСАДІВ КОМЕРЦІЙНИХ СТРУКТУР

Анотація. У дослідженні розглянуто проблеми дизайну фасадів комерційних будівель у міському середовищі. Проаналізовано основні чинники формування сучасних типів фасадів та їхній негативний вплив на загальний зовнішній вигляд міських вулиць в умовах хаотичної забудови. Визначено можливі шляхи вирішення проблеми впорядкування фасадів у міському просторі.

Ключові слова: фасад, комерційна забудова, міське середовище, архітектурний дизайн, тенденції.

Abstract. The study examines the problems of designing facades of commercial buildings in an urban environment. The main factors of formation of modern types of facades and their negative impact on the general appearance of city streets in conditions of chaotic development are analyzed. Possible ways of solving the problem of arranging facades in urban space are identified.

Keywords: facade, commercial development, urban environment, architectural design, trends.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сьогоднішній день в Україні є актуальною проблема, яка негативно впливає на загальну привабливість міст. Вона пов'язана з хаотичною забудовою та дизайном фасадів комерційних будівель (магазини, ресторани, кафе тощо). Оскільки органи місцевої влади не завжди приділяють належну увагу цій проблемі, багато центральних, історичних та інших вулиць виглядають доволі непривабливо. Кожен підприємець – від малого до великого – встановлює зовнішню рекламу на свій розсуд, що перетворює вулиці на хаотичну кольорову суміш.

Ділянки міста, що відомі своєю історичною цінністю, поступово втрачають свою ідентичність після несанкціонованих або неякісних ремонтів нових власників.

Вирішення цієї проблеми сприятиме покращенню загального сприйняття українських міст, надасть нове життя туристичним напрямкам в історичних районах та підвищить якість життя місцевих жителів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання еволюції засобів та прийомів, які визначають художньо-тектонічні властивості архітектури, піднімаються у багатьох публікаціях.

Науковці досліджують вплив факторів середини XIX – початку XX ст. на виокремлення фасаду як окремої автономної структури будівлі, розглядають його художні якості та функціональну складову.

Уваги заслуговує дослідження, у якому визначаються класифікаційні ознаки та надається комплексна характеристика фасадних систем у контексті вітчизняної та світової архітектури XXI століття [4].

У статті Сідорової Я. окреслюються шляхи досягнення гармонійних композиційних рішень фасадів секційних житлових будинків, зокрема групи композиційних елементів та засобів-зв'язків. Наприклад, для ефективного розв'язання проблеми пошуку композиційних рішень фасадів секційних житлових будинків пропонується використовувати гнучкі планувальні рішення функціональних елементів, а також активно включати різноманітні декоративні елементи [3].

Можна відмітити велику кількість оглядових публікацій на офіційних сторінках компаній, які пропонують практичні рішення фасадних систем. Слід відзначити, що велика увага приділяється питанням естетичної привабливості, технологічності та функціональності комерційної архітектури, але, здебільшого з точки зору комфорту внутрішнього простору та енергоощадності [5].

Популярними у мережі є публікації про ключові тенденції оформлення фасадів, а також визначення трендів комерційної архітектури.

Втім, проблематика естетичності міського середовища в умовах хаотичної забудови потребує ґрунтовного вивчення.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою даної роботи є дослідження основних проблем забудови фасадів комерційних структур на вулицях міст. У центрі уваги – аналіз чинників, що безпосередньо впливають на загальний зовнішній вигляд міських вулиць, а також пошук ефективних способів вирішення проблем, пов'язаних із хаотичною та безсистемною забудовою.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Фасади комерційних структур – це зовнішні частини (передусім головні сторони) будівель, призначених для комерційної діяльності: магазинів, кафе, ресторанів, аптек, офісів, банків тощо.

Ці фасади зазвичай включають:

- 1) вивіски й зовнішню рекламу (вітрини, банери, LED-екрани);
- 2) архітектурне оформлення (матеріали, оздоблення, кольори);
- 3) елементи благоустрою (навіс, підсвітка, декоративні елементи);
- 4) вхідну групу (двері, сходи, пандуси тощо).

Фасади комерційних структур мають велике значення для візуального сприйняття міського середовища, бо саме вони найчастіше домінують у вигляді центральних і торгових вулиць. Саме тому тема їхнього дизайну важлива для формування естетичного та комфортного міського простору.

Досліджуючи проблему хаотичної забудови фасадів у світі, можна стверджувати, що найбільше постраждали міста, які зазнали стрімкого зростання у забудові нових районів, вулиць і комерційних зон наприкінці XX – на початку XXI століття. Серед країн, які зіткнулися з цією проблемою, можна виокремити Туреччину, Україну, Румунію, а також держави Балканського регіону.

Сьогодні значна частина власників комерційних структур ігнорує встановлені норми щодо оформлення фасадів, обираючи індивідуальні рішення, які, на їхню думку, є найдоцільнішими. Це призводить до формування візуального хаосу, особливо помітного у міських середовищах із високою щільністю пішохідного трафіку, зокрема, на центральних

та пішохідних вулицях міст. Така ситуація негативно впливає на естетичне сприйняття міського простору та погіршує архітектурну цілісність середовища.

У процесі розв'язання цієї проблеми доцільно розглядати окремі підходи для двох типів комерційних міських районів: нових забудов та історичних центрів.

Для нових міських районів важливо враховувати такі чинники, як:

- 1) загальна щільність населення;
- 2) культура та традиції регіону;
- 3) природний ландшафт;
- 4) структура дорожньої мережі та пішохідних зон.

Ефективним рішенням може стати стандартизація зовнішнього вигляду фасадів у межах окремих районів. Йдеться про впровадження єдиних вимог до:

- 1) кольорової палітри;
- 2) оздоблювальних матеріалів;
- 3) текстур і декоративних елементів.

Усі нові проєкти фасадів мають проходити попередній перегляд у відповідних міських органах, які зможуть надати професійні зауваження і рекомендації. Це дозволить запобігти надмірному візуальному контрасту між окремими об'єктами і забезпечити цілісність міського простору.

Можна виділити два основні підходи, що застосовують до оновлення забудови у межах *історичних центрів* міст:

1. Urban Infill – доповнення існуючих прогалин у забудові новими архітектурними об'єктами, які гармонійно інтегруються у навколишнє середовище, враховуючи стилістику, масштаб, матеріали та фактуру.

2. Revitalization – реконструкція старих будівель та історичних пам'яток із використанням сучасних технологій та матеріалів переважно в інтер'єрах. У результаті зберігається історичний вигляд споруд, а самі об'єкти відповідають сучасним функціональним вимогам (Рис.1).



Рис.1. Трансформація фасадів комерційної будівлі з 1925 до 2021 р., Буенос-Айрес, Аргентина

Окрім цього, у роботі з історичними районами також доцільно застосовувати ті самі стандарти, що й у нових районах, з поправкою на історичну специфіку. Залучення до процесу погодження проєктів фахових істориків-експертів передбачає надання

консультацій архітекторам і дизайнерам щодо відповідності нових фасадів архітектурному контексту.

Естетика архітектури житла має бути раціональною та обумовленою функціональною логікою, доцільністю конструктивних рішень та властивостей матеріалів, орієнтації будинків та умов сприйняття композиційних рішень фасадів

ВИСНОВКИ

Вирішення проблеми хаотичної забудови фасадів комерційних структур покращить естетичний вигляд міст і сприятиме збереженню їхньої історичної та культурної ідентичності. Це позитивно вплине на добробут мешканців і підвищить культурну цінність міського середовища.

Проблема потребує системного підходу – створення спеціалізованих органів, що контролюватимуть погодження фасадів і дотримання стандартів, що стане основою сталого розвитку міста.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Urban renewal for traditional commercial streets at the city center of Koya, Iraq URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1110016819301012> (дата звернення: 12 квітня 2025 р.).
2. Change in the centers of historical cities. URL: <https://jpd.uobaghdad.edu.iq/index.php/jpd/article/view/154/117> (дата звернення: 17 квітня 2025 р.).
3. Сідорова Я. Засоби гармонізації фасадів секційних житлових будинків. Сучасні проблеми архітектури та містобудування : наук.-техн. сб. Київ. нац. ун-т буд-ва і арх. Київ : КНУБА, 2016. Вип. 42. С. 339-346.
4. Тютіна Л. В., Давидов А. М. Типологія новітніх фасадних систем та її вплив на пластичну мову архітектури XXI ст. (PDF) TYPOLOGY OF THE LATEST FACADE SYSTEMS AND THEIR INFLUENCE ON THE PLASTIC LANGUAGE OF ARCHITECTURE OF THE XXI CENTURY (дата звернення: 17 квітня 2025).
5. Огляд тенденцій та нововведень фасадів комерційних будівель. Фасади комерційних будівель у 2024 (дата звернення: 29 квітня 2025 р.).

УДК 72+725.88:72.012(085.3)+715.5:159.922

КОВАЛЬЧУК Сергій

Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури

ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ЗОНУВАННЯ ПРОСТОРУ ФІЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНИХ КОМПЛЕКСІВ ЗА ДОПОМОГОЮ КОЛОРИСТИКИ

Анотація. У сучасних фізкультурно-спортивних комплексах дизайн набуває нового звучання завдяки застосуванню колористики. Вибір кольорових схем дозволяє створювати функціональні зони без застосування фізичних бар'єрів, стимулюючи активність або сприяючи релаксації та покращенню психологічного комфорту користувачів. У даній роботі досліджено потенціал кольору як ефективного засобу зонування простору спортивних споруд. Представлений концептуальний підхід відкриває нові можливості для оптимізації просторового дизайну, підвищення естетичної привабливості та впровадження архітектурних інновацій.

Ключові слова: колористика, фізкультурно-спортивні комплекси, функціональне зонування, психологічний комфорт.

Abstract. In modern physical culture and sports complexes, design acquires a new dimension through the application of colouristics. The selection of colour schemes enables the creation of functional zones without the need for physical barriers, thereby stimulating activity or promoting relaxation and enhancing the psychological comfort of users. This thesis investigates the potential of colour as an effective means of zoning space within sports facilities. The presented conceptual approach opens up new possibilities for optimizing spatial design, enhancing aesthetic appeal, and implementing architectural innovations.

Keywords: colouristics, physical culture and sports complexes, functional zoning, psychological comfort

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Тема використання колористики у фізкультурно-спортивних комплексах стає надзвичайно актуальною в умовах сучасного дизайну. Ще кілька десятиліть тому архітектори обмежувались традиційними методами зонування, використовуючи матеріальні поділки для розмежування простору. Сьогодні ж потреби користувачів та розвиток технологій відкривають нові можливості, зокрема використання кольору як засобу створення функціональних зон без застосування фізичних бар'єрів.

Проте, не зважаючи на потенціал кольорових схем як інструменту впливу на психологічний комфорт і поведінку відвідувачів, значна частина практики досі сприймає колористику лише як декоративний елемент. Це породжує скептичні думки щодо її здатності забезпечити ефективне зонування та адаптацію простору до змінних функціональних потреб. Крім того, виникає питання інтеграції інноваційних технологій, таких як LED-освітлення та інтерактивні системи, які дозволяють створювати динамічні кольорові схеми, що узгоджуються із сучасними тенденціями проєктування.

Вирішення цих проблем дозволить не лише оптимізувати використання простору, але й підвищити естетичну привабливість і психологічний комфорт відвідувачів, що є ключовим для розвитку інноваційних підходів у фізкультурно-спортивній архітектурі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Приклади застосування колористики для функціонального зонування спортивних комплексів представлені як у спеціалізованих наукових публікаціях [1, 2], так і в інтернет-ресурсах [3, 4]. Розробка інтерактивних кольорових схем, які адаптуються до потреб користувачів, розглядається в дослідженні [5]. Різноманітні дослідження демонструють, як за допомогою кольорових схем можна візуально розділити простір, створюючи зони для активних тренувань, релаксації або відпочинку без використання традиційних фізичних бар'єрів.

Світові практики свідчать про успішне впровадження кольорових рішень у проектах спортивних споруд, де акцент робиться на використанні яскравих відтінків для стимулювання активності та спокійних тонів для створення комфортної атмосфери. В Україні відзначається зростаючий інтерес до інтеграції інноваційних кольорових технологій, проте більшість існуючих публікацій містить фрагментарний опис застосування колористики, що свідчить про необхідність більш системного підходу до аналізу та узагальнення досвіду.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення основних підходів до використання колористики як засобу функціонального зонування простору фізкультурно-спортивних комплексів та оцінка її впливу на психологічний комфорт користувачів. Завданнями роботи є: 1) дослідити особливості застосування кольорових схем для організації різних функціональних зон без використання фізичних бар'єрів; 2) визначити основні переваги і проблеми впровадження колористики у зонуванні спортивних комплексів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Колористика у фізкультурно-спортивних комплексах виступає не просто як декоративний прийом, а як потужний інструмент функціонального зонування простору. Використання кольорових схем дозволяє розмежовувати різні зони без застосування фізичних перегородок, забезпечуючи візуальний поділ простору та підсилюючи психологічний комфорт користувачів [5].

У відкритих тренувальних зонах і спортивних майданчиках застосування яскравих, енергійних кольорів (наприклад, червоних чи оранжевих відтінків) стимулює активність і динаміку, а контрастні кольорові рішення сприяють легкій орієнтації у просторі [3]. Таким чином, кольорове зонування дозволяє безпосередньо визначити призначення кожної зони – зони для інтенсивних тренувань відокремлюються від зон для відпочинку, де переважно використовуються спокійні сині та зелені відтінки.

У невеликих фізкультурно-спортивних комплексах, де площа приміщення обмежена, застосування відповідних кольорових схем допомагає створити оптичні ілюзії, що візуально розширюють простір або, навпаки, забезпечують відчуття затишку. Легкі відтінки стін і стель сприяють візуальному збільшенню простору, тоді як більш насичені кольори використовуються для акцентування окремих зон, наприклад, місць для релаксації чи індивідуальних тренувань [1, 2].

Міські спортивні комплекси, які обслуговують різноманітні заходи, потребують адаптивних кольорових рішень. Використання динамічних, змінних кольорових схем,

здатних підлаштовуватись під час доби чи тип заходу, дозволяє створити гнучке просторове середовище. Інтерактивні технології забезпечують можливість створення змінних візуальних ефектів, коли зовнішній вигляд споруди адаптується до поточних потреб [6].

Національні стадіони та великі спортивні комплекси демонструють застосування кольору не лише для функціонального зонування, а й як елемент брендингу. Використання корпоративних або національних відтінків сприяє формуванню впізнаваності споруди і впливає на психологічний стан глядачів, стимулюючи активність у зонах змагань та створюючи спокійну атмосферу у зонах відпочинку [4].

Не менш важливим є екологічний аспект застосування сучасних колористичних технологій. Використання LED-систем та нетоксичних фарб сприяє зниженню енергоспоживання та мінімізації негативного впливу на довкілля, що відповідає концепції сталого розвитку.

Таким чином, комплексний підхід до використання колористики у фізкультурно-спортивних комплексах забезпечує не лише розподіл простору, але й впливає на психологічний стан, стимулює активність та створює унікальний візуальний образ споруди. Це відкриває нові горизонти для впровадження інноваційних архітектурних рішень

ВИСНОВКИ

Вибір оптимальних кольорових схем у фізкультурно-спортивних комплексах не лише сприяє ефективному зонуванню простору, а й позитивно впливає на психологічний комфорт та активність користувачів. Правильно підібрані кольори допомагають створювати чітко окреслені зони для тренувань, відпочинку чи змагань без застосування фізичних перегородок, що забезпечує гнучкість використання простору.

Застосування інноваційних технологій, таких як інтерактивні LED-системи, дозволяє адаптувати кольорові схеми до поточних потреб та сприяє формуванню унікального візуального образу споруди. Таке динамічне підґрунтя забезпечує не лише естетичну привабливість, а й підсилює емоційний зв'язок відвідувачів зі спортивним середовищем.

Таким чином, комплексний підхід до використання колористики відкриває нові перспективи для підвищення функціональності, естетики та екологічної ефективності фізкультурно-спортивних комплексів. Результати даного дослідження свідчать, що інтеграція кольорових рішень може стати важливим інструментом у розробці інноваційних дизайнерських концепцій. У подальших дослідженнях планується розробити практичні рекомендації для архітекторів та дизайнерів, що дозволять оптимізувати застосування кольорових технологій та оцінити їх вплив на психологічний стан користувачів фізкультурно-спортивних комплексів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Кузьмич В. І. Гармонійний підбір кольорів в архітектурному проектуванні. Сучасні проблеми Архітектури та Містобудування. 2020. Вип. 57, 178-189. URL: <https://doi.org/10.32347/2077-3455.2020.57.178-189>
2. Тарасова К., Кононенко Г., Янтовська О. Особливості застосування кольору та світла в архітектурі та дизайні, їх вплив на людину. International Science Journal of Engineering & Agriculture. 2022. Вип. 1, С. 23-30. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjea.20220105.04>
3. Souza E. How Colors Change the Perception of Interior Spaces. ArchDaily. 2023. ISSN 0719-8884. URL: <https://www.archdaily.com/935067/how-colors-change-the-perception-of-interior-spaces>
4. Hou Y., Gou B., Liao J., Zhang Y., Huang Q., & Sun B. Innovative Sports Venue Colors and Consumers' Satisfaction based on Multilevel Data: The Mediating Effect of Athletes' Perceived Emotional Value. Buildings. 2024. Вип. 14(11), С. 3674. URL: <https://doi.org/10.3390/buildings14113674>
5. The Spark. Психологія кольору: як різні кольори впливають на наші емоції і поведінку. 2019. URL: <https://sparkmedia.com.ua/psykholohiia-koloru/>
6. Zhang X., & Zhang X. (2020). Test and Design of Colors and Visual Illusion Based on Changing Spatial Characte. E3S Web of Conferences. 2020. Вип. 179, С. 21-31. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202017902131>

УДК 72.012 : 628.9

КОЗЛОВСЬКА Софія, ЯСЮК Анатолій, ПАЛЬЧИК Анна,
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЛІНІЙНОГО ОСВІТЛЕННЯ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ

Анотація. У роботі проаналізовано особливості трьох основних видів лінійного освітлення: гнучкого неону (LED неон), світлових ліній та фігурних LED світильників. Розглянуто їхні функціональні та естетичні переваги, зокрема здатність до адаптації в архітектурних і дизайнерських рішеннях, енергоефективність та створення унікальних світлових сценаріїв. Також підкреслено, що кожен тип освітлення пропонує різні підходи для формування атмосфери та архітектурних акцентів у сучасних просторах.

Ключові слова: лінійне освітлення, гнучкий неон, світлові лінії, фігурні LED світильники, інтер'єрний дизайн, технології освітлення.

Abstract. The work analyzes the features of three main types of linear lighting: flexible neon (LED neon), light lines and sculptured LED lamps. Their functional and aesthetic advantages are considered, in particular, the ability to adapt in architectural and design solutions, energy efficiency and the creation of unique light scenarios. It is also emphasized that each type of lighting offers different approaches for creating atmosphere and architectural accents in modern spaces.

Keywords: Linear lighting, flexible neon, light lines, sculptured LED lamps, interior design, lighting technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Лінійні світлові системи набувають значного поширення в сучасному дизайні інтер'єрів. По-перше, сьогодні поряд із традиційними світильниками з'являються нові типи світлових джерел, отже необхідні поглиблені дослідження інновацій. По-друге, бажання дизайнерів урізноманітнити простори вимагають більше інформації про адаптацію конструктивних особливостей світильників до новітніх дизайнерських рішень. По-третє, більшість інтер'єрів потребують створення атмосфери, а саме, пошук нових дизайнерських рішень освітлення та впровадження інноваційних освітлювальних технологій, спроможних її трансформувати. Окреслені проблеми обґрунтовують актуальність обраної теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Лінійне освітлення як важливий елемент дизайну стало об'єктом уваги науковців останні 10-15 років. Домінуючим питанням досліджень виступає естетична та функціональна роль світильників у дизайні інтер'єру [1 – 3]. В мережі Інтернет поширеними є огляди нових технологій та матеріалів, що активно застосовуються у дизайні інтер'єрів [1 – 3].

Значний інтерес дослідників викликає використання світлодіодного неону (неон-флекс), який став популярним завдяки своїй універсальності, гнучкості та можливості створення декоративних акцентів [1]. Науковці підкреслюють домінуючу роль

вмонтованих світлових ліній у мінімалістичних інтер'єрах, що дозволяє створювати м'яке, рівномірне освітлення та акцентувати на архітектурних деталях приміщень [2].

Ще однією перспективною тенденцією є використання фігурних LED світильників, які поєднують в собі функціональні та декоративні аспекти, додаючи простору естетичної виразності [3]. Відсутність спеціальних академічних досліджень, спрямованих на вивчення впливу таких освітлювальних рішень на просторове сприйняття приміщень вимагає подальшого поглибленого дослідження. Це особливо актуально в контексті комерційних та житлових приміщень, де енергоефективність та естетичність є ключовими аспектами при виборі освітлення.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення особливостей лінійного освітлення в дизайні інтер'єру. Основними завданням є: 1) класифікувати види лінійного освітлення; 2) здійснити аналіз функцій лінійного освітлення у дизайні інтер'єру.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Лінійне освітлення займає важливе місце в сучасному дизайні інтер'єрів та архітектурі. Окрім виконання освітлювальної функції, воно виступає ефективним декоративним елементом, здатним суттєво впливати на просторове сприйняття та атмосферу середовища. У рамках цієї тенденції зростає популярність таких варіантів лінійного освітлення, як гнучкий неон, вбудовані світлові лінії та фігурні LED світильники. Зазначені технології вирізняються високою інноваційністю, надаючи широкі можливості для створення виразних візуальних ефектів та підвищеної гнучкості в дизайні. Розглянемо особливості та функціональні можливості кожного з цих видів (рис. 1).

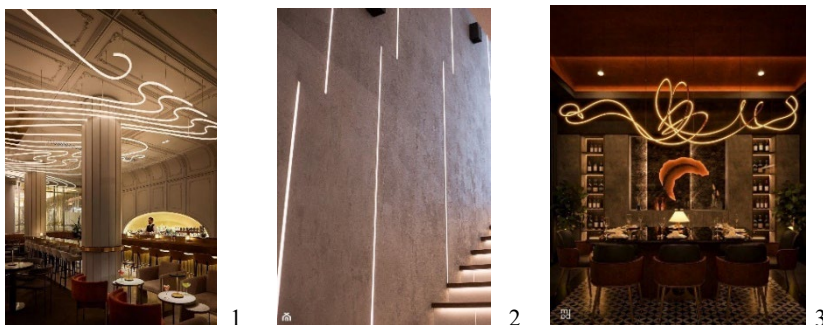


Рис. 1. Види лінійного освітлення: 1 – гнучкий неон, Аделаїда, Австралія; 2 – світлові лінії, Люблін, Польща; 3 – фігурні LED-світильники, Пномпень, Камбоджа.

Гнучкий неон («LED neon», «neon-flex») прямо вказує на використанні матеріали та технологічні процеси на етапі виробництва [1]. Він представляє собою високотехнологічний виріб, який складається з набору світлодіодів, розміщених всередині трубки з полімерного матеріалу. Здебільшого застосовуються трубки з прозорого або напівпрозорого полівінілхлориду (ПВХ), всередині яких світлодіоди розташовуються на певній відстані один від одного для забезпечення рівномірного розподілу світла [1].

Його часто використовують для формування світлових контурів на стінах або стелях, що дозволяє підкреслити геометрію приміщення та виокремлювати певні функціональні зони. Це освітлення є як основним, так і допоміжним. Дизайнери його інтегрують у підсвітку меблів, полиць або архітектурних елементів, що надає простору сучасного вигляду та підсилює технологічний характер дизайну.

Однією із ключових переваг гнучкого неону є його здатність легко адаптуватися до будь-яких дизайнерських і архітектурних рішень (рис. 1:1). Крім того, гнучкий неон ідеально підходить для створення декоративних акцентів. Його часто застосовують для виготовлення світлових написів, декоративних малюнків або логотипів, що можуть бути частиною брендування комерційних просторів або стилістичним елементом у житлових приміщеннях. Завдяки широкій кольоровій гамі та можливості плавного регулювання яскравості, гнучкий неон дозволяє створювати різноманітні світлові сценарії, які легко змінювати відповідно до потреб користувачів або специфіки середовища.

Такі особливості як естетичність та функціональність характеризують гнучкий неон як універсальний світловий засіб. Він широко використовується в сучасному дизайні інтер'єрів. На відміну від традиційних неонових ламп цей матеріал відрізняється високою гнучкістю і міцністю, що дозволяє створювати не лише прямі, а й криволінійні форми, складні вигини та геометричні конструкції. Така технологія ідеально підходить як для житлових, так і для комерційних приміщень.

Світлові лінії являють собою елементи освітлювальних систем, що інтегруються в натяжні стелі, основу яких складають алюмінієвий корпус та світлодіодне LED-освітлення (рис. 1:2). Вмонтовані світлові лінії набувають значної популярності в сучасному інтер'єрному дизайні завдяки їх здатності поєднувати високу функціональність з естетичною привабливістю, створюючи унікальний візуальний характер простору. Такий тип освітлення безпосередньо вбудовується в конструктивні елементи інтер'єру, зокрема стелі, стіни, підлоги або меблі, забезпечуючи ефект «прихованих» джерел світла. Це рішення надає простору сучасного витонченого вигляду, дозволяючи акцентувати увагу на архітектурних деталях або виділяти окремі зони [2].

Однією з особливостей світлодіодної підсвітки є широкий вибір колірної температури: від теплих і холодних до нейтральних відтінків, останні з яких є найбільш популярними в сучасному інтер'єрному просторі. Використання сучасних технологій, таких як диммери або інтелектуальні системи управління освітленням, дозволяє налаштовувати інтенсивність і колір світла, адаптуючи його під конкретні потреби або бажану атмосферу. Це робить вмонтовані світлові лінії не лише функціональним, але й динамічним елементом дизайну, здатним змінювати сприйняття простору в залежності від ситуації.

Важливою перевагою вмонтованих світлових ліній є можливість створення рівномірного, м'якого освітлення, яке органічно інтегрується в простір, не порушуючи його гармонії. На відміну від традиційних освітлювальних приладів, що можуть займати місце і виступати над поверхнями, вмонтовані світлові лінії залишаються непомітними, але ефективно виконують свої освітлювальні функції, особливо в мінімалістичних інтер'єрах, де кожен елемент відіграє чітко визначену роль.

Додатково ці системи підходять для зонування простору. Вмонтовані світлові лінії використовуються для чіткого розмежування функціональних зон, таких як робочі поверхні на кухні або місця для відпочинку у вітальні, що не тільки покращує практичність

середовища, але й сприяє створенню затишної та комфортної атмосфери. Вони також допомагають підкреслювати архітектурні деталі, додаючи приміщенню глибини та об'єму.

Фігурні LED світильники є інноваційним елементом сучасного інтер'єрного дизайну, що поєднує в собі естетичні та функціональні властивості. Вони вирізняються різноманітністю форм – від абстрактних до геометричних форм. Формотворення цих світильників виходить за межі проєктних канонів, а їхня спільна риса полягає у виразних формах, незвичних текстурах та сучасному підході до традиційних джерел світла. Вони виконують подвійну роль: слугують джерелом освітлення і водночас є арт-об'єктом, що привертає увагу (рис. 1:3).

Фігурні LED світильники використовуються переважно у комерційних просторах, таких як ресторани, готелі, громадські зали, а також у приватних будинках. Їх ключова характеристика – здатність створювати неповторний візуальний акцент. Фігурні LED світильники також є засобом для створення композиційного фокусу. Вони встановлюються у центральній зоні інтер'єрів, де відіграють роль не лише освітлювального приладу, але й елементу декору, що підкреслює естетику та концепцію простору. Завдяки унікальним формам та використанню сучасних матеріалів (метал, скло, акрил) такі світильники не лише освітлюють приміщення, але й трансформують його у справжній художній простір. Наприклад, розміщення фігурних LED елементів над диваном у вітальні створює атмосферу, подібну до мистецької галереї, додаючи інтер'єру глибини та естетичної привабливості [3].

Завдяки пластичності та варіативності такі світильники дозволяють дизайнерам експериментувати з масштабом і формою, створюючи унікальні рішення для кожного середовища.

Усі три види лінійного освітлення – гнучкий неон, вмонтовані світлові лінії та фігурні світильники – є енергоефективними та екологічно вигідними рішеннями для сучасних інтер'єрів. Гнучкий неон завдяки світлодіодам споживає менше електроенергії порівняно з традиційними лампами, що робить його ідеальним вибором для комерційних приміщень, де освітлення працює тривалий час. Вмонтовані світлові лінії забезпечують низьке енергоспоживання і мають довгий термін служби, знижуючи частоту заміни компонентів та витрати на обслуговування. Фігурні LED світильники також базуються на світлодіодних технологіях, що поєднує їхню естетичну привабливість із екологічною раціональністю.

ВИСНОВКИ

У роботі доведено, що застосування сучасних освітлювальних технологій у дизайні інтер'єру забезпечує не лише функціональність, а й високі естетичні характеристики, створюючи неповторну атмосферу та підкреслюючи архітектурні особливості приміщення. Виділено три види лінійного освітлення та окреслено їх особливості: гнучкий неон (універсальність та здатність приймати різноманітні форми); світлові лінії (інструмент для зонування); фігурні LED світильники (застосування в якості арт-об'єкту). Використання сучасних технологій керування освітленням додає цій системі динамічності та гнучкості. Кожен із розглянутих видів освітлення має унікальні риси й переваги, що дає можливість адаптації для різноманітних потреб інтер'єру, стилістики й дизайнерських вимог.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. 5Watt. Що таке світлодіодний неон? 2018. URL: https://5watt.ua/uk/blog/statti/ssho-take-svitlodiodnij-neon?srsId=AfmBOoq5liGSQTyppoZZRHoieVzoA1O342JM_rp6mOcJntZbati_yMH4 (дата звернення: 03.10.2024).
2. Potolkoff. Світлові лінії. URL: <https://potolkoff.lviv.ua/page/light-line> (дата звернення: 03.10.2024).
3. Rowabi. 10 Biggest Lighting Trends for 2024. URL: https://www.rowabi.com/blogs/lab-of-wabi-sabi-blogs/lightingtrends?srsId=AfmBOopQSxxE_pU0IePx4rVPt1TC4jh9j4Ocik08oq2pOQNoTZPE11yf (дата звернення: 03.10.2024).

УДК 72.012.8

КОРЕЦЬКА Дарина, МИРОШНИЧЕНКО Іванна
Луцький національний технічний університет

ДИЗАЙН ДЕКОРАТИВНИХ ПЕРЕГОРОДОК: ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ

Анотація. У роботі розглянуто особливості дизайну декоративних перегородок для організації простору приміщень. Виділено три групи перегородок, в основі формотворення яких лежить використання нетрадиційних матеріалів – бамбуку, моху, металу та LED-екранів. Перспективним напрямком проектування середовища є використання інноваційних матеріалів у дизайні декоративних перегородок.

Ключові слова: декоративна перегородка, інноваційні матеріали, інтер'єр, дизайн інтер'єру, оптимізація простору.

Abstract. The work examines the features of the design of decorative partitions for organizing the space of premises. There are three groups of partitions, the basis of which is the use of non-traditional materials – bamboo, moss, metal and LED screens. A promising direction of environment design is the use of innovative materials in the design of decorative partitions.

Keywords: decorative partition, innovative materials, interior, interior design, space optimization.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Декоративні перегородки набувають широкого використання у сучасному дизайні інтер'єру. Вони дозволяють організувати простір відповідно до вимог ергономіки. Інтенсивний розвиток сучасних технологій та інноваційних матеріалів дозволяє переосмислити проєктні особливості та їх використання у дизайні перегородок. Дослідження інноваційних способів проектування з використанням нових матеріалів вимагає пошуку нових чинників, що впливають на оптимізацію простору.

Сучасні проблеми екології вимагають від дизайнерів застосування екосвідомих рішень у створенні дизайну перегородок, що призводить до використання нових альтернативних матеріалів та методик. Переосмислення людиною способів формотворення простору зумовлює необхідність використання інноваційних підходів у проектуванні перегородок.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблема використання інноваційних матеріалів в інтер'єрі піднімалася у дослідженнях А. Ahani, Е. Ahani [1]. Проєктного аспекту конструкцій декоративних перегородок торкалися М. Li, N. Kim [3]. Дослідник S. Laksham [2] звертав увагу на мультисенсорний дизайн можливість його реалізації в перегородках. Дослідження матеріалів торкалися сфери декору стін, екологічно чистих матеріалів, проте дослідники не звертали увагу на використання інноваційних матеріалів саме в дизайні декоративних перегородок.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення особливостей використання новітніх матеріалів у проєктуванні декоративних перегородок. Завданнями роботи є: 1) розглянути види новітніх матеріалів для проєктування декоративних перегородок; 2) оцінити вплив наноматеріалів на конструктивні особливості; 3) проаналізувати особливості впливу інноваційних матеріалів на формотворення та конструкції декоративних перегородок.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Перегородки здавна використовувалися для зонування простору. Якість і матеріал впливає на зовнішній вигляд перегородок, тим самим визначає їх образно-стилістичні рішення.

Декоративні перегородки в залежності від матеріалів, з яких вони створені, можемо розділити на групи: перегородки, в основі формотворення яких лежать екотехнології, перегородки, в основі формотворення яких лежать технологічні інновації, та перегородки, в основі формотворення яких лежать розумні матеріали.



Рис. 1. Особливості проєктування перегородок: 1 – екологічні рішення, Київ, Україна; 2 – технологічні рішення, Нова Зеландія; 3 – «розумні матеріали», Китай.

Наявність моху, живих рослин, кори дерев, бамбуку, переробленого пластику, глини в оздобленні декоративних перегородок підкреслюють екологічність дизайну розробки (рис. 1:1). Екотехнології у виготовленні перегородок з таких матеріалів забезпечують естетику, функціональність, а також підкреслюють дбайливе ставлення до природи.

У дизайні перегородок, в основі формотворення яких лежать технологічні інновації, використовуються композити та наноматеріали (рис. 1:2). Композитні перегородки характеризуються поєднанням декількох матеріалів для створення цілісного виробу. Вибір різного поєднання елементів дозволяє створити нові ідеї та образи, що в свою чергу підсилять стилістичну спрямованість інтер'єру. Наноматеріали, зокрема нанокарбон та нанокераміка, дозволяють виготовляти перегородки з покращеними звукоізоляційними та теплоізоляційними властивостями.

Перегородки, які спроектовані на основі використання розумних матеріалів, мають унікальні властивості (рис. 1:3). Вони виступають тлом для проєкціонування зображень. Розумними матеріалами називають матеріали, що під дією зовнішніх і внутрішніх чинників змінюють власні властивості, такі як прозорість, шумоізоляцію та теплоізоляцію.

ВИСНОВКИ

У дизайні перегородок для сучасних інтер'єрів використовуються інноваційні технології, які дозволити класифікувати їх за естетичними особливостями. У роботі класифіковано перегородки за проєктними особливостями: перегородки, в основі формотворення яких лежать екотехнології, технологічні інновації та розумні матеріали. Особливості використання інноваційних матеріалів дозволяють осучаснити інтер'єр, надати йому певної стилістичної особливості та персоналізувати простір.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Ahani A., Ahani E. An overview for materials and design methods used for enhancement of laminated glass. *Hybrid Advances*. 2023. Vol. 3. P. 100063. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.hybadv.2023.100063> (дата звернення: 14.03.2025)
2. Laksham S., Hitish H. Experimental investigations of epoxy-resin-banana-fiber-saw dust bio-composite material for potential application as partitioning board. *Materials Today: Proceedings*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.matpr.2023.01.237> (дата звернення: 14.03.2025)
3. Li M., Kim N. Exploring multisensory home office design in virtual reality: Effects on task performance, heart rate, and emotion. *Acta Psychologica*. 2024. Vol. 250. P. 104536. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104536> (дата звернення: 14.03.2025)
4. Sustainable and eco-friendly 3D printing filament fabricated from different recycled solid wastes and evaluate its impact on interior and furniture design / N. A. Ellessawy et al. *Results in Engineering*. 2024. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rineng.2024.102428> (дата звернення: 14.03.2025)

УДК 621.395:745.5

КУЛІШ Андрій, МИРОШНИЧЕНКО Іванна
Луцький національний технічний університет

ПРОЗОРИЙ КОРПУС У ДИЗАЙНІ ГАДЖЕТІВ: ТЕНДЕНЦІЇ, МАТЕРІАЛИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ

Анотація. У статті досліджується популярність прозорих корпусів у сучасному дизайні електронних пристроїв, що поєднують естетичні й технологічні переваги. Прозорі гаджети дозволяють користувачам бачити внутрішні компоненти, що створює унікальний досвід взаємодії та підвищує довіру до бренду. Однак, попри всі переваги, використання прозорих матеріалів викликає певні проблеми, зокрема щодо їхньої міцності, довговічності та екологічності. Аналіз тенденцій, матеріалів і виробничих технологій дозволяє розкрити основні аспекти успішного застосування прозорих корпусів у виготовленні гаджетів.

Ключові слова: Прозорі корпуси, дизайн гаджетів, матеріали, технології виробництва, мінімалізм, інновації.

Abstract. The article explores the popularity of transparent cases in modern electronic device design, combining aesthetic and technological advantages. Transparent gadgets allow users to see the internal components, which creates a unique interaction experience and increases brand trust. However, despite all the advantages, the use of transparent materials poses challenges, in particular regarding their strength, durability and environmental friendliness. An analysis of trends, materials and production technologies allows us to reveal the main aspects of the successful application of transparent cases in the manufacture of gadgets.

Keywords: Transparent cases, gadget design, materials, production technologies, minimalism, innovations.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному дизайні електронних пристроїв зростає популярність прозорих корпусів, які поєднують естетику та технологічність. Вони дозволяють користувачам побачити внутрішні компоненти, створюючи унікальний досвід взаємодії з пристроєм та підвищуючи цікавість до бренду. Прозорий дизайн відображає сучасні тенденції мінімалізму та демонстрації інженерної досконалості.

Однак використання прозорих корпусів пов'язане з низкою викликів, таких як забезпечення міцності, стійкості до подряпин і довговічності матеріалів, поєднання їх із екологічними стандартами та адаптація до сучасних виробничих технологій. Додатково, важливо уникати конфлікту між естетикою та такими аспектами, як ергономіка й безпека.

Тому дослідження матеріалів, технологій і трендів прозорого дизайну є ключем до подолання цих проблем, дозволяючи інтегрувати інноваційні рішення у виробництво гаджетів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Прозорий дизайн гаджетів демонструє інтерес до мінімалізму та технологічної відкритості, дозволяючи користувачам бачити внутрішні механізми пристроїв, що створює унікальний користувацький досвід і підкреслює сучасний підхід до дизайну [1]. Використання прозорих корпусів стає ефективним маркетинговим інструментом, оскільки вони показують якість і складність технологій, водночас формуючи довіру до бренду та виділяючи пристрої на ринку [2].

Інноваційні рішення включають застосування матеріалів, таких як полікарбонат, акрил і загартоване скло, які поєднують прозорість із міцністю та довговічністю. Водночас прозорі гаджети дозволяють користувачам краще розуміти роботу пристрою, гармонійно поєднуючи естетичну привабливість із функціональністю [3].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз тенденцій, матеріалів і технологій у дизайні прозорих корпусів гаджетів для визначення їх впливу на естетику, функціональність і сталий розвиток.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Прозорий дизайн корпусів гаджетів все більше відповідає запитам сучасних споживачів, які цінують мінімалізм, відкритість і технологічну досконалість. Такий підхід до дизайну дозволяє пристроям виглядати витончено і водночас демонструвати внутрішні компоненти, що викликає у користувачів відчуття довіри й захоплення складністю технологій. Прозорі корпуси, як правило, створюють ілюзію легкості та простоти, але при цьому підкреслюють функціональну складність пристроїв. Сучасні тенденції інтегрують не лише прозорі матеріали, а й інноваційні рішення, такі як підсвітка внутрішніх елементів або створення корпусів за допомогою 3D-друку, що дозволяє розширити межі дизайнерських можливостей.

Матеріали, які використовуються для створення прозорих корпусів, повинні відповідати багатьом вимогам. Найбільш поширеними є полікарбонат (рис.1), акрил та загартоване скло, оскільки вони забезпечують високу прозорість і міцність. Полікарбонат легкий і стійкий до ударів, але схильний до появи подряпин, тоді як акрил є більш естетично привабливим, але менш міцним. Загартоване скло вирізняється підвищеною зносостійкістю, хоча його вага і вартість є вищими. Також активно розробляються композитні матеріали, які поєднують переваги кількох компонентів. Окрему увагу заслуговують екологічні аспекти: необхідність використання матеріалів, придатних до переробки, стає важливим фактором при створенні сучасних гаджетів (рис.2).

Сучасні методи виробництва прозорих корпусів відкривають нові можливості для масового впровадження таких рішень. Лиття під тиском залишається основним способом виготовлення прозорих елементів, оскільки дозволяє створювати складні форми з високою точністю. Додатково активно використовується 3D-друк, що підходить для експериментального дизайну та малих серій пристроїв (рис.3). Для захисту прозорих матеріалів від подряпин і зношування застосовуються спеціальні нанопокриття та добавки, які підвищують їхню довговічність. У багатьох випадках прозорі матеріали поєднують із непрозорими елементами, що дозволяє додати функціональності або створити цікавий контраст у дизайні. Таким чином, технології та матеріали продовжують удосконалюватися, відкриваючи нові перспективи для прозорих корпусів у електроніці.



Рис. 1. Навушники з прозорим корпусом



Рис. 2. Ігровий контролер з прозорим корпусом



Рис. 3. Ноутбук з прозорим корпусом

ВИСНОВКИ

Прозорий дизайн корпусів гаджетів стає популярною тенденцією, поєднуючи естетику мінімалізму і технологічну відкритість. Такий підхід дозволяє не лише створювати візуально привабливі пристрої, а й підвищувати довіру до бренду, демонструючи якість внутрішніх компонентів. Прозорі корпуси дозволяють користувачам краще бачити технологічні особливості пристрою, що додає цінності та інноваційності продукту.

Матеріали, такі як полікарбонат, акрил і загартоване скло, є основними для створення прозорих корпусів, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Нові композитні матеріали і комбіновані рішення дозволяють досягти оптимального балансу між прозорістю, міцністю і довговічністю. Застосування таких матеріалів є важливим для підвищення якості продукції.

Технології виробництва, такі як лиття під тиском і 3D-друк, дозволяють створювати складні форми прозорих елементів. Проблеми, пов'язані з подряпинами і зносом, вирішуються за допомогою спеціальних покриттів. Однак важливою задачею залишається забезпечення екологічності матеріалів.

Загалом, прозорий дизайн у електроніці не лише підвищує естетичну привабливість, а й відповідає вимогам інноваційності та сталого розвитку, створюючи нові можливості для виробників і користувачів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Top 10 Transparent Tech Gear That Truly Showcase The Minimalist Magic Of See-Through Design. URL: <https://www.yankodesign.com/2024/09/30/top-10-transparent-tech-gear-that-truly-showcase-the-minimalist-magic-of-see-through-design/> (дата звернення: 8.04.2025)
2. It's clearly time: all the news about the transparent tech renaissance. URL: <https://www.theverge.com/23774468/clear-transparent-tech-gadgets-news-announcements-products/archives/3> (дата звернення: 8.04.2025)
3. 5 transparent objects that proudly showcase their mechanism. URL: <https://designwanted.com/transparent-objects-mechanism/> (дата звернення: 8.04.2025)

УДК 37.091.33-027.22:004.9-052

КУШНІРЕНКО Вероніка, ШАУРА Аліна
Київський національний університет технологій та дизайну

ВИКОРИСТАННЯ ГЕЙМІФІКАЦІЇ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЧІВ У НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС

Анотація. У роботі досліджено використання гейміфікації в мобільних освітньо-навчальних додатках. Проаналізовано вплив ігрової діяльності на залучення користувачів до навчального процесу та її роль у покращенні мотивації та ефективності навчання. Розглянуто основні механізми гейміфікації, такі як бали, рівні, досягнення та змагання, а також їх вплив на користувацький досвід. Поставлені завдання щодо удосконалення інтеграції гейміфікаційних елементів у мобільні додатки для покращення навчальних результатів та зацікавленості користувачів.

Ключові слова: гейміфікація, користувачі, додатки, увага, навчання.

Abstract. This work explores the use of gamification in mobile educational applications. It analyzes the impact of play activity on user engagement in the learning process and its role in enhancing motivation and learning effectiveness. The key gamification mechanisms, such as points, levels, achievements, and competitions, are examined along with their influence on the user experience. The paper outlines tasks for improving the integration of gamification elements in mobile apps to enhance learning outcomes and user engagement.

Keywords: gamification, users, applications, attention, education.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

З розвитком мобільних технологій, освітні додатки стали важливим інструментом для користувачів, які прагнуть досягти особистих цілей у навчанні та саморозвитку. Вони пропонують широкий спектр можливостей для освоєння нових знань, покращення навичок та освоєння професій. Однак, попри зручність і доступність мобільних додатків, багато користувачів стикаються з проблемою низької мотивації до продовження використання додатків і регулярного навчання. Відсутність постійного інтересу та відчуття досягнень може призвести до швидкої втрати користувачами зацікавленості і, як наслідок, до припинення їхнього навчального процесу.

Ця проблема є важливою для розробників мобільних освітніх додатків, оскільки її вирішення дозволить створити більш ефективні, привабливі та довготривалі інструменти для навчання та розвитку користувачів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

В останні роки активно досліджуються ефекти гейміфікації в мобільних освітніх додатках, зокрема її вплив на мотивацію та ефективність навчання користувачів. Різноманітні дослідження зосереджуються на тому, як впровадження ігрових елементів, таких як бали, рівні, досягнення та лідерборди, може підвищити інтерес користувачів до навчання і стимулювати їх до постійної практики. Одним із основних аспектів, який розглядається у дослідженнях, є те, як адаптація гейміфікації під конкретні групи

користувачів, їх вік, інтереси та рівень попереднього знання може оптимізувати результати навчання.

Сучасні публікації, такі як роботи A. Deterding, D. Dixon, L. Khaled, і C. Nacke [1-2], демонструють значну ефективність гейміфікації в різних сферах, включаючи освіту, бізнес та маркетинг. Зокрема, вони підкреслюють важливість інтеграції ігрових елементів у навчальні додатки для підтримки мотивації користувачів і покращення їх залученості. Ці дослідження показують, що гейміфікація може зробити навчання більш персоналізованим і цікавим, сприяючи кращому засвоєнню матеріалу.

Інші роботи, зокрема дослідження таких вчених, як K. Anderson, J. Huizinga і J. P. Gee [2-3], зосереджуються на практичних аспектах використання ігрової діяльності в мобільних додатках. Вони стверджують, що для ефективного застосування гейміфікації важливо враховувати баланс між навчальним контентом та ігровими елементами, щоб не допустити перевантаження користувача і не знизити його мотивацію через зайву ігрову складову.

Одним із важливих аспектів, на який звертають увагу вчені, є адаптація гейміфікації для різних типів користувачів. Зокрема, дослідження виявляють, що для молодших користувачів більш ефективні активні ігрові механізми, в той час як для дорослих користувачів важливіше зберігати баланс між мотивацією та реальними досягненнями.

Однак, хоча існують численні дослідження на тему гейміфікації в освіті, у більшості з них не вистачає систематизації щодо конкретних ігрових елементів, які є найбільш ефективними для різних типів навчальних додатків. Крім того, більшість досліджень фокусується на окремих аспектах ігрової діяльності, не охоплюючи всієї картини інтеграції цих елементів в освітній процес.

Ці прогалини у наукових роботах свідчать про необхідність подальших досліджень, які допоможуть зрозуміти, як саме різні механізми гейміфікації можуть бути адаптовані для мобільних освітніх додатків і як це впливає на навчальний процес і поведінку користувачів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження застосування гейміфікації в мобільних освітньо-навчальних додатках для залучення користувачів до навчального процесу. Завданнями роботи є: 1) проаналізувати основні принципи та механізми гейміфікації у мобільних додатках; 2) визначити ефективність використання ігрової діяльності для підвищення залученості користувачів; 3) дослідити можливості удосконалення процесу навчання через інтерактивні та гейміфіковані функції в мобільних додатках.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Гейміфікація в мобільних додатках — це застосування ігрових елементів і механізмів для підвищення залученості користувачів та мотивації до навчального процесу. Суть гейміфікації полягає в тому, щоб перетворити звичайний процес навчання в захоплюючу гру, де кожен етап навчання супроводжується відзначенням досягнень, отриманням нагород, виконанням завдань у вигляді рівнів або місій. Вона забезпечує інтерактивність і активну участь, що дозволяє користувачам не тільки засвоювати матеріал, а й отримувати задоволення від навчання.

Мобільні додатки для навчання, які впроваджують елементи гейміфікації, дозволяють користувачам отримувати швидкий зворотний зв'язок, що підвищує їх

мотивацію. Наприклад, такі додатки можуть нагороджувати користувачів за виконання певних завдань балами, досягненнями, відкриттям нових рівнів або можливостей. Крім того, гейміфікація допомагає перетворити складні навчальні процеси на доступні й цікаві завдання, що допомагає користувачам залишатися залученими протягом тривалого часу.

Прикладом такого підходу є мобільні додатки для вивчення мов, як Duolingo, де користувачі виконують різні завдання, отримують бали та досягнення, що дозволяє їм відслідковувати свій прогрес і стимулює до подальшого навчання. Інший приклад — додатки для вивчення математики, де користувачі можуть проходити рівні, заробляючи винагороди за швидкість і точність виконання вправ. Це не тільки покращує знання користувача, але й підтримує високий рівень залученості.

Гейміфікація в мобільних додатках створює середовище для самовираження і конкуренції, що також є важливим аспектом мотивації. Наприклад, користувачі можуть порівнювати свої досягнення з іншими учасниками на лідерборді, що створює додаткову мотивацію для досягнення кращих результатів. Цей елемент конкуренції може бути використаний для створення спільнот або груп користувачів, що взаємно підтримують один одного в процесі навчання.

Гейміфікація також дозволяє знижувати рівень стресу, пов'язаний з навчанням, за допомогою позитивного підкріплення та створення атмосфери, що заохочує до активного залучення. Завдяки використанню елементів ігор, навчання перетворюється на цікаву й розважальну діяльність, яка не відчувається як рутинний процес.

Мобільні додатки, що включають гейміфікацію, можуть бути використані для різних вікових груп і потреб. Вони надають користувачам можливість самостійно контролювати свій процес навчання, що забезпечує гнучкість і зручність для всіх категорій учасників. Користувачі можуть обирати час та темп навчання відповідно до своїх можливостей і потреб, що підвищує ефективність процесу навчання.

ВИСНОВКИ

Гейміфікація в мобільних освітньо-навчальних додатках є потужним інструментом для підвищення залученості користувачької аудиторії та мотивації до навчання. Використання ігрових елементів дозволяє створити більш інтерактивне і захоплююче середовище для учасників, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу та підтримує високий рівень інтересу протягом довгого часу. Така ігрова діяльність забезпечує мотивацію через досягнення, нагороди, рівні та конкуренцію, що дозволяє користувачам активно взаємодіяти з контентом і досягати кращих результатів у навчанні.

Мобільні додатки з елементами гейміфікації є доступними для широкої аудиторії, забезпечуючи гнучкість у виборі часу та темпу навчання, що підвищує їх ефективність. Вони дозволяють користувачам адаптувати процес навчання під свої потреби і можливості, що робить їх більш зручними та привабливими.

Подальші дослідження в цій галузі мають на меті удосконалення методів застосування гейміфікації в мобільних додатках, розробку нових механізмів мотивації та аналіз ефективності різних підходів. Оскільки гейміфікація продовжує активно розвиватися, важливим є вивчення її впливу на ефективність навчання і психологічний стан користувачів, що дозволить створювати ще більш інтуїтивно зрозумілі та ефективні мобільні додатки для навчання.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification”. URL: https://www.researchgate.net/publication/230854710_From_Game_Design_Elements_to_Gamefulness_Defining_Gamification (дата звернення: 28.04.2025)
2. Гейміфікація. URL: <https://surli.cc/gaoeil> (дата звернення 28.04.2025)
3. Serious Games And Simulations: Theories and Applications. URL: <https://ocw.metu.edu.tr/mod/resource/view.php?id=1350> (дата звернення 28.04.2025)

УДК 7.012.23:659.1.012.12

ЛЮБЧЕНКО Ольга, КВІТКА Ольга
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

БАЗОВІ ПРИНЦИПИ ФОРМОУТВОРЕННЯ ШРИФТУ ЛОГОТИПА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОЄКТУВАННЯ ДИНАМІЧНОЇ АЙДЕНТИКИ

Анотація. У статті досліджуються методи формоутворення шрифту як основного елементу логотипа в контексті створення динамічної айдентики. Акцент зроблено на трансформації шрифтових елементів, модульному підході, використанні сіток, а також ілюстративному потенціалі букв у логотипах. Розглянуто приклади адаптивних рішень у графічному дизайні, що дозволяють брендам зберігати візуальну ідентичність в умовах змінного середовища.

Ключові слова: шрифт, логотип, динамічна айдентика, формоутворення, морфологія, брендинг.

Abstract The article explores the principles of morphological font design as a key element in creating dynamic brand identity through logos. Emphasis is placed on the transformation of typographic elements, modular systems, use of grids, and the illustrative potential of letterforms. Real-life examples of adaptive design solutions are analyzed, demonstrating how brands maintain consistent visual identity in changing environments.

Keywords: font, logo, dynamic identity, form creation, morphology, branding.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних візуальних комунікаціях статична графічна айдентика поступається місцем адаптивним системам, що здатні до трансформації в умовах мультимедійного, інтерактивного та варіативного середовища, де важлива не лише стабільність, але й гнучкість у відповідь на швидко змінювані тренди та контексти. Логотип, як ключовий елемент айдентики, зберігає чітку форму, характер шрифту та структурну цілісність, що гарантує послідовність сприйняття у різних контекстах його використання.

Одним із фундаментальних елементів айдентики є саме шрифт, точніше — морфологія його елементів. Саме через характерну структурність шрифтів задаються стилістичні коди бренду, визначається ритм і характер візуальної мови. Формоутворення шрифтів стає не лише дизайнерським прийомом, а й інструментом проєктування адаптивної айдентики, що здатна залишатися впізнаваною в умовах постійної візуальної зміни.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Експерименти з типографікою, як засобом динамічного вираження, є дуже популярними та активно досліджуються як в світовому так і у вітчизняному дизайні. Наприклад, у роботах Беннетта розглядаються приклади культурних брендів, де логотип змінює форму відповідно до тематики, події або контексту [1]. Е. Лаптон у своєму критичному посібнику з типографіки наголошує на ролі літери як модульного

конструктора, який здатен адаптуватися до середовища збереженням логічної структури [2]. У сучасному дизайнерському медіа Eye Magazine, регулярно аналізуються кейси брендів, які використовують змінні шрифти або анімацію як частину логотипу [3]. З технічного боку, адаптивна типографіка передбачає врахування параметрів масштабованості, читабельності та контексту використання на різних платформах. Онлайн-гайди з респонсивного дизайну шрифтів наголошують на потребі в уніфікованих, але гнучких рішеннях [4], [5].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є окреслення базових принципів формоутворення шрифту логотипа як інструменту побудови динамічної айдентики. Дослідження спрямоване на визначення типографічних рішень, які дозволяють логотипу змінюватися зберігаючи ідентичність бренду.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасній практиці динамічного брендингу шрифтова основа логотипа розглядається не просто як елемент айдентики, а як динамічна система, що функціонує за чіткими законами морфології та є конструктивним інструментом, здатним до трансформації та адаптації. Основну увагу дизайнери зосереджують на морфології — внутрішній структурі букв, їхніх взаємозв'язках і візуальних модулях. Зміни дозволяють створити систему, яка залишається впізнаваною навіть у разі значних візуальних трансформацій [1].

Ефективна динамічна айдентика базується на гнучкому оперуванні формою. У цьому контексті важливо не просто вибрати готовий шрифт, що відповідає темі, настрою бренду та вподобанням цільової аудиторії, а створення власної шрифтової системи з можливістю модифікації елементів — ніжок, дуг, засічок, контурів. Такі морфологічні маніпуляції дозволяють створити айдентичку, яка змінюючись, залишається стилістично цілісною [2].

Окрему увагу заслуговує ілюстративна трансформація букв — метод, коли одна або кілька літер у логотипі виконують не тільки лінгвістичну, а й образну функцію. Це може бути вплетення елементів, які символізують сферу діяльності бренду, або варіативні трансформації, що забезпечують адаптацію логотипа під різні умови його функціонування — просторові, часові або тематичні (подія, сезон, локація), не порушуючи цілісності айдентики. [3]. Подібний підхід дозволяє бренду комунікувати через логотип у гнучкий і емоційно точний спосіб — особливо актуальний у діджитальних середовищах.

У динамічному логотипі «OLD FASHIONED» літери трансформуються в ілюстративні елементи, зберігаючи при цьому характерні контури та морфологічну основу шрифту (рис.2, рис.3). Цей підхід поєднує функціональні та естетичні аспекти візуальної мови дизайну, робить цей дизайн цілісним, природним, гармонійним. Найчастіше трансформації зазнають дві літери «О», адже їхній лаконічний силует надає широкі можливості для графічного переосмислення. Візуальна мова адаптивних ілюстрацій спирається безпосередньо на морфологію основного шрифту (товсті і тонкі лінії, засічки, силуети негативного простору) і створює цілісне рішення.



Рис. 1. Динамічний логотип міста Мельбурн



Рис.2. Базовий логотип джаз-бару «OLD FASHIONED»



Рис.3. Динамічний логотип джаз-бару «OLD FASHIONED»

У кейсі міста Мельбурн компанія Landor створила логотип-матрицю, де буква «М» набуває різних конфігурацій, зберігаючи при цьому морфологічну стабільність завдяки чіткій сітці та графічним правилам [5], (рис.1). Обидва приклади засвідчують потенціал змінного шрифтового дизайну як механізму адаптації до багатовекторної комунікації.

Серед ключових принципів морфологічного формоутворення в динамічній айденітиці можна виокремити:

- Єдність основних принципів формоутворення візуальної мови;
- Модульність, яка забезпечує гнучкість і можливість варіацій;
- Сіткова система, що дозволяє зберігати пропорції при трансформації;
- Контекстуальність, що надає змогу адаптувати логотип до різних платформ та цільових груп;
- Стилистична гнучкість, яка гарантує впізнаваність попри візуальні зміни.

Таким чином, грамотно відтворена система будови шрифтових морфем в ілюстративно-знакових елементах логотипу дозволяє створити айденітику, що живе, дихає, змінюється — й у цьому полягає її комунікаційна ефективність.

ВИСНОВКИ

У межах сучасної візуальної культури, де комунікація відбувається на багатьох рівнях одночасно, динамічна айденітика перестає бути трендом і стає необхідністю. В основі цього процесу лежить морфологічне опрацювання шрифтових елементів логотипа — не як фіксованого об'єкта, а як системи креативного формотворення.

Аналіз показує, що трансформація елементів літер як візуальних модулів для створення додаткових ілюстративно-знакових елементів логотипу не лише зберігає ідентичність бренду, а й підсилює її, дозволяючи реагувати на середовище, платформу, емоційний тон. Визначено, що образотворчий потенціал морфології літер, адаптивність, модульність, сіткова структура та морфологічна сталість є базовими елементами при проєктуванні типографічної айденітики нового покоління. Ці базові принципи формоутворення шрифту логотипа можуть бути переосмислені як універсальні образотворчі принципи, як модулі, що можуть стати ефективним методом у створенні айденітики, що постійно змінюється, залишаючись цілісною. Таким чином, розуміння морфології шрифту логотипу відкриває нові горизонти для дизайнерського проєктування, дозволяючи будувати візуальні системи, відкриті для нескінченного розвитку у конкретних нових задачах комунікації з споживачами.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Базалук, О. О. Філософія дизайну: нові виклики. Київ: Кондор, 2021. 264 с.
2. Белий, С. В. Основи формоутворення в графічному дизайні. Харків: ХДАДМ, 2019. 172 с.
3. Гаврилюк, С. В. Типографіка як мова ідентичності. Art Ukraine. 2020. URL: <https://artukraine.com.ua/a/typografika-i-identychnist/> (дата звернення: 28.04.2025).
4. MIT Media Lab Identity. Pentagram. 2014. URL: <https://www.pentagram.com/work/mit-media-lab/story> (дата звернення: 28.04.2025).
5. City of Melbourne Rebrand. Landor. 2010. URL: <https://landor.com/work/city-of-melbourne> (дата звернення: 28.04.2025).
6. Шевченко, Д. В. Динамічна айденітика: між сталістю і варіативністю. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2022. № 2. С. 112–120. URL: <http://kdah.kharkov.ua/bulletin/2022/2/> (дата звернення: 28.04.2025).

УДК 7.05:654.1:008

РИБАЧОК Дарина, ПРИСТУПА Ольга,
Луцький національний технічний університет

ЕВОЛЮЦІЯ ДИЗАЙНУ ТЕЛЕВІЗОРА: ТЕХНІЧНИЙ ТА КУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Анотація. Телевізор як технічний та культурний феномен зазнав значних змін з моменту винаходу. У роботі розглядаються основні етапи розвитку конструкції та зовнішнього вигляду телевізійних приймачів – від механічних експериментальних пристроїв кінця XIX століття до сучасних ультратонких OLED-дисплеїв зі штучним інтелектом. Показано, як удосконалення технологій відтворення, матеріали корпусів і мінімалістичний дизайн взаємодіють із соціальними запитами користувачів. Досліджено, що сучасні тренди включають екологічні матеріали і персоналізацію через AI.

Ключові слова: телевізор, дизайн, технології, OLED, штучний інтелект, еволюція.

Abstract. Television as a technical and cultural phenomenon has undergone significant changes since its invention. The paper examines the main stages of development of the design and appearance of television receivers - from mechanical experimental devices of the late 19th century to modern ultra-thin OLED displays with artificial intelligence. It shows how improvements in reproduction technologies, case materials and minimalist design interact with social demands of users. It is studied that modern trends include environmentally friendly materials and personalization through AI.

Keywords: television, design, technology, OLED, artificial intelligence, evolution.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Телевізор є одним із головних медіапристроїв XX–XXI століть. Сучасний об'єкт промислового дизайну поєднує матеріал з ергономікою та естетикою. Постає проблема системного аналізу історії його формування, оскільки розуміння тенденцій еволюції дизайну важливе для прогнозування майбутніх варіантів – гнучких чи голографічних пристроїв. Дослідження впливу конструктивних та технічних новацій на форму телевізорів дозволить виявити зміни споживчих вимог у соціокультурному контексті.

Відсутність наукових публікацій, які цілеспрямовано досліджують трансформацію дизайну телевізора як явища, зумовлює актуальність теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Історичні джерела і публікації висвітлюють ключові технічні етапи створення телевізора. Відомо, що перший повністю електронний телевізор побудував Філо Фарнсворт у 1927 р., використавши катодно-променеву трубку. Ці здобутки описані в енциклопедичних виданнях (Britannica) і технічних статтях [1].

Також існують огляди комерційної історії, що представляють аналіз бізнес-успіху окремих моделей телевізорів. Наприклад, наведена статистика, що у 1954 р. компанія RCA представила CT-100 – перший кольоровий телевізор з 15-дюймовим екраном, який коштував \$1000. У середині XX ст. це була рекордна ціна, що не завадило масовому випуску [2].

Огляд публікацій виявив наявність технічних описів моделей телевізорів. Інженерно-конструкторська документація наводить інформацію, що перехід до кольору та транзисторної електроніки 1950–1960-х рр. дозволив зробити телевізори компактнішими, з пластиковими корпусами та кольоровими панелями. Період 1980–1990-х охарактеризований стрімким впровадженням плоских екранів: компанія Sharp у 1987 р. випустила перший LCD-телевізор, а Pioneer 1997 р. – 50" HD-плазмовий дисплей.

Різноманітні джерела інформації відмічають популярність брендів Samsung, LG, Sony, Panasonic та інших у галузі промислового дизайну, зокрема й теле-медіа пристроїв.

Щодо стилістичних особливостей, огляди дизайну (зокрема від LG) вказують на зростання запиту на надтонкі, легкі моделі, що вписуються в інтер'єр. З нещодавніх джерел видно, що в телевізорах 2020-х років широко використовують штучний інтелект для поліпшення зображення і персоналізації, а також звертають увагу на екологічні матеріали [3].

Вітчизняний науковець Вергунов С. ґрунтовно дослідив тривимірне моделювання в промисловому дизайні України кінця XX - початку XXI ст. Він розкрив специфіку формування та еволюціонування 3D-моделювання на основі аналізу проєктної ситуації та його ключової ролі у створенні нових продуктів [4]. Таким чином, аналіз показує, що більшість публікацій охоплює історико-технічні аспекти, тоді як комплексне дослідження дизайну телевізора не проводилось.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є всебічне дослідження еволюції дизайну телевізора: виявлення головних віх розвитку, факторів, що сприяли змінам форм та матеріалів, а також узагальнення сучасних тенденцій і перспектив. Серед поставлених завдань – опис технічного прогресу від перших дерев'яних корпусів з ЕПТ до плоских OLED-екранів. Аналіз впливу технологій на конструкцію розкриє питання інтеграції екологічних підходів у виробництво телеекранів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Історія телевізора розпочинається з механічних передавачів образу кінця XIX ст. Німецький інженер Пауль Ніпков запатентував електричний телескоп з обертовим диском (1884), поклавши основу механічного сканування зображень (Рис. 1).

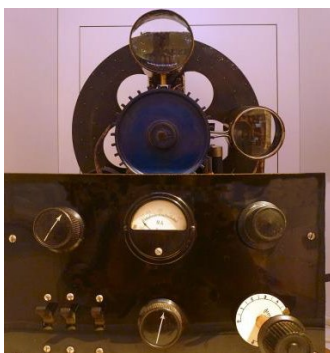


Рис.1. Механічний передавач електричного телескопа

Однак, лише з появою електронних схем з'явилися масові моделі. Перші робочі телевізори (1920–1940-ті рр.) використовували катодно-променеву трубку і мали великий дерев'яний корпус із гучномовцями. Винахідник Фарнсворт у 1927 р. продемонстрував повністю електронну систему з «дисектором зображень» (Рис. 2).



Рис. 2 . Перший робочий телевізор (1920-ті рр.)

Поступово корпуси телевізорів переходили з важкої червоної деревини до більш легких – поєднання металу і пластику в 1950–1960-х рр. зробило їх компактнішими. Зокрема, перший кольоровий RCA CT-100 (1954) мав пластмасовий передок та 15" екран (Рис. 3)



Рис.3. Модель RCA CT-100 (1954р.)

Подальші моделі 1960–1970-х рр. еволюціонували у стилі «міжвоєнного модерну» з округлими формами й виразними хромованими вставками. Наступна хвиля змін прийшла з технологіями плоских екранів. З 1980-х рр. компанії Sharp (перший LCD, 1987) і Pioneer (перший 50" плазмовий 1997) запустили серії тонких телевізорів (Рис. 4).



Рис.4. LCD-телевізор (1987р.)

Зникла потреба в глибоких ЕПТ – замість них з'явилися LCD, плазма та пізніше OLED-матриці, що дозволили виробляти надтонкі моделі. Рамки екрану поступово звузилися до майже невидимого рівня. Популярні бренди цього етапу – Samsung, LG, Sony, Panasonic – відзначалися інноваціями. Наприклад, Sony і Samsung розробляли QLED-екрани, а LG просував OLED-технологію.

Дизайн-концепції цих років демонстрували мінімалізм: відсутність зайвих деталей, гладкі поверхні та тонкі металічні підставки. Під впливом моди на «смарт»-телевізори стали центральними елементами інтер'єру. Компанія LG у своїх новітніх моделях навіть пропонує рішення на зразок портативного екрана StanbyME або телевізора-картинну раму (Galerie).

У сучасну добу (2020–2025 рр.) головними трендами є інтеграція штучного інтелекту та екологічні матеріали. Новітні телевізори обладнують AI-процесорами для автоматичної оптимізації зображення й звуку («квантовий процесор» у Samsung, ThinQ AI у LG, Bravia AI у Sony). Це дозволяє покращувати якість контенту до 4K/8K, адаптувати яскравість і відтінки під приміщення.

Також розробляють гнучкі OLED-матриці та тонке скло, що дозволяє отримати криволінійні екрани. Разом із цим виробники заявляють про «зелений» дизайн: LG повідомляє про легкі композитні корпуси – їхні OLED-телевізори на 20% легші й на 60% містять менше пластику, ніж традиційні LCD-моделі (Рис.5).



Рис.5. Модель Neo QLED 8K (2024 р.)

Samsung вказує на використання переробленої пластмаси у кришках і упаковці та зниження енергоспоживання. Усі ці нововведення – від безрамкових форм до еко-упаковки – демонструють прагнення синтезувати технологічні можливості з естетикою та турботою про довкілля.

Телевізор сьогодні – це не тільки екран для перегляду, а й пристрій, що «розуміє» користувача і має яскравий дизайн, але не відволікає від контенту. З огляду на екологію, можна прогнозувати подальше використання переробних матеріалів і зменшення енергоспоживання.

Таким чином, конструктивно-стильове оформлення телевізора продовжить змінюватись відповідно до технічних новацій і нових соціальних вимог.

ВИСНОВКИ

Історична еволюція дизайну телевізора показує тісний зв'язок між технічним прогресом і змінами вигляду.

Відчутний перехід від габаритних дерев'яних шаф до тонких моніторів відбувався на кожному етапі – поява кольорового зображення, напівпровідників і плоских дисплеїв визначали форму приладу. Сучасні тренди відображають запит на мінімалізм і інтер'єрну гармонію, а також на функціональність.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Encyclopædia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/technology/television-technology> (дата звернення 24.04.2025 р.).
2. LG OLED TVs Earn Certifications for Sustainability and Forward-Thinking Design. URL: <https://www.3blmedia.com/news/lg-oled-tvs-earn-certifications-sustainability-and-forward-thinking-design> (дата звернення 30.04.2025 р.).
3. Samsung Electronics. TV, AV & Displays – Sustainability in Our Products. URL: <https://www.samsung.com/global/sustainability/focus/products/tv-av-displays> (дата звернення 05.05.2025 р.).
4. Вергунов С.В. Тривимірне моделювання у промисловому дизайні України кінця XX – початку XXI століття. Науковий вісник НАКККіМ. 2020. № 138. С. 64-69. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua> (дата звернення 02.05.2025 р.).

УДК 645.5:728.2

ПЕТРОВСЬКА Анастасія, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ КОНСТРУКТИВНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕБЛІВ-ТРАНСФОРМЕРІВ

Анотація. Актуальність теми дослідження полягає у зростаючій потребі в компактних, багатофункціональних та зручних меблях для сучасних житлових і робочих просторів. Меблі-трансформери дозволяють ефективно використовувати обмежені площі, задовольняючи різноманітні потреби користувачів. Завдяки інноваційним матеріалам і механізмам такі меблі стають більш надійними, ергономічними та естетично привабливими. Аналіз конструктивних особливостей трансформаційних систем дає змогу створювати нові рішення для гнучкої організації простору. Вивчення цієї теми є важливим для розвитку дизайну меблів, спрямованого на підвищення комфорту та функціональності інтер'єрів.

Ключові слова: меблі, багатофункціональність, механізми, конструкції, інтер'єр

Abstract. Relevance of the research topic lies in the growing demand for compact, multifunctional, and convenient furniture for modern residential and workspaces. Transformer furniture enables efficient use of limited space, meeting the diverse needs of users. Thanks to innovative materials and mechanisms, such furniture becomes more reliable, ergonomic, and aesthetically appealing. The analysis of the structural features of transformation systems allows for the creation of new solutions for flexible space organization. Studying this topic is crucial for the development of furniture design aimed at enhancing the comfort and functionality of interiors.

Keywords: furniture, multifunctionality, mechanisms, structures, interior

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Каркасні багатофункціональні меблі стають дедалі популярнішими у сучасних інтер'єрах завдяки їхній універсальності та здатності економити простір. Основна проблема полягає в тому, що більшість стандартних меблів займають багато місця та не дозволяють оптимально використовувати кожен квадратний метр житла.

В умовах зростання урбанізації та обмежених житлових площ виникає необхідність створення меблів, що можуть виконувати кілька функцій одночасно. Це допомагає раціонально використовувати простір. Однак створення таких меблів пов'язане з високими витратами на проєктування та виготовлення. Проблема створення нових конструкцій залишається сьогодні пріоритетним напрямком пошуку промислових дизайнерів та виробників меблів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сьогодні на ринку доступно безліч меблів, які можуть складатися та розкладатися, змінюючи своє призначення залежно від потреб клієнтів. Магазини, подібні до Ikea та Jusk, пропонують широкий асортимент багатофункціональних меблів і меблів-трансформерів, що робить їх популярними серед покупців [4; 5]

Особливо ці меблі корисні для власників малогабаритних квартир [1]. Дослідники І. Кузнецова, В. Ус і Ю. Залізко доводять, що один предмет меблів, який може виконувати дві чи більше функції, допомагає ефективно організувати житловий простір. Завдяки цьому, такі рішення стають справжнім порятунком для невеликих приміщень [2; 3].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідити особливості конструктивної трансформації меблів-трансформерів, зокрема їхню здатність адаптуватися до різних умов експлуатації та проаналізувати функціональні та ергономічні особливості меблів із трансформаційними елементами для забезпечення зручності використання та економії простору.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Багатофункціональні меблі визначаються здатністю виконувати кілька функцій одночасно. Це особливо важливо для компактних квартир. Тому мешканці таких помешкань прагнуть максимально ефективно використовувати простір.

Конструкції багатофункціональних меблів базуються на засадах компактності, мобільності та багатозадачності. Основою таких меблів є модульні системи, які дозволяють легко змінювати форму або функції залежно від потреб користувача. У конструкціях використовуються складні механізми трансформації, зокрема розкладні петлі, висувні напрямні, підйомальні платформи та шарнірні з'єднання. Ці механізми забезпечують плавний рух, фіксацію в потрібних положеннях і довговічність виробу. Матеріали конструкції, зокрема алюміній або сталь, гарантують міцність і легкість. Додатково враховується ергономіка механізмів, щоб процес трансформації був інтуїтивним і зручним для користувача. У сучасних розробках також інтегруються автоматизовані механізми для підвищення функціональності та комфорту. На основі аналізу конструктивних особливостей виділяємо три види трансформації меблів-трансформерів (табл. 1).

Повна трансформація характеризується тим, що один предмет повністю змінює свою функцію. Так стілець перетворюється на драбину, або стіл – на полиці (табл.1:1).

Часткова трансформація здійснюється шляхом зміни лише окремих елементів конструкції, що дозволяє зберігати основну форму виробу. Це забезпечує гнучкість використання та адаптацію до конкретних задач без повного перетворення об'єкта. Вона поділяється на два підвиди: складання та розкладання та висувну систему. Перша не змінює функцію предмета, але покращує його якості, збільшуючи «корисну» площу. Прикладом є розсувні столи та дивани-книжки (табл 1:2)

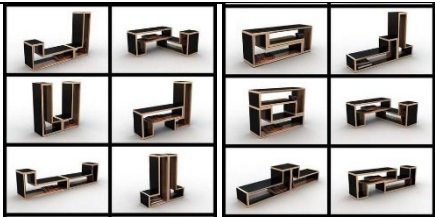
Висувна система – найпростіший спосіб трансформації. Цей спосіб характеризується тим, що висувні елементи рухаються по заданій траєкторії та мають певні межі. Це можуть бути додаткові стільниці на кухні (табл. 1:3)

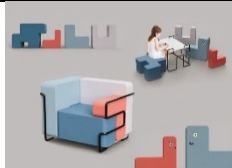
Довільна трансформація полягає в комбінуванні елементів. Її можна поділити на 5 видів (табл.1). Система цеглинок – це принцип побудови конструкцій, заснований на використанні однакових або стандартних елементів, які можна комбінувати у різних конфігураціях для створення складніших форм і структур (табл. 1:4). Конструктор із взаємодією предметів лише по одному стику базується на принципі з'єднання елементів через точки або лінійні контакти, що забезпечує простоту та гнучкість у створенні різних форм. Такий підхід дозволяє легко змінювати конфігурацію конструкції, зберігаючи її стійкість і функціональність. (табл. 1:5). Перевертиш – це конструкція, функція якої змінюється залежно від її положення, забезпечуючи багатофункціональність в одному

предметі. Завдяки цьому підходу один об'єкт може виконувати кілька завдань, адаптуючись до різних потреб користувача. (табл. 1:6). Ефект матрешки – це принцип, за якого всі елементи конструкції можуть складатися один в одного, утворюючи компактну форму найбільшого розміру. Такий підхід оптимізує зберігання та транспортування, зберігаючи функціональність окремих частин. (табл. 1:7). Взаємне прилягання – це принцип, за якого елементи конструкції можуть вільно змінювати положення відносно один одного, зберігаючи стійкість і цілісність системи. Це забезпечує гнучкість у налаштуванні форми та функцій конструкції відповідно до потреб (табл. 1:10) [3; 5].

Таблиця 1

Особливості конструктивної трансформації меблів-трансформерів

Повна трансформація				1
Часткова трансформація	Складання та розкладання			2
	Висувна система			3
Довільна трансформація	Система цеглинок			4
	Конструктор			5

	Перевертень		6
	Ефект моторики		7
	Взаємне прилягання		8

ВИСНОВКИ

Багатофункціональні меблі є важливим рішенням для оптимізації простору в сучасних умовах компактного житла. Їх конструкція базується на принципах компактності, мобільності та багатозадачності, що дозволяє забезпечити максимальну функціональність навіть у невеликих приміщеннях. Використання модульних систем і складних механізмів трансформації значно підвищує зручність і адаптивність таких меблів. Інноваційні підходи, зокрема автоматизовані механізми та ергономічний дизайн, роблять ці вироби комфортними для користувачів. Різноманітність типів трансформацій, від повної до довільної, дозволяє задовольнити різні потреби мешканців, зберігаючи естетику та практичність. Завдяки матеріалам, що поєднують міцність і легкість, ці меблі забезпечують довговічність і простоту використання. Таким чином, багатофункціональні меблі стають не лише тенденцією, а й необхідністю для сучасного житла.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

- Босий Б. Б. І. Принципи формоутворення і трансформації об'єктів у дизайні меблів. Харків, 2018. Дис...канд. мист. 17.00.07 – дизайн. URL: <https://elibrary.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/2172/ПРИНЦИПИ%20ФОРМОУТВОРЕННЯ%20І%20ТРАНСФОРМАЦІЇ%20ОБ'ЄКТІВ%20У%20ДИЗАЙНІ%20МЕБЛІВ.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 17.11.2024).
- Кузнецова І. О., Ус В. Ф., Залізко Ю. В. Особливості типів конструкцій сучасних меблів-трансформерів. *Теорія і практика дизайну. Мистецтвознавство*. 2016. Вип. 9. С. 3–4. DOI: <https://doi.org/10.18372/2415-8151.9.11023>

3. Кузнецова І. О., Залізко Ю. В. Особливості формоутворення сучасних меблів масового виробництва. *Теорія та практика дизайну*. 2014. Вип. 6. С. 88–94. DOI: <https://doi.org/10.18372/2415-8151.6.9985>
4. Ikea. URL: <https://www.ikea.com/ua/uk/> (дата звернення: 03.12.2024).
5. Jysk.URL:
[https://jysk.ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=1.%20JPL%20-%20Search%20-%20BB%20\(Brand\)%20-%20EX&utm_content=Jysk.%20Jysk&utm_term=jysk&gad_source=1&gclid=CjwKCAiA9bq6BhAKEiwAH6bqoEM3TSBeLcXftVLvOpLG9mgYeWiTDW1hs1UGu8FngUvbHXxNj_WYvhoCVsoQAvD_BwE](https://jysk.ua/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=1.%20JPL%20-%20Search%20-%20BB%20(Brand)%20-%20EX&utm_content=Jysk.%20Jysk&utm_term=jysk&gad_source=1&gclid=CjwKCAiA9bq6BhAKEiwAH6bqoEM3TSBeLcXftVLvOpLG9mgYeWiTDW1hs1UGu8FngUvbHXxNj_WYvhoCVsoQAvD_BwE) (дата звернення: 03.12.2024).

УДК 72.025.3:643.6

РИШКЕВИЧ Наталя, ЛОПАТИНА Еріка
Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ МЕБЛЮВАННЯ ТА ОБЛАДНАННЯ В ДИЗАЙНІ БАРУ

Анотація. У роботі досліджено особливості меблювання та технічного оснащення у дизайні барного простору. Проаналізовано ключові елементи інтер'єру бару, обґрунтовано вибір матеріалів, конструкцій і технологічних рішень для забезпечення функціональності, довговічності, ергономіки та естетики. Звернено увагу на важливість зонування, підбір меблів, освітлення та декоративних елементів відповідно до концепції закладу.

Ключові слова: дизайн бару, облаштування бару, ергономіка, меблі для бару.

Abstract. This paper explores the specific features of furnishing and technical equipment in bar interior design. It analyzes the key elements of a bar's interior and justifies the selection of materials, constructions, and technological solutions that ensure functionality, durability, ergonomics, and aesthetics. Particular attention is paid to spatial zoning, furniture selection, lighting, and decorative elements aligned with the establishment's concept.

Keywords: bar design, bar arranging, ergonomics, bar furniture.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Облаштування бару меблями та технічним обладнанням є одним із ключових аспектів у процесі проектування закладів громадського харчування. Стилiстика інтер'єру та вибір відповідних елементів формують атмосферу закладу, впливають на емоційне сприйняття відвідувачів і сприяють створенню комфортного середовища. Основними вимогами до дизайну бару залишаються функціональність, ергономічність, естетика та відповідність концепції закладу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні дослідження у сфері дизайну комерційних інтер'єрів підкреслюють важливість інтеграції функціональних, естетичних і безпекових характеристик. Зокрема, акцент робиться на доцільності застосування сертифікованих екологічно безпечних матеріалів, ергономічних меблевих рішень та енергоощадного технічного оснащення [1–3]. Комплексний підхід до облаштування простору дозволяє створити цілісну візуально-функціональну концепцію інтер'єру.

Окрім традиційних підходів до ергономіки та вибору матеріалів, актуальними стають дослідження, присвячені сталому дизайну інтер'єрів та адаптивності простору. Наприклад, у працях Булгакової Т. В. і Іщук О. С. [3] наголошується на важливості використання натуральних, енергозберігаючих та вторинно перероблених матеріалів. Це особливо актуально у контексті зростаючої уваги до екологічної відповідальності закладів сфери HoReCa.

У сучасних наукових джерелах [1; 4] підкреслюється значущість композиційної побудови інтер'єру, яка дозволяє не лише задовольнити практичні потреби простору, а й

створити цілісну стилістичну концепцію з виразними візуальними акцентами та емоційною атмосферою. Бар у такому підході постає не тільки як місце споживання, а як естетично насичений і соціально орієнтований простір, здатний формувати у відвідувача повноцінний сенсорний досвід.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є систематизація вимог до меблювання та технічного оснащення простору бару, а також формулювання рекомендацій щодо вибору конструктивних, матеріальних і технологічних рішень, які забезпечують комфорт, довговічність і відповідність інтер'єру сучасним вимогам.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасному дизайні інтер'єрів барів особливу увагу приділяють комплексному підходу до облаштування простору, що охоплює функціональну організацію, вибір матеріалів, меблювання, технічне оснащення та декоративні акценти [1–3]. Дизайнери орієнтуються не лише на естетику, а й на практичні аспекти: ергономіку, безпеку, довговічність та відповідність санітарним нормам.

Функціональне зонування бару передбачає поділ простору на кілька ключових зон: барна стійка, зона для гостей, кухня, санітарні приміщення. Ефективність функціонування простору бару значною мірою залежить від логіки розміщення обладнання та меблів. Барна стійка є центральним елементом, що поєднує естетичну функцію з функціональною. Для її виготовлення використовують матеріали, стійкі до вологи, температурних впливів і механічного зносу: кварц, нержавіючу сталь, штучний камінь. Вбудоване обладнання включає холодильні установки, мийки, полиці з підсвічуванням та тримачі для келихів.

Барні стільці мають бути ергономічними, висотою 75–85 см, із підставками для ніг і міцною конструкцією. У зоні гостей доцільно застосовувати меблі з дерева, металу, пластику та м'яку оббивку із водо- та брудовідштовхувальними властивостями. Вибір текстур і кольорів повинен відповідати стилістиці закладу. Наприклад, поєднання грубих дерев'яних поверхонь із металевими елементами створює відчуття індустріальної автентики, тоді як м'які тканини й округлі форми формують затишну атмосферу.

Особливої актуальності набуває використання **універсального дизайну**, що враховує потреби людей з різними рівнями мобільності. Важливо забезпечити безбар'єрний доступ до барної стійки, санітарних приміщень та основних функціональних зон, що передбачає відповідну висоту меблів, наявність прохідних зон не менше 90 см, використання контрастних кольорів для візуального орієнтування тощо.

Освітлення має багаторівневу структуру. Основне світло забезпечується LED-панелями або трековими системами, тоді як локальне та акцентне – декоративними світильниками, підсвітками ніш, полиць, арт-об'єктів. Такий підхід дозволяє створити гнучку атмосферу, що змінюється залежно від часу доби або події.

Кухонна зона має бути обладнана згідно з санітарно-гігієнічними вимогами. Використовуються робочі поверхні з нержавіючої сталі, енергоефективні духові шафи, витяжки, холодильники, посудомийні машини. Усе обладнання має бути сертифікованим, пожежобезпечним, придатним до інтенсивної експлуатації.

Санітарні приміщення повинні відповідати стандартам інклюзивності й гігієни: оздоблювальні матеріали стійкі до вологи та дезінфекції, сантехніка — сенсорна, підлога — з антиковзким покриттям. Система вентиляції має забезпечувати стабільний мікроклімат у години пікового навантаження. Використання рекуперативних технологій

дозволяє зменшити витрати енергії та підвищити екологічну ефективність закладу.

Декорування простору бару передбачає інтеграцію елементів, що підсилюють концепцію — зелень, неонове підсвічування, арт-об'єкти, дзеркальні вставки тощо. Це не лише естетична, а й маркетингова складова, адже візуальна привабливість інтер'єру безпосередньо впливає на клієнтський досвід. Залучення сучасних технологій, зокрема систем «розумного освітлення» та автоматизації кліматичного контролю, дає змогу адаптувати простір до різних сценаріїв використання.

Загалом інтер'єр бару сьогодні виконує не лише функцію обслуговування, а й створює досвід — емоційний, просторовий, комунікативний. У цьому контексті важливим є врахування поведінкових моделей споживачів, акустичного комфорту, психології кольору та навіть ароматичного фону, що стає частиною багатокомпонентного дизайнерського рішення.

ВИСНОВКИ

Рациональне облаштування барного простору передбачає комплексний підхід, який поєднує функціональність, естетику, безпеку та відповідність концепції закладу. Сучасні тенденції у дизайні барів акцентують увагу на використанні ергономічних меблів, зносостійких та екологічно безпечних матеріалів, а також впровадженні енергоефективного обладнання.

Оптимальне зонування, багаторівневе освітлення, ретельно підібрані матеріали для барної стійки та гостьової зони, а також декоративні елементи формують цілісний візуальний образ і сприяють позитивному сприйняттю простору. Особливу роль відіграє декоративне оформлення, яке підсилює атмосферність інтер'єру та виражає ідентичність бренду. Проведений аналіз свідчить про зростаючу роль функціонально-естетичного балансу в комерційних інтер'єрах, де кожен елемент — від барного стільця до світильника — повинен відповідати одночасно практичним, безпековим і візуальним критеріям. Інтер'єр бару розглядається як засіб комунікації з відвідувачем. Перспективними напрямками подальших досліджень є впровадження «розумних» технологій, гнучких трансформаційних меблів та рішень, що відповідають принципам сталого розвитку.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Косенко Д. Ю., Зінов'єва С. С. Особливості дизайну інтер'єрів сучасних барів, що експонують твори мистецтва. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. У 2-х т. Т. 2. Київ: КНУТД, 2023. С. 200-203. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24743>
2. Іскімжі А. А. Дизайн-проект інтер'єру приміщення пивбару : кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 Дизайн / наук. кер. В. А. Абизов; рец. Т. Струмінська. Київ: КНУТД, 2022. 72 с. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24412>
3. Булгакова Т. В., Іщук О. С. Сучасні тенденції в дизайні інтер'єру закладів громадського харчування. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості* : матеріали III Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 17 листопада 2022 року. Т. 1. Київ : КНУТД, 2022. С. 103-107. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/22764>
4. Habitat: The field guide to decorating / ed. by N. H. photographer. Abrams, 2015. 272 p.

УДК 728.1:686.72

СМИКОВСЬКА Ірина, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВИКОРИСТАННЯ ДЗЕРКАЛЬНИХ ПОВЕРХОНЬ У ЖИТЛОВИХ ПРИМІЩЕННЯХ

Анотація. У роботі досліджено характеристики дзеркальних поверхонь як матеріалу з особливими властивостями. На основі реальних зразків проаналізовано інноваційні напрямки використання покриттів з властивостями відображення у житлових інтер'єрах. Визначено чотири основних вектори застосування дзеркал (на стінах як підлогове покриття, на стелі та конструктивних елементах приміщення). Окреслено сучасні тенденції та інновації у цій сфері.

Ключові слова: дзеркальна поверхня, житлове приміщення, інтер'єр, дизайн, дзеркальне відображення.

Abstract. In this work examines the characteristics of mirror surfaces as a material with special properties. On the basis of real samples, innovative directions of using coatings with reflection properties in residential interiors were analysed. Four main vectors for the use of mirrors are defined (on the walls, as a floor covering, on the ceiling and structural elements of the room). Current trends and innovations in this area are outlined.

Keywords: mirror surface, living premises, interior, design, reflection.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодні з розвитком інновацій люди почали широко використовувати дзеркальні поверхні. В сучасному світі дзеркало набуває різноманітних форм, збільшуючи спектр застосування. У зв'язку з цим дизайнери переосмислюють функціонал таких поверхонь у житлових приміщеннях.

З метою вдосконалення житлового простору митці в усі часи встановлювали дзеркала для трансформації проєктних характеристик приміщень. Для сучасного інтер'єру проєктування дзеркал стало звичним явищем. Бажання людини оздобити власну оселю дзеркальними поверхнями призвело до того, що дизайнерам необхідно шукати нестандартні прийоми для їх реалізації. Актуальність даної теми визначає прагнення кожної людини підкреслити індивідуальність власного житла.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблема аналізу дзеркала як важливого елементу інтер'єру піднімається у праці Yang Yi [2]. Автор окреслив здатність дзеркала до унікальних світлових ефектів, узагальнив використання дзеркал у внутрішньому та зовнішньому просторах. Дзеркальні інтер'єри Ірану XVIII–XXI століть було опрацьовано Ольгою Шкільною [1]. Дослідниця розглянула особливості використання дзеркал в інтер'єрах в історичному контексті, виявила їхню роль у створенні візуальних ефектів, особливо у гармонійному поєднанні з дорогоцінним камінням та срібними пластинами.

Останні публікації у сфері проєктування дзеркал засвідчили, що наукові праці на цю тему не зосереджені на детальному вивченні напрямків використання дзеркал у житлових приміщеннях. Отже, ця тема потребує глибшого дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виокремлення напрямків використання дзеркал у житлових інтер'єрах. У контексті поставленої мети виділено такі завдання: 1) виявити загальні характеристики дзеркала як матеріалу з особливими властивостями; 2) проаналізувати інноваційні вектори застосування дзеркал у житлових приміщеннях, розглянувши новітні тенденції у цій сфері.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Першочерговою властивістю дзеркала є відбиття світла. У зв'язку із розвитком інноваційних технологій відображення стало чіткішим та якіснішим. Сучасна і найпоширеніша методика створення дзеркала – це нанесення шару металу на тонку скляну панель, що добре відбиває сонячні промені. Відбиття променів світла створює зображення. Для отримання якісного відображення важливо забезпечити гладку поверхню дзеркала.

Основним функціональним призначенням плоского дзеркала прийнято вважати споглядання людиною свого відображення. Найбільш популярним впровадженням дзеркальних поверхонь у житлових приміщеннях є доповнення ними входних зон, гардеробів, ванних кімнат та спальень. Сьогодні дзеркальними поверхнями покривають різноманітні конструктивні елементи житлової будівлі – стіни, підлогу, зону сходів. Такі напрямки застосування дзеркала за рахунок вдалого проєктування збільшують кількість потрапляння сонячних променів до приміщення, роблять його світлим та повітряним (рис. 1).

Поширеним напрямком використання плоских дзеркал є їх проєктування на стінах в тісних приміщеннях. Завдяки цій особливості з'являється ілюзія розширення простору. Вузька кімната за допомогою дзеркальної поверхні стає ширшою. За рахунок відображення кімната здається більшою і отримує додатковий об'єм (рис. 2).

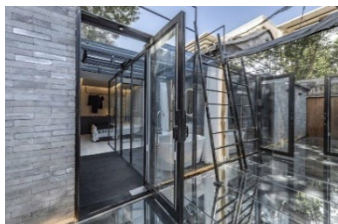


Рис. 1. Дзеркальні сходи в будинку Грайливіх Тюдорів у Монреалі, Жан-Максим Лабрек, 2013



Рис. 2. Резиденційна будівля La Vida, Todos Arquitectura, 2020

Інновацією у сучасному проєктуванні середовища є використання дзеркальної поверхні в якості підлогового покриття. Це створює ефект левітації та додає середовищу нестандартного вигляду. Таку тенденцію використала китайська студія дизайну, яка у ході реконструкції резиденції Хутун оздобила підлогу дзеркалами, що додало глибини та розширило простір (рис. 3).



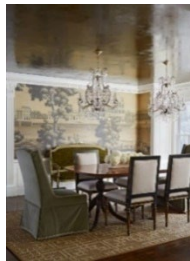
1



2

Рис. 3. Невидимий двір Баочао Хутун, Пекін, Китай, Архітектори DAGA, 2020.

Ще одним новим напрямком проєктування житлового середовища є застосування дзеркал на стелі. Такий прийом надає приміщенню шарму та динамічності, а також створює ефект нескінченності простору. Цей підхід широко використовується дизайнерами у комерційних інтер'єрах, проте така тенденція набуває поширення й у житлових приміщеннях. Стелі з ефектом відображення у дизайнерському проєкті використав Corey Damen Jenkins, наповнивши будинок вишуканістю та елегантністю (рис. 4).



1



2

Рис. 4. Історичний будинок Блумфілд-Хіллз, Michigan, USA, Corey Damen Jenkins, 2016.

Експериментують дизайнери сьогодні й з фактурами. Можна наділити дзеркало ефектом розмиття або зістарення, що урізноманітнює загальний стиль приміщення. Також сучасні інновації дають змогу створювати сенсорні дзеркальні поверхні. Враження від інтер'єру додатково підсилюють дзеркала з LED-підсвітками. Це розширює функціональність інтер'єру та водночас утворює додаткове джерело освітлення.

Окрім суцільних плоских дзеркал дизайнери використовують в інтер'єрі елементи із дзеркальних матеріалів, зокрема це – обідні та журнальні столи, приліжкові тумби, люстри. Такі речі привертають увагу та виступають родзинкою житлового інтер'єру.

ВИСНОВКИ

У роботі доведено, що дзеркальні поверхні є одним із важливих засобів збільшення простору та доповнення інтер'єру. Виявлено, що властивості відбиття світла та створення зображення стають основними виражальними характеристиками дзеркала як матеріалу. Доведено, що основними напрямками використання дзеркал у житлових приміщеннях є розташування дзеркальних поверхонь на стінах; застосування дзеркал як підлоги або ж для покриття конструктивних частин (стелі, колони) житлових будівель. Сучасний розвиток житлового інтер'єру з використанням дзеркальних покриттів має широкий спектр естетичних та функціональних властивостей, що покращують сприйняття завдяки введенню фактурності та мультисенсорності. Ці тенденції є перспективними у сучасному проєктуванні середовища у всьому світі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Школьна О. Дзеркальні інтер'єри архітектури Ірану XVIII–XXI століть. *Художня культура. Актуальні проблеми*. 2019. № 15(2). С. 110–115. [https://doi.org/10.31500/1992-5514.15\(2\).2019.186138](https://doi.org/10.31500/1992-5514.15(2).2019.186138)
2. Yi Y. Research on Mirror Materials in Interior and Landscape. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. Proceedings of the 2021 6th International Conference on Social Sciences and Economic Development (ICSSSED 2021). 2021. Vol. 543. P. 546-550. URL: https://www.researchgate.net/publication/350918674_Research_on_Mirror_Materials_in_Interior_and_Landscape (дата звернення: 12.10.2024).

УДК 747:502.174:658.62

ТКАЧУК Валерія, ПРИСТУПА Ольга, ЗАРАЗКА Маркіян
Луцький національний технічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ СТАЛОГО ДИЗАЙНУ В ІНТЕР'ЄРІ

Анотація. У роботі висвітлено основні напрями екологічного дизайну інтер'єрів у контексті сучасних тенденцій сталого розвитку. Розглянуто використання натуральних матеріалів, енергоефективних технологій, повторного споживання елементів декору та біофільного підходу. Акцентовано увагу на ролі екодизайну у формуванні здорового та гармонійного середовища.

Ключові слова: екологічний дизайн, інтер'єр, сталий розвиток, натуральні матеріали, біофільний підхід, енергоефективність.

Abstract. The paper highlights the main directions of ecological interior design in the context of modern trends in sustainable development. The use of natural materials, energy-efficient technologies, reuse of decorative elements and a biophilic approach are considered. The focus is on the role of eco-design in creating a healthy and harmonious environment.

Keywords: ecological design, interior, sustainable development, natural materials, biophilic approach, energy efficiency.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний екологічний дизайн інтер'єрів є важливою складовою сталого розвитку, що відповідає на виклики, пов'язані з охороною навколишнього середовища, енергоефективністю та здоров'ям людини.

В умовах глобальних кліматичних змін, зменшення ресурсів, забруднення довкілля та зростаючого попиту на еко-френдлі рішення, існує потреба в інтеграції екологічних підходів до архітектури і дизайну інтер'єрів.

Серед проектних екопроблем можна виокремити такі основні блоки:

- 1) вибір матеріалів, які не завдають шкоди екології, але водночас відповідають вимогам естетики та функціональності.
- 2) мінімізація енергоспоживання, що вимагає застосування новітніх технологій та проектних рішень.

Житлові та комерційні інтер'єри, створені на основі принципів екологічного дизайну, сприяють кращому фізичному та психологічному самопочуттю. Екодизайн є одним із найкращих проектних способів формування комфортного середовища.

Таким чином, проблема створення гармонійного балансу між використанням природних ресурсів та функціонуванням простору з мінімізованим негативним впливом на природу та людину, потребує ґрунтового дослідження.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Екологічний дизайн інтер'єрів є предметом численних наукових розвідок, які звертаються до різних аспектів сталого розвитку та його застосування в архітектурі та дизайні.

Наприклад, у роботі «Енергозберігаючі технології в дизайні інтер'єрів» проаналізовано вплив новітніх енергозберігаючих технологій, таких як використання інтелектуальних систем управління енергією та автоматизація процесів, що значно знижують споживання енергії в будівлях. Автор довів, що система «розумного дому», яка автоматично регулює температурний режим, освітлення та інші аспекти, безпосередньо впливає на зменшення енергоспоживання [1].

Сміт Л. підкреслює важливість застосування натуральних і перероблених матеріалів у проектуванні інтер'єрів, що не тільки знижують вуглецевий слід, але й сприяють поліпшенню якості повітря в приміщеннях. Науковець також акцентує увагу на важливості створення здорових умов для мешканців за допомогою екологічних матеріалів, таких як бамбук, корк та натуральні волокна [2].

Вітчизняний науковець Кравець І. зосереджується на біофільному дизайні, який включає використання живих рослин і натуральних матеріалів, що сприяє психологічному та фізичному благополуччю мешканців. Згідно з його дослідженнями, природа в інтер'єрі має потужний терапевтичний ефект, знижує рівень стресу, покращує концентрацію та творчі здібності [3].

Окремі дослідження присвячені технологіям відновлюваної енергії в дизайні інтер'єрів. Науковці розглядають інтеграцію сонячних панелей, вітрогенераторів та інших відновлювальних джерел енергії в інтер'єри [4]. Такий підхід дозволяє зменшити залежність від традиційних джерел енергії і підвищити енергонезалежність будівель.

Огляд публікацій підтверджує необхідність дослідження впровадження сучасних технологій і матеріалів для створення сталих, енергозберігаючих та екологічно чистих інтер'єрів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз основних тенденцій в екологічному дизайні інтер'єрів та виявлення найбільш ефективних методів і технологій для створення сталих, здорових та енергоефективних інтер'єрів.

Основні цілі роботи полягають у дослідженні використання натуральних матеріалів та їх переваг у порівнянні з синтетичними, а також вивченні біофільного дизайну як методу інтеграції природних елементів у внутрішні простори. Важливим завданням є розгляд психологічного впливу екологічного дизайну та його ролі у покращенні якості життя людей.

Робота також передбачає аналіз практичних прикладів реалізації екологічного дизайну в різних країнах і визначення переваг таких рішень у контексті сталого розвитку.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Основними трендами у проектуванні сучасного інтер'єрного простору є використання натуральних матеріалів (дерева, каменю, льону, бамбуку та ін.). Науково доведено, що ці матеріали не лише менш токсичні, але й здатні поглинати вуглекислий газ, таким чином, вони сприяють зменшенню парникового ефекту.

Натуральні матеріали становлять основу екологічного дизайну завдяки своїм природним властивостям, оскільки здатні знижувати енергетичні витрати та зменшувати негативний вплив на довкілля (Рис.1).



Рис.1. Натуральні матеріали в дизайні інтер'єру

У дизайні важливим аспектом є також повторне використання матеріалів. Це може бути використання старих меблів, перероблених пластикових або металевих елементів. Це зменшує кількість відходів і зберігає природні ресурси.

Український Sustainability бренд «Recast Plastic» створює меблі та елементи декору зі 100% переробленого пластику. Recast Plastic заснований архітектурною студією ARTSTUDIOLEO у відповідь на виклики, які постали перед країною у 2022 році. На початку роботи основною продукцією компанії були меблі для укріттів, проте наразі бренд пропонує колекцію вуличних меблів та дизайнерських меблів для дому (Рис.2).



Рис.2. Стіл з переробленого пластику бренду Recast Plastic

Українські бренди підіймають такі теми, як сталі меблі та їхнє естетичне значення, зручність та функціональність укріттів та роль переробленого пластику у створенні стійких та стильних меблів та предметів декору. Так, компанія Recast Plastic перетворює відходи на цінність, створюючи меблі, які слугують не лише для зручності, але й для захисту. У колекції – вуличні меблі, стильні предмети меблів для дому та практичні рішення для укріттів (Рис.3).



Рис.3. Колекція сталих меблів

Енергозберігаючі технології набувають все більшої актуальності. Застосування відновлюваних джерел енергії (сонячних панелей, вітрогенераторів) та енергоефективних систем дозволяє значно знизити витрати на енергопостачання.

Інтелектуальні системи управління, що адаптують освітлення та температуру в залежності від потреб, є важливим елементом сучасного екодизайну. Такі технології знижують споживання енергії та зменшують викиди CO₂.

Біофільний дизайн – це принципи, за якого інтер'єри проєктуються з максимальною кількістю природних елементів (рослин, природного світла, води) (Рис.4).

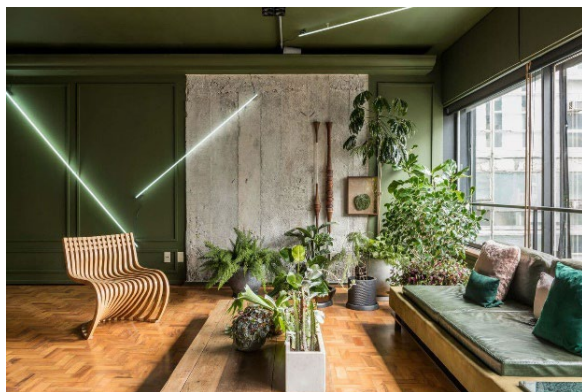


Рис.5. Зразок біофільного дизайну інтер'єру

Згідно досліджень, наявність природних елементів у середовищі сприяє зменшенню рівня стресу, покращує фізичне та психологічне здоров'я людей.

ВИСНОВКИ

Сучасні тенденції в екологічному дизайні інтер'єрів відповідають на потреби сталого розвитку та турботи про екологію. Зростаюча увага до використання екологічних

матеріалів, енергоефективності та психологічного впливу простору відкриває нові можливості для дизайну. Водночас, успішна реалізація екодизайну потребує тісної співпраці між дизайнерами, архітекторами, інженерами та споживачами для створення збалансованих, здорових та ефективних інтер'єрів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Джонсон М. Енергозберігаючі технології в дизайні інтер'єрів. Нью-Йорк: Green Build Press.
2. Сміт Л. Екологічний дизайн в архітектурі, 2021. Лондон: EcoDesign Publications.
3. Кравець І. Біофільний підхід у дизайні інтер'єрів. Вісник архітектури та урбаністики, 12(3), 45–52. URL: <https://journals.urau.ua/index.php/visnyk-ntuau> (дата звернення 25.04.2025 р.).
2. United Nations Environment Programme. (2020). Sustainable Design and Architecture: A Global Perspective. URL: <https://www.unep.org/resources/report/sustainable-design-and-architecture-global-perspective> (дата звернення 29.04.2025 р.).
3. Kellert, S. R. Nature by Design: The Practice of Biophilic Design. Yale University Press, 2018. URL: <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300230196/nature-by-design/> (дата звернення 05.05.2025 р.).

УДК 7.05:681.732

ТОБОЛЬСЬКИЙ Мирослав, ЛЕЛИК Ярослав, ЛЕСИК-БОНДАРУК Оксана
Луцький національний технічний університет

ДИЗАЙН ОКУЛЯРІВ ЯК СПОСІБ ПІДКРЕСЛЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ

Анотація. У тезах даної статті проведений аналіз зразків окулярів, як важливого аксесуару для підкреслення індивідуальності особи. Виділено дев'ять видів дизайну окулярів які здобули популярність серед споживачів. Розглянуто характерні особливості впливу форми окулярів на сприйняття образу людини.

Ключові слова: дизайн окулярів, сонцезахисні окуляри, індивідуальність, покращення зору, формування образу.

Abstract. The abstract of this article analyzes samples of glasses as an important accessory for emphasizing a person's individuality. Nine types of glasses designs that have gained popularity among consumers are highlighted. The characteristic features of the influence of the shape of glasses on the perception of a person's image are considered.

Keywords: glasses design, sunglasses, individuality, vision improvement, image formation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Протягом багатьох століть вчені, лікарі, винахідники та дизайнери шукали способи покращення зору за допомогою окулярів. Вивчення історії окулярів дає докази використання опуклих лінз, починаючи з 1021 року нашої ери.

В перш за все окуляри являють собою засіб для покращення зору та захисту очей від ультрафіолетового випромінювання, але вони також грають велику роль в формуванні загального стилю, розкривають індивідуальність людини. У розробці дизайну окулярів важливо враховувати три основні компоненти: оправу, скельця та дужки. Це вимагає від дизайнерів особливого підходу та знання сучасних модних тенденцій.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

В останні десятиліття питання дизайну окулярів активно розглядається в контексті модних тенденцій, індивідуалізації та функціональності аксесуарів. Зокрема, дослідники підкреслюють важливість інноваційних матеріалів та ергономічного підходу до створення оправ. У роботі Дж. Джонсона (2019) обґрунтовано використання біонічних матеріалів для створення легких та міцних оправ [1]. Дослідження М. Гріна (2020) фокусується на зв'язку між формою окулярів та сприйняттям особистісних характеристик власника [2]. Аналіз модних тенденцій, проведений Т. Міллером (2022), демонструє популярність ретро-стилю та еkleктики в сучасному дизайні окулярів [3].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є визначення основних принципів підходу до вибору окулярів з урахуванням індивідуальних особливостей людини, характеру та стилю.

Завданнями досліджень є класифікація типів окулярів, аналіз історичного та культурного розвитку, вивчення тенденцій сучасного дизайну.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Окуляри не тільки засіб для корекції зору, для захисту органів зору від пилу, відблисків та впливу сонячного ультрафіолету випромінювання, а також модний аксесуар для створення цілісного образу, підкреслення переваг лица та приховування недоліків за рахунок правильно підібраної оправы та лінз. Різноманіття форм, розмірів, конструкції, та стилю задали новий тренд в моді та масмедіа, вони тісно асоціюються з професійними напрямленнями, відомими вченими, популярними “зірками”, успішними бізнесменами які підкреслюють свій імідж та статус.

Перші згадки про засоби для покращення зору з’явилися ще в античні часи, імператор Нерон використовував смарагдові дзеркальця для спостереження гладіаторських боїв, але перше дійсне підтвердження з’явилося тільки в 13 столітті при створенні перших окулярів в північній Італії [4.5]. Одним історичних видів окуляр був “Монокль” - одна лінза в оправі яка кріпиться до одягу ланцюжком для запобігання пошкоджень при падінні. Ідея з ланцюжком набула популярності в майбутньому яку також застосовували для окуляр.

Перші сонцезахисні окуляри з’явилися на півночі та використовувалися мисливцями для запобігання сніговій сліпоті, вони представляють з себе оправу з тонкими прорізами для очей замість скелець для зменшення блиску та потрапляння сонячного світла на органи зору. У 18 столітті почали експериментувати з кольором скелець, з використанням дорогоцінних каменів, барвників, бурштину, для людей з великою чутливістю до світла[1], що в подальшому вплинуло на розвиток дизайну лінз. У 50-60х роках 20 століття сонцезахисні окуляри набувають великої популярності, та займають важливу роль в розвитку культури та моди на рівні капелюхів та краваток.

В наступні десятиліття дизайн буде вдосконалюватись, а сфери використання збільшуватись які будуть мати свій унікальний дизайн та ергономічні особливості, окуляри почнуть використовувати в пляжному відпочинку, на прогулянках, в спорті, в воєнній галузі, для захисту та виробництвах, та від погодних умов.

Типи окулярів можна класифікувати на декілька видів: авіатори, вайфарери, клабмастери, Котяче око, леннони, маски, панто, ретро, оригінальні. (табл. 1) [6]. Кожен з цих типів особливий, підходить до різних стилів та рис обличчя. Візуальний аналіз кожного типу визначається унікальним дизайном: оправы, лінз, дужок.

- Авіатори відрізняються своєю унікальною формою, підходять для більшості форм обличчя, підкреслюють строгі риси образу, та мають хороший захист від вітру.

- Вайфарери вважаються квадратним видом, але насправді мають форму трапеції, підходять для круглого та овального типу лица, зручні для щоденного використання.

- Клубмастери виділяються округлими лінзами з оправою. Тісно асоціюється з бізнесменами людьми, підходять для ділових зустрічей, а також людям з круглими рисами обличчя.

- Котяче око має унікальну форму за рахунок витягнутих кінців лінзи, переважно використовується жінками, підкреслює екстравагантні образи, трикутні та округлі риси лица.

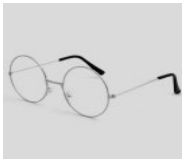
- Леннони круглі лінзи з тонкою оправою, заокруглюють квадратні риси обличчя, зручні для повсякденного використання, майже не перекриваючи бачення.

- Маски вперше використовувались в захисних цілях на виробництвах, а також в спорті, підкреслюють округлі, трикутні та в формі серця.

Таблиця 1

Типи окулярів

Тип окулярів	Опис окулярів	Зразок	
Авіатори	Повторюють форму очної ямки, були створені для льотчиків.	 1	 2
Вайфарери	Лінза має трапецевидну форму.	 1	Продовження табл.1  2
Клабмасери	Округлі лінзи з потовщеною оправою.	 1	 2
Котяче око	Яскраво виражені підняті куточки лінз.	 1	 2

Леннони	Круглі з тонкою оправою.	 
Маски	Одна велика лінза без оправы.	 
Панто	Яскраво виражений місточок на оправі.	 
Ретро	Витягнуті овальні лінзи обрізані зверху, та з відкритою оправою.	 
Оригінальні	Різноманіття форм лінз та кольору.	 

• Панто округлі лінзи з потовщеною верхньою частиною оправы та відкритою нижньою, підходять для квадратних та прямокутних форм обличчя.

• Ретро підкреслюють серйозність та статність образу, зручні в повсякденному використанні, доповнюють всі види обличчя.

Оригінальні й унікальні в своїй суті, їм притаманні різноманітні експериментальні форми та розміри, додаткові аксесуари та прикраси, ланцюжки які чіпляються на шию, для запобігання пошкоджень окуляр при падінні, та доповнюючи загальний образ. Також не малу роль в формуванні образу відіграє колір лінз, вони доповнюють кольорову гаму образу, або навпаки контрастують з нею формуючи індивідуальний образ.

Прозорі завжди будуть універсальним варіантом для будь-якої ситуації, не відволікають увагу, що дозволяє зосередитись на інших частинах образу. Чорні, помаранчеві, коричневі роблять образ строгим, концентрують велику увагу на собі. Блакитні, зелені показують легкість образу, та можуть створити контраст зі строгими образами. І Проаналізовані візуальні особливості найпопулярніших типів окулярів які доповнюють образ людини за типом обличчя та підкреслюють її індивідуальність і образ.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження встановлено, що дизайн окулярів має значний вплив на формування індивідуального образу людини. Використання різних форм оправ і кольорових лінз дозволяє підкреслити характерні риси обличчя та створити унікальний візуальний ефект. Популяризація ретро-стилю та еkleктики сприяє розширенню асортименту моделей та їх адаптації до різних стилістичних вподобань споживачів. Інноваційні матеріали та ергономічний підхід забезпечують комфорт і довговічність використання окулярів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Johnson, J. 2019. Bionic Materials in Eyewear Design. Fashion and Function Journal, 12-4, 78-85.
2. Green, M. 2020. Visual Identity and Glasses Shape Perception. Optics and Style, 8(3), 45-52.
3. Miller, T. 2022. Retro and Eclectic Trends in Modern Eyewear. Design Perspectives, 14(2), 33-40.
4. Wikipedia.Sunglasses.URL:<https://en.wikipedia.org/wiki/Sunglasses>(Дата звернення 11.03.205)
5. Wikipedia.Glasses.URL:<https://en.wikipedia.org/wiki/Glasses> (Дата звернення 11.03.205).
6. Типи окулярів Таблиця 1. URL: <https://surl.li/dpacxu> (Дата звернення 11.03.205)

УДК 72.012:66.624

ТРИНДЮК Ірина, БІЛЕЦЬКИЙ Олег, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

КОЛЬОРОВЕ СКЛО В ІНТЕР'ЄРАХ: ЕСТЕТИЧНІ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

Анотація. У роботі досліджено естетичні та функціональні особливості використання кольорового скла у інтер'єрах. Виділено основні функції кольорового скла: зонування, акцентування, освітлення. Встановлено, що поєднання скла з різними матеріалами та елементами обладнання створюють умовні межі між різними функціональними зонами, візуально збільшують простір та мають сучасний вигляд.

Ключові слова: кольорове скло, простір, інтер'єр, декор, акцент, освітлення.

Abstract. The study examines the aesthetic and functional features of using colored glass in interiors. The main functions of colored glass identified are zoning, accentuation, and lighting. It has been established that combining glass with various materials and furniture elements creates conditional boundaries between different functional zones, visually enlarges the space, and provides a modern appearance.

Keywords: coloured glass, space, interior, décor, accent, illumination.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні тенденції розвитку інтенсивного буденного життя та проблемні ситуації зумовили популярність використання скла як матеріалу у дизайні житлових приміщень. Завдяки можливості скла змінювати сприйняття простору та забарвлювати його у різні відтінки, дизайнери часто використовують його у оздобленні приміщень. Кольорове скло здатне додавати візуальні акценти, унікальні світлові ефекти, які здійснюють вплив на сприйняття середовища.

Ще однією нагальною проблемою сучасного інтер'єру є його малогабаритність, що призводить до необхідності пошуку дизайнерами нових засобів трансформації середовища. Тому кольорове скло в даному контексті відіграє роль художнього засобу для створення нових візуальних ефектів та унікальної атмосфери.

Важливим є визначення основних принципів використання кольорового скла для створення гармонійного простору, що поєднує естетику і практичність. Окреслені проблеми вказують на актуальність даної теми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сьогодні активізуються дослідження скла, що використовується для оформлення житлових та громадських будинків. А. Загоруйко та В. Ковальський звертають увагу на популярність скла як матеріалу з унікальними характеристиками, що мало поступається традиційним будівельним матеріалам [2]. До проблем використання скла в архітектурі зверталась група науковців Zuhai KAYNAKCI ELINÇ та Ferhat KOYUNCU [3]. Дизайнери досліджують використання скла для формотворення конструктивних елементів інтер'єру,

зокрема стін, стелі, підлоги та наголошують на нових перспективах використання скла для пошуку нових дизайнерських рішень.

До питання аналізу естетичних властивостей скла, які використовуються для декоративних форм, матеріалів, конструктивних прийомів і всіх об'єктивних умов житлового простору, зверталися Л. Гук та Г. Хавхун [1].

Проте існує недостатня кількість наукових досліджень, які б обґрунтовували вплив цього матеріалу на функціональність приміщень та їх вплив на мешканців.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення естетичних і функціональних особливостей кольорового скла у проектуванні інтер'єрів. Завданнями дослідження є проаналізувати функції використання кольорового скла; охарактеризувати особливості його застосування у дизайні приміщень.

Об'єктом дослідження є інтер'єри з використанням кольорового скла. Предметом дослідження є естетичні та функціональні особливості кольорового скла.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Кольорове скло – це один із проєктних матеріалів, яке використовується у сучасних житлових інтер'єрах для створення унікальних та функціональних дизайнерських рішень. Воно здатне зонувати простір, підкреслювати візуальні акценти і створювати атмосферу приміщення завдяки взаємодії зі світлом. Тому на основі матеріалів дослідження виділено функції кольорового скла в інтер'єрах.

Поширеною функціональною особливістю кольорового скла є здатність зонувати приміщення. Скло як частина декоративних перегородок, відіграє важливу роль в організації простору. Скляні перегородки утворюють легкі та прозорі межі між різними функціональними зонами, тим самим підсилюючи відчуття відкритого простору. Це особливо актуально для невеликих квартир-студій, де необхідно візуально розділити зони та збільшити приміщення. Саме такий спосіб використання скляних перегородок додає відчуття приватності у зоні відпочинку, одночасно дозволяючи проникати природному світлу.



Рис. 1. Зонування за допомогою кольорового скла: 1 – офісне приміщення, Монреаль, 2021; 2 – офісне приміщення, Мадрид 2020; 3 – бутик одягу «Main», Даллас, 2020.

Кольорове скло також використовується у меблях, створюючи унікальність та цікавий акцент в інтер'єрі. Скляними меблями можуть бути: столи, стільчики, шафи, умивальники та ванни. Завдяки багатій палітрі кольорів, скло надає меблям сучасного вигляду, забезпечує легкість конструкцій і дозволяє світлу «грати» з відтінками, створюючи привабливі візуальні ефекти.

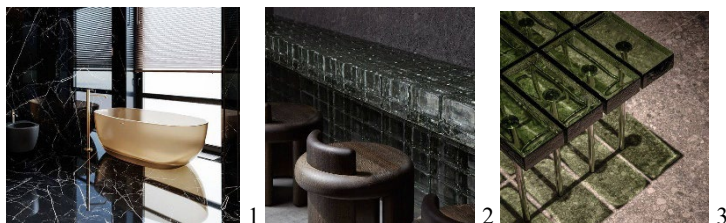


Рис. 2. Створення акценту за допомогою кольорового скла: 1 – житловий будинок, Україна, 2020; 2 – заклад харчування «Origami Sushi», Дубаї, 2020; 3 – ресторан комплексу «Emily Resort», Винники, 2020.

Напівпрозоре або прозоре кольорове скло дозволяє світлу проходити через нього, м'яко змінюючи його відтінок. Таким чином, вдале поєднання кольорового скла у вікнах та дверних вставках розсіює світло по цілому приміщенню, змінюючи його атмосферу. Використання кольорового скла сприяє поширенню природного світла у ті частини приміщення, де його не вистачає. Це особливо важливо у коридорах або кімнатах, які знаходяться далі від вікон. Тому кольорове скло не лише виконує декоративну функцію, а й значно покращує якість освітлення.

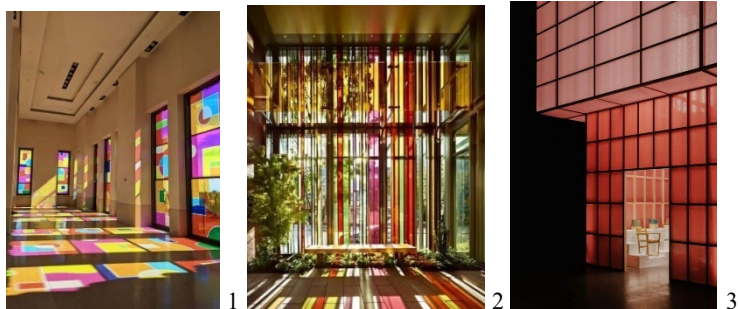


Рис. 3. Створення цікавого освітлення з використанням кольорового скла: 1 – офісний центр «Рокфеллерський центр», Нью-Йорк, 2021; церква «Gethsemane lutheran church», США, 2012; 3 – споруди компанії Hermes, Мілан, 2022.

ВИСНОВКИ

У роботі доведено, що кольорове скло широко використовується у проектуванні інтер'єрів різного призначення. Було з'ясовано, що таке скло виконує важливі функції у житлових приміщеннях, зокрема, не лише для освітлення та створення особливої атмосфери, але й для умовного зонування простору та підкреслення візуальних акцентів. Особливості застосування та вибору кольорового скла пов'язані з метою дизайнерського задуму задля створення оптимального комфорту у приміщенні. Перспективним напрямком

творення є те, що кольорове скло стане не лише декоративним елементом, але й функціональним рішенням для різноманітних архітектурних і дизайнерських завдань.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Гук Л. Й., Хавхун Г. М. Застосування художнього скла в інтер'єрах громадських будівель. *Архітектурний вісник КНУБА*. 2021. №22-23. С. 166-171.
2. Загоруйко А. О., Ковальський В.П. Скло в опорядженні інтер'єру житлових та громадських будівель. Матеріали XLVII науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, Вінниця, 14-23 березня 2018 р. Електрон. текст. дані. 2018. URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fbtegp/all-fbtegp-2018/paper/view/5052> (дата звернення 04.11.2024).
3. Kaşnaklı Elinç Z., Koyuncu F. Use of Glass in Interior. Architecture. Architectura Sciences and Building Materials. *Iksad Publications*. 2022. С. 118-146.



ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В ХУДОЖНЬО-ПРОЕКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.

УДК 004.92;004.946:[004.773.5:001.18:004

АЛЕКСЕЄВ Олексій, ШАУРА Аліна

Київський національний університет технологій та дизайну

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 3D-АВАТАРІВ: ВІД СТРИМІНГУ ДО ЦИФРОВОГО МАЙБУТНЬОГО

Анотація. В дослідженні розглядаються перспективи розвитку 3D-аватарів, їх потенційне застосування у різних сферах життя, від стримінгу до освіти, розваг та професійної взаємодії. Особлива увага приділяється можливостям використання аватарів як віртуальних помічників, інструкторів та гідів у цифровому середовищі.

Ключові слова: 3D-аватари, цифрова ідентичність, стримінг, VR/AR, штучний інтелект, віртуальні помічники.

Abstract. The research examines the prospects for the development of 3D avatars, their potential application in various spheres of life, from streaming to education, entertainment and professional interaction. Particular attention is paid to the possibilities of using avatars as virtual assistants, instructors and guides in the digital environment.

Keywords: 3D avatars, digital identity, streaming, VR/AR, artificial intelligence, virtual assistants.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Стримінгова індустрія стала одним із провідних напрямків, де 3D-аватари активно використовуються для взаємодії з аудиторією. Однак потенціал цих технологій значно ширший. З розвитком штучного інтелекту, технологій віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR), 3D-аватари можуть стати невід'ємною частиною нашого цифрового майбутнього. Наразі вони використовуються переважно для розваг, але їх можна адаптувати для більш серйозних завдань, таких як навчання, консультації, підтримка людей з обмеженими можливостями та навіть заміна людських функцій у певних сценаріях взаємодії. Наприклад, віртуальні аватари можуть стати ідеальними помічниками для освіти, де вони можуть пояснювати матеріал, демонструвати складні процеси або навіть вести інтерактивні уроки.

Основна проблема полягає у тому, щоб знайти баланс між технічними можливостями, естетикою та практичним застосуванням аватарів. Крім того, важливо враховувати психологічний вплив таких персонажів на користувачів та їх готовність взаємодіяти з віртуальними образами.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У процесі дослідження було ознайомлено з роботами, присвяченими психологічному впливу 3D-аватарів на аудиторію [1]. Встановлено, що аватари з добре проробленою мімікою та приємними рисами обличчя створюють позитивне враження. Також розглядався розвиток аватарів у контексті метавсесвіту та їх інтеграція з технологіями штучного інтелекту. Наприклад, використання AI для автоматизації міміки, голосу та поведінки аватарів дозволяє створювати більш живих та інтерактивних персонажів. Це відкриває нові можливості для їх застосування у різних сферах, включаючи освіту, медицину та розваги.

Однак більшість досліджень фокусуються лише на окремих аспектах, таких як дизайн або технічна реалізація, не враховуючи комплексного підходу до створення аватарів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження потенційних можливостей 3D-аватарів та їх застосування у різних сферах життя. Для досягнення цієї мети було поставлено такі завдання: 1) дослідити можливості використання аватарів у майбутньому, включаючи їх роль у цифровому середовищі; 2) розглянути практичні сценарії застосування аватарів, такі як віртуальні помічники, інструктори та гіді.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Розвиток технологій 3D-аватарів стрімко набирає обертів, відкриваючи нові можливості для різних сфер життя і діяльності. В сучасному світі цифрові аватари стають важливим інструментом у галузях розваг, освіти, бізнесу й соціального спілкування. Одним з ключових напрямків їхнього розвитку є стрімінг — передача 3D-зображень в реальному часі, що дає змогу створювати інтерактивний досвід користувачів у режимі реального часу. Це сприяє більшій залученості аудиторії та відкриває нові межі для віртуальної взаємодії.

3D-аватари почали свій розвиток у геймінгу та анімації, але з розвитком технологій вони стали доступними для широкого кола користувачів. Сучасні аватари можуть бути використані не лише для розваг, а й для навчання, медичної підтримки, соціальних ініціатив та професійної взаємодії.

Наприклад, у освіті віртуальні аватари можуть замінити традиційних вчителів у певних сценаріях. Вони можуть пояснювати матеріал, використовуючи інтерактивні методи, демонструвати складні процеси через візуалізацію та навіть надавати індивідуальні консультації. Це особливо корисно для дітей, які краще сприймають інформацію через візуалізацію та інтерактивність.

У майбутньому аватари можуть бути інтегровані у системи онлайн-підтримки. Наприклад, вони можуть допомагати користувачам у пошуку інформації, надавати рекомендації щодо вирішення проблем або навіть супроводжувати їх у віртуальних турах. Крім того, аватари можуть замінювати людей у певних сценаріях, таких як віртуальні інструктори, гіді чи помічники в онлайн-сервісах.

У перспективі, розвиток 3D-аватарів може змінити характер цифрової взаємодії, від додатків для розваг до платформ для віддаленої роботи та навчання, створюючи більш інтерактивний і персоналізований цифровий простір. Таким чином, технологічний прогрес у цій сфері формує фундамент для нового цифрового майбутнього, де аватари стануть невід'ємною частиною людського досвіду.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження було встановлено, що 3D-аватари мають величезний потенціал не лише у стримінгу, а й у багатьох інших сферах життя. Вони можуть стати невід'ємною частиною нашого цифрового майбутнього, допомагаючи людям у навчанні, роботі, розвагах та соціальній взаємодії.

Подальші дослідження у цій сфері можуть бути спрямовані на інтеграцію аватарів із системами штучного інтелекту, розширення їх можливостей у VR/AR-середовищах та розробку нових сценаріїв застосування.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Хто ховається за цифровими аватарами? Центр демократії та верховенства права. 2021. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/tsyfrovii-avatory/> (дата звернення: 05.05.2025).

УДК 7.012

БЕРЕЖНА Софія, МАСЛЯК Марія
Київський національний університет технологій та дизайну

ВІЗУАЛЬНИЙ ШУМ ПРОТИ ВІЗУАЛЬНОГО ВПЛИВУ: ЯК ЗНАЙТИ БАЛАНС У ДИЗАЙНІ ЦИФРОВОГО КОНТЕНТУ

Анотація. У сучасному цифровому середовищі користувачі щодня зазнають впливу сотень візуальних повідомлень, що породжує ефект «візуального шуму». Перенасичення кольорами, шрифтами, анімаціями та графічними елементами знижує сприйняття інформації й викликає втому уваги. У дослідженні розглядаються причини візуального перевантаження, його наслідки для користувацького досвіду, а також методи досягнення візуального балансу.

Ключові слова: візуальний шум, цифровий дизайн, мінімалізм, інформаційна ієрархія, візуальний баланс

Abstract. In today's digital landscape, users are constantly exposed to a vast stream of visual stimuli, leading to oversaturation and the phenomenon of visual noise. This overload can hinder effective communication, reduce user engagement, and cause cognitive fatigue. The study explores the contrast between visual noise and impactful design, emphasizing the importance of clarity, hierarchy, and balance in digital content. Through analysis of user perception, design theory, and case studies, the paper outlines practical strategies to minimize distraction and enhance visual communication. The findings advocate for a conscious, minimalist approach that respects the viewer's attention and prioritizes meaningful interaction over decorative excess.

Keywords: visual noise, digital design, minimalism, information hierarchy, visual balance.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У цифровому середовищі користувачі щодня публікують надмірну візуальну інформацію, включаючи рекламу та інтерфейси. Це призводить до візуального перевантаження, зниження ефективності комунікації та спричинення зорової втоми. У бажанні привернути увагу дизайнери часто використовують надмірну кількість елементів. Проблема полягає в пошуку балансу між апеляційними та дизайнерськими функціями. Він передбачає структурування вмісту, створення візуальних ієрархій та створення рішень, що мінімізують візуальний шум.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останні дослідження підтверджують актуальність проблеми візуального шуму на тлі зростання обсягу цифрової інформації. У галузях когнітивної психології, UX/UI дизайну та комунікацій розглядаються такі аспекти:

- **Обмеження сприйняття:** Згідно з дослідженням Міллера (1956), людський мозок здатен ефективно обробляти обмежену кількість візуальних елементів; надлишок викликає когнітивне перевантаження [3].

- **Функціональна анімація:** Анімація в UI може покращити досвід користувача, коли використовується обґрунтовано — про це пишуть, зокрема, на *Smashing Magazine* і *UX Collective* [4].

- **Ай-трекінг:** Технології відстеження погляду допомагають виявити, які елементи інтерфейсу приваблюють увагу, а які — ні (наприклад, дослідження Nielsen Norman Group) [5].

- **Негативний простір:** Використання white space покращує читабельність і сприйняття контенту, що підтверджують праці UX-експертів, зокрема Люка Вроблевські [6].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета дослідження - визначити оптимальний баланс між візуальним шумом та його впливом на цифровий дизайн. З цією метою аналізуються дослідження когнітивного сприйняття та впливу візуального перевантаження на досвід користувача. Визначаються ключові принципи зорового балансу, оцінюючи ефективність підходу (включаючи мінімалізм) та практичні рекомендації щодо створення ефективного та змістовного перевантаження.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сучасні цифрові середовища перенасичені візуальною інформацією, фотографіями, відео та анімаціями, які конкурують за увагу користувачів. Це створює зоровий шум - надмірне накопичення факторів, які ускладнюють сприйняття того, що важливо. Натомість візуальні ефекти дозволяють дизайну ефективно надсилати повідомлення та викликати емоційні відповіді. Завдання дизайнера - знайти баланс між шумом та впливом, щоб створити естетичний та функціональний зміст [1].

Когнітивні аспекти сприйняття візуальної інформації в умовах візуального шуму. Людський мозок має обмежені ресурси для обробки інформації, тому надмірні зорові подразники викликають когнітивне перевантаження. Інтерфейс моніторингу дозволяє користувачам докладати зайвих зусиль для фільтрації. Це сприяє запам'ятовуванню, розумінню та уповільненню. Селективна увага зосереджується на важливих, але надмірні фактори знижують ефективність. Крім того, візуальна плутанина може спричинити негативні емоції та погіршити досвід користувачів. Візуальний шум також негативно впливає на ефективність використання цифрового продукту.

Користувачі витрачають більше часу на пошук потрібної інформації та виконання завдань у перевантажених інтерфейсах. Це може призвести до зниження продуктивності та відмови від використання продукту взагалі.

Вплив візуального шуму на UX/UI дизайн. Візуальний шум у дизайні UX/UI - це серйозна перешкода, яка зменшує доброзичливість користувачів, зменшує складну навігацію, викликає розчарування та особливо компрометує доступність для користувачів з порушеннями. Перевантаження інтерфейсу може знизити ефективність взаємодій та призвести до продукту.

Для досягнення візуального балансу дизайнери використовують такі принципи:

- 1) Мінімалізм - зменшування кількості елементів до необхідного.
- 2) Застосування візуальної ієрархії - акценти за розміром, кольором та контрастом.
- 3) Негативний простір - для поліпшення читабельності та структури.
- 4) Обмежена кольорова палітра - зменшує шум і покращує сприйняття.
- 5) Використання принципів типографії очищає текстові шрифти та текстові агенти.

6) Функціональна анімація підтримує взаємодії без перевантаження. Оцінки ефективності проводяться за допомогою тестування та аналізу [2].

ВИСНОВКИ

Візуальний шум ускладнює розпізнавання інформації, знижує якість взаємодій та призводить до негативних емоцій. Натомість візуальні ефекти допомагають ефективно спілкуватися із користувачами. Баланс між цими поняттями досягається за допомогою свідомого дизайну, орієнтованого на користувача.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Inkbot Design. 12 Key Graphic Design Principles & How To Apply Them. URL: <https://inkbotdesign.com/graphic-design-principles/> (дата звернення: 17.02. 2025)
2. Interaction Design Foundation. What is Visual Hierarchy? URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-hierarchy?srsId=AfmBOoopXQkN118jGJ6YUh0pSHzoER2U41pdSr6Xw5ABCvX22GjB2IWe> (дата звернення: 08.2016)
3. Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. Psychological Review, 63(2), 81–97.
4. Smashing Magazine. Functional Animation In UX Design. URL: <https://www.smashingmagazine.com/2015/05/functional-ux-design-animations/> (дата звернення: 14.05.2015)
5. NN/g (Nielsen Norman Group). 5 Principles of Visual Design in UX. URL: <https://www.nngroup.com/articles/principles-visual-design/> (дата звернення: 01.03.2020)
6. UX Matters. (2024) Designing for Digital Minimalism: Creating User Experiences That Support Mental Well-Being. URL: <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2024/09/designing-for-digital-minimalism-creating-user-experiences-that-support-mental-well-being.php> (дата звернення: 30.09.2024)

УДК 7.05:316.42(477)

БУГАЙКО Олександра, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Анотація. Робота аналізує трансформації українського дизайну в умовах повномасштабної війни. Розглянуто адаптацію дизайнерської спільноти до нових викликів, зокрема переорієнтацію на військові та гуманітарні потреби, вплив воєнного стану на естетику та функціональність дизайну, а також посилення національної ідентичності в творчих практиках.

Ключові слова: український дизайн, війна, адаптація, національна ідентичність, функціональність.

Abstract. The article examines the transformations of Ukrainian design amid the full-scale war. It explores the adaptation of the design community to new challenges, including a shift towards military and humanitarian needs, the impact of wartime conditions on design aesthetics and functionality, and the strengthening of national identity in creative practices.

Keywords: Ukrainian design, war, adaptation, national identity, functionality, humanitarian design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Повномасштабна війна в Україні спричинила значні зміни в усіх сферах життя, включаючи дизайн. Виникла потреба дослідити, як дизайнери адаптуються до нових умов, як вони реагують на соціальні виклики та сприяють формуванню національної ідентичності через свої роботи.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасних дослідженнях, присвячених трансформації українського дизайну в умовах війни, виокремлюються кілька ключових напрямів.

Першочергово, науковці вказують на соціальну відповідальність та адаптацію дизайну до воєнних реалій. Зауважується, що дизайнери активно реагують на виклики війни, створюючи проєкти, що відображають національну ідентичність, підтримують моральний дух населення та сприяють інформаційній боротьбі [1].

Також відзначається важливість дизайну як засобу підтримки. Наприклад, багато дизайнерів створюють просту інфографіку – як діяти під час повітряної тривоги або що мати в тривожній валізі. Це допомагає людям швидко орієнтуватися в складних умовах. Дизайн став практичним інструментом підтримки, взаємодії та опору.

Окремої уваги заслуговують дослідження інтеграції національних мотивів у сучасний дизайн. Проєктні розробки засвідчують, що використання етнічних елементів у графічному, модному та інтер'єрному дизайні стало засобом збереження культурної спадщини та формування унікального стилю, що вирізняє український дизайн на світовій арені [2].

Останні дослідження та публікації свідчать про те, що війна стала каталізатором змін. Дизайнери почали більше зосереджуватися не на зовнішній красі, а на змістовності та користі. Значно зросла роль національної символіки – синьо-жовті, червоно-чорні або інші кольорові опозиції, орнаменти стали основою багатьох проєктів, підкреслюючи єдність і національну ідентичність [4].

Огляд проектних розробок виявив, що дизайнери створюють візуальні матеріали, які слугують засобами комунікації, мобілізації та протидії ворожій пропаганді, що підкреслює стратегічну важливість дизайну в умовах конфлікту [3].

Таким чином, сучасний український дизайн у воєнний час не просто адаптувався – він став голосом суспільства, простором для рефлексії, боротьби й надії.

Дослідження теми глибокої трансформації українського дизайну, який адаптується до нових реалій, необхідно для збереження національної ідентичності та сприяння консолідації суспільства.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є виявлення основних тенденцій розвитку українського дизайну під час війни, аналіз адаптаційних стратегій дизайнерів та оцінка впливу воєнного стану на професійну діяльність і творчі практики.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

З початку повномасштабного вторгнення українські дизайнери не полишали роботи над створенням комфортного та сучасного дизайну. Дизайн зазнав суттєвих трансформацій і адаптацій до нових реалій. Одним із ключових векторів змін стала переорієнтація на функціональність, практичність і соціальну значущість. Дизайнери все частіше зосереджуються на вирішенні конкретних, життєво важливих проблем – від створення захисного спорядження, мобільних укриттів і інструкцій з безпеки, до розробки гуманітарної навігації, візуальних матеріалів для психологічної підтримки та допомоги вразливим групам населення.

На передній план вийшла складова національної самосвідомості, що обернула погляди суспільства до національних мотивів та багатой культурної спадщини України (Рис.1).



Рис. 1. Приклади сучасного графічного дизайну

Візуальна мова дизайну стала більш виваженою, наповненою етнічними символами, українськими орнаментами, кольорами, шрифтами та елементами культурного коду. Це не лише засіб естетичного вираження, а й спосіб утвердження ідентичності,

формування відчуття єдності, солідарності та спільного спротиву. Наприклад, в інформаційних буклетах для переселенців або в оформленні військового простору часто використовуються орнаменти, народні кольори й шрифти – такі рішення викликають емоційний зв'язок і формують довіру.

Першочерговим стало завдання створити функціональний та практичний продукт, спираючись на багатовіковий досвід національних традицій. Так званий «гуманітарний дизайн» відіграє ключову роль: дизайнери створюють тимчасове житло, інтер'єри для реабілітаційних центрів, адаптують комунікації до потреб військових, літніх людей та дітей. Через дизайн формується мова турботи, підтримки й взаємодії (Рис. 2).



Рис. 2. Гуманітарний дизайн

Воєнний український дизайн голосно заявляє про себе на міжнародних виставках та в найкращих галереях світу, що вселяє в нас впевненість у тому, що післявоєнний дизайн змусить світову спільноту аплодувати українському таланту. Ми віримо, що він стане самобутнім синтезом традиційного та нового, прокладаючи шлях до експансії українського стилю життя на світовий ринок.

У 2023 році Projector у межах свого новоствореного видавництва розпочав випуск тематичних паперових номерів про український дизайн (Рис. 3).



Рис. 3. Тематичні журнали про дизайн агенції Projector

А в 2024 році вийшов перший номер журналу «Літопис українського дизайну» від дизайн-бюро Spilka (Рис. 4).



Рис. 4. Дизайн журналу «Літопис українського дизайну», бюро Spiilka

Паралельно з видавничою діяльністю зросла кількість подкастів з інтерв'юванням впливових дизайнерів, активність у соцмережах, а також загальний рівень професійної спільноти. Це свідчить не лише про покращення умов для зростання дизайнерів як фахівців, але й про популяризацію теми дизайну серед широкого загалу.

Важливим вектором активності дизайнерів та менеджерів дизайну є презентація автентичності українського дизайну на міжнародних професійних подіях. За останні роки значно зросла кількість перемог у конкурсах світового рівня. У 2022 році Україна здобула нагороду за проекти брендингу острова Хортиця (Bickerstaff.734) (Рис. 5) і Чорнобильської зони (Banda Agency) (Рис. 6).

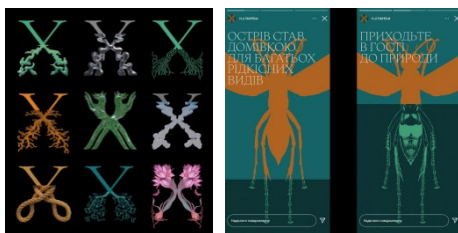


Рис. 5. Проект Bickerstaff.734

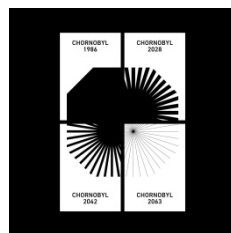


Рис. 6. Ребрендинг Chornobyl

У 2023 році кампанія Be Brave Like Ukraine потрапила до шорт-листів одразу в п'яти категоріях.

Активну презентацію українського дизайну за кордоном сьогодні можна сміливо назвати культурною дипломатією. У 2023 році вперше відбувся Kyiv Design Week, організований ГО Design4Ukraine, з основними подіями у межах Zurich Design Weeks у Швейцарії. А в Києві одночасно тривали локальні заходи, що засвідчили глобальний інтерес до українського креативу. У 2024 році ініціатива продовжилася як Ukrainian Design and Innovation Week (UDIW).

Таким чином, український дизайн у час війни трансформувався з переважно комерційного інструмента у потужний засіб комунікації, підтримки, національної ідентичності та міжнародної присутності. І саме ці риси, ймовірно, визначатимуть його подальший розвиток у повоєнний період.

ВИСНОВКИ

Отже, український дизайн в умовах війни демонструє високу адаптивність та соціальну відповідальність. Дизайнери активно реагують на виклики часу, переосмислюючи свою роль у суспільстві та сприяючи формуванню національної ідентичності.

Перехід українського дизайну на новий якісний рівень проявляється у зміцненні потенціалу проєктної діяльності та презентації своїх робіт у світовому професійному колі. Наступний етап – перехід на новий організаційний рівень, робота над створенням єдиної системи, яка має голос у вирішенні багатьох проблем суспільства. Також подальший розвиток галузі залежатиме від здатності інтегрувати нові технології та зберігати культурні цінності в умовах постійних змін.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Удріс-Бородавко Н. Динаміка розвитку українського дизайну під час війни // Актуальні проблеми сучасного дизайну : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 25 квіт. 2024 р.). – Київ : КНУТД, 2024. – С. 197–201.
2. Мосендз О., Касьяненко К., Красильникова І. Роль національних мотивів у сучасному українському дизайні та їхній вплив на глобальні тренди // Ukrainian Art and Science. – 2023. – № 2(10). – С. 112–119. URL: ukrainianartscience.in.ua (дата звернення 26.04.2025 р.).
3. Блажівський В. «Піксельна» армія: як дизайн став зброєю в боротьбі з російською агресією // CASES. – 2023. – № 2. – С. 30–35. URL: CASES.in.ua «Піксельна» армія: як дизайн став зброєю в боротьбі з російською агресією (дата звернення 30.04.2025 р.).
4. Кондель-Пермінова Н. Етнодизайн – важливий чинник консолідації українського суспільства в умовах війни // Вісник НАКККиМ. – 2023. – № 2. – С. 120–125.

УДК 004.9:7.05:001.891

ГАЛІЦЬКА Анастасія

Київський національний університет технологій та дизайну

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ В ХУДОЖНЬО-ПРОЕКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. У роботі досліджується вплив штучного інтелекту на творчий процес у графічному дизайні. Проаналізовано можливості, які AI надає дизайнерам для автоматизації рутинних завдань, а також оцінено потенціал технологій для генерації візуальних концепцій. Розглянуто переваги та обмеження використання AI у порівнянні з традиційними методами дизайну. Визначено етичні аспекти застосування AI, зокрема вплив на творчість, авторські права та майбутнє професії дизайнерів. Встановлено, що штучний інтелект здатний значно покращити ефективність роботи, однак його роль у збереженні індивідуальності дизайну залишається обмеженою.

Ключові слова: штучний інтелект, графічний дизайн, автоматизація.

Abstract. The paper investigates the impact of artificial intelligence (AI) on the creative process in graphic design. The possibilities that AI offers designers for automating routine tasks are analyzed, as well as the potential of technologies to generate visual concepts. The advantages and limitations of using AI compared to traditional design methods are considered. Ethical aspects of AI application are defined, including its influence on creativity, intellectual property, and the future of the design profession. It is established that AI can significantly improve work efficiency; however, its role in preserving the individuality of design remains limited.

Keywords: artificial intelligence, graphic design, automation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах стрімкого розвитку технологій, особливо в галузі штучного інтелекту (AI), виникає потреба у розумінні того, як ці інновації впливають на художньо-проектна діяльність, зокрема в графічному дизайні. Штучний інтелект надає можливість автоматизації багатьох аспектів творчого процесу, таких як генерація візуальних концепцій, аналіз візуальних елементів, поліпшення зображень, створення анімацій тощо. Проте виникають питання щодо того, як AI впливає на творчість дизайнерів, чи зберігає він індивідуальність у роботах та які етичні і художні наслідки можуть виникнути в результаті використання таких технологій. Таким чином, проблема полягає у визначенні ролі штучного інтелекту в сучасному художньо-проектному процесі, його потенціалу та обмежень у порівнянні з традиційними методами.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні дослідження вказують на те, що штучний інтелект здатний істотно полегшити рутинні завдання графічного дизайнера, зокрема в таких аспектах, як вибір кольорів, шрифтів і навіть генерування візуальних концепцій на основі заданих параметрів [1]. Це дозволяє значно збільшити продуктивність і дати більше простору для творчих рішень. Однак, поряд із цим, є й сумніви щодо того, чи може AI бути справжнім «творцем»,

адже його діяльність обмежена алгоритмами, і він не здатний до справжньої інтуїції та художнього бачення.

Стаття "AI in Graphic Design: Enhancing Creativity or Replacing Designers?" також аналізує переваги та недоліки використання AI в графічному дизайні [3]. Зокрема, йдеться про те, що AI дає можливість дизайнерам зосередитися на більш складних творчих завданнях, таких як стратегія брендування чи взаємодія з клієнтом, однак викликає питання щодо безробіття в галузі через автоматизацію простих дизайнерських процесів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є дослідження того, як штучний інтелект впливає на творчий процес у графічному дизайні та які можливості він надає дизайнерам. Завданнями роботи є: дослідити переваги та недоліки використання AI в художній практиці, зокрема у графічному дизайні; оцінити потенціал AI для автоматизації рутинних дизайнерських завдань; визначити етичні аспекти використання AI у дизайні, зокрема вплив на працевлаштування та майбутнє творчих професій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Штучний інтелект стає потужним інструментом для дизайнерів. За допомогою AI можна значно спростити та прискорити багато процесів. Наприклад, інструменти, які використовують машинне навчання, можуть створювати різноманітні варіанти дизайнів, підбирати найкращі шрифти та кольори, а також навіть генерувати логотипи на основі заданих параметрів. Ці технології значно спрощують процес створення візуальних матеріалів, дозволяючи дизайнерам зосередитися на творчих аспектах замість рутинної роботи [1]. Це дозволяє дизайнерам швидше втілювати свої ідеї та уникати повторення однотипних завдань. Водночас, AI має здатність пропонувати нові ідеї, які можуть стати основою для подальшого вдосконалення дизайнерських проєктів.

Основною перевагою використання AI є значне підвищення швидкості створення графічних елементів. Оскільки штучний інтелект працює з величезними обсягами даних, він може допомогти в прогнозуванні трендів, що дає можливість дизайнерам створювати продукцію, яка відповідатиме поточним вимогам ринку [2]. AI також може використовуватись для автоматизації повторюваних завдань, таких як масштабування зображень, підбір кольорів чи покращення якості зображень, що значно економить час і дозволяє дизайнерам зосередитися на творчих аспектах роботи.

Незважаючи на те, що штучний інтелект пропонує захоплюючі можливості для творчості, його залежність від алгоритмів і вже існуючих даних підняла питання про потенційну втрату людської винахідливості в процесі проєктування. Замість того, щоб розвивати нові ідеї, ці алгоритми покладаються на минулі успіхи, що призводить до проєктів, які в основному є похідними та позбавлені новизни [3]. Більше того, штучний інтелект не має емоційної інтуїції та глибокого розуміння людських потреб, що може зменшити творчий потенціал дизайнера, якщо AI стане основним інструментом у роботі.

Однією з найбільших переваг використання AI в графічному дизайні є здатність автоматизувати рутинні та завдання та ті, які займають велику кількість часу. Це дозволяє дизайнерам зосередитися на творчих аспектах, таких як концептуалізація, стратегія брендингу, взаємодія з клієнтами та інше. Наприклад, автоматизація вибору кольору або автоматичне виправлення зображень дозволяє значно прискорити робочий процес [3].

AI не лише покращує ефективність, а й дозволяє дизайнерам більше експериментувати з креативними ідеями. Це дає змогу створювати більш складні і

нестандартні дизайни, не витрачаючи багато часу на елементарні коригування. В результаті AI сприяє розвитку більш інноваційних та унікальних дизайнерських рішень, які можуть більш глибоко відображати концепції брендів і задовольняти вимоги клієнтів. Дизайнери можуть зосередитися на загальній стратегії, тематиці та візуальних повідомленнях, залишаючи технічну роботу на штучний інтелект.

Крім того, використання AI в графічному дизайні дозволяє знижувати ймовірність помилок, що можуть виникнути під час ручного виконання повторюваних завдань. Це підвищує точність і стабільність кінцевих результатів. Наприклад, завдяки AI можна автоматично коригувати всі елементи в дизайні відповідно до заданих стандартів, що значно підвищує якість продукції. Це особливо важливо для великих проєктів, де потрібна висока консистентність, наприклад, при створенні серії рекламних матеріалів або бренд-ідентичності, що має бути візуально узгодженою на всіх платформах і носіях.

Використання AI в дизайні також ставить етичні питання, зокрема, щодо авторських прав. Якщо дизайн, створений AI, є частково результатом роботи програмного забезпечення, з'являється питання про те, хто є його власником. Крім того, автоматизація багатьох аспектів дизайну може вплинути на ринок праці, призводячи до скорочення попиту на людських дизайнерів. Це створює проблеми, особливо для тих, хто працює в індустрії з малими бюджетами, де традиційний підхід до дизайну замінюється автоматизованими рішеннями.

ВИСНОВКИ

Штучний інтелект є потужним інструментом, який може значно змінити процеси візуалізації в художньо-проектній діяльності, особливо в графічному дизайні. AI допомагає дизайнерам автоматизувати рутинні завдання, підвищує продуктивність, і навіть може пропонувати нові ідеї. Проте важливо зберігати баланс між використанням технологій та творчістю, оскільки AI, хоч і є ефективним інструментом, не може замінити людську інтуїцію та унікальність дизайнерів. Подальші дослідження повинні зосередитися на етичних питаннях, пов'язаних з AI, і на тому, як технології можуть взаємодіяти з традиційними методами дизайну.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Logo.com. AI Logo Maker helps you create logos by automatically generating logo designs based on your preferences, including colors, fonts, and styles. URL: <https://logo.com/logos/artificial-intelligence> (дата звернення: 23.04.2025).
2. Filestage.io. These tools, powered by AI, are capable of generating logos, selecting fonts, and picking the best color schemes based on machine learning algorithms. URL: <https://filestage.io/blog/ai-tools-for-graphic-design> (дата звернення: 23.04.2025).
3. The Academic. AI in Graphic Design: An Overview of Recent Advances and Applications. 2025. URL: <https://theacademic.in/wp-content/uploads/2025/02/33.pdf> (дата звернення: 23.04.2025).

УДК 7.012:004.946

ГОРБАЧУК Анатолій, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

КОНЦЕПЦІЇ ПРОЄКТУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР В ЖАНРІ ХОРРОР

Анотація. У роботі проаналізовано особливості відеоігор у жанрі хоррор. На основі аналізу літератури здійснено класифікацію їх концепцій проєктування: 1) візуалізація образу головоломки; 2) візуалізація гри як квесту; 3) використання хоррору як інструменту візуалізації відчуттів; 4) сприйняття хоррору як другорядного фактора. Сучасною проєктною тенденцією є акцентування уваги гравця на емоційних та сюжетних елементах.

Ключові слова: відеоігри, хоррор, жахи, геймдизайн, проєктування, геймінг. **Abstract.** In this work we took a look at horror genre in videogames and classified its concepts. Based on analysis of related literature a classification of projecting of this genre was made: 1) visualization of an image of puzzle; 2) visualization of game as a whole quest; 3) usage of horror as an instrument to visualize feelings; 4) perceiving horror as secondary factor. Modern tendencies lie in bringing players attention to more emotional and story elements.

Keywords: videogames, horror, fright, game-design, projecting, gaming

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Відеоігри сьогодні є значною частиною медіа простору на рівні книг та кіно. Унікальність відеоігор дозволяє залучити гравця до комунікації з ігровим середовищем, що відкриває креативні способи розповіді історій та має емоційне забарвлення. Їх розробка представляє собою синтез графічного дизайну, 3D та 2D візуалізації, музики, дизайну персонажів, одягу, середовища.

Відеоігри характеризуються широкою палітрою жанрів – від РПГ до шутерів та платформерів. Серед відеоігор виділяється жанр хоррору, спрямований на те, щоб викликати сильні емоції, такі як страх, напругу або протилежну реакцію. Більшість споживачів сприймають цей жанр як примітивний, який не несе в собі глибоких ідей, а лише викликає страх. Однак жанр хоррору є значним простором для дослідження альтернативних ідей або головоломок, що вимагає від дизайнера переосмислення концепцій проєктування ігрового середовища.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблему створення відеоігор у контексті історичного розвитку досліджують Д. Ходжсон (D. Hodgson) [4], Р. Костер (R. Koster) [5], звертаючи увагу на концепти, озвучування героїв, методи розробки та історію ігрових світів. Більш ґрунтовно розглядається проєктування ігор у жанрі хоррор у роботах Д. Байсер (J. Buser) [1] та Б. Перрон (B. Perrot) [6]. Вони акцентують увагу на культурних особливостях та привабливості жаків для геймерів, а також звертаються до тематики еволюції тем «виживання». Ґрунтовним дослідженням концептів та сюжету майбутнього проєкту “Stalker: Oblivion lost” займається команда розробників, показуючи гейм-дизайнерам-

початківцям особливості реалізації практичного аспекту ігор [3]. Усі оглянуті інформаційні джерела містять загальну інформацію про розвиток ігор жанру хоррор, окремі аспекти їх створення, проте автори не наголошують на концептуальних підходах до створення цих ігор.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є систематизація концепцій проєктування комп'ютерних ігор в жанрі хоррор. Завданнями роботи є проаналізувати історію розвитку комп'ютерних ігор в жанрі хоррор, класифікувати основні проєктні концепції та описати їх властивості.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Жанр жахів почав випробовуватися на початку історії комп'ютерних ігор у 1970-х роках [2]. Їх джерелом натхнення стали фільми та книги цього жанру. Першою офіційно визнаною відеогрою-хоррором є «будинок з привидами» (1972) [2], який дозволив популяризувати психологічні ігри жахів.

На початку XXI століття набули популярності такі відеоігри жанру хоррор, які містять нестандартні концепції, наприклад, унікальні способи розповіді історії або незвичні сетинги, що викликають інтерес глядача. Проєктування відеоігор набуває важливості у зв'язку з тим, що такі ігри ставлять перед гравцем виклик або розкривають складну тему через символізм.

Домінуючою концепцією проєктування відеоігор в жанрі хоррор є прагнення гравця до пошуку відповідей на сюжетні питання або розв'язання головоломок (рис. 1:1). Візуалізацією цього процесу є коди, пошуки замків, підбір порядку символів, розпізнавання потрібної форми, аналіз записів. Це дозволяє гравцю переміщуватись небезпечними локаціями і стежити за наявними обмеженими ресурсами. Така візуалізація головоломок слугує для навігації у локаціях та спонукає гравця до подальшого досягнення мети («Resident evil 2 remake (2019)», оригінал було випущено у 1998). У окремих випадках головоломкою виступає розподіл ресурсів, які визначають пріоритети гравця у критичних ситуаціях («Amnesia: the bunker (2023)»). Основна ідея таких ігор полягає у роботі з великими об'ємами інформації та ресурсами для прогресу та орієнтації у змодельованій ситуації.

Наступною важливою концепцією проєктування ігор є сприйняття гри як суцільного квесту, де його проходження і є основною ціллю (рис. 1:2). У структурі таких ігор відсутній поділ на етапи, а є лише чітка ціль, яку треба виконати. Основним засобом досягнення цілі є пошук окремих предметів, які візуалізують рух до цілі і є головною головоломкою («Monstrum (2014)»).

Інколи завданням гравця є уникнення небезпеки впродовж певного відрізка часу у процесі гри. Для цього розробники вводять динамічне джерело небезпеки як прийом, який змушує його адаптуватися до нової загрози («Knock-knock (2013)»).

Хоррор використовується як наративний інструмент візуалізації відчуттів людини (рис. 1:3). Ця проєктна концепція полягає у можливості передати внутрішні почуття персонажа через алегорію. Наприклад, у грі «Silent hill (1999)» вигляд середовища є символом горя головного героя, який втратив близьку людину. Атмосфера безвихідної ситуації демонструє жах відчуттів людини.

Інколи дизайнери формують хоррор без прямого додавання хоррор сцен, але моторошна атмосфера створюється за рахунок інших факторів, зокрема страху тісних приміщень, глибини, висоти тощо (рис. 1:4). У грі «Subnautica (2018)» основною

концепцією є дослідження океану, організація життя та творчості, але середовище невідомої глибини за своєю сутністю викликає напругу у глядача. Ігри данного жанру виконують роль своєрідної психотерапії.



Рис. 1. Концепції проєктування ігор хоррор

На сьогодні інтенсивний розвиток жанру хоррор показує різноманітність концептуальних підходів до проєктування, які формують нові позитивні враження та емоції користувача. Часто ці концепти комбінуються між собою для створення кращого ігрового досвіду.

ВИСНОВКИ

У роботі розкрито широкий вибір концепцій для проєктування відеоігор у жанрі хоррор. Доведено, що основними концепціями проєктування таких ігор є: поділ гри на етапи через візуалізацію образу-головоломки, створення гри як великого цілісного квесту, розгляд хоррора як наративного інструменту візуалізації відчуттів, використання хоррору як другорядного фактору. Ігри жанру хоррор дають гравцю унікальний досвід та виступають своєрідною психотерапією. Сучасні тенденції проєктування спрямовані на поглиблення сюжетних елементів та фокус на ігровій історії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Bycer J. Game Design Deep Dive: Horror CRC Press. 2021. URL: <https://www.routledge.com/Game-Design-Deep-Dive-Horror/Bycer/p/book/9780367721749> (дата звернення: 07.10.2024).
2. Epps DeAngelo. From Splatterhouse to Resident evil, horror games found fun in fear. Digital trends. 2021. URL: <https://www.digitaltrends.com/gaming/horror-game-evolution/> (дата звернення: 07.10.2024).
3. GSC GAME WORLD. S.T.A.L.K.E.R. Oblivion Lost: Design Documentation. 2003.URL: https://drive.google.com/file/d/1eGiuNB95bIeyXm_YZ5x6vt8ILp6IbjSZ/view (дата звернення: 07.10.2024).
4. Hodgson D. Half-Life 2: Raising the Bar – A Behind the Scenes Look: Prima's Official Insider's Guide. Prima games a division of random house, inc. Valve corporation. 2004. URL: <https://archive.org/details/half-life-2-raising-the-bar> (дата звернення: 07.10.2024).
5. Koster R. Theory of Fun for Game Design O'Reilly Media. 2004. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Theory_of_Fun_for_Game_Design.html?hl=ru&id=GQpQAAAAMAAJ&redir_esc=y (дата звернення: 14.10.2024).
6. Perron B. Horror Video Games Essays on the Fusion of Fear and Play McFarland. 2009. URL: <https://mcfarlandbooks.com/product/horror-video-games/> (дата звернення: 07.10.2024).

УДК 004.92:004.032.6

ГОРНИЙ Павло

Хмельницький національний університет

ХУДОЖНІЙ АСПЕКТ ЗАСТОСУВАННЯ НЕФОТОРЕАЛІСТИЧНОГО РЕНДЕРИНГУ У ВІДЕОІГРАХ ТА МУЛЬТИПЛІКАЦІЇ

Анотація. У роботі розглянуто використання нефотореалістичного рендерингу у сфері тривимірної графіки, зокрема в індустріях відеоігор та мультиплікації. Описано основні техніки, стилістичні напрями та художньо-виразні засоби. Висвітлено сучасні тенденції застосування нефотореалістичних методів як альтернативи фотореалізму та розглянуто найяскравіші приклади їх використання у медіа.

Ключові слова: нефотореалістичний рендеринг, 3D-графіка, стилізація, відеоігри, мультиплікація, художня виразність.

Abstract. This work explores the use of non-photorealistic rendering in the field of 3D graphics, particularly in video games and animation. It outlines key techniques, stylistic directions and expressive visual tools. Current trends in using non-photorealistic methods as an alternative to photorealism and the most notable examples of their use in the media are also discussed.

Keywords: non-photorealistic rendering, 3D graphics, stylization, video games, animation, artistic expression.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному цифровому візуальному середовищі фотореалістичне зображення тривалий час було домінантним стандартом. Однак, у зв'язку з розвитком естетичних підходів, попитом на стилізовану графіку та прагненням до виразності, нефотореалістичний рендеринг став важливим засобом художньої комунікації у дизайні мультимедійних продуктів, зокрема, відеоігор та мультиплікації. Постає проблема вивчення підходу до візуалізації як інструменту формування унікального візуального стилю та засобу емоційного впливу на глядача.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Поняття нефотореалістичного рендерингу вперше було сформульовано в 1990-х роках, і відтоді активно розвивалося у напрямі створення алгоритмів, що імітують класичну мультиплікацію, а також традиційні художні техніки: акварель, туш, штрихування тощо [1]. У дослідженнях [2-3] розкрито методи виділення контурів і застосування стилізованих рейдерів з метою отримання виразного стилізованого зображення. У роботі [4] аналізується роль нефотореалістичного рендерингу у відеоіграх, а у роботі [5] – його роль у художньому оформленні мультфільмів. Таким чином, підхід до візуалізації дедалі частіше розглядається як одна з ключових складових візуального обліку мультимедійного продукту.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї публікації є огляд різновидів нефотореалістичного рендерингу, аналіз зразків застосування таких підходів, виявлення ключових художньо-виразних засобів та визначення ролі способу рендерингу у формуванні візуальної стилістики сучасних цифрових проєктів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Тривалий час домінуючою тенденцією у сфері візуального дизайну відеоігор та анімаційних продуктів залишалося прагнення до максимальної фотореалістичності. Підвищення обчислювальних потужностей, розвиток графічних процесорів, удосконалення алгоритмів освітлення та симуляції фізики матеріалів сприяли формуванню ідеалу гіперреалістичного зображення у віртуальних середовищах. Фотореалізм тривалий час асоціювався з технічним прогресом та високою якістю графіки, а також із потенціалом глибшого занурення у гру чи візуальний наратив.

Однак з часом розробники та художники почали все частіше звертатися до альтернативних візуальних стратегій, які не імітують реальність, а інтерпретують її через призму стилізації та художнього узагальнення. Такий підхід не лише відкрив нові можливості для візуального самовираження, а й дозволив створювати впізнавані, та художньо виразні проєкти. Саме в цьому контексті зростає популярність технологій нефотореалістичного рендерингу (англ. non-photorealistic rendering).

Нефотореалістична візуалізація не є єдиним або строго уніфікованим типом візуалізації — це радше широкий підхід до рендерингу, який має безліч різноманітних реалізацій залежно від художньої мети та технічного середовища (рис. 1). Спосіб візуалізації, що імітує естетику, наближену до класичної мультиплікації, зазвичай називають cel-shading або toon shading. Він є доволі популярним у відеоіграх та аніме й характеризується використанням плоских кольорів, чітких контурів та обмеженої палітри тіней, що надає зображенням вигляду ручної анімації. Такий підхід дозволяє:

- підкреслити форми та силуети об'єктів;
- створити виразну та запам'ятовувану візуальну ідентичність;
- зменшити навантаження на графічні процесори, що актуально для відеоігор.

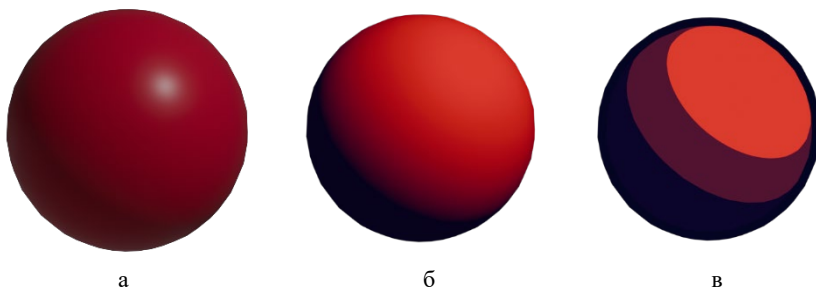


Рис. 1. Різні способи візуалізації кулі: а – реалістична візуалізація; б – варіант візуалізації зі спрощеною світлотінню і насиченими кольорами; в – імітація традиційної мультиплікації (cel-shading).

Нефотореалістичний рендеринг надає можливість дизайнерам візуалізувати художнє бачення, не обмежене реалістичними рамками. У контексті художнього стилю він виступає інструментом:

- створення індивідуального обліку, де візуальні знаки (контури, площини, кольорові плями) формують упізнаваний стиль;
- підтримки наративу, оскільки графічна манера часто корелює з тематикою або атмосферою твору;
- інтертекстуальності, коли підхід до візуалізації посиляється на впізнавані риси коміксів, графічних новел чи манги, створюючи багатопланове сприйняття.

Одним із ранніх прикладів нефотореалістичного підходу до візуалізації у відеоіграх з тривимірною графікою є гра Jet Set Radio, де використано коміксову стилістику. Поєднуючи 3D-моделі з візуальним стилем, схожим на комікси та графіті, гра підкреслює свою тематику, що пов'язана з вуличним мистецтвом (рис. 2).



Рис.2. Скріншот з відеогри Jet Set Radio

У грі The Legend of Zelda: The Wind Waker cel-shading дозволив створити яскравий та виразний світ, що відрізнявся від попередніх частин серії, які, попри стилізовану графіку, тяжіли до реалістичного відображення відтінків кольорів й світлотіні.

Одним із найвідоміших прикладів cel-shading у сучасних відеоіграх є серія Borderlands від студії Gearbox Software, у якій використано стилістику коміксів із високим контрастом, намальованими вручну текстурами, чорним контуром навколо об'єктів та насиченими кольорами. Така візуальна стратегія дозволила грі вирізнитись серед численних шутерів і закріпила її унікальний художній стиль у свідомості гравців (рис. 3).



Рис. 3. Візуальний ряд відеогри Borderlands як приклад нестандартного підходу до cel-shading візуалізації

Нефотореалістичний рендеринг не завжди покликаний імітувати традиційні графічні техніки. Іноді він може бути направлений на створення візуалу, який нагадує класичні 8-бітні ігри, зображення на старих монохромних дисплеях тощо (рис. 4).

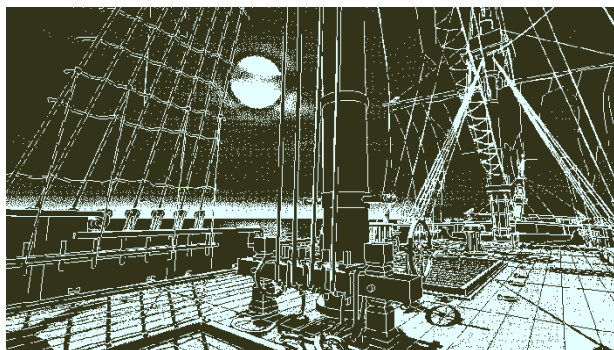


Рис.4. Скріншот з відеогри Return of the Obra Dinn

У відеоіграх нефотореалістичний рендеринг також сприяє зменшенню обчислювального навантаження, що робить його привабливим для інді-розробників. Водночас цей підхід має високу художню гнучкість, дозволяючи створювати естетично насичені проєкти з індивідуальною айдентикою.

У анімації такий підхід набув широкого застосування, оскільки використання тривимірної графіки може зменшити трудозатратність виробництва, а її стилізація під класичну анімацію збереже знайому естетику. У японській анімації такий підхід успішно застосовувався у продуктах студії Polygon Pictures (рис. 5), які успішно демонструють можливості синтезу 3D-графіки та естетики класичної анімації. Особливою рисою цих проєктів є активне використання тривимірних моделей зі збереженням впізнаваного для японського аніме візуалу.



Рис. 5. Кадр з анімаційного фільму Godzilla Planet of the Monsters від студії Polygon Pictures

Інший приклад — мультфільм Spider-Man: Into the Spider-Verse, відомий численними експериментами зі стилізацією під комікс (рис. 6). У його візуалі присутні такі рішення, як обводка контурів, глітч-ефекти та імітація розшарування кольорів при друці. Такі ефекти створювалися не лише у процесі візуалізації сцен, але й допрацьовувалися художниками вручну [5].



Рис.6. Кадр з анімаційного фільму Spider-Man: Into the Spider-Verse

Нефотореалістичний рендеринг - це лише одна зі складових, необхідних для досягнення впізнаваного й виразного візуалу у проектах, що не тяжіють до реалізму. Він повинен поєднуватися з іншими складовими, зокрема, підкріплюватися відповідним дизайном персонажів та оточення, підходом до створення моделей, спецефектів, а також звуковою й сюжетною складовою.

ВИСНОВКИ

Нефотореалістичний рендеринг є потужним інструментом в арсеналі сучасного дизайнера цифрових медіа. Його застосування виходить за межі естетики, формуючи нові моделі візуальної комунікації. Він дозволяє поєднати технічні інновації з художньою

виразністю, відкриваючи нові горизонти у відеоігровому дизайні та анімації. Ця тема потребує подальшого дослідження, оскільки існує велика різноманітність технік та підходів до нефотореалістичного рендерингу, які необхідно класифікувати й дослідити як з технічної точки зору, так і з художньої. Це дозволить досягти більшої виразності мультимедійних проєктів, а також спростити й оптимізувати процес їх створення.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Litwinowicz, P. Processing images and video for an impressionist effect. Proceedings of the 24th annual conference on Computer graphics and interactive techniques, 1997.
2. Gooch, Bruce & Gooch, Amy. Non-Photorealistic Rendering. Publisher: AK Peters Ltd, 2001.
3. Hertzmann, Aaron. Non-Photorealistic Rendering and the Science of Art. NPAR Symposium on Non-Photorealistic Animation and Rendering, 2010. P. 147-157.
4. Zheng, Xi. The application and development of toon shading technology in mobile games. Applied and Computational Engineering, 2024. 76. P. 302-310.
5. Spider-man Into the Spider-verse — a balance between art and technology. URL: <https://medium.com/everythingcg/spider-man-into-the-spider-verse-a-balance-between-art-and-technology-e7b88aab2a56> (дата звернення: 03.05.2025)

УДК 004.928

ГРОМКО Юрій, ПУСТЮЛЬГА Сергій
Луцький національний технічний університет

РОЛЬ АНІМОВАНИХ ЛОГОТИПІВ ЯК ЗАСОБУ ОПТИМІЗАЦІЇ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДУ

Анотація. У сучасному вебдизайні спостерігається зростаюча тенденція використання анімованих логотипів як засобу покращення візуальної ідентичності брендів. Дана робота присвячена аналізу історичних аспектів розвитку анімованого логотипу, його перевагам у порівнянні зі статичними аналогами, а також потенційним обмеженням щодо сприйняття та практичного застосування у цифровому середовищі логотипу такого виду. Окрему увагу приділено прикладам вдалого та невдалого використання анімованих логотипів у вебдизайні.

Ключові слова: анімація, зображення, веб-дизайн, логотип.

Annotation. In modern web-design there is a growing tendency of the use of the animated logotypes as to the means of improvement of visual identity of brands. This work is sanctified to the analysis of historical aspects of development of the animated logotype, to his advantages in comparing to the static analogues, and also potential limitation in relation to perception and practical application in the digital environment of logotype of such kind. Separate attention is spared to the examples of the successful and unsuccessful use of the animated logotypes in web-design.

Keywords: animation, image, web-design, logotype.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У цифрову епоху, коли бренди змагаються за увагу користувача в умовах візуального перевантаження, зростає значення не лише того, що саме представляє логотип, а й як саме він це робить. Статичні логотипи тривалий час були стандартом у графічному дизайні - вони легко масштабуються, адаптивні, добре працюють як у цифровому, так і в друкованому форматі.

Проте зі зростанням вимог до інтерфейсів і користувацького досвіду з'явилась потреба у більш динамічних рішеннях. Анімовані логотипи стали відповіддю на ці потреби, пропонуючи брендам спосіб «оживити» свою ідентичність у цифровому середовищі. Такі логотипи не лише інформують, а й створюють емоційний зв'язок з аудиторією, що особливо актуально у сфері вебдизайну.

Сьогодні вони використовуються як елементи навігації, заставки, візуального зворотного зв'язку та бренд-комунікації. Тому актуальним залишається завдання розкриття суті анімованих логотипів, аналізу їхнього розвитку, виокремлення прикладів вдалого і невдалого застосування, а також окреслення меж ефективності при використанні цього інструменту.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Головним джерелом інформації слугують інтернет-статті, які оглядово ознайомлюють з інформацією про історію анімованого логотипу, починаючи від створення GIF файлу, закінчуючи останніми новинками і трендами анімації [1; 2; 3].

Невід'ємною частиною знайомства із принципами створення анімації є доробок Річарда Вільямса «Анімація. Посібник з виживання». В роботі автор ознайомлює читача з методами уникання типових помилок і наглядно показує, як переконливо передати в анімації рух об'єктів [4].

Із сучасних авторів, котрі практично та теоретично займаються питанням розробки власного фірмового стилю є Девід Ейрі та його робота «Логотип і фірмовий стиль. Керівництво дизайнера». Автор розповідає про технології розробки логотипу і пояснює секрет успіху відомих дизайнерів, роботи яких розміщені в книжці [5].

Останнім часом найбільшої популярності набрали інтернет джерела, в яких найшвидше опубліковують актуальні дизайн-розробки у сфері анімації та дизайну логотипів. Проте, тема розробки анімованих логотипів у вебдизайні не є дослідженою, інтернет джерела лише на прикладах розроблених дизайн-об'єктів демонструють попит на даний напрямок візуалізації.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є аналіз використання анімованих логотипів як альтернативи статичному їх зображенню. Завдання роботи: 1) проаналізувати історію походження анімації логотипів; 2) виявити характерні ознаки анімованого логотипу, навести приклади його використання; 3) розробити рекомендації щодо оптимального використання анімації для просування бренду. Об'єктом дослідження - є технології вебдизайну. Предметом дослідження - є анімований логотип у вебдизайні сайтів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На сьогодні графічний дизайн та ілюстрація набувають стрімкого розвитку. Загалом поняття «анімація» з'явилося багато років тому, а анімація саме логотипів стала популярною зовсім недавно. Анімований логотип - це ніби рухомий логотип у дії. Анімація логотипів використовується у різних сферах дизайн-діяльності, що робить її досить універсальною.

Перші спроби візуальної динаміки в логотипах з'явилися із розвитком Інтернету у 1990-х роках. Тоді використовувались прості GIF-анімації на базових HTML-сторінках. Ці логотипи були обмежені технічними засобами, але відкрили можливість залучення руху як комунікативного елементу. З плином часу алгоритми анімації активно розвивалися: поліпшувалася ступінь стиснення зображень, з'являлися різні додаткові функції. Завдяки зусиллям ізраїльських фахівців з теорії інформації був створений універсальний алгоритм для стиснення даних. Проривом стала можливість використання прозорості для елементів зображення, а також здатність записувати в файл не лише дані про зображення, але і аналогічну інформацію для анімації.

У 2000-х роках еволюція вебтехнологій, зокрема Adobe Flash, дала змогу створювати складні інтерактивні анімації. Flash-логотипи активно використовувались у дизайні сайтів, проте незабаром були витіснені через проблеми безпеки та їх несумісність із мобільними платформами. З 2010-х років, із впровадженням HTML5, CSS3 і SVG, відкрились нові можливості для створення ефективних, адаптивних та легких у реалізації

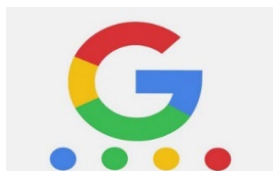
анімованих логотипів. Зокрема, SVG-анімації забезпечили масштабованість і сумісність із більшістю браузерів.

У 2020-х роках анімовані логотипи перетворились на повноцінний елемент бренд-айдентики, особливо у сфері цифрового UX/UI-дизайну.

Анімовані логотипи виконують не лише естетичну, а й функціональну роль. Серед основних їх переваг виділяють:

- Залучення уваги: рух миттєво привертає зорову увагу користувача, підвищуючи ймовірність запам'ятовування бренду.
- Емоційне підсилення бренду: динаміка логотипу може відображати настрій, стиль, темп або філософію компанії.
- Покращення взаємодії: анімований логотип часто виконує роль елемента взаємодії - наприклад, з'являється при наведенні курсору або під час завантаження сторінки.
- Сучасність і технологічність: використання руху у логотипі сигналізує про актуальність і прогресивність бренду.
- Інтеграція з іншими візуальними системами: логотип легко поєднується з анімаційною айдентикою бренду у відео, соціальних мережах і презентаціях.

Слід виокремити та проаналізувати приклади вдалого та невдалого використання анімованих логотипів у сучасному вебдизайні. Так до вдалих рішень можна віднести логотип Google, який трансформується у хвилеподібні точки під час голосового пошуку, створюючи ефект інтерактивності та технологічності (рис. 1а). Сучасна анімація логотипу Intel (звук+рух) - стала знаковою частиною їхньої айдентики (рис. 1б). Анімований логотип Spotify - використовується у рекламних заставках і при запуску мобільного додатку, підкреслюючи динамічність і ритм бренду (рис. 1в). Анімований логотип LinkedIn Learning - з'являється при відкритті платформи, демонструючи освітню спрямованість і професіоналізм (рис. 1г).



а



б



в



г

Рис. 1. Анімований логотип

До невдалих рішень анімації логотипу можна віднести: надмірне використання анімованих елементів, включно з логотипом MySpace, які перевантажували інтерфейс, що погіршувало досвід користувачів (рис. 2а); анімація логотипу ранніх Flash сайтів, яка часто була надмірною, занадто довгою або неінформативною, що дратувало користувачів (рис. 2б); невдало реалізовані GIF-анімації, без дизайнерської концепції, ряду сайтів малого бізнесу, які знижували довіру до бренду, створюючи враження аматорства.



Рис.2. Анімація логотипу ранніх Flash сайтів

Незважаючи на численні переваги, використання анімованих логотипів супроводжується низкою викликів:

- **Перевантаження ресурсів:** важкі відеофайли або складні скрипти можуть сповільнювати завантаження сайту.
- **Візуальне перенасичення:** надмірна або недоречна анімація здатна відволікати користувача від основного контенту.
- **Проблеми доступності:** люди з епілепсією або когнітивними порушеннями можуть негативно реагувати на динамічні елементи.
- **Адаптація до інших середовищ:** у друкованих матеріалах або формальних документах анімовані логотипи втрачають свою функціональність.
- **Сумісність:** не всі браузері або пристрої рівноцінно відтворюють анімацію, що потребує багаторівневої оптимізації.

В результаті аналізу ефективного та не надто ефективного застосування анімованих логотипів, визначено ряд основних принципів щодо оптимального їх використання. До них слід віднести:

- Паралельну розробку статичної версії логотипу.
- Використання SVG або CSS-анімацій як оптимальних форматів.
- Врахування принципів доступності: забезпечення опцій для зменшення руху.
- Обмеження часу та складності анімації: лаконічність і функціональність.
- Проведення тестування UX на цільовій аудиторії.

Запровадження вище названих принципів дозволить додатково привернути увагу користувача і буде легко запам'ятовуватись. Анімація вважається доречною, якщо вона: вдало розміщена; не перекриває основний текст; гарно підібрана кольорова гама котра відповідає бренду. Особливо важливо, щоб анімація була лаконічною і не надто деталізованою. Основне завдання анімованого логотипу - зацікавлювати, а не дратувати.

Помірне використання анімації логотипу у вебдизайні дає свої позитивні результати. Вона привертає увагу користувача і утримує її, а значить - сприяє пізнаваності бренду. Анімація допомагає покращити SEO сайту. Наприклад, Google надає перевагу динамічному контенту, а сторінки з графікою, що рухається, швидше залучають аудиторію. Вона вигідно відображається на мобільних пристроях. При однаковому розмірі - помітна анімація на дисплеї виглядає цікавіше, ніж статичний лого. І головне - анімація показує історію створення бренду. Ідея, закладена у статичному лого, отримує розвиток в анімації. Завдяки цьому, за декілька секунд можна показати і напрямки діяльності бренду, і навіть його цінності.

ВИСНОВКИ

Завдяки розвитку сучасних технологій анімація стала достатньо поширеним явищем у дизайні. Вона не тільки швидко привертає увагу, на відміну від статичного зображення, але й легко сприймається людьми. Правильно розроблений логотип доповнює сприйняття фірми і виділяє її серед конкурентів. Безумовно - є сенс розвивати анімацію логотипів. Це цікавий формат, який містить у собі різновид розваги і конкретне завдання - реклама.

Анімований логотип у вебдизайні стає інноваційним засобом візуальної комунікації, що сприяє емоційному зв'язку з користувачем, підвищенню пізнаваності бренду та збагаченню інтерфейсного досвіду. Водночас він потребує зваженого підходу щодо технічного виконання, естетичної доречності та інклюзивності. Подальші дослідження у цій сфері можуть включати емпіричне вивчення впливу типів анімації на поведінку користувачів та ефективність комунікації бренду у цифровому середовищі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Анімація в веб-дизайні URL: <https://idbi.ru/blogs/blog/animatsiya-v-veb-dizayne>.
2. Анімація для сайту URL: <https://www.internet-technologies.ru/articles/polnoe-rukovodstvo-po-veb-animacii.html>.
3. Чи потрібна анімація для сайту? URL: <https://webstudio2u.net/ua/design-web/705-nuzhna-li-animatsiya-dlya-saita.html>.
4. Річард Вільямс. Анімація: Посібник з виживання. – Київ: ArtHuss, 2019. 352 с.
5. Чи є анімація ключем до відмінного дизайну продукту? URL: <https://ux.pub/yavlyaetsya-li-animaciya-klyuchom-k-otlichnomu-dizajnu-produkta/>.

УДК 7.05:766

ЗАГОРУЙКО Дарина, ВАСИЛЬЄВА Олена
Київський національний університет технологій і дизайну

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ПЕРСОНАЖІВ ОСВІТНІХ РОЛІКІВ ДЛЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ВІКУ

Анотація. У статті розглянуто особливості створення персонажів для освітніх анімаційних роликів, орієнтованих на дітей молодшого віку. Проаналізовано культурний, соціальний та естетичний аспекти побудови образів, визначено роль персонажа як носія національних цінностей, моральних орієнтирів і засобу залучення дитини до навчального процесу. Особливу увагу приділено українському контексту та практичній реалізації принципів у проєкті «Писанка Софійка».

Ключові слова: анімація, дизайн персонажів, освітні ролики

Abstract: The article examines the features of creating characters for educational animated videos aimed at young children. It analyzes the cultural, social, and aesthetic aspects of character development and defines the character's role as a bearer of national values, moral guidelines, and a means of engaging children in the learning process. Special attention is given to the Ukrainian context and the practical implementation of these principles in the 'Pysanka Sofitka' project.

Keywords: animation, character design, educational videos

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному медіапросторі діти молодшого віку активно споживають анімаційний контент, який суттєво впливає на їхній розвиток, світогляд та систему цінностей. Проте більшість популярного відеоконтенту є імпортованим і не завжди відображає національні особливості або виховні пріоритети [1], [2]. Це породжує потребу у створенні якісних освітніх мультфільмів з персонажами, які були б близькими, пізнаваними та позитивно впливали на психоемоційний та соціальний розвиток дитини.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Тематика дитячої анімації та її впливу на розвиток дитини активно досліджується як в українському, так і в зарубіжному науковому просторі. Серед авторів, які аналізують роль анімації в освітньому процесі, варто згадати Шинкаренко В., Клімова Л., Мазур І., Міхіна Н [2]. У зарубіжних працях акцент зроблено на формуванні емоційного інтелекту, розвитку креативності та візуальної грамотності (J. Naremore, K. Jordan, A. Geis) [4]. Проте питання проєктування саме освітніх персонажів у контексті української культури та виховання залишається недостатньо дослідженим.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою цієї роботи є виявлення основних принципів та підходів до створення освітніх персонажів для дітей молодшого віку з урахуванням культурних, виховних та естетичних аспектів, а також демонстрація практичного прикладу реалізації таких принципів у сучасному українському контенті.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Анімаційні персонажі для дітей молодшого віку виконують як виховну, так і освітню функції, а також є провідниками культурних кодів: вони передають національні символи, історичні контексти та традиції [1]. Проведений аналіз анімаційних стрічок для дітей молодшого віку показав, що візуальна простота, яскравість і виразність образу є ключовими для вдалого дизайну. Вдало розроблений персонаж викликає довіру, сприяє легкому запам'ятовуванню та наслідуванню.

Аналіз персонажів анімаційних стрічок Міккі Маус, Тоторо, Астерікс, Свинка Пепа та Блуї показав, що персонажі виконують репрезентативну функцію своїх культур, втілюючи характерні риси ментальності, поведінки, стилю спілкування та побуту, притаманні певній культурі [4] (Рис.1). Через зовнішній вигляд, мову, колір, символіку, звички та взаємодію з навколишнім світом вони транслюють цінності та культурні наративи. Закладений сенс в анімаціях часто кодується через дизайн: наприклад, мінімалістичність і м'якість образу Тоторо підкреслює гармонію з природою, круглі форми Міккі Мауса – дружність і відкритість, карикатурність Астерікса – гумористичний погляд на історію, а простота Пепа – акцент на сімейні цінності та буденні радості.

Персонажі анімаційних стрічок «Свинка Пепа» та «Блуї» вирізняються серед інших прикладів тим, що це серіали, орієнтовані винятково на дитячу аудиторію. Персонаж Свинка Пепа має простий, лінійний і двовимірний дизайн, що легко сприймається дітьми: великі очі, впізнавані форми, мінімум деталей. Завдяки цьому діти швидко асоціюють себе з героями, легко запам'ятовують емоції та поведінку. Анімація наголошує на повсякденних ситуаціях, знайомих малюкам, а тому створює відчуття безпеки й стабільності.



Рис.1. Персонажі анімаційних стрічок: а – Міккі Маус; б – Тоторо; в – Астерікс; г – Свинка Пепа; д – Блуї

Персонаж Блуї, у свою чергу, поєднує простоту й емоційність. Її дизайн – м'який, округлий, з приємною кольоровою гамою. Персонажі-собаки мають високий

ступінь експресивності: пластика рухів і міміка дозволяють показувати складні емоції. Водночас, сюжетні лінії базуються на грі, креативності та взаємодії з батьками, що створює позитивну модель дитячого середовища.

Анімаційні стрічки «Король Лев», «Душа», «Як козаки...», «Лис Микита», «Микита Кожум'яка» розроблені для сімейного перегляду, де дизайн персонажів більш ускладнений та має складні кольори [4, 5]. Вони розраховані не лише на дітей, а й на дорослу аудиторію, що сприяє спільному перегляду, обговоренню моральних уроків і передачі культурних цінностей між поколіннями. У таких анімаційних творах, як

«Король Лев» та «Душа», герої показують приклади відповідальності, любові до природи, самопізнання. Візуальні риси персонажів – антропоморфізм, деталізація міміки, колористика – допомагають емоційно залучити дитину до теми. У контексті української культури прикладами є анімаційні стрічки «Як козаки...», «Лис Микита» та

«Микита Кожум'яка», де акцент зроблено на народну мудрість, гумор і традиційні образи, які формують у глядача уявлення про національну ідентичність [1, 3]. Це підтверджується характерним дизайном персонажів: у серії «Як козаки...» герої мають впізнавані силуети, вбрання, натхненне історичними строями, та жваву міміку, що підсилює комічний ефект; у «Лісі Микиті» використано гротескові риси, натхненні народною графікою, що поєднують традицію з сатирою; у «Микиті Кожум'яці» сучасна 3D-анімація адаптована до дитячого сприйняття за допомогою м'якої пластики форм, яскравої палітри та стилізованих національних мотивів [3].



Рис.2. Кінцевий концепт-арт писанки Софійки

На основі проведеного аналізу було створено анімаційного персонажа для освітнього ролику Писанку Софійку (рис. 2) — дівчинку в образі великодньої

писанки, яка мандрує Україною, розповідає про свята, мову, звичаї. Її образ спроектований у векторному стилі, що робить його простим для візуального сприйняття, тиражування й анімації. Персонаж виконує не лише пізнавальну, а й виховну функцію, формуючи в дитини почуття гордості за національну культуру, відкритість до знань і доброзичливість.

ВИСНОВКИ

Проектування персонажів для освітніх анімаційних роликів потребує

всесічного підходу, який охоплює культурний контекст, соціальну роль і принципи ефективного візуального дизайну. Анімаційний герой для дітей молодшого віку має бути не лише візуально привабливим, але й функціональним — тобто здатним передавати

моральні орієнтири, культурні коди та викликати довіру й наслідування. Простота форм, виразність емоцій, логіка кольорів і впізнавані культурні деталі підсилюють виховний вплив персонажа та забезпечують глибше занурення дитини в зміст. Таким чином, грамотний дизайн персонажів — це не лише естетична складова, а стратегічний інструмент формування дитячої свідомості, що поєднує виховання, пізнання і культурну ідентифікацію через візуальні образи.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Білоус Л. А., Завгородня Я. В. Дослідження основних етапів української анімації. Наукові розробки молоді на сучасному етапі : тези доповідей XVIII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів (18–19 квітня 2019 р., Київ). Київ: КНУТД, 2019. Т. 1 :С. 394395.
2. Шинкаренко, В., Клімова, Л., Мазур, І., Міхіна, Н. (2022). Вплив мультфільмів на розвиток особистості дитини дошкільного віку. *Acta Paedagogica Volyniensis*, 4, 48–53, doi: <https://doi.org/10.32782/apv/2022.4.8>
3. Офіційний сайт мультфільму Микита Кожум'яка]. URL: <https://mykyta.com> (дата звернення 02.05.2025).
4. Solomon C. *Enchanted Drawings: The History of Animation*. New York : Alfred A. Knopf, 2021. 384 с.
5. Pixar Animation Studios: official website. URL <https://www.pixar.com> (дата звернення 02.05.2025).

УДК 75.04:784

ЗДОЛБИЦЬКА Світлана, СКЛЯРЕНКО Наталія, ЗДОЛБИЦЬКА Ніна
Луцький національний технічний університет

ТРАНСФОРМАЦІЯ АНІМАЦІЙНИХ ОБРАЗІВ МУЗИЧНИХ КЛІПІВ У МАСКОТИ

Анотація. У роботі досліджено трансформацію анімаційних образів музичних кліпів у маскоти. Визначено класифікацію анімацій: стилізована, мультиплікаційна, 3D. Виявлено, що анімаційні персонажі допомагають створювати впізнавані бренди виконавців. Використання сучасних технологій розширює можливості взаємодії музики та візуальним мистецтвом, створюючи інноваційні підходи для представлення артистів.

Ключові слова: маскот, анімація, відеодизайн, відеокліп, музична візуалізація.

Abstract. The work investigates the transformation of animated images of music videos into mascots. The classification of animations is determined: stylized, cartoon, 3D. Animated characters have been found to help create recognizable artist brands. The use of modern technologies expands the possibilities of interaction between music and visual art, creating innovative approaches to the presentation of artists.

Keywords: mascot, animation, video design, video clip, music visualization.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Створення анімаційних відео до музичних кліпів у сучасному світі набуває популярності. Анімаційний кліп дозволяє візуалізувати емоційний стан людини та сутність музичного твору. Музика має потужний емоційний вплив, який визначає спосіб сприйняття навколишнього середовища. Виконавці використовують анімацію для посилення уявлення музичних образів та глибшого відчуття музичного змісту твору.

Візуалізація музичної композиції формує світогляд молодого покоління, що спричинило підвищення популярності невеличких анімацій «Animation Meme». Їх розробники використовують музику та виражають зміст через створення власних образів персонажів. Ці персонажі часто стають основою для маскотів як брендів окремих музичних груп. Вони допомагають підвищити впізнаваність за рахунок візуалізації музичних творів, що потребує глибокого дослідження з точки зору дизайну.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз наукових досліджень та публікацій засвідчує появу значної кількості анімаційних творів, які пов'язані з варіативними трансформаційними процесами у сучасній візуальній культурі [3]. Колектив авторів проаналізував сучасні твори аудіовізуального мистецтва, що стали основою дослідження ступеня ефективності засобів анімації та музичної візуалізації для образного втілення творчої думки через анімований відеокліп та впливу на сприймання глядачів [1]. На думку А. Козак та О. Слітюк, дизайн та способи презентації анімованого тексту підсилюють ефект емоційного сприйняття поданої інформації [2]. Дослідження доводять, що музиканти беруть за основу та адаптують їх для візуалізації своїх композицій з метою оживлення власних пісень [5].

Активний розвиток нових тенденцій у візуалізації музичних творів впродовж останнього десятиліття окреслює особливості становлення української анімації [4]. Проте питання взаємодії образів музичних та трансформації їх у рекламних персонажів маскотів потребують глибшого дослідження.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення особливостей трансформації анімаційних образів музичних кліпів у іміджеві образи – маскоти. Завданнями роботи є сформувати класифікацію анімаційних музичних кліпів та проаналізувати специфічні особливості візуалізації кожного з них.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

На початку XXI ст. набирає популярності створення анімаційних відео до музичних кліпів, що надають можливість підвищити впізнаваність певної музичної групи. Новітні комп'ютерні технології сприяють розвитку анімації, індустрії розваг та зумовлюють появу нових творів цифрового мистецтва. Сьогодні анімація існує у наступних формах: мальована (графічна) анімація; предметна (об'ємна) анімація та комп'ютерна анімація. Вдосконалення та інтенсивний розвиток комп'ютерної анімації набуває широкого значення для розробки візуальних образів музики.

На рисунку 1 представлено види комп'ютерної анімації для формування маскотів.



Рис.1. Способи візуалізації маскотів у комп'ютерній анімації

Мінімалістичний дизайн та абстрактні візуальні ефекти задають оригінальний тренд стилізованої анімації. Перший підхід представляє стилізацію, що відбувається на

основі значної кількості яскравих кольорових площин (наприклад, у анімації кліпу «Силуети» (рис. 1:1)). Інший підхід спрямований на використання обмеженої кількості кольорів, де акценти переносяться на маскот, зроблений однією лінією. Такий підхід використано у кліпі діджея Gigi D'Agostino «Bla Bla Bla», створений у мінімалістичному стилі (рис. 1:2). Стилїзована анімація набуває поширення у музичних кліпах, яким притаманні динамічні образи та аморфні плями. У відео з'являється іміджевий образ, який ґрунтується на основі стилізації музичних образів пісні. Абстрактні плями асоціативно формують образ талісману, який стає впізнаваним. Створення образу маскоту на основі яскравих кольорових площин на зоряному тлі засвідчує появу нового стилістичного рішення. Наприклад, образи кліпу «Силуети» (рис. 1:1) перетворюються у образ-імідж групи SadSvit. Обрана палітра кольорів підсилює емоційний вплив від пісні, а прості форми створюють елегантні та виразні анімації.

Сучасні IT-технології дозволяють створювати анімаційні 3D відео, персонажі яких виглядають реалістичніше (рис. 1:4). Використовуючи даний спосіб, у авторів є більше можливостей для кращої передачі тіней, фізики та глибини. Саме 3D допомагає передати фізику рухів об'єкту з певними параметрами, адже у площинній анімації прорахувати рухи достовірно в рази важче. Відеоряд будується за допомогою ключових кадрів та накладання спецефектів. Наприклад, у відео автора GummiBär (рис. 1:3) маскотом стає желейний медведик зеленого кольору. Завдяки використанню 3D графіки у споживачів з'явилась можливість переглянути з усіх боків сцени та маскотів.

Мультиплікаційна анімація створюється за допомогою покадрового малювання зображень, які поступово змінюються, щоб створити ілюзію руху. Анімація завжди допомагає глибше розкрити сюжет музичного твору та проявляється у стилі зображень, що нагадують комікси (рис. 1:6), які характеризуються спрощеними формами та графічними зображеннями. У кліпі Goldfish – One Million Views маскотами виступають самі автори, зображені як два чоловіка та золота риба. Стилїзація широко використовується для створення мультфільмів, але виконавці адаптували їх для розробки власних проєктів, полегшення виробництва та власного бренду.

Анімаційні персонажі як маскоти сьогодні слугують відображенням естетики музичного середовища. Такі персонажі допомагають створювати відео, що супроводжують музичні композиції, відображаючи особистість артиста та його образ. Так, бренд гурту Gorillaz базується на їхніх анімаційних маскотах. Персонажі стають засобом комунікації з аудиторією, особливо молоддю, впливаючи на їхні погляди, а також сприяючи розвитку візуальної грамотності.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджено особливості трансформації анімаційних образів музичних кліпів у маскоти. Доведено, що особливості стилїзованої, мультиплікаційної та 3D-анімації сприяють розробці креативних образів музичних кліпів. Використання анімаційних персонажів дозволяє артистам ефективно комунікувати з аудиторією, особливо з молоддю. У майбутньому варто звернути увагу на новітні технології, які можуть ще більше розширити межі творчості між анімацією та музикою і відкрити нові горизонти для митців та споживачів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Довженко І., Слітюк О., Хиневич Р., Нікуліна А. Музична візуалізація та анімація як засіб втілення режисерського задуму. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції*. Київ, КНУТД, 27 квітня 2022 р. С. 242-245. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21015/1/APSD_2022_V1_P242-245.pdf (дата звернення: 4.10.2024).
2. Козак А. Ю., Слітюк О. О., Анімація тексту у відеокліпах як інструмент впливу на глядача. *Іноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: матеріали IV Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених*. 2023. С.55-59. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/26547/1/Innovatyka2023_V1_P055-059.pdf (дата звернення: 4.10.2024).
3. Мараховська К. Д. Сучасна анімація: базові універсальні культури, культурні інваріанти та варіативність. *Культурологічний альманах*. 2022. С. 228-235. DOI: <https://doi.org/10.31392/cult.alm.2022.3.29>
4. Шаповал О. Українська сучасна анімація: досягнення, проблеми і перспективи. *Науковий вісник Київського національного університету театру, кіно і телебачення імені І.К. Карпенка-Карого*. 2022. № 31. С.95-101. DOI: <https://doi.org/10.34026/1997-4264.31.2022.267529>.
5. Animated music videos capture our imagination: веб сайт. URL: <https://creamyanimation.com/animated-music-videos/> (дата звернення: 4.10.2024).

УДК 794.8:7.01:004.932

КОСТРИЦЯ Аліна, МИРОШНИЧЕНКО Іванна
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ВІЗУАЛЬНОЇ СКЛАДОВОЇ ПРИГОДНИЦЬКИХ ІГОР З ДВОВИМІРНИМ СВІТОМ

Анотація. У роботі розглянуто основні аспекти дизайну візуальної складової пригодницьких ігор з двовимірним світом. Проаналізовано особливості художнього стилю, кольорової гами, анімації та інтерфейсу таких ігор. Доведено, що тенденції сприяють розвитку та впливають на сприйняття гри користувачами завдяки візуальним рішенням.

Ключові слова: пригодницькі ігри, двовимірний світ, візуальний дизайн, художній стиль, анімація, користувацький інтерфейс, дизайн.

Abstract. The work considers the main aspects of the design of the visual component of adventure games with a two-dimensional world. The peculiarities of the artistic style, color scheme, animation and interface of such games are analyzed. Trends have been proven to drive development and influence user perception of the game through visual solutions.

Keywords: adventure games, two-dimensional world, visual design, art style, animation, user interface design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Візуальна складова відіграє ключову роль у формуванні вражень від пригодницьких ігор. У двовимірному світі дизайн має бути ретельно продуманим для створення захопливого та занурюючого досвіду для гравців. Пошук ефективних методів створення привабливого візуального контенту є актуальною проблемою для розробників ігор.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У літературі виділяються кілька ключових аспектів візуального дизайну для ігор з двовимірним світом, таких як кольорова гама, художній стиль та анімація. Детально досліджує процес створення дизайну гри Фуллертон Трейсі [1]. У роботі обґрунтовано, що підбір кольорової палітри значно впливає на емоційне сприйняття гри, покращує її візуальний характер і може підвищити зацікавленість користувачів, про що детальніше йдеться в статті на сайті SparkMedia [2]. Досліджено, що унікальний художній стиль є важливим для ігрового сприйняття пригодницької гри, оскільки він сприяє створенню впізнавальної візуальної ідентичності гри, про це акцентує увагу і детально розповідає на своїй сторінці Kevuru games [3].

Тема особливостей дизайну візуальної складової пригодницьких ігор з двовимірним світом, представлена в дослідженнях, потребує детальнішого вивчення.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення ключових аспектів візуального дизайну пригодницьких ігор з двовимірним світом. Завданнями роботи є проаналізувати вплив

різних візуальних рішень на сприйняття гри користувачами, виявити особливості створення ефективного візуального дизайну.

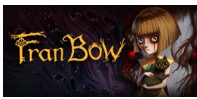
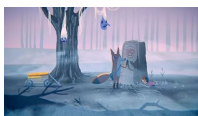
ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

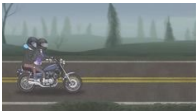
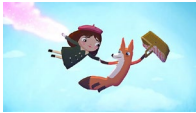
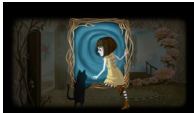
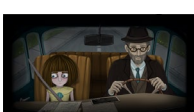
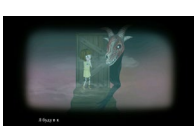
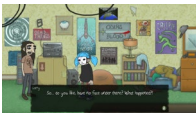
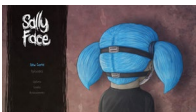
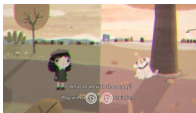
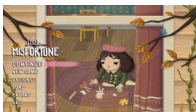
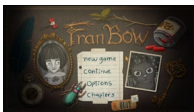
Візуальний дизайн двовимірних пригодницьких ігор включає декілька складових, таких як художній стиль, кольорова гама, анімація та користувацький інтерфейс. Кожен з цих елементів має значний вплив на те, як гравець сприймає гру та занурюється в її світ. Для прикладу візуального дизайну було обрано три гри жанру «вклади та клацни» (point and click): «Sally Face» – це темна пригодницька гра про хлопчика з протезом на обличчі; «Little Misfortune» – це гра про втрачену невинність, довіру та дитинство. Це про хворобливу цікавість і чарівні пригоди; «Fran Bow» – це моторошна пригодницька гра, яка розповідає історію Френ, молодої дівчини, яка бореться з психічним розладом і несправедливою долею.

Заголовок гри або основне зображення, яке зазвичай розташовується у верхній частині екрана під час завантаження гри, на головному меню або на промоційних матеріалах. Він служить не лише естетичною частиною, але й важливим елементом, що створює перше враження про гру. Він допомагає гравцям швидко впізнати гру серед інших. Це перше, що бачить гравець, тому заголовок повинен бути привабливим і відображати настрої та тематику гри. Він може зображати головних персонажів, ключові локації або важливі елементи гри, щоб дати уявлення про те, що чекає на гравця.

Таблиця 1

Візуалізація художнього стилю пригодницьких ігор
з двовимірним світом

складові елементи гри	гра “Sally Face”	гра “Little Misfortune”	гра “Fran Bow”
заголовок			
задній план	 	 	 

внутрішні ігрові відео	  	  	  
інтерфейс гри (інформаційні фрейми, текстові блоки та меню)	 	 	 

Задній план у відеоіграх є важливим елементом, який створює атмосферу та контекст для дій, що відбуваються на передньому плані. Від добре продуманого заднього плану залежить загальне сприйняття гри і занурення гравця у її світ. Задній план допомагає формувати настрій та тон гри. Наприклад, похмурі та темні пейзажі в горор-іграх створюють відчуття страху та тривоги. Він дає гравцю уявлення про місце, де відбуваються події. Це може бути міська місцевість, дика природа, фантастичний світ тощо. Він може включати елементи, що надають додаткову інформацію про світ гри, такі як архітектура, рослинність, тварини тощо. Використання кольорів, освітлення та текстур заднього плану може передавати різні емоції та настрої. Наприклад, теплі кольори створюють відчуття комфорту, а холодні — тривоги. Деякі задні плани можуть бути інтерактивними, змінюватися відповідно до дій гравця або проходження часу в грі.

Внутрішні ігрові відео – це заздалегідь створені анімовані або відео-сегменти, які використовуються для розповіді сюжету, розвитку персонажів і додавання емоційної глибини до гри. Вони є невід'ємною частиною ігрового процесу і служать кільком важливим цілям. Такі відео використовуються для розкриття ключових моментів сюжету, які не можуть бути повністю передані через процес гри. Вони допомагають створити більш зрозумілу і послідовну історію. Таким чином розробники можуть глибше розкрити

характери та мотивації персонажів, показати їхні взаємодії та еволюцію протягом гри. Зображення локацій та атмосфери гри допомагає створити цілісний ігровий світ та занурити гравця в його реальність. Деякі ігрові відео можуть містити інтерактивні елементи, дозволяючи гравцю приймати рішення, що впливають на хід сюжету.

Інтерфейс гри — це важливий елемент, який забезпечує взаємодію гравця з грою. Він включає різні фрейми, текстові блоки та меню, що допомагають гравцю орієнтуватися в ігровому середовищі, отримувати інформацію та виконувати необхідні дії. Інтерфейс допомагає гравцю зрозуміти, де він знаходиться в грі, які завдання перед ним стоять та як перейти до наступного етапу. Відображає важливу інформацію, таку як стан здоров'я персонажа, рівень ресурсів, наявні завдання та інші ключові показники. Через інтерфейс гравець може виконувати дії, такі як використання предметів, взаємодія з іншими персонажами, налаштування параметрів гри та інше. Добре розроблений інтерфейс робить гру більш привабливою та допомагає створити загальну атмосферу. Інформаційні фрейми містять текстові блоки з інформацією про стан гри, завдання, підказки та інструкції. Вони повинні бути легко читаними і зрозумілими. Діалогові вікна використовуються для комунікації між персонажами. Важливо, щоб текст був чітким і добре розрізнявальним, а фонові елементи не заважали читанню. Головне меню містить основні пункти, такі як "Нова гра", "Продовжити", "Налаштування", "Вихід". Воно повинно бути інтуїтивно зрозумілим і легко доступним. Меню паузи дозволяє гравцю поставити гру на паузу і отримати доступ до налаштувань, інвентарю, мапи та інших важливих функцій. Меню налаштувань включає параметри, що дозволяють гравцю налаштувати графіку, звук, управління та інші аспекти гри під свої потреби.

ВИСНОВКИ

Ефективний візуальний дизайн є ключовим фактором успіху пригодницьких ігор з двовимірним світом. Вибір правильного художнього стилю, кольорової гами, анімації та користувацького інтерфейсу може значно вплинути на те, як гравець сприймає гру. Надання особливої уваги кожному з цих аспектів допоможе розробникам створювати захоплюючі та незабутні ігрові враження.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Tracy Fullerton Game Design Workshop, 2004
2. Психологія кольору: як різні кольори впливають на наші емоції та поведінку. URL: <https://sparkmedia.com.ua/psykholohiia-koloru/> (дата звернення: 12.05.2024).
3. Choosing an art style for your video game. URL: <https://kevurugames.com/blog/choosing-an-art-style-for-your-video-game/> (дата звернення: 12.05.2024).

УДК 7.012:004.946

КРАВЧУК Тетяна, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ПЕРСОНАЖІВ У ЖАНРІ ФЕНТЕЗІ (ЗА МОТИВАМИ ГРИ FORTNITE)

Анотація. У роботі висвітлено особливості створення персонажів у жанрі фентезі на прикладі гри Fortnite. Визначено ключові аспекти дизайну (образність, культурна ідентичність, емоційність), що забезпечують інтерактивність, індивідуальність персонажів і маркетингову привабливість.

Ключові слова: дизайн персонажів, фентезі, Fortnite, ігрова індустрія, візуалізація персонажів.

Abstract. The paper explores the peculiarities of creating characters in the fantasy genre using the example of the game Fortnite. The key aspects of design (imagery, cultural identity, emotionality) that ensure interactivity, character individuality and marketing appeal are identified.

Keywords: character design, fantasy, Fortnite, gaming industry, character visualization.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Ігрова індустрія постійно еволюціонує, пропонуючи все більш деталізовані та яскраві світи. У жанрі фентезі, до якого належить гра Fortnite, проєктування персонажів відіграє ключову роль у створенні захопливого ігрового досвіду. Головна проблема – знайти баланс між унікальністю дизайну, гармонійністю з ігровим середовищем і культурними особливостями, які приваблюють гравців усього світу.

Це стосується не тільки героїв, якими керує гравець, але й NPC, які наповнюють світ, додаючи йому глибини та реалістичності. Завдяки цьому кожен персонаж стає не просто частиною ігрового процесу, а важливою складовою всесвіту гри, що дає гравцеві можливість повністю зануритися в історію та атмосферу фентезійного Fortnite.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз наукових джерел свідчить про те, що дизайн персонажів у відеоіграх є важливим компонентом візуальної складової [1]. Зокрема, акцентується увага на стилістичних елементах, що сприяють глибшому зануренню в гру. У дослідженнях наголошується на значенні культурних архетипів, які роблять персонажів впізнаваними та емоційно привабливими для гравців [3]. Проте більшість доступних публікацій зосереджені на маркетингових аспектах або загальних трендах, що вимагає додаткового аналізу саме на прикладі Fortnite.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є визначення особливостей проєктування персонажів, які передають фентезійні мотиви та інтегрують культурні й сучасні елементи. Завдання роботи: 1) дослідити стилістичні й структурні особливості дизайну персонажів у грі Fortnite; 2) систематизувати ключові візуальні та функціональні елементи героїв; 3) виявити вплив культурних мотивів на формування унікальних образів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Fortnite – це динамічна гра, яка об’єднує елементи фентезійного жанру, сучасні тенденції та народні мотиви. Дизайн персонажів відіграє ключову роль у створенні захопливого ігрового світу. Кожен герой вирізняється яскравою індивідуальністю, що забезпечує гравцям можливість виражати себе через обраного персонажа (табл. 1). Розробники приділяють особливу увагу гармонії між зовнішнім виглядом персонажа та загальною стилістикою гри.

Таблиця 1

Категорії стилістичних особливостей персонажів у Fortnite

Стилістична особливість персонажа	Характеристика	Приклад персонажа
Культурні мотиви	Відображення культурної спадщини та традицій різних народів, адаптованих до фентезійної тематики гри	   Frozen Red Knight Deadfire Hime
Адаптація до сучасних трендів	Відповідність популярним стильовим і технологічним тенденціям задля приваблення молодшої аудиторії	  Lynx Midas
Тематичні персонажі	Дизайн, що відповідає певним тематикам або сюжетним подіям, підкреслює приналежність до конкретної теми деталями образу	  Coral Inferno Commander
Пригодницькі мотиви	Образи, натхненні духом мандрівок та пригод, підсилюються динамічністю та авантюристією	  Rust Lord Blackheart

Культурні мотиви глибоко інтегровані у дизайн персонажів Fortnite. Наприклад, персонаж Deadfire втілює атмосферу Дикого Заходу, а Frozen Red Knight відображає міфологічний і холодний стиль північних країн. Такі образи дозволяють гравцям відчувати зв’язок із певною культурою або регіоном. Інші персонажі, як-от Hime, демонструють поєднання традиційних японських елементів і сучасного дизайну. Завдяки цьому Fortnite створює багатокультурний фентезійний світ, доступний для гравців з різних куточків планети.

Особливе місце у грі посідає адаптація персонажів до сучасних трендів. Наприклад, герої Midas і Lunx з кіберпанковим стилем відповідають запитам молодшої аудиторії, що цікавиться новітніми технологіями та урбаністичним дизайном. Постійні оновлення гри з урахуванням сезонних подій та святкових тематик також додають популярності героям. Це дозволяє Fortnite залишатися актуальною та цікавою для широкої аудиторії.

Візуальний стиль персонажів відзначається увагою до деталей. Наприклад, Coral Commander створений з елементами океанічної тематики, а Inferno відображає інфернальний стиль, використовуючи вогняні акценти. Кожен персонаж підсилює атмосферу гри, додаючи їй багатшаровості та емоційної глибини.

Окремої уваги заслуговують персонажі, натхненні пригодницькими та піратськими мотивами. Наприклад, Rust Lord із його постапокаліптичним образом втілює дух виживання й бунтарства, асоційований із пригодами у стилі «шаленої гонки». Blackheart, піратський герой, є символом карибської культури та пригодницьких морських експедицій. Вони чудово гармоніюють із тематичними подіями у грі, створюючи відчуття справжньої пригоди.

Загалом, дизайн персонажів Fortnite поєднує естетику, індивідуальність і культурну ідентичність [2]. Такий підхід не тільки збагачує ігровий досвід, але й формує сильний емоційний зв'язок між гравцем і світом гри. Це робить Fortnite не лише популярною грою, а й важливим прикладом для розробників, які прагнуть створити візуально привабливі та інтерактивні всесвіти.

ВИСНОВКИ

У процесі аналізу дизайну персонажів у грі Fortnite виявлено, що різноманітність стилістичних і тематичних мотивів, образність, культурна ідентичність, емоційність є важливими аспектами, що визначають унікальність і привабливість персонажів для гравців. Культурні, сучасні, пригодницькі та сезонні мотиви, інтегровані у вигляд і концепцію героїв, створюють багатшаровий і динамічний ігровий світ, в який гравці можуть легко зануритись.

Завдяки цим категоріям, кожен персонаж не лише втілює певну культурну чи естетичну приналежність, а й відповідає поточним трендам, що робить їх актуальними та привабливими для широкої аудиторії. Залучення різноманітних тем і стилів дозволяє Fortnite підтримувати свою популярність, оскільки персонажі, відображаючи багатокультурний світ, дають можливість кожному гравцеві знайти героя, з яким він може себе ідентифікувати. Гра встановлює високу планку для проєктування персонажів, поєднуючи стиль, функціональність і культурне різноманіття, що робить її прикладом для інших розробників відеоігор.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. ArtHuss видають книгу «Створення персонажів для індустрії розваг». URL: <https://cases.media/en/news/arthus-vidayut-knigu-stvorenniya-personazhiv-dlya-industriyi-rozvag> (дата звернення: 04.12.2024).
2. Characters. URL: <https://fortnite-archive.fandom.com/wiki/Characters> (дата звернення: 04.12.2024).
3. Kulakovska A. Як створити історичного персонажа, який стане улюбленим для 100 мільйонів гравців. URL: <https://gamedev.dou.ua/blogs/character-creation-game-100-million-users> (дата звернення: 04.12.2024).

УДК 7.012.23:659.1.012.12

КРИВИЧ Олена, КВІТКА Ольга
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ГРАДІЄНТ ЯК СКЛАДОВА ВІЗУАЛЬНОЇ МОВИ КОРПОРАТИВНОЇ АЙДЕНТИКИ. СЕНСИ, ФОРМИ, СИСТЕМА

Анотація: У роботі досліджено роль градієнта як складової візуальної мови корпоративної айдентики. В аналізі цієї складової дизайну охоплено смислові, формальні та системні аспекти використання градієнту у візуальній комунікації. На прикладі розробки дизайн-рішення елементів айдентики для вітроенергетичної компанії «Ventum» підтверджено отримані висновки.

Ключові слова: градієнт, айдентика, візуальна комунікація, сенс, форма, система.

Abstract: The study explores the role of the gradient as a component of the visual language in corporate identity. The analysis covers semantic, formal, and systematic aspects of gradient usage in visual communication. The conclusions are confirmed through the case study of designing identity elements for the wind energy company "Ventum."

Keywords: gradient, corporate identity, visual communication, meaning, form, system.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

На сучасному етапі розвитку технології візуальної комунікації градієнт виступає важливим елементом візуальної мови, що активно застосовується у створенні корпоративної айдентики. Його широке використання зумовлене не тільки декоративною й стилістичною виразністю, а й здатністю транслювати широкий спектр закодованих сенсів, релевантних для конкретної дизайн-розробки.

Однак, у багатьох випадках, використання градієнтів залишається інтуїтивним, позбавленим осмислення, що ускладнює ефективне транслювання потрібного послання споживачам дизайну. Така ситуація створює необхідність дослідження та осмислення градієнта як смислового, формального та системного елемента візуальної комунікації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасних дослідженнях формується наступне уявлення про градієнт, його сенси, форму та місце у системі комунікації на сьогодні: градієнт є багатофункціональним інструментом візуальної мови. Існує думка, що градієнт здатен формувати відчуття емоційного зв'язку з аудиторією, що підтверджує робота «The Psychology of Color Gradients: Designed to Connect» [1]. Автор підкреслює, що градієнт здатен передавати певні емоції та сенси, такі як довіра та впевненість, креативність та інновації, енергія та стриманість.

Інше спостереження стосується поширеності градієнта як складової дизайну елементів корпоративної айдентики технологічних компаній – за даними дослідження «The Color Gradation Effect» [2], понад половина провідних технологічних брендів використовують градієнти у своїх логотипах або цифровому середовищі. Це підтверджує

стабільну тенденцію до використання градієнта як елемента корпоративної айдентики серед сучасних компаній.

Також, актуальною є думка про градієнт як формальний засіб побудови сучасного дизайну, спостереження щодо чого викладено у публікації «Gradient Logo Design Guide» [3]. У ній окреслено базові принципи побудови градієнтів у логотипах, їхню композиційну роль та типові візуальні стратегії, які допомагають зберігати цілісність айдентики, що буде детальніше розглянуто далі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Дослідити та осмислити градієнт як складову візуальної мови корпоративної айдентики з урахуванням його смислових функцій, формальних характеристик, його ролі й місця у системі візуальній комунікації. На прикладі дизайну елементів айдентики всесвітньо-відомих компаній, а також на прикладі розробки дизайну елементів айдентики для вітроенергетичної компанії «Ventum» підтвердити отримані висновки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У корпоративній айдентичі, градієнт здатен передавати широкий спектр сенсів, що залежать від контексту та способу його використання. Серед основних смислових повідомлень, які зазвичай кодуються через градієнт, вирізняються: рух та швидкість, глибина та занурення, довіра та впевненість, креативність та інноваційність, енергія та стриманість. Проте особливе місце серед цих значень посідає ідея переходу.

Додатково, у сучасному дизайні постає проблема обмеженої кількості чистих кольорів, яких недостатньо для того, щоб кожен бренд міг створити по-справжньому унікальну айдентичу. Саме тому градієнти змінюють правила гри. Вони дають змогу поєднувати кілька кольорів одночасно, створюючи безліч варіантів тональних переходів. Це значно розширює палітру дизайнерських рішень і відкриває нові можливості для візуальної індивідуалізації брендів.

Популярність градієнтів пояснюється їх здатністю бути впізнаваними, виразними та реалістичними. Ми сприймаємо їх як щось нове й нестандартне, що привертає увагу та запам'ятовується – а саме цього й прагне кожен бренд. Окрім цього, градієнти краще узгоджуються з реальним світом: на відміну від плоских кольорових площин, у природі ми щоденно спостерігаємо плавні переходи світла й кольору — на небі, у воді, на поверхнях предметів. Саме ця подібність до реального зорового досвіду робить градієнт ближчим, природнішим і глибшим у сприйнятті [4].

Важливо розуміти, що градієнт – це не просто поєднання кольорів, а перш за все – поступовий перехід одного кольору в інший. Поки кольори ефективно передають емоції, градієнти в дизайні піднімають візуальні рішення на новий рівень, плавно поєднуючи відтінки та створюючи відчуття глибини й інноваційності. [5] Саме ця здатність градієнта поєднувати в собі динаміку, глибину та емоційність робить його надзвичайно ефективним інструментом у побудові візуальної комунікації.

Неможливо не згадати і символізм самого переходу, закладеного в природі градієнта: трансформації, руху від одного стану до іншого. У дизайні корпоративної айдентики це може інтерпретуватися як шлях компанії – від ідеї до реалізації, від проблеми до вирішення, – що візуально підкреслює професіоналізм, відкритість до розвитку та викликає у глядача відчуття надійності й довіри.

Розглянемо приклади використання градієнту у логотипах всесвітньо-відомих компаній задля визначення сенсів, закодованих в градієнт.



Рис.1. Логотип соціальної платформи «Instagram»

У логотипі соціальної платформи «Instagram» використано багатоточковий градієнт, у якому поєднано яскраві відтінки жовтого, червоного, рожевого та фіолетового. Поєднання яскравих кольорів у хаотичному градієнті транслює креативність, непередбачуваність, енергію та натхнення. Візуальна мова логотипа підкреслює спонтанність та динамізм, характерні для цифрової культури молодіжної аудиторії. Градієнт безпосередньо впливає на сприйняття бренду як сучасної, відкритої до інновацій соціальної мережі, що об'єднує активних і творчих користувачів. Незважаючи на відсутність строгого професійного візуального коду, саме візуальна свобода та яскравість градієнта посилює емоційний зв'язок із аудиторією. Такий градієнт напряму впливає на сприйняття компанії аудиторією – як сучасної, відкритої до інновацій соціальної мережі, що об'єднує активних і творчих користувачів.



Рис.2. Логотип веб-браузера «Microsoft Edge»

У логотипі веб-браузера «Microsoft Edge» використано багатоточковий градієнт, у якому поєднано відтінки синього та зеленого. Окрім кодування кольорів, які передають злагоженість, професійність та стабільність, градієнт, використаний у логотипі, поєднує це з відчуттям технологічності та інноваційності, прагненням до розвитку та руху завдяки динаміці. Такий підхід відображає основні цінності бренду – інновації, швидкість та адаптивність, що сприяє полегшенню комунікації з цільовою аудиторією та створює уявлення про прогресивний і технологічний характер продукту.

Що стосується питання форми градієнту, існує 4 найпоширеніші його види: Лінійний, радіальний, конічний, та багатоточковий кожен з яких по-різному сприймається споживачем дизайну. Лінійний градієнт передбачає плавний перехід кольору по прямій, що надає дизайну сучасності та універсальності. Радіальний виходить із центра назовні,

створюючи ефект глибини або акценту. Конічний градієнт формує спіралеподібний або конусоподібний перехід навколо центральної точки, додаючи руху та динаміки. Ромбовий утворює діагональну або горизонтальну схему з поступовим згасанням кольору, що асоціюється з вишуканістю. Багатоточковий включає кілька кольорових переходів, надаючи композиції глибину та складність, але потребує обережності в застосуванні. [3] Тому, при розробці дизайну з використанням градієнту, важливо коректно обрати його вид, оскільки це один із важливих аспектів, що безпосередньо впливає на сприйняття дизайну споживачем.

Незважаючи на різноманіття форм застосування, ключовими функціями градієнта залишаються формування простору та створення візуальної динаміки. Саме з цим пов'язуються базові асоціації: формування, рух, просторовість. Прикладами можуть слугувати ефекти появи елементів, їх переміщення у певному напрямку або візуальний перехід одного елемента в інший.

У дизайні логотипа вітроенергетичної компанії «Vantum» лінійний градієнт виконує функцію візуального переходу, що підсилює динаміку сприйняття. Його горизонтальне розміщення перед першою літерою у вигляді переходу від прозорого до синього кольору створює ефект поступового «входження» логотипу в простір, асоціюється з вітром як джерелом енергії, рухом, легкістю повітря й взаємодії.



Рис.3. Логотипи вітроенергетичної компанії «Vantum»

Щодо системності використання градієнта в корпоративній айдентиці, він найчастіше виконує одну з двох функцій – виступає як базовий формо й смислотворювальний елемент, або як стильовий компонент, що підкреслює ключові елементи візуальної мови бренду. Це можна побачити на прикладі системи динамічної концепції логотипу «Vantum» а також і системи піктограм для цього бренду. За умови правильного підбору виду градієнта, кольорової палітри та формальних характеристик, градієнт здатен як виступати смисловим акцентом, так і об'єднувати всі елементи айдентики в єдину візуальну систему.

ВИСНОВКИ

Використання градієнту є ефективним методом дизайну корпоративної айдентики, що дозволяє передавати різноманітні сенси. Головним меседжем градієнта є перехід, трансформація з одного стану в інший, рух, що безпосередньо пов'язано досвідом з очевидним візуальним досвідом людини й з певними асоціаціями.

Різні види градієнтів мають специфічне сприйняття та здатні генерувати, транслювати певний сенс, який відповідає напрямку діяльності компанії, підсилюючи таким чином комунікаційний ефект.

Градієнт може бути як основним стилістичним елементом візуальної мови корпоративної айдентики, так і фоновим, що підкреслює візуальну єдність всіх складових системи айдентики бренду.

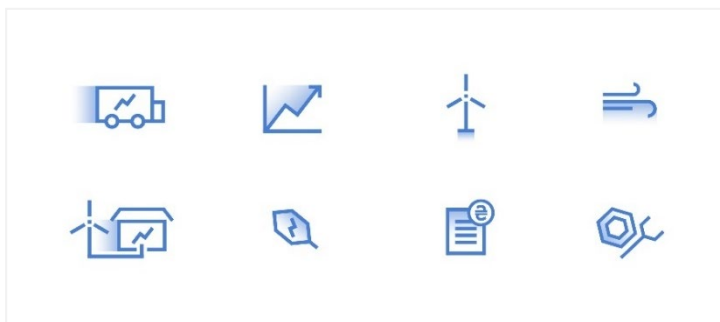


Рис. 4. Піктограми вітроенергетичної компанії «Ventum»

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. The Psychology of Color Gradients: Designed to Connect. Medium : веб-сайт. URL: <https://medium.com/design-bootcamp/the-psychology-of-color-gradients-designed-to-connect-67e2252b9402> (дата звернення: 04.05.2025).
2. The color gradation effect: How boundlessness shapes brand attribute judgments. ScienceDirect : веб-сайт. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0167811625000102> (дата звернення: 04.05.2025).
3. Gradient Logo Design: A Beginner's Guide. Looka : веб-сайт. URL: <https://looka.com/blog/gradient-logo-design-guide> (дата звернення: 04.05.2025).
4. Are Gradients The New Colors? Medium : веб-сайт. URL: <https://medium.muz.li/why-gradients-are-the-new-colors-3d8d42a7a6fc> (дата звернення: 05.05.2025).
5. Gradient and color psychology in ecommerce. Octet design journal : веб-сайт. URL: <https://octet.design/journal/gradient-and-color-psychology-in-ecommerce/> (дата звернення: 05.05.2025).

УДК 504.75

КУКСА Софія, ГОЛОВАЧУК Ігор
Луцький національний технічний університет

ДИЗАЙН АНІМАЦІЙНИХ РОЛИКІВ У РЕКЛАМІ ОХОЛОДЖУЮЧИХ НАПОЇВ

Анотація: Анімація є потужним інструментом у рекламних кампаніях напоїв, оскільки дозволяє створювати яскраві, емоційні та креативні ролики, що привертають увагу аудиторії. Вона надає можливість візуально підкреслити унікальні особливості продукту, його смакові якості та стиль бренду. Метою даної роботи є аналіз інноваційних технологій та засобів та їх використання у дизайні анімаційних роликів.

Ключові слова: Анімаційні ролики, напої, реклама напою.

Annotation: Animation is a powerful tool in beverage advertising campaigns, as it allows you to create bright, emotional and creative videos that attract the audience's attention. It provides an opportunity to visually emphasize the unique features of the product, its taste and brand style.

Keywords: Animated videos, drinks, drink advertisement.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Попри широке застосування анімації в рекламній індустрії, існує потреба в глибшому дослідженні специфіки дизайну анімаційних роликів саме для охолоджуючих напоїв. Зокрема, актуальними є питання вибору стилістичних рішень, кольорової гами, динаміки руху та звукового супроводу, які б максимально відповідали очікуванням цільової аудиторії та сприяли формуванню позитивного іміджу продукту. Недостатня увага до цих аспектів може призвести до зниження ефективності рекламної кампанії та втрати конкурентних переваг. У сучасному рекламному середовищі візуальний контент відіграє ключову роль у формуванні споживчих уподобань. Особливо це стосується ринку охолоджуючих напоїв, де конкуренція змушує бренди шукати нові способи привернення уваги аудиторії. Анімаційні ролики стали ефективним інструментом у цьому процесі, дозволяючи створювати яскраві, динамічні та емоційно насичені образи продукту. Вони не лише привертають увагу, але й формують позитивне сприйняття бренду, сприяючи підвищенню впізнаваності та лояльності споживачів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останні дослідження у сфері дизайну рекламних анімаційних роликів свідчать про зростаючу роль візуальних та технічних прийомів у створенні ефективних рекламних повідомлень. Зокрема, у роботі Болдирєвої та Колісник підкреслюється важливість грамотного дизайну та правильно обраного способу розміщення реклами. Автори зазначають, що цифрові технології відкривають нові можливості для створення анімованих логотипів та інших візуальних елементів, що сприяє підвищенню ефективності рекламних кампаній.

У дослідженні Авраменко аналізуються сучасні технології дизайну в рекламі на прикладі українського бренду Figlimon. Авторка звертає увагу на важливість застосування сучасних технологій, таких як 3D-моделювання та анімація, для створення привабливого

візуального образу бренду. Вона також підкреслює, що використання новітніх технологій у рекламній діяльності позитивно впливає на ефективність рекламних кампаній.

Таким чином, аналіз останніх публікацій свідчить про необхідність комплексного підходу до дизайну анімаційних роликів у рекламі охолоджуючих напоїв, що включає врахування сучасних технологічних можливостей, естетичних тенденцій та психологічних особливостей сприйняття цільовою аудиторією.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою даної роботи є: проведення аналізу основних способів використання анімації у рекламі напоїв та згенерувати декілька ідей, щодо реклами напоїв.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

За допомогою анімації рекламу стає енергійною та динамічною. Наприклад, коли рідина рухається нереалістично красиво – бризки напою формують візерунки, логотипи або асоціативні образи, або ж ефект «уповільненої зйомки» (slow motion) – краплі повільно падають у склянку, створюючи ефект насолоди моментом. Фантастичні перетворення теж сприяють оживанню напою за рахунок зміни форми, кольору або взаємодіяти з навколишнім середовищем у нереальний спосіб (наприклад, пляшка «оживає» або перетворюється на енергію). Зокрема анімаційні бульбашки створюють відчуття свіжості та вибуху смаку.

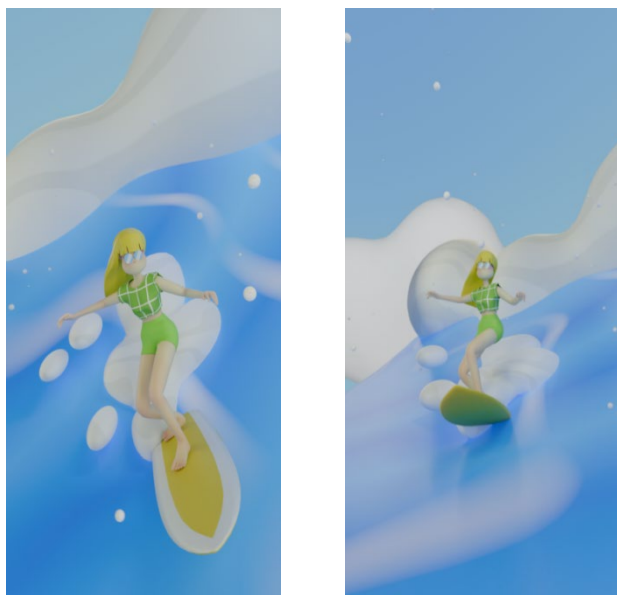


Рис. 1. Дівчинка на дошці для віндсерфінгу

Анімація може підсилювати емоційний зв'язок з глядачем за рахунок легкої та дружньої атмосфери посередництвом мультяшних персонажів, що насолоджуються

напоєм у веселій компанії. Ретро-анімація може викликати почуття тепла та традиційності. Сезонний настрій створюють, наприклад, новорічні анімації для зимових напоїв (наприклад, гарячого шоколаду) або літні ролики для освіжаючих лимонадів. На рисунку 1 дівчинка на дошці для виндсерфінгу посеред хвиль підсилює атмосферу прохолоди та свіжості, що можуть надати напої.

Двовимірна анімація часто використовується в креативних рекламних роликах з простими, але яскравими персонажами. Це ідеальний варіант для соціальних мереж та реклами енергетичних або газованих напоїв. За допомогою тривимірної анімації можна створювати реалістичні моделі пляшок, льоду, бризок напою тощо.

Анімаційні герої допомагають зробити бренд впізнаваним і ближчим до аудиторії. Фірмові маскиоти, наприклад, білий ведмідь Coca-Cola або анімовані персонажі Red Bull. Гумористичні ситуації – анімовані герої взаємодіють із продуктом у кумедних сценаріях. Особливо мультфільмова стилістика підходить для дитячих та молодіжних напоїв.

Чудовий приклад – реклама Nesquik із анімованим кроликом, який став символом бренду.

Motion graphics поєднує графічні елементи, текст та ефекти руху. Оживлення логотипу – логотип бренду може утворюватися з крапель або бризок напою. Анімовані надписи та ефекти можуть динамічно з'являтися разом із напоєм, наприклад, слова «смак», «енергія», «свіжість». Демонстрація інгредієнтів ефектно показує, як напій створюється з фруктів, кавових зерен або інших компонентів. Наприклад, у роликах Sprite часто використовують motion graphics для підкреслення ефекту освіження.

Отже основними способами використання анімації у рекламі напоїв є: створення яскравого візуального ефекту, передача емоцій та атмосфери, використання 2D та 3D-анімації, анімовані персонажі та маскиоти й використання motion graphics (графічної анімації).

Переваги анімаційної реклами для напоїв полягають у: яскравості та динамічності, гнучкості стилю, емоційній привабливості та високій запам'ятовуваності.

Дизайн упаковки та брендингу безалкогольних освіжаючих напоїв відіграє ключову роль у залученні споживачів. Він повинен викликати емоції, передавати відчуття свіжості, натуральності та задоволення. Наведемо основні принципи, які використовуються у створенні візуальної ідентичності таких напоїв:

- Свіжість та емоційна привабливість.
- Простота та мінімалізм.
- Динамічність та енергія.
- Натуральність та екологічність.
- Інноваційний підхід.

Яскраві кольори – зелений, синій, бірюзовий, лимонний або оранжевий часто використовуються, щоб передати відчуття прохолоди та енергії. Ефект крапель води, зображення конденсату на пляшці або бризок рідини створюють асоціацію з охолодженням. Зображення фруктів використовується для підкреслення натуральності смаку.

Sprite використовує зелено-жовту гаму та ефект газованих бульбашок, щоб передати освіжаючий характер напою.

Лаконічний дизайн для створення візуальної ідентичності напоїв передбачає мінімум тексту, акцент на логотип та візуальні елементи. Використання білого або

однотонного фону допомагає зосередити увагу на головному. Дизайн має одразу передавати ключову ідею продукту (натуральність, енергія, легкість).

Smartwater має мінімалістичний дизайн із прозорою пляшкою, що символізує чистоту продукту.

Використання руху у дизайні – вигнуті лінії, бризки, хвилі води, що символізують динаміку. Елементи швидкості – нахилені шрифти, вибухи кольорів, стрімкі лінії створюють відчуття енергії. Газовані ефекти – дрібні бульбашки на фоні чи в логотипі підкреслюють ігрістість напою. Red Bull використовує зображення енергійного бика та динамічні лінії, щоб підкреслити дію напою. Еко-дизайн – використання природних кольорів (зелений, коричневий, білий), паперових етикеток та мінімальної обробки упаковки. Ручна типографіка – каліграфічні або шрифти, що нагадують рукопис, створюють відчуття автентичності. Органічні текстури – ефект дерева, листя, глини на упаковці додає натуральності.

Біо чай або натуральні лимонади часто використовують матові поверхні, щоб підкреслити екологічність продукту.

Прозорі пляшки – дозволяють бачити сам напій, підкреслюючи його якість. Незвичайна форма упаковки – ергономічний дизайн, що зручно лежить у руці або легко відкривається.

Опишемо концептуальну ідею упаковки охолоджуючого напою, що передбачає:

- Формат упаковки.
- Основні елементи дизайну.
- Слоган: *"Смак літа. Хвиля свіжості."*
- Додаткові деталі.

Для охолоджуючого напою у якості упаковки можна використати алюмінієву банку або прозору пляшку з легким блакитним відтінком. Центальною фігурою на етикетці можна вибрати стилізований персонаж дівчини на серфі, розміщений динамічно на передньому плані. Фоном слугуватимуть яскраво-блакитні хвилі, м'які хмари, бульбашки води — усе це створює ефект свіжості. Колірна гама, що використовуються: бірюзовий, білий, світло-жовтий і зелений (натякає на лимон/лайм або огірковий смак). Можна додати кристалеві краплі води або 3D-ефект бризків. Назва напою ,наприклад: "Surf Chill" або "Ocean Breeze".

Склад продукту й логотип бренду розміщуються ззаду чи збоку.

Приклад ілюстрації дизайну упаковки охолоджуючого напою представлено на рис.

2. Він має сучасний вигляд із прозорою пляшкою, конденсатом для ефекту свіжості, яскравими цитрусовими акцентами та динамічною типографікою, що підкреслює енергію та натуральність продукту.

ВИСНОВКИ

Анімаційна реклама – це ефективний інструмент для просування напоїв, оскільки вона дозволяє передати унікальні особливості продукту в оригінальний та емоційний спосіб. Завдяки ефектам руху, динамічним персонажам та фантазійному візуалу бренди можуть створювати яскраві, впізнавані та незабутні ролики.



Рис. 2. Дизайн упаковки охолоджуючого напою

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Болдирева Ю. В., Колісник В. Ю. Дизайн рекламної продукції. Дипломна робота. Київський національний університет технологій та дизайну. 2021. 54 с. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23133/1/Dyplom022_Boldyreva_Kolisnyk.pdf.
2. Авраменко Ю. В. Сучасні технології дизайну в рекламі (на прикладі бренду Figlimon). Бакалаврська робота. Національний технічний університет України «КПІ ім. І. Сікорського». 2021. 58 с. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/42679/3/Avramenko_bakalavr.pdf.
3. Кавуненко І. І. Анімаційна реклама: сучасні засоби реалізації і напрямки розвитку. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2020. № 3. С. 85–90.
4. Дорошенко І. В. Особливості графічного дизайну у візуальній рекламі. Мистецтвознавчі записки. 2019. № 36. С. 42–47.
5. Мілевська О. П. Кольорові рішення в рекламній анімації: психофізіологічний аспект. Актуальні проблеми мистецької педагогіки. 2022. № 1. С. 58–63.

УДК 794.8:004.4

ЛІЩУК Дарина, МИРОШНИЧЕНКО Іванна
Луцький національний технічний університет

ПРИНЦИПИ ПРОЄКТУВАННЯ ДИНАМІЧНИХ ЛОКАЦІЙ У ВІДЕОІГРАХ

Анотація. Тема створення локацій у відеоіграх стає все більш актуальною в умовах сучасного розвитку ігрової індустрії. Вибір цієї теми обумовлений значним зростанням популярності відеоігор та складністю, що пов'язана зі створенням ігрових світів, які є не лише привабливими для гравців, але й ергономічно продуманими. Серед основних істотних властивостей створення локацій можна виділити такі аспекти, як інтерактивність, естетичність, функціональність, динамічність та когнітивне навантаження на гравця.

Ключові слова: принципи, проектування, динамічні локації, відеоігри, ігрова індустрія..

Abstract. The topic of creating locations in video games is becoming increasingly relevant in the context of the modern development of the gaming industry. The choice of this topic is due to the significant growth in the popularity of video games and the complexity associated with the creation of game worlds that are not only attractive to players, but also ergonomically well-thought-out. Among the main essential properties of creating locations, one can distinguish such aspects as interactivity, aesthetics, functionality, dynamism and cognitive load on the player.

Keywords: principles, design, dynamic locations, video games, gaming industry.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Створення локацій у відеоіграх є однією з найважливіших складових процесу розробки гри, оскільки від цього залежить рівень занурення гравця у гру та його взаємодія з віртуальним світом. Актуальність теми обумовлена тим, що з кожним роком ігрова індустрія розвивається все швидшими темпами, пропонуючи нові технології та підходи до створення контенту. Локації у відеоіграх впливають на емоційний стан гравців, їхню мотивацію та готовність продовжувати гру. Сучасні ігри використовують складні системи процедурної генерації середовищ, що дозволяють створювати динамічні та непередбачувані локації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У рамках дослідження було опрацьовано низку наукових та аналітичних джерел, що розкривають різні аспекти створення локацій у відеоіграх. Проблему аналізу технічних та культурних аспектів піднявНаприклад, праця Т. Чередиюка [1], який детально розглядає технічні та культурні аспекти локалізації, які впливають на сприйняття ігрових просторів різними аудиторіями. М. А. Bernal-Merino [3] досліджує глобальні підходи до локалізації та перекладу відеоігор, вказуючи на ключові виклики та можливості для інновацій. Праці S. Guennet присвячені аналізу перекладу та адаптації назв міст і персонажів у відеоіграх, що також впливає на відчуття автентичності ігрового світу [5].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз принципів проектування аспектів створення локацій у відеоіграх та визначення інноваційних підходів до їхнього дизайну.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Останнім часом дизайн локацій у відеоіграх зазнав значних змін завдяки появі нових технологій. Однією з ключових інновацій є процедурна генерація локацій, яка дозволяє створювати величезні світи з мінімальними зусиллями дизайнерів. Процедурна генерація використовує алгоритми для автоматичного створення ігрових просторів на основі заданих параметрів. Це дозволяє уникати повторюваності та забезпечує унікальний ігровий досвід для кожного гравця. Такі ігри, як No Man's Sky (рис.1) або Minecraft, демонструють потенціал цього підходу, де світ генерується в реальному часі, враховуючи дії гравця.

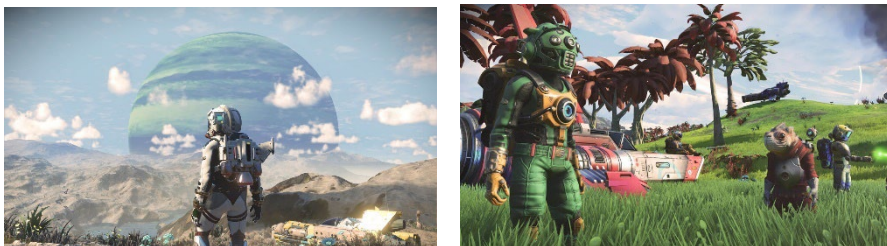


Рис.1. Гра No Man's Sky

Ще однією інновацією є використання штучного інтелекту (ШІ) для створення більш реалістичних та адаптивних ігрових просторів. ШІ здатний аналізувати поведінку гравця та відповідно до цього коригувати структуру локацій, додаючи нові елементи або змінюючи дизайн простору для забезпечення більшої інтерактивності. Такі системи здатні робити ігровий процес більш непередбачуваним і захоплюючим.

Крім того, розвиток технологій віртуальної реальності (VR) дозволяє створювати повноцінні 3D-простори, де гравець може безпосередньо взаємодіяти з середовищем. Це вимагає ретельного підходу до дизайну локацій з урахуванням фізичної присутності гравця у віртуальному просторі, врахування просторових обмежень та забезпечення зручності переміщення.

Створення ігрових локацій часто вимагає застосування знань із різних сфер дизайну. Однією з таких сфер є архітектурний дизайн, де принципи побудови реальних будівель і просторів застосовуються у віртуальних світах. Це стосується не тільки візуальної складової, а й функціональної: як будівля чи місцевість буде взаємодіяти з гравцем, чи буде вона зручною для пересування та вирішення задач.

Ландшафтний дизайн також відіграє важливу роль, особливо в іграх з відкритим світом, таких як The Witcher 3 чи Red Dead Redemption 2 (рис.1). У цих іграх ландшафти є важливими елементами, які впливають на ігровий процес та сприйняття світу. Дизайнери використовують реальні топографічні дані та інноваційні технології для створення реалістичних пейзажів.

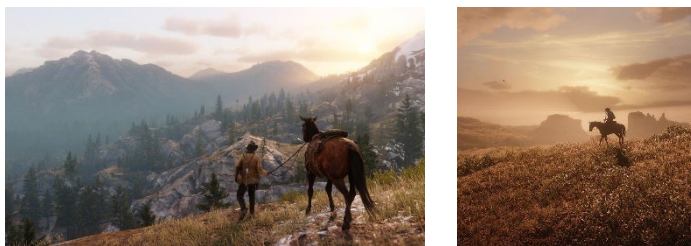


Рис.2. Red Dead Redemption

Графічний дизайн, у свою чергу, відповідає за створення візуальної стилістики локацій, їх колірну гаму та загальний художній напрямок. Використання світла та тіні, текстур та матеріалів є важливим для створення атмосфери та надання локаціям унікальності.

ВИСНОВКИ

Створення локацій у відеоіграх є складним та багатограним процесом, що вимагає врахування багатьох факторів, таких як ергономіка, інноваційні технології та кросдисциплінарний підхід. Ергономічні принципи допомагають забезпечити комфортну та інтуїтивну взаємодію гравця з ігровим простором, що підвищує залученість та задоволення від гри. Інноваційні технології, зокрема процедурна генерація та штучний інтелект, відкривають нові можливості для створення динамічних та адаптивних світів, що роблять кожен ігровий досвід унікальним. Застосування знань з архітектури, ландшафтного та графічного дизайну дозволяє створювати складні, реалістичні та захоплюючі локації, які сприяють розвитку сюжету та зануренню гравця у гру. Таким чином, тема створення локацій у відеоіграх є не тільки актуальною, але й перспективною для подальших досліджень, що включають як технологічний, так і мистецький аспекти цього процесу.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Череднюк Т. Особливості локалізації ігор. URL: <http://sbt.localization.com.ua/article/osoblivosti-lokalizatsiyi-ihor-opisi/> (дата звернення: 8.04.2025)
2. Шлякбитраф. Локалізаційна спілка URL: <http://sbt.localization.com.ua/> (дата звернення: 8.04.2025)
3. Bernal-Merino M. A. Translation and localisation in video games. Making entertainment software global. New York, NY: Routledge, 2014. – 301 p.
4. Bernal-Merino M. A. Challenges in the translation of video games URL: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/articles/02/02.pdf> (дата звернення: 8.04.2025)
5. Guyennet S. Translating City and Character Names in Video Games URL: https://www.gamasutra.com/blogs/SandrineGuyennet/20180212/314571/Translating_City_and_Character_Names_in_Video_Games.php (дата звернення: 8.04.2025)

УДК 794.8:004.4:7.01

МАТВІЙЧУК Ганна, РОМАНЮК Ольга
Луцький національний технічний університет

ГЕЙМДИЗАЙН СЕРІЇ РОЛЬОВИХ ІГОР THE ELDER SCROLLS: ЕВОЛЮЦІЙНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СЕРЕДОВИЩА

Анотація. В роботі йдеться про еволюцію та розвиток серії ігор The Elder Scrolls, в контексті геймдизайну і особливостей змін світу гри, ландшафту, механіки її створення та інші ігрові особливості. Проводиться аналіз п'яти частин гри, дослідження змін та порівняння специфіки розробки і зовнішнього вигляду кожної з частин. Підсумовані досягнення компанії Bethesda Game Studios які втілені в саме цій серії рольових ігор.

Ключові слова: геймдизайн, ландшафт, внутрішній світ, механіка, серія ігор.

Abstract. The work deals with the evolution and development of The Elder Scrolls series of games, in the context of game design and the peculiarities of changes in the game world, landscape, mechanics of its creation and other game features. An analysis of the five parts of the game, a study of changes and a comparison of the specifics of the development and appearance of each of the parts is carried out. The achievements of Bethesda Game Studios, which are embodied in this particular series of role-playing games, are summarized.

Keywords: game design, landscape, inner world, mechanics, series of games.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сьогодення – розквіт геймдизайну, але так було не завжди. Зародився гейм дизайн ще в середині минулого століття, все починалося з простих розробок ентузіастів-експериментаторів і лише в двохтисячних роках експерименти дійшли апогею та створили, здавалося б на той момент неможливе – онлайн ігри оснащені великими світами, які мали максимально наближені до реальності ландшафти; імітовані природні явища, такі як пориви вітру, зміна дня та ночі, опади та гравітація. Завдяки такому стрибку в розвитку геймдизайну, світ ігор став дедалі різноманітнішим, крім того ігри здобули новий мега-популярний напрямок, такий як рольові в жанрі екшн.

Яскравим представником цього жанру та виду є серія ігор The Elder Scrolls, яку представила компанія Bethesda Game Studios. Більшість гравців знає лише найдосконалішу частину серії - The Elder Scrolls V: Skyrim, але хибно вважає, що це єдина гра, а не серія ігор, яку об'єднує один світ і одна сюжетна лінія.

Якщо розвіяти цей міф, то можна побачити як довго компанія працювала над усіма частинами серії і наскільки досягла ідеалу у вигляді п'ятої частини, яка на думку гравців та багатьох критиків є найбільш досконалою та цікавою.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Весь шлях розвитку і всі свої здобутки компанія Bethesda публікує на своєму сайті [1], там можна дізнатися анонси нових серій ігор, вдосконалення механіки та нові доповнення ландшафту відкритого світу.

Ця серія ігор має неймовірну велику аудиторію, гравців з різних країн і навіть материків можна зустріти на фандом-сайті [2], де можна слідкувати не лише за доповненням ігор, а й створювати та ділитися ними самостійно.

Найгрунтовнішу навігацію та актуальну інформацію завжди можна знайти у відкритому доступі [3], вказані всі події, хронологія виходу ігор, співпраця компанії з іншими ресурсами й не тільки.

Ніхто й ніколи так не любив свої проєкти, як Bethesda Game Studios любить свою серію рольових ігор The Elder Scrolls [4].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета роботи полягає в тому, щоб дослідити еволюцію змін середовища серії рольових ігор The Elder Scrolls, починаючи з The Elder Scrolls: Arena закінчуючи The Elder Scrolls V: Skyrim. Завдання роботи: 1) дослідити внутрішній світ гри, особливості середовища, двигун та деталізацію кожної частини серії; 2) проаналізувати зміни середовища та зробити висновки, що змінилося, чи в кращу сторону і які це має наслідки.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

The Elder Scrolls – це одна з найпопулярніших серій рольових ігор в жанрі фентезі, яка була створена студією Bethesda Game Studios, що є дочірньою компанією Bethesda Softworks, яка й випустила цю серію.

The Elder Scrolls: Arena (1994) перша гра, що започаткувала серію. Ігровий світ складається з континенту під назвою Тамрієль, він складається з дев'яти провінцій, кожна з них має свій особливий клімат, населення, архітектуру та часовий пояс; гравець має можливість знайти та відвідати 400 міст, селищ та підземель; реалістично створені також погодні умови, зміни дня та ночі та їхній вплив на NPS; середовище, в якому головний персонаж проведе найбільше часу – це підземелля, які наповнені пастками, головоломками та головними ворогами героя, через велику кількість квестів, що пов'язані із підземеллями та закритий світ – вони можуть здатися одноманітними і передбачуваними. Гравець може взаємодіяти із середовищем гри, наприклад: відчиняти двері, брати до рук інвентар, активувувати механізми.

Атмосфера гри цілком відповідає вимогам фентезі, тут присутня магія, деталізація архітектурних руїн середньовіччя та безліч різноманітних чудовиськ, що стають на шляху головного персонажа. Механізм гри дозволяє гравцю самостійно обрати темп існування в грі, це може бути як подорож і дослідження підземель, так і шлях воїна, яким гравець може стати в ході виконання квестів.

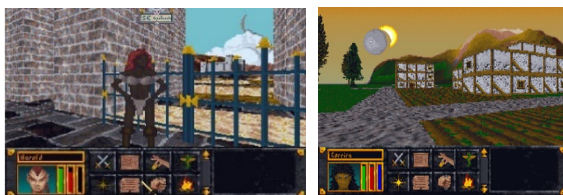


Рис. 1. Середовище Арени 1994 рік.

The Elder Scrolls II: Daggerfall (1996) друга частина серії, події розгортаються на тому ж континенті Тамрієль, а саме, в Ліакській затоці, до складу якої входить Висока

Скеля (High Rock) та Хаммерфелл (Hammerfell); загалом світ став в рази масштабнішим і становить до 161 000 квадратних кілометрів, кількість локацій збільшується до 15 тисяч, крім підземель і селищ ще додаються міста, фортеці, кладовища та святині. Найбільш деталізовані локації - крізь які проходить головна сюжетна ланка. Більш опрацьовані погодні умови, кліматичні зони та їх вплив на середовище і атмосферу. Ландшафт стає різноманітнішим складається з: гір, пустель, рівнин та лісів. Архітектура кожного поселення має свій унікальний яскраво виражений стиль та дизайн.

Найбільш складними в проходженні стали підземелля, які продовжують відігравати основну роль в середовищі світу, тепер вони складаються з лабіринтів та безлічі пасток і таємниць. Загалом атмосфера гри стає яскраво вираженою та інтуїтивно впізнаваною – готичною. Недоліком середовища лишилася одноманітність та баги, через збільшення розмірів світу та його деталізацію.

The Elder Scrolls III: Morrowind (2002) – третя частина легендарної серії. Події частини відбуваються в межах острова Вварденфелл, який є частиною провінції Морровінд, регіон відрізняється від класичних фентези-світів, має екзотичну та аномальну атмосферу. Ландшафт острова є дуже контрастним, вулканічні пусті переходять у болотисті рівнини, густі ліси переростають в гірську місцевість.

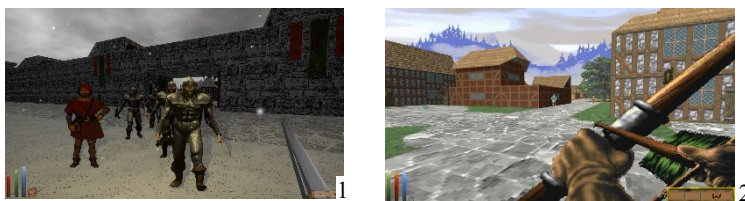


Рис. 2. Середовище Дагерфеллу 1996 рік

Архітектура має поділ за етнічними та культурними особливостями; данмери (темні ельфи) – мають поселення двох типів – це або багатоповерхові будинки з вулканічного каменю, або поселення на базі величезних грибів; у імперців споруди та фортеці побудовані в класично європейському стилі; мешканцями наметів у пустельних регіонах стали – ашлендери. Ключовою частиною ландшафту став вулкан Червона гора (Red Mountain), по периметру якого простягаються пустельні землі, що вкриті попелом та лавою, подекуди трапляються руїни, мешканцями яких є небезпечні вулканічні істоти. Акцентуючи увагу, на атмосфері чужого світу, розробники створили унікальний



Рис.3. Середовище Морровінду 2002 рік

рослинний світ, його представниками є: гігантські гриби, дерева-вогні, кактуси та

екзотичні кущі. Підземелля також мають поділ: двемерські руїни (залишки попередньої найрозвиненішої цивілізації, наповнені механізмами та пастками); даєдричні святині (місця поклоніння темним силам, в яких мешкають демонічні духи); печери та гробниці (наповненні прокляттями та скарбами). Автентичність та глибину світу створюють місцеві культури та звичаї, основою яких є віра в Трибунал, та відношення до культів даєдра. Збільшуються також можливості взаємодії з світом, тепер гравець може відкривати скрині, зривати рослини та читати книги. Книги мають текст, що відображає всі історію Тамрієля, відсилки на попередні частини та спойлери на наступні.

The Elder Scrolls IV: Oblivion (2006) – четверта частина, головна локація – серце Імперії, центральна провінція Тамрієлю – Сироділ. Ландшафт класично європейських пейзажів – ліси, пагорби, поля, озера та гори. Центром середовища є Імперське місто, що розташоване в центрі провінції, характеризується високою деталізацією вираженою в архітектурі. Більш опрацьованою та реалістичною стає динамічна графіка, така як, зміна дня та ночі, освітлення, тіні, опади, туман, сонячне проміння та зорі; дедалі різноманітнішою є й рослинність, яку тепер можна використовувати для алхімії. Сироділ має регіональний поділ: західні ліси (навколо міста Скінград), південні джунглі (біля Лейавіна), гірські хребти (північ біля Бруми), болотиста місцевість (провінції навколо Чейдинхолу). Однією з найголовніших частин сюжету є ворота Облівіону, за ними знаходиться спустошений світ закритий лавою і фортецями даєдра, який є частиною сюжету. Кожне місто світу має свої архітектурні особливості: Чейдинхол – витончені східні мотиви; Брума – кам'яні будівлі під впливом скандинавського стилю; Скінград – готичний стиль в оточенні виноградників; Лейавін – тропіки й болота, що знаходяться під впливом каджитів та аргоніан. Інтерактивність середовища забезпечує фізичний рушій

Навок, завдяки якому гравець має змогу взаємодіяти зі світом, а саме – збирати рослини, користуватися ковальськими майстернями та алхімічними столами, в якості відчуття прогресу має змогу купувати нерухомість в містах та селищах. Атмосфера гри є класично фентезійною, що робить її зрозумілою для нових гравців. Більше уваги приділено музичному супроводу, він змінюється в залежності від подій гри, більшої епічності додає саундтрек Джеремі Соула, під його супровід буде проходження й четвертої частини серії.

The Elder Scrolls V: Skyrim (2011) – четверта, культова гра серії. Події розгортаються в північній провінції Тамрієлю – Скайрмі, батьківщині нордів. Ландшафт різноманітний, найбільш виділяються довгі річки та засніжені гори, провінція поділяється на ярлства, де є різні міста, населення та ландшафти. Гра орієнтована на висвітлення культури північного епосу, атмосферу створює скандинавська культура, музика, архітектура та традиції. Найхарактерніші міста: Вайтран – центр торгівлі, дерев'яні архітектурні ансамблі, головна з них – Драконяча Межа; Віндхельм – колишня столиця, керівник повстанець – Ульфрік Буревісник; Солітюд – столиця Скайрмі, що знаходиться під впливом Імперії; Ріфтен – столиця Гільдії Крадіїв, впізнана завдяки каналам кризь

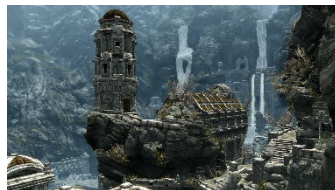


Рис.4. Середовище Облівіона 2006 рік

місто та рибальськими традиціями. Найбільш реалістична і різноманітна флора та фауна, в порівнянні з попередніми частинами. Центральним елементом гри є дракони, які створюють постійну напружену атмосферу і пряму загрозу. Головною особливістю серед ландшафтів виступає гора Високий Хротгар, де знаходиться храм Сивогривів. Незвичним стає проходження гри завдяки вертикальності середовища, це підйоми, сходження,



1



2

Рис. 5. Середовище Скайріму 2011 рік

падіння, та огляд локацій з висоти гір. Всі підземелля є результатами ручної роботи, що робить їх автентичними та неповторними. Екосистема світу максимально реалістична, тварини поведуть себе як і в реальному житті, головний герой отримує нові можливості такі як: полювання, риболовля, приготування їжі, режим гри «виживання». Користувач має необмежену свободу вибору, світ адаптується до його дій, що робить гру захоплюючою, а кожне проходження – неповторним.

ВИСНОВКИ

Серія ігор The Elder Scrolls стала проривом в гейм-дизайні, завдяки глибокій деталізації світу, постійному вдосконаленні та максимальному зануренні користувачів в світ фентезі, де право вибору необмежене. Кожна частина гри ставала культовою та йшла в ногу з часом, на момент виходу, завдяки чому неодноразово отримувала звання гри року.

Розробникам вдалося створити величезний світ, який має свою неповторну історію, в яку користувач має можливість зануритись з головою.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Офіційний сайт Bethesda. URL: <https://elderscrolls.bethesda.net/en>. (Дата звернення: 02.03.2025).
2. Найбільший фан-дім гри. URL: https://elderscrolls.fandom.com/wiki/The_Elder_Scrolls_Wiki. (Дата звернення: 02.03.2025).
3. Вся інформація про серію ігор та розробників. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/The_Elder_Scrolls. (Дата звернення: 02.12.2024).
4. Стаття про розробників гри. URL: <https://www.pcgamer.com/the-evolution-of-the-elder-scrolls/> (дата звернення: 02.03.2025)

УДК 004.382.745:004.4:004

МАХОРТОВА Анастасія, ШАУРА Аліна
Київський національний університет технологій та дизайну

РОЛЬ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ У СУЧАСНОМУ ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Анотація. У роботі проаналізовано значення мобільних додатків у цифровому просторі. Розкрито їхній вплив на різні аспекти повсякденного життя, зокрема побут, навчання, бізнес і дизайн. Особливу увагу приділено інтерактивному та адаптивному дизайну мобільних додатків, їх технологічному розвитку та ролі у формуванні користувацького досвіду. Надано короткий огляд актуальних мов програмування і тенденцій у сфері UX/UI.

Ключові слова: мобільні додатки, адаптивний дизайн, програмування, UX/UI, технології.

Abstract. The paper analyzes the importance of mobile applications in the digital space. Their impact on various aspects of everyday life, including life, education, business and design, is revealed. Special attention is paid to the interactive and adaptive design of mobile applications, their technological development and role in shaping the user experience. A brief overview of current programming languages and trends in the field of UX/UI is provided.

Keywords: mobile applications, adaptive design, programming, UX/UI, technologies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі мобільні додатки стали незамінним інструментом як для індивідуального користувача, так і для бізнесу. З їх допомогою здійснюється доступ до онлайн-послуг, керування фінансами, підтримка здоров'я, комунікація тощо. Проблема полягає в необхідності створення таких додатків, які будуть максимально зручними, функціональними, інклюзивними та адаптованими до потреб широкої аудиторії. Відповідно, постає потреба в дослідженні інструментів, принципів і підходів, які дозволяють підвищити ефективність мобільного програмного забезпечення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Король А. та Содомо О. [1] дослідили вплив мобільних додатків на повсякденне життя, вказавши на зростання ролі таких продуктів у доступі до інформації, послуг і комунікації. Ічанська Н. і Улько С. [2] наголошують на важливості інтуїтивного дизайну, ефективності та адаптивності додатків до потреб користувача. У роботі Дербеньова О. [3] представлено огляд актуальних технологій: нативних, гібридних та кросплатформних, а також розглянуто їхню ефективність у сфері освіти. Чжан Чжиюань та Чуботіна І. [4] проаналізували інтерактивні можливості у мобільному дизайні. Маркотт Е. [5] акцентує увагу на адаптивному веб-дизайні та значенні гнучких інтерфейсів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є вивчення особливостей створення мобільних додатків з урахуванням вимог до дизайну, технологічного виконання, інноваційних рішень та користувацького досвіду.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Мобільні додатки — це не просто інструменти, а цифрові екосистеми, що

забезпечують вирішення особистих і професійних задач. Їхня ефективність залежить від здатності адаптуватися до потреб користувачів, контексту використання та розвитку технологій. Особливого значення набувають UX/UI-рішення, адаптивність інтерфейсів, інтеграція з іншими платформами, безпека персональних даних.

Інтерактивні елементи, гейміфікація, інклюзивність, підтримка жестового керування — усе це підвищує користувацьку залученість. Використання AR/VR відкриває нові вектори для дизайну додатків у креативних і навчальних середовищах. Роль дизайнера полягає не лише у візуальному оформленні, а й у створенні логіки взаємодії, інтуїтивної навігації, структури контенту.

Інструментальна база — ще один критично важливий аспект. Swift, Kotlin, Dart у Flutter, React Native — кожна мова або фреймворк має свої переваги залежно від мети додатка та платформи. Сучасна практика передбачає використання CI/CD, DevOps-підходів, аналітичних інструментів, що дозволяють вивчати поведінку користувача та вдосконалювати продукт після релізу. Розробники активно інтегрують аналітичні сервіси, які допомагають відстежувати збої, моніторити взаємодію користувачів із інтерфейсом і будувати дорожні карти розвитку додатку.

Окремо варто розглянути важливість користувацьких сценаріїв. Програмні рішення повинні враховувати локацію користувача, умови зовнішнього середовища, швидкість інтернету, час доби тощо. Такі фактори формують нову реальність персоналізованого інтерфейсу, який здатен змінюватися у залежності від контексту використання. Важливо зазначити, що для успішного запуску додатку необхідна злагоджена робота дизайнерів, програмістів, аналітиків і маркетологів. Етапи розробки включають дослідження цільової аудиторії, створення прототипу, тестування, запуск MVP і поступове нарощування функціоналу. Такий підхід забезпечує як зниження ризиків, так і економію ресурсів.

Після запуску продукт потребує постійної підтримки. Регулярні оновлення, збирання зворотного зв'язку та A/B-тестування дають змогу оперативно реагувати на зміну поведінки користувачів, упроваджувати нові функції та зберігати лояльність аудиторії. Застосування методів Agile і DevOps сприяє підвищенню швидкості розробки та якості програмного забезпечення.

Естетичний аспект не менш важливий, адже перше враження користувача формується саме завдяки візуальній складовій. Простий, лаконічний, візуально привабливий інтерфейс із чіткою типографікою, збалансованою кольоровою палітрою та зручною навігацією сприяє ефективному сприйняттю інформації. Окрім цього, адаптивний дизайн дозволяє використовувати додатки на різних пристроях, що значно розширює їхню аудиторію. Безпека даних — ще один критично важливий чинник. Сучасні мобільні додатки повинні відповідати вимогам GDPR, забезпечувати шифрування даних, двофакторну автентифікацію та контроль доступу. Розробники мають передбачити політику конфіденційності, прозоре збирання інформації та чіткі механізми її обробки.

Усе це підкреслює необхідність багатогранного підходу до розробки: дизайнерського бачення, гнучкого технологічного вибору, безперервного вдосконалення та фокусування на потребах кінцевого користувача.

Мобільні додатки залишаються одним із головних інструментів цифрової трансформації в різних галузях. Їхнє значення зростає завдяки постійному розвитку технологій, розширенню можливостей взаємодії з користувачем і впровадженню інновацій

у дизайні. Сучасні мобільні додатки — це комплексні рішення, які поєднують у собі технічну досконалість, інтуїтивну зручність та естетичну привабливість. Важливою передумовою успішної реалізації проєктів є здатність адаптуватися до змінного цифрового середовища, враховувати поведінкові патерни користувачів і гнучко реагувати на нові виклики. Надійна архітектура, регулярне тестування, інтеграція користувацького зворотного зв'язку — усе це створює підґрунтя для стабільного функціонування додатків та забезпечення високого рівня задоволення клієнтів.

ВИСНОВКИ

Отже, ефективна мобільна розробка вимагає стратегічного бачення, міждисциплінарного підходу й орієнтації на людину. Врахування технічних, дизайнерських, аналітичних і поведінкових факторів дозволяє створювати продукти, що не лише відповідають сучасним вимогам, а й формують стандарти майбутнього. Мобільні додатки продовжують відігравати провідну роль у цифровій трансформації суспільства, формуючи нові підходи до комунікації, роботи, навчання та особистої організації. Їхній розвиток демонструє тісну інтеграцію технологій, дизайну та користувацьких очікувань. Створення ефективного мобільного додатку вимагає всебічного підходу, що охоплює як інженерні рішення, так і гуманітарні аспекти, зокрема візуальну айдентику, UX-досвід, адаптивність до фізичних можливостей користувача та персоналізацію взаємодії.

З точки зору дизайну, ключовими є простота, візуальна узгодженість, гнучке компоновання елементів інтерфейсу та доступність. Інклюзивність та можливість використання додатків людьми з різними потребами — одна з головних ознак якісного продукту. Імерсивні технології, як-от AR і VR, дозволяють значно розширити межі взаємодії. Таким чином, успішна мобільна розробка — це результат взаємодії різних дисциплін і глибокого розуміння кінцевих користувачів. Пріоритет має надаватися не лише функціональності, а й емоційному досвіду, що формує лояльність і частоту використання. Створення додатків, орієнтованих на людину, є ключем до їхнього довготривалого успіху в цифровому середовищі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Король А., Содомо О. Роль мобільних додатків у сучасному житті людини URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/24789/1/APSD_2023_V2_P344-347.pdf (дата звернення: 28.04.2025)
2. Ічанська, Н. В., Улько, С. І. Основні аспекти створення мобільних додатків та вибір інструментів їх розробки. *Збірник наукових праць ПолтНТУ. Серія: Інформатика та кібернетика*, (1), 2020, 66–70 Ст. URL: <https://reposit.nupp.edu.ua/handle/PolNTU/6848> (дата звернення: 28.04.2025)
3. Дербеньов О. Технології розробки мобільних додатків. URL: <https://e-journals.udu.edu.ua/index.php/ikt/article/view/1447> (дата звернення: 30.04.2025)
4. Чжан Ч., Чуботіна І. Роль інтерактивності у дизайні візуальної комунікації. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28228> (дата звернення: 29.04.2025)
5. Маркотт Е. Responsive Web Design. Медіа-книга, 2011. URL: <https://archive.org/details/responsivewebdesign> (дата звернення: 28.04.2025)

УДК 339.138:659.126:004.738.1:7.05

МАХОРТОВА Марія, ШАУРА Аліна
Київський національний університет технологій та дизайну

ЗНАЧЕННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ ДЛЯ ВЕБ-САЙТУ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО АГЕНТСТВА

Анотація. У роботі досліджено значення фірмового стилю для розробки веб-сайту дизайнерського агентства. Проаналізовано основні складові фірмового стилю, їхню роль у формуванні візуальної ідентичності бренду та важливість для залучення цільової аудиторії. Розкрито актуальні підходи до побудови айдентики через логотип, кольорову палітру та шрифтове оформлення.

Ключові слова: фірмовий стиль, бренд, логотип, кольорова палітра, дизайн сайту.

Abstract. The paper examines the importance of corporate identity for the development of a design agency's website. The main components of corporate style, their role in forming brand visual identity, and their significance for attracting the target audience are analyzed. Modern approaches to building identity through logo, color palette, and typography are revealed.

Keywords: corporate style, brand, logo, color palette, website design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному конкурентному світі дизайнерські агентства повинні створити унікальну та впізнавану візуальну ідентичність. Одним із основних інструментів досягнення цього є фірмовий стиль. Правильне його використання у веб-дизайні може допомогти виділити ваш бренд серед конкурентів, завоювати довіру користувачів і створити емоційний зв'язок із аудиторією. Відсутність чіткої ідентифікації може спричинити втрату інтересу потенційних клієнтів.

Вирішення проблеми фірмового стилю допоможе агентствам вдосконалювати свій дизайн та бути унікальними на ринку конкурентів, що в свою чергу допоможе привертати увагу все більшої аудиторії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасна дизайнерська література підтверджує важливість фірмового стилю у формуванні репутації бренду. Дослідження Девіда Ейрі, Аліни Вілер та інших авторів [1-4] зосереджені на необхідності ретельного вибору кольорів, шрифтів і логотипів для створення цілісного іміджу компанії. Також особливу увагу було приділено адаптації елементів фірмового стилю в цифровому просторі, що вкрай важливо для ефективної роботи сайту. Для успішного створення фірмового стилю необхідно покладатись на дослідження та публікації, які допоможуть краще зрозуміти тему та розробити унікальний фірмовий стиль, який буде не лише привабливим, але й зручним у використанні.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є вивчення ролі фірмового стилю в створенні веб-сайту дизайнерського агентства. Завданнями є: 1) визначити складові фірмового стилю; 2) проаналізувати їхній вплив на візуальну ідентичність; 3) розробити рекомендації щодо правильного застосування елементів фірмового стилю у веб-дизайні.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Фірмовий стиль у кіберпросторі відіграє важливу роль у створенні загального іміджу організації та зміцненні довіри та емоційного зв'язку з користувачами. У процесі дослідження ми зосереджуємося на ключових компонентах ідентичності бренду, таких як логотипи, кольорні палітри, шрифти та графічні елементи, щоб створити впізнаваний стиль бренду. Особлива увага приділяється вивченню сучасних тенденцій веб-дизайну, з акцентом на простоті, легкості навігації та адаптованості до різних типів пристроїв. Також аналізується важливість правильного візуального представлення інформації для забезпечення позитивного досвіду користувача. Формування єдиного стилістичного напрямку дозволяє дизайн-агентству підкреслити свою унікальність, виділитися серед конкурентів і забезпечити ефективну взаємодію з аудиторією через цифрові канали комунікації.

Фірмовий стиль – це система візуальних елементів, яка допомагає підвищити впізнаваність бренду та сформувати індивідуальність та емоційне сприйняття бренду у свідомості споживачів. Для дизайнерських агентств фірмовий стиль особливо важливий, оскільки він демонструє професіоналізм і креативність перед початком роботи з клієнтами.

Основними елементами фірмового стилю є: логотип, фірмові кольори, фірмові шрифти, окремі графічні елементи та загальні правила їх використання [1]. Кожен елемент повинен виконувати свою функцію і гармонійно поєднуватися у візуальній комунікації.

На наш погляд, логотип є основним елементом бренду. Він має бути простим, таким, що запам'ятовується, і відповідати тому, чим займається компанія. Для дизайнерського агентства логотип часто втілює основні цінності бренду: креативність, інновації та професіоналізм [2]. Відтінок задає емоційний тон вашому спілкуванню. Теплі кольори можуть передати енергію та життєву силу, а холодні кольори можуть передати спокій та надійність. На веб-сайті організації має бути послідовно використана обрана кольорова палітра: кнопки, заголовки, фони, ілюстрації [4].

Шрифти також є важливою частиною фірмового стилю. Вони передають характеристики бренду: строгість, елегантність, сучасність або відкритість. Для веб-сайтів важливо вибирати шрифти, які читаються на всіх пристроях [3]. Графічні елементи (візерунки, іконки, фотографії) створюють додаткову емоційність. Важливо, щоб вони вписувалися в загальну концепцію бренду і доповнювали стиль сайту.

Однією з основних вимог до фірмового стилю у веб-дизайні є його адаптивність — можливість однаково ефективно виглядати на різних екранах: смартфонах, планшетах, ноутбуках. Логотип має бути зрозумілим у зменшеному розмірі, а кольори — зберігати свою насиченість і контрастність на різних типах дисплеїв. Ще одним важливим аспектом є послідовність застосування фірмового стилю на всіх сторінках сайту. Це допомагає створити логічний та зручний для користувача інтерфейс, де кожен елемент сприймається як частина єдиного візуального простору бренду [1].

Також все більше компаній прагнуть підкреслювати у своєму візуальному стилі цінності бренду, такі як екологічність, інклюзивність, інноваційність. Це можна втілити через використання відповідних візуальних символів, натуральних кольорів, мінімалістичних форм [2].

Також процес брендингу має бути послідовним і детально продуманим. Від створення візуальної ідентичності ви забудете не лише графічну узгодженість, а й цілісність у комунікації всього бренду. Дизайнери розробляють фірмовий стиль,

аналізуючи та враховуючи всі складові вашого бренду, і формують графічну систему, яка найкраще відображає його імідж.

Створення фірмового стилю є чудовою інвестицією в розвиток бренду. Спочатку може здаватися, що достатньо лише логотипа та візитки. Наступні проекти реалізовуватимуться значно легше, адже дизайнер працюватиме з готовим шаблоном, а не створюватиме щось нове щоразу. Це робить весь процес побудови бренду з допомогою професійної візуальної ідентифікації доступнішою в довгостроковій перспективі.

Таким чином, фірмовий стиль є основою для створення цілісного, впізнаваного та ефективного веб-сайту дизайнерського агентства. Його правильне формування та застосування дозволяє не тільки привертати увагу користувачів, але й формувати довіру, що є головним для успішного просування бренду на ринку.

ВИСНОВКИ

Фірмовий стиль є важливим інструментом для створення ефективного дизайну веб-сайту дизайнерського агентства. Він допомагає будувати унікальний образ, встановлювати довіру і сприяти залученню нових клієнтів. Ретельно продуманий фірмовий стиль у поєднанні з якісним веб-дизайном стає запорукою успішної комунікації бренду в цифровому середовищі.

Чітке і послідовне застосування фірмового стилю є важливим чинником, що сприяє зростанню довіри до бренду та допомагає вирізнити його серед конкурентів. Це дозволяє створювати емоційний зв'язок із цільовою аудиторією, що є критично важливим для формування лояльності та підвищення зацікавленості в продуктах або послугах компанії.

Отже, правильно розроблений фірмовий стиль формує єдину концепцію сприйняття інформації, що дозволяє користувачам швидко орієнтуватися у контенті та не відволікатися на непотрібні елементи. Він виступає не лише візуальним елементом, але й важливим інструментом в комунікації з аудиторією, задаючи тон і стиль для всіх аспектів бренду. Від послідовного застосування фірмових кольорів, шрифтів, логотипу до збереження єдиного підходу до візуальних і текстових матеріалів – кожен елемент працює на створення цілісного і привабливого образу компанії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Вілер А. Ідентичність бренду. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю. Львів: Видавництво «Студія дизайну», 2017. 180 с.
2. Ейрі Д. Логотип і фірмовий стиль. Керівництво дизайнера. Київ: Видавництво «Баланс Бізнес Букс», 2019. 256 с.
3. Дубрівний П. Сучасний веб-дизайн: особливості, тенденції розвитку, прогнозування. URL: <https://journals.urau.ua/kis/article/view/180952> (дата звернення 28.04.2025)
4. Ніколаєва О.А. Фірмовий стиль як маркетинговий інструмент формування бренду компанії. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/da74665f-81ed-4a33-a159-724f31264fb3> (дата звернення 29.04.2025)

УДК 7.05:004.928:77.04

МІЩУК Олександр, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ ВІДЕОІГОР: ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ РІВНІВ, ПЕРСОНАЖІВ ТА ЕФЕКТІВ

Анотація. У роботі проведено глибинний аналіз концептуального проєктування відеоігор з акцентом на особливості візуалізації рівнів, персонажів і ігрових ефектів. Вивчено сучасні підходи до створення концепт-арту, 3D-моделювання, анімації, а також використання штучного інтелекту у процесі розробки візуальних елементів ігрового світу. Дослідження підтверджує, що поєднання традиційних художніх методів із передовими технологіями відкриває нові перспективи для створення захопливого та емоційно насиченого ігрового досвіду. Розглянуто вплив культурної різноманітності у дизайні персонажів, інтерактивності рівнів і ролі спецефектів для підсилення ігрового антуражу.

Ключові слова: концептуальне проєктування, відеоігри, візуалізація рівнів, дизайн персонажів, ігрові ефекти, концепт-арт, 3D моделювання, штучний інтелект.

Abstract. The paper conducts an in-depth analysis of the conceptual design of video games with a focus on the peculiarities of visualizing levels, characters, and game effects. Modern approaches to creating concept art, 3D modeling, animation, and the use of artificial intelligence in the process of developing visual elements of the game world are studied. The study confirms that the combination of traditional artistic methods with advanced technologies opens up new perspectives for creating an exciting and emotionally rich gaming experience. The influence of cultural diversity in character design, level interactivity, and the role of special effects in enhancing the game environment is considered.

Keywords: conceptual design, video games, level visualization, character design, game effects, concept art, 3D modeling, artificial intelligence.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Індустрія відеоігор сьогодні є однією з найдинамічніших та найрізноманітніших у світі мистецтва та розваг. Відеоігри сьогодні перестали бути просто розвагою. Вони стали потужним медіа-інструментом, здатним передавати складні історії, соціальні меседжі і культурні коди. Їх візуальна складова – рівні, персонажі, ефекти – є одними із ключових факторів, що визначають глибину занурення та емоційний відгук гравця.

Однак, традиційні методи візуалізації ігрових елементів старіють у швидкозмінному технічному та культурному середовищі. Поява та розвиток новітніх технологій – 3D-моделювання, штучного інтелекту, просунутих анімаційних систем – вимагає перегляду підходів до концептуального проєктування. Разом із тим, глобалізація ігор привносить необхідність більш чутливого та продуманого підходу до культурної та

соціальної репрезентації персонажів, щоб уникати стереотипів і підтримувати різноманітність.

Проблемою лишається відсутність комплексного підходу, який би одночасно поєднував художні, технічні та соціокультурні аспекти візуалізації у відеоіграх. Невелика кількість таких системних досліджень ускладнює створення збалансованих та інноваційних ігор, що відповідають сучасним вимогам аудиторії.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останні дослідження у сфері гейм-дизайну демонструють зростання уваги до ролі концептуального проєктування як фундаментальної частини розробки ігор. Зокрема, Джессі Шелл (Jesse Schell) [1] наголошує на необхідності дивитись на ігри через безліч «лінз» – різних перспектив, які допомагають дизайнерам комплексно опрацювати кожен елемент гри, враховуючи естетику, механіку, наратив та досвід гравця. Крис Соларські (Chris Solarski) [2] підкреслює важливість традиційних мистецьких принципів у створенні візуальних образів, що поєднуються з цифровими технологіями для досягнення реалістичності та унікальності персонажів і середовищ. Дослідження Азірета Туменбаєва (Aziret Tumenbayev) [3] зосереджено на комунікаційній ролі персонажів у відеоіграх, їхньому впливі на емоційне залучення гравців та соціокультурних аспектах дизайну. Зокрема, аналіз Apex Legends демонструє, як правильно продуманий дизайн персонажів з урахуванням різноманіття сприяє глибшому зануренню та позитивній взаємодії в ігровому просторі.

Також значна увага дослідників приділяється застосуванню штучного інтелекту у процесі концептуального проєктування. AI слугує потужним інструментом для генерації ідей, референсів та швидкого прототипування, однак потребує художнього контролю для збереження індивідуальності стилю [4].

Проте, у науковій літературі поки що бракує комплексних узагальнень, що охоплювали б усі аспекти візуалізації: від рівнів до персонажів і спецефектів, з урахуванням культурних, технологічних та ігрових вимог.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Основною метою дослідження є виявлення та систематизація ефективних методів та інструментів концептуального проєктування візуальних компонентів відеоігор – рівнів, персонажів та ефектів.

Завдання дослідження включають: 1) проаналізувати сукупність сучасних технологій і художніх підходів до створення візуальних елементів у відеоіграх; 2) дослідити роль концептуалізації та розробки відео ігрових рівнів; 3) розглянути методи концептуалізації персонажів у іграх.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Одним із ключових аспектів створення ігрового світу є процес концептуалізації його візуальної складової, зокрема локацій, рівнів та просторового середовища, що формують ігровий досвід та визначають глибину занурення гравця.

Процес концептуалізації локацій включає створення художньої карти світу з унікальною географією, кліматом, архітектурою та екосистемою. Важливим є опрацювання логіки простору: гравець повинен інтуїтивно розуміти, куди йти, які об'єкти інтерактивні, де приховані елементи. Візуальний стиль – постапокаліптичний, футуристичний, середньовічний тощо – визначає палітру кольорів, освітлення та загальний настрій середовища (рис.1). У дизайні середовищ часто використовуються

референси з реального світу – від географічних карт до ескізів старовинної архітектури. Такі ігри, як «Ghost of Tsushima» та «Red Dead Redemption 2», демонструють високу деталізацію, природний дизайн пейзажів і органічну інтеграцію з геймплеєм. Окрему роль відіграють погодні умови, час доби та динамічне освітлення, що змінює візуальний досвід гравця [5].

Рівні в відеоіграх – це середовище, у якому відбувається взаємодія гравця з ігровим світом. Концептуальне проєктування рівнів починається із створення плану простору, визначення стилю та атмосфери. Дизайнер рівнів разом з художником-концептуалістом створюють карту світу, визначають основні вузли, де розгортаються події, шляхи гравця та взаємодії з об'єктами (рис.2). Концепт-арт допомагає на етапі препродакшену сформулювати візуальну стилістику, архітектурну мову та колористику майбутніх локацій. У сучасних іграх часто застосовується багаторівнева структура з використанням вертикального дизайну простору (як у серіях «Uncharted» та «Assassin's Creed»). Це забезпечує не лише візуальне різноманіття, а й варіативність геймплею. Також активно застосовується так званий «environmental storytelling»- метод, коли середовище саме по собі розповідає історію без слів. Наприклад, зруйновані будівлі, залишки побуту чи сліди бою можуть глибоко розкрити наратив гри [6].

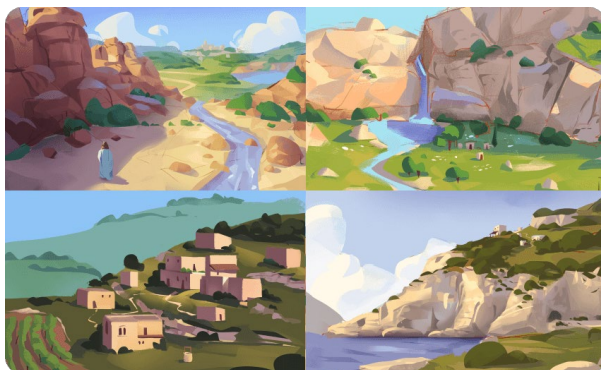


Рис. 1. Концептуалізація та дизайн ігрових локацій.

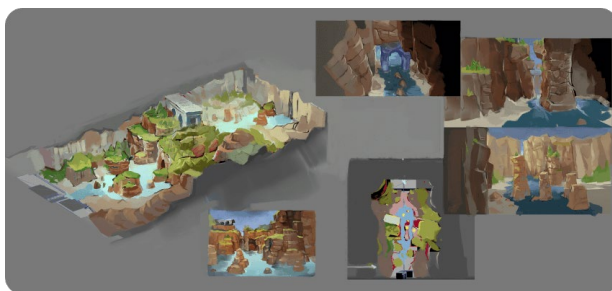


Рис. 2. Концептуалізація рівнів.

Персонажі як один із найважливіших елементів гри формують емоційний зв'язок з гравцем. Ефективний дизайн враховує не лише візуальні характеристики (силует, кольори, текстури), а й соціокультурний контекст, щоб уникнути або підкреслити стереотипізацію, підтримати різноманітність, одночасно зберігаючи інтуїтивно зрозумілий асоціативний ряд [3].

Концептуалізація персонажів у грі – це процес, що поєднує в собі художній стиль, геймплейну функцію та наративну ідентичність. Він розпочинається з визначення ролі персонажа (протагоніст, антагоніст, NPC) та його психотипу, що має відображатися через зовнішність, пластику тіла та деталі одягу. Після цього створюються десятки варіантів концепт-арту: силуети, експерименти з пропорціями, кольорові варіації, аналіз форми та руху. Силует повинен бути чітким і впізнаваним навіть у затемненні, адже це допомагає орієнтації в бою чи натовпі (рис.3).

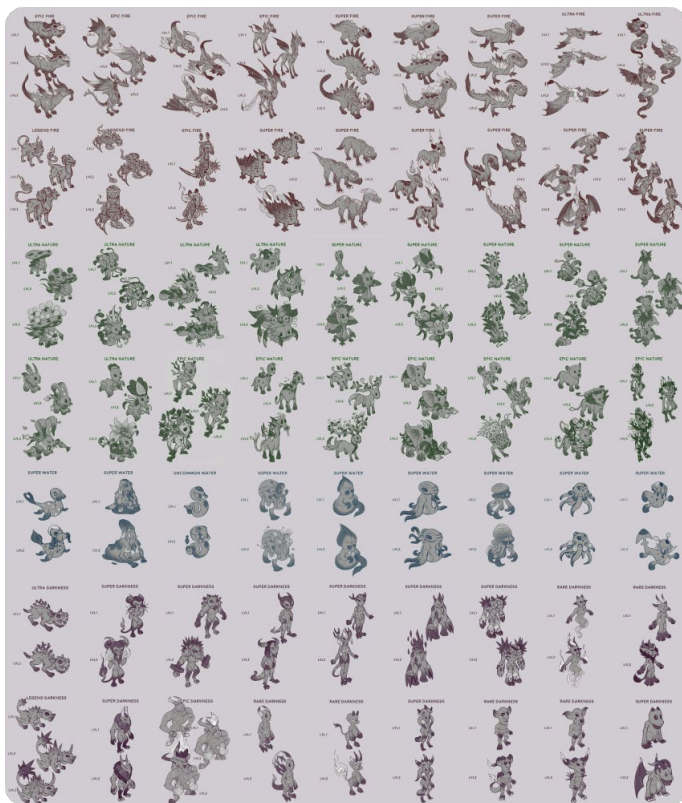


Рис. 3. Концептуалізація ігрових та неігрових персонажів.

Ігрові спецефекти підсилюють відчуття динаміки та напруги, підтримуючи емоційну складову гри. Частинки, освітлювальні ефекти, анімації рухів – усе це розробляється з урахуванням стилю гри та технічних обмежень (рис. 4). Ефекти можуть мати ігрову функцію (наприклад, підсвічування інтерактивних елементів), а також бути виключно естетичними (вибухи, магичні сліди, атмосферні тіні) [7].



Рис. 4. Візуалізація спеціальних ефектів.

Штучний інтелект все частіше інтегрується в процес проєктування: від генерації ідей і референсів до допомоги у деталізації 3D-моделей. AI-системи генерують варіанти дизайну на основі коротких описів, що пришвидшує процес створення концепт-арту. Водночас, зростає потреба у художньому контролі, адже генеративні системи не завжди враховують нюанси, стилю чи наративу. Найкращі результати досягаються, коли AI використовується як інструмент у руках досвідченого художника або арт-директора.

ВИСНОВКИ

Концептуальне проєктування відеоігор – це багатогранний процес, що поєднує мистецтво і технології. Візуалізація рівнів, персонажів і спецефектів є ключовими складовими, що формують унікальний та захопливий ігровий досвід. Сучасні технології, зокрема 3D-моделювання та штучний інтелект, значно розширюють можливості дизайнерів, але не замінюють важливість художнього бачення.

Результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення розробки ігор, підвищення якості ігрового продукту та залучення нової аудиторії.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Schell J. The Art of Game Design: A Book of Lenses. CRC Press, 2008.520 p.
2. Solarski C. Drawing Basics and Video Game Art: Classic to Cutting-Edge Art Techniques for Winning Video Game Design. Watson-Guptill Publications Inc.,U.S. 2012. 208 p.
3. Tumenbaev A. Character Design & Communication. Creating Effective Video Game Characters that Enhance Player Engagement and Narrative. Master's Thesis, 2024. 68 p. DOI: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23903.57764>
4. Okur M., Kızıl R., Atamaz E. The art of graphic design in video games: beyond the visual. *Amazonia Investiga*. 2024. Vol. 13(78). P. 9–26. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/2024.78.06.1> (дата звернення: 26.04.2025).
5. Ethical considerations in Game Design: Balancing fun and responsibility. 2024. URL: <https://blog.bimm.co.uk/ethical-considerations-in-game-design> (дата звернення: 26.04.2025).
6. Adamenko A. The Role of Concept Art in Game Development. 2024. URL: <https://fgfactory.com/the-role-of-concept-art-in-game-development> (дата звернення: 26.04.2025).
7. VFX In Games.URL: <https://www.mad-vfx.com/blogs/visual-effects-in-games> (дата звернення: 26.04.2025).

УДК 7.038.54-028.22

МОСКВІТІН Максим, ЗАГАЙНИЙ Олександр, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

КОНЦЕПТ-АРТ ФАНТАСТИЧНИХ ПЕРСОНАЖІВ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ЗДІБНОСТЕЙ

Анотація. У роботі досліджено концепції візуалізації фантастичних здібностей персонажів у ігровій індустрії. Проаналізовано популярні ігрові проекти, на основі яких виділено основні способи відображення різних видів здібностей, зокрема, трансформація властивостей персонажу без візуальних змін, здатність персонажів набувати нових властивостей, здатність персонажа змінювати частини свого тіла, трансформація цілісного образу персонажа. Визначено роль візуалізації здібностей для підвищення ефективності комунікації з гравцем. Визначено, що концепт, має відповідати сучасним тенденціям створення візуалізації здібностей для відео-ігор.

Ключові слова: концепт-арт, візуалізація, персонажі, здібності, відео-ігри

Abstract. The study explores the visualization concepts of fantastic character abilities in the gaming industry. Popular gaming projects were analyzed, highlighting the main methods of representing various types of abilities, including changes in a character's properties without visual alterations, the ability to acquire new traits, the transformation of specific body parts, and the complete transformation of the character's form. The role of visualizing abilities in enhancing communication with the player was identified. It was concluded that concepts should align with modern trends in creating visualizations of abilities for video games.

Keywords: concept-art, visualization, characters, abilities, video-games.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Відео-ігри як сфера цифрового візуального мистецтва сьогодні перебуває в застої, а тому потребує підвищення якості своєї продукції для підтримання рівня конкурентоспроможності. Компанії часто використовують вже відомі франшизи та старі візуальні прийоми. Запровадження нових інноваційних ідей, що стосуються дизайну і стилістики персонажів стає однією з важливіших особливостей візуалізації. Сталий розвиток сфери цифрових розваг вимагає пошуку інноваційних ідей для візуалізації здібностей персонажів. У цих процесах дизайн та стилістика стають найважливішими особливостями візуалізації, що зумовлює вищі рейтинги гри.

Перед художником постає задача створення нового яскравого візуального концепту фантастичних здібностей персонажа. Це дозволяє підвищити запам'ятованість образів гри та сприяє яскравій реакції гравців.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми взаємодії людини з персонажем у віртуальних середовищах впливають на відчуття присутності гравця та його ідентифікацію з персонажем. Дослідження А. Jovane та колег є важливими для розробки здібностей, що відображають фізичні

характеристики та динаміку персонажа, підсилюючи занурення гравця у гру [3]. Цей підхід має на меті підвищити реалізм і глибину занурення у гру. Voki Games, зі свого боку, сфокусований на практичних аспектах розробки персонажів і здібностей [2]. Він розглядає приклади з реальних ігор для пояснення того, як створюється механіка персонажів, що робить їх унікальними та природно доповнює ігровий процес. У той час дослідження О.Воробчука, розкриває ще один з важливих аспектів наповнення світу відео-ігр, через зброю, концепти для якої також створюють більш поглиблене сприйняття гри гравцем.

Ці дослідження розкривають окремі аспекти обраної теми, проте потрібен комплексний підхід до розробки здібностей ігрових персонажів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

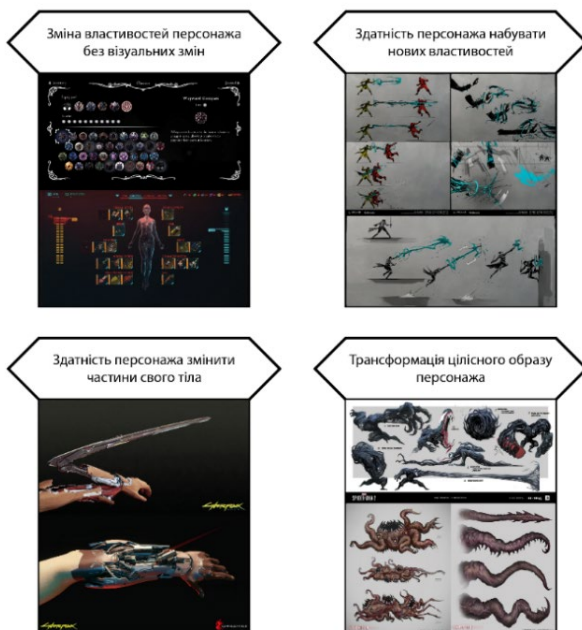
Метою роботи є виявлення особливостей візуалізації концептуальних здібностей персонажів для ігор. Завданням дослідження є класифікувати концепції візуалізації здібностей та провести їх аналіз.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Візуалізація здібностей персонажів стає для художника не легкою задачею, яка змушує його шукати інноваційні концепти для впровадження нового стилістичного образу. Основною ідеєю проєктування здібностей є гармонійне поєднання реалістичності передачі та їх фантастичної візуалізації (табл. 1).

Таблиця 1

Особливості візуалізації здібностей фантастичних персонажів



Створення різноманітності концептів допомагає забезпечити варіативність та утримувати увагу гравця впродовж тривалого періоду. Унікальність відеоряду та стилістика зображення світу гри визначають швидку впізнаваність та допомагають гравцю швидше адаптуватись під особливі умови та відчуття «справжності» світу, що він бачить.

Важливою складовою розробки особливих умінь персонажів стає концепт-арт, який дозволяє здійснити детальну візуалізацію образів персонажів та їх здібностей та поглибити візуальну комунікацію. Розробка умінь персонажів ґрунтується на основі аналізу особливостей їх характеру, зовнішніх та фізичних рис та обумовлюється стилістикою та умовами середовища, в якому вони перебувають. На вибір додаткових властивостей також впливає тематика жанру, яка вимагає відповідних стилістичних узгоджень.

Найбільш поширеними напрямками візуалізації здібностей є *трансформація властивостей персонажу без візуальних змін у зовнішньому вигляді*. Це відображається через додаткові предмети, які використовує персонаж та елементи одягу. Вони дозволяють комбінувати та посилювати здібності персонажа та його властивості. Ця концепція супроводжується змінами інтерфейсу гравця (пиктограм, візуалізації середовища, тощо) й здебільшого є додатковим елементом при поєднанні з іншими способами візуалізації. Показовим прикладом є гра «Carrion», в якій здатність гравця накопичувати електроенергію візуалізуються у вигляді лінійного зображення, характеристики якого динамічно змінюються.

Здатність персонажів набувати нових властивостей візуалізуються за рахунок утворення візуальних ефектів. Додаткові елементи, зокрема саяво, створення вогню, рідини, каменю, еластичних фігур, тощо, допомагають візуалізувати ці здібності. Ця концепція вдало реалізована у серії ігор «Divinity» та «Baldur's Gate», у яких персонажі наділені магічними властивостями. Візуально їх сили проявляються у можливості випускати з рук вогняні кулі, магічні снаряди, згустки концентрованої енергії, створювати непрохідні лози, магічні щити, лікувати рани тощо, формуючи заклинання, якими гравець широко користується під час проходження гри.

Здатність персонажа змінювати частини свого тіла також демонструє особливі здібності. Часткова трансформація персонажу пов'язана із реалізацією фантастичних, наукових, фентезійних змін, завдяки яким персонаж здатен перетворювати свої кінцівки. Впровадження цих здібностей реалізовано у грі «Cyberpunk 2077». Згідно концепції гри, гравець має можливість замінити частини тіла персонажа на аналогічні металеві імпланти. Дизайнер пропонує гравцеві багато варіацій для зміни обраного персонажа, зокрема, зміна рук на високотехнологічну зброю.

Трансформація цілісного образу персонажа відбувається в контексті прояву його здібностей. Здібності персонажа визначають спосіб перетворення його тіла на фантастичну/фентезійну істоту. Такі можливості є доволі рідкісними в іграх, й здебільшого є одиничними, не характерними для всіх персонажів. Прикладом слугують різні перетворення, зокрема можливість перетворення на живу тінь (серія ігор «Dishonored»), можливість перетворення в різних тварин (Baldur's Gate 3), а також у біомасу, яка в процесі проходження гри змінюється (гра «Carrion»).

Потрібно зауважити, що всі описані особливості візуалізації здібностей персонажів можуть спокійно поєднуватись в одній грі в будь-якій комбінації.

ВИСНОВКИ

У роботі досліджено ключові аспекти візуалізації фантастичних здібностей ігрових персонажів, які є важливою частиною в ігровій індустрії. На основі аналізу популярних ігрових проєктів було визначено основні підходи до відображення різних видів здібностей. Виділено чотири основні категорії: зміна властивостей персонажу без візуальних змін, здатність персонажів набувати нових властивостей, здатність персонажа змінювати частини свого тіла, трансформація цілісного образу персонажа. Особливу увагу приділено ролі візуалізації у побудові ефективної комунікації з гравцем. Зокрема, підкреслено, що якісна візуалізація здібностей полегшує сприйняття інформації, сприяє зануренню у гру та підвищує емоційний зв'язок між гравцем і персонажем. Дослідження також показало, що успішний концепт-арт фантастичних здібностей має відповідати сучасним тенденціям в ігровій індустрії. Це передбачає інноваційний підхід до дизайну, врахування естетичних і технічних вимог, а також глибоке розуміння аудиторії.

Отже, результати роботи можуть стати основою для подальших досліджень у сфері концепт-арту та створення фантастичних образів, а також слугувати практичним орієнтиром для художників і розробників у створенні ефектних, впізнаваних ігрових персонажів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Воробчук О., Скляренко Н. Концепт-арт зброї для ігрової індустрії: особливості візуалізації. *Традиції та новації в дизайні*: Тези доповідей за матеріалами VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених та студентів (Луцьк, 17 травня 2024 р.). Луцьк: ЛНТУ, 2024. С. 51-54. URL: https://drive.google.com/file/d/1II0Pb_5XEGRb3gF2wby21t-POWWuuqkQ/view (дата звернення: 22.10.2024).
2. Концепт-арт у геймдеві: від ідеї до фінальної версії. *Voki Games*. 2022. URL: <https://vokigames.com/ua/koncept-art-u-gejmdevi-vid-ideyi-do-finalnoyi-versiyi/> (дата звернення: 22.10.2024).
3. Jovane A., Raimbaud P., Zibrek K., Pacchierotti C., Christie M., Hoyet L., Olivier A., Pettré J. Warping character animations using visual motion features. *Computers & Graphics*. 2023. Vol. 110. P. 38-48. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cag.2022.11.008>

УДК 004.738.1:004.032.6:332.856

МУСАТОВА Анастасія, ШАУРА Аліна
Київський національний університет технологій та дизайну

МУЛЬТИМЕДІЙНІ РІШЕННЯ У ДИЗАЙНІ ВЕБ-САЙТІВ ДЛЯ АГЕНТСТВ НЕРУХОМОСТІ: ІНТЕГРАЦІЯ ФОТО, ВІДЕО ТА ВІРТУАЛЬНИХ ТУРІВ

Анотація. Робота присвячена дослідженню та впровадженню мультимедійних технологій у дизайн веб-сайтів для агентств нерухомості. Вона охоплює створення інтерактивного та зручного користувацького досвіду через застосування високоякісних фотографій, відеоматеріалів та віртуальних турів, що значною мірою підвищують ефективність презентації об'єктів та конверсію відвідувачів у клієнтів.

Ключові слова: мультимедіа, дизайн веб-сайтів, агентства з нерухомості, контент.

Abstract. The work is devoted to the research and implementation of multimedia technologies in the design of websites for real estate agencies. It covers the creation of an interactive and convenient user experience through the use of high-quality photographs, videos and virtual tours, which significantly increase the effectiveness of the presentation of objects and the conversion of visitors into customers.

Keywords: multimedia, website design, real estate agencies, content.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Зі зростанням конкуренції на ринку нерухомості та підвищенням очікувань споживачів від онлайн-сервісів, створення ефективних та привабливих веб-сайтів для агентств з нерухомості набуває все більшого значення. Традиційний текстовий і статичний візуальний контент уже не здатен задовольнити сучасні вимоги до ґрунтовної презентації об'єктів та підвищення рівня довіри потенційних клієнтів. Водночас, мультимедійні рішення, зокрема високоякісні фотографії, відеоматеріали, 3D-моделі і віртуальні тури, здатні значно покращити сприйняття нерухомості, підвищити залученість користувачів і стимулювати їх до подальших дій — звернення до агентства або укладання угоди. Проте суттєвою проблемою залишається ефективна інтеграція і оптимізація таких мультимедійних елементів у веб-дизайн, що забезпечить швидке завантаження, адаптивність і зручність для користувачів різних пристроїв.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Розробка мультимедійних рішень у веб-дизайні широко досліджена у сфері цифрового маркетингу та UI/UX дизайну. У роботах Іванова І. І. та Петрова П. П. [1, 2] аналізуються особливості використання відео і 3D-контенту для презентації нерухомості, підкреслюючи їхню роль у підвищенні рівня залученості користувачів. В дослідженнях Смирнкової О.С. [3] розглядаються технологічні аспекти створення та інтеграції віртуальних турів і додаткової реальності, а також їх вплив на довіру і мотивацію клієнтів. Водночас, у публікаціях Ковальчук Т. І. та Мельник М. М. [4, 5] наголошується на необхідності оптимізації мультимедійного контенту для швидкої дії й адаптивності сайтів,

особливо з урахуванням мобільної аудиторії.

В цілому, сучасна наука визнає важливість мультимедійних технологій у сфері нерухомості, проте недостатньо досліджена проблема оптимальної інтеграції та використання сучасних мультимедійних інструментів у дизайні конкретних веб-ресурсів, що враховують всі технічні і естетичні особливості сучасних платформ.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета роботи проаналізувати сучасні мультимедійні технології та інструменти, що використовуються у створенні веб-сайтів для агентств нерухомості, враховуючи їх технічні та дизайнерські характеристики. Завданнями роботи є: 1) проаналізувати мультимедійні технології для сайтів нерухомості; 2) вивчити вплив інтеграції фото, відео та турів на користувацький досвід; 3) скласти рекомендації з оптимізації мультимедійного контенту у дизайні сайтів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У сучасному веб-дизайні для агентств нерухомості особливого значення набуває використання мультимедійних технологій, таких як високоякісні фотографії, відеоролики та віртуальні тури. Аналіз сучасних інструментів показує, що популярними є платформи, які підтримують інтеграцію 3D-моделей та додаткової реальності, що дозволяє створювати реалістичні та залучаючі презентації. На разі мультимедійний контент стає не лише додатковим елементом презентації, а й ключовим засобом підвищення ефективності онлайн-продажу нерухомості.

Аналіз сучасних мультимедійних технологій та інструментів свідчить про широке впровадження платформ для створення інноваційних інтерактивних рішень. Застосовуються такі технології, як: системи управління контентом (CMS), що дозволяють легко інтегрувати високоякісні медіафайли, а також спеціальні сервіси для створення віртуальних екскурсій, наприклад, Matterport, Kuula, Promov тощо. Важливою тенденцією є перехід на формати, що забезпечують баланс між високою якістю візуального матеріалу та швидкістю його завантаження, що безпосередньо впливає на користувацький досвід і пошукову оптимізацію.

Вплив мультимедійних рішень на користувацький досвід доведено в чисельних дослідженнях і практичних кейсах. Візуальні матеріали високої якості дозволяють створити реалістичний образ об'єкта, підвищують довіру потенційних покупців та стимулюють їхню зацікавленість. Впровадження таких елементів зменшує час прийняття рішення й збільшує кількість звернень.

Відеоперегляди та короткі промо-ролики здатні більш ефективно донести ключові переваги нерухомості у порівнянні з статичними зображеннями, що позитивно впливає на конверсію відвідувачів у клієнтів. Віртуальні тури дозволяють ознайомитись із об'єктом, не виходячи з дому, що є особливо актуальним у сучасному суспільстві та для клієнтів з інших регіонів або країн. Це позитивно впливає на швидкість ухвалення рішення і збільшує кількість звернень до агентства.

Оптимізація мультимедійного контенту — це важлива складова реалізації сучасного веб-дизайну. Вона включає у себе застосування методів компресії зображень і відео без втрати якості, використання адаптивного дизайну, що забезпечує коректне відображення мультимедійних елементів на будь-якому пристрої. Це мають враховувати розробники для збереження балансів між високою якістю та швидкістю роботи сайту, що є не менш важливим за якість контенту.

З точки зору технічної реалізації та оптимізації, важливо дотримуватися певних критеріїв: забезпечити швидке завантаження мультимедійного контенту, використовувати адаптивний дизайн, що коректно відображає мультимедіа на різних пристроях — ПК, планшетах, смартфонах. Це дозволяє зберегти високий рівень взаємодії користувачів із сайтом, позитивно впливає на їхній досвід та позиціонування у пошукових системах.

Важливою частиною розвитку цієї галузі є рекомендації щодо розробки та застосування мультимедійних рішень, що ґрунтуються на сучасних трендах та технічних можливостях. Вони допомагають створювати ефективний, зручний і сучасний веб-сайт для агентства нерухомості, який може задовольнити потреби й очікування користувачів і забезпечити конкурентні переваги на ринку. Зокрема, це рекомендації щодо інструментів створення й інтеграції медіа-контенту, оптимізації швидшої роботи сайту, застосування технологій віртуальної та доповненої реальності для створення більш захоплюючого й сучасного сервісу. Впровадження таких підходів дозволить сформувати сучасний, конкурентний, функціональний та зручний для користувачів веб-сайт, що сприятиме підвищенню рівня продажів та репутації агентства.

ВИСНОВКИ

У сучасних реаліях розвитку цифрових технологій використання мультимедійних рішень є ключовим фактором підвищення ефективності презентації нерухомості на інтернет-платформах. Аналіз сучасних технологій показав їхню здатність створювати реалістичні та інтерактивні віртуальні експозиції, що значно посилюють довіру потенційних клієнтів і сприяють швидшому прийняттю рішення про купівлю або оренду об'єкту.

Значуща роль належить високоякісним фотографіям, відеороликам і віртуальним турам, які дозволяють якісно підсилити презентаційний ефект та зменшити час ухвалення рішення. Водночас, важливо враховувати сучасні тенденції оптимізації мультимедійного контенту — компресію, адаптивність та швидкість завантаження — що забезпечує комфорт користувача та збереження високої якості контенту.

Таким чином, впровадження сучасних мультимедійних технологій у дизайн веб-сайтів для агентств нерухомості є обґрунтованою та перспективною стратегією підвищення їхньої конкурентоспроможності. Розробка та застосування відповідних рекомендацій дозволить створити сучасний, зручний і привабливий сайт, здатний задовольнити зростаючі вимоги ринку та очікування користувачів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Іванов І.І. Застосування відео і 3D-моделей у рекламі нерухомості. *Український журнал цифрового маркетингу*. 2020. № 3. С. 45–52.
2. Петров П.П. Технології створення віртуальних турів для сайтів нерухомості *Вісник сучасних інформаційних технологій*. 2021. № 4. С. 78–85.
3. Смирнова О.С. Вплив відеоматеріалів та 3D-моделей на довіру та мотивацію користувачів. *Український вісник цифрового дизайну*. 2022. № 1. С. 12–19.
4. Ковальчук Т.І. Оптимізація мультимедійного контенту для мобільних пристроїв. *Журнал мобільних технологій*. 2023. № 5. С. 22–29.
5. Мельник М.М. Тенденції розвитку мультимедійних презентацій у сфері нерухомості. *Науковий часопис сучасних технологій*. 2024. № 7. С. 61–68.

УДК 72.012:76

ПАХОЛЮК Роман, ВРОНСЬКА Рада, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

МІНІМАЛІЗМ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Анотація. Робота розкриває сутність мінімалізму в графічному дизайні, зокрема простоти, функціональності і використання негативного простору для покращення візуальної комунікації. Визначено основні методи мінімалістичного формотворення, такі як обмеження кольорової палітри, геометрична гармонія та спрощення форм.

Ключові слова: мінімалізм, негативний простір, принципи мінімалізму, дизайн, комунікація, функціональність.

Abstract. The paper explores the minimalism in graphic design, in particular simplicity, functionality and the use of negative space to improve visual communication. The main methods of the minimalist approach, such as limiting the color palette, geometric harmony, and simplifying forms, are identified.

Keywords: minimalism, negative space, principles of minimalism, design, communication, functionality.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному світі, перенасиченому інформацією, критично важливим стає використання підходів, що забезпечують ефективну комунікацію. Мінімалізм як стиль, орієнтований на простоту, функціональність і візуальну гармонію, пропонує вирішення цієї проблеми через скорочення зайвих елементів, використання негативного простору та акцент на ключових візуальних деталях. Однак, його адаптація стикається з викликами різних форматів і платформ.

Основна проблема полягає у збереженні балансу між естетичною чистотою, потребою передавати складну інформацію та підтриманням ідентичності бренду, особливо в цифрових і комерційних контекстах.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останні роботи та публікації, присвячені мінімалізму в графічному дизайні, демонструють його важливість у сучасному візуальному середовищі. Основна увага зосереджується на принципах простоти, функціональності та використанні обмеженого набору елементів для ефективної комунікації.

Важливий акцент робиться авторами на значенні негативного простору, який створює баланс у композиціях і допомагає зосередити увагу глядача на ключових елементах [2]. Дослідники підкреслюють, що мінімалізм не обмежується лише видаленням зайвого, а вимагає стратегічного підходу до розташування об'єктів, кольорів і типографіки, щоб забезпечити ясність і естетику. У публікаціях у мережі Інтернет

зазначається, що використання простих шрифтів і чіткої візуальної ієрархії дозволяє створювати ефективні й гармонійні дизайни [1].

Історичний аспект мінімалізму, описаний у дослідженнях, показує його коріння в модернізмі та швейцарському стилі [2]. Ці напрямки сформували підхід до дизайну, який поєднує чіткість, геометричність і функціональність. У сучасному контексті мінімалізм адаптувався до вимог цифрового середовища, де простота стає засобом боротьби з інформаційним перевантаженням та емоційним стомленням користувачів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета роботи – дослідити виявлення особливостей мінімалізму в графічному дизайні, сучасні методи їхнього застосування та вплив на ефективність візуальної комунікації. Завдання роботи: визначити основні методи реалізації мінімалізму в графічному дизайні; проаналізувати вплив мінімалістичного підходу на сприйняття та ефективність візуальної комунікації у цифровому середовищі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Мінімалізм у графічному дизайні базується на засадах простоти, чіткості та функціональності, що дозволяє створювати ефективні візуальні рішення за допомогою мінімуму елементів (табл. 1).

Ключовою особливістю є використання негативного простору, що створює візуальний баланс та фокусується на основних елементах композиції, спрощуючи сприйняття інформації. Простота форм і обмежена кількість кольорів допомагають досягти естетичної гармонії та уникнути перевантаження сприйняття. Типографіка в мінімалістичному дизайні має бути чіткою та лаконічною, адже вона повинна організовувати інформацію та створювати зручну ієрархію, де кожен елемент виконує свою функцію.

Одною із ключових особливостей у мінімалізмі є обмеження кольорової палітри. Використання нейтральних кольорів, таких як білий, чорний чи бежевий, створює основу дизайну, а яскраві акценти підсилюють візуальне повідомлення. Приклади у таблиці 1 ілюструють збалансоване застосування нейтральних і акцентних тонів, що привертають увагу без перевантаження композиції.

Інший важливий аспект – геометрична гармонія. Дизайнери використовують сітки та пропорції, наприклад "золотий перетин", щоб досягти симетрії. Це забезпечує естетичну цілісність роботи, як видно у прикладах зі строгими геометричними формами.

Контраст є засобом виділення ключових елементів за допомогою різниці у кольорі, формі чи розмірі. У представлених зразках великі червоні форми ефективно фокусують увагу, не порушуючи загальної мінімалістичної стилістики (табл. 1).

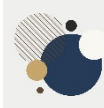
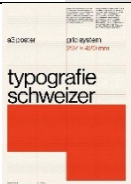
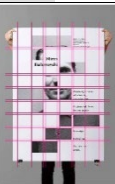
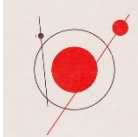
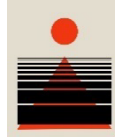
Нарешті, спрощення форм дозволяє уникнути зайвих деталей. Це досягається через мінімізацію складних елементів до простих геометричних обрисів. Приклади у таблиці 1 показують, як завдяки цьому підходу дизайн залишається функціональним і зрозумілим.

Кожна із цих особливостей має практичне втілення у дизайні, демонструючи універсальність мінімалізму в сучасній візуальній культурі

Вплив мінімалізму на візуальну комунікацію значний. Мінімалістичний підхід допомагає знизити візуальне перевантаження і сприяє кращому сприйняттю інформації. В умовах сучасного інформаційного перенасичення простота дизайну дозволяє чітко передавати основне повідомлення без зайвих відволікань.

Таблиця 1

Особливості мінімалізму в графічному дизайні

Особливості	Метод реалізації	Зразок
Негативний простір	Використання порожніх зон навколо елементів	 chickenine 
Простота форм	Спрощення геометричних форм, відсутність зайвих деталей	 
Обмеження кольорової палітри	Використання кількох нейтральних кольорів та акцентних відтінків	 
Типографіка	Використання чітких шрифтів без засічок, створення ієрархії тексту	 
Гармонія та симетрія	Використання сіток та золотого перетину	 
Контраст	Варіації в кольорі, розмірі та формі для виділення елементів	 

У брендингу мінімалізм допомагає створити чіткий, впізнаваний імідж, що легко адаптується до різних платформ і контекстів. Це створює ефективну емоційну взаємодію

між брендом і його аудиторією, підвищуючи рівень довіри та професіоналізму. У цифровому дизайні мінімалізм покращує користувацький досвід завдяки інтуїтивним зрозумілим інтерфейсам та оптимізації взаємодії. Такий підхід дозволяє зберегти ефективність комунікації, одночасно роблячи дизайн естетично привабливим і функціональним.

ВИСНОВКИ

Мінімалізм у графічному дизайні базується на таких основних засадах, як обмеження кольорової палітри, спрощення форм, геометрична гармонія та використання контрасту. Методи їх реалізації включають застосування негативного простору, мінімізацію зайвих деталей, використання сіток і пропорцій, а також підкреслення ключових елементів через контраст.

Аналіз показує, що мінімалістичний підхід значно впливає на сприйняття інформації в цифровому середовищі. Простота форм і кольорів покращує читабельність і зрозумілість дизайну, зосереджуючи увагу на головному повідомленні та підвищуючи ефективність візуальної комунікації.

Мінімалістичний стиль покращує емоційну взаємодію з аудиторією та спрощує користувацький досвід, зокрема в цифровому середовищі, завдяки інтуїтивно зрозумілим інтерфейсам. Проте важливо зберігати баланс між естетикою та функціональністю, щоб забезпечити не лише привабливість, але й ефективність візуальної комунікації.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Кривокульська К., Проскуряков О. Використання принципів мінімалізму в графічному дизайні. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2022. № 48. С. 132–141. URL: <https://visnyk.lnam.edu.ua/system/files/202248/visnyk-lnam-no-48-2022-kateryna-kryvokulska-oleksiy-proskuryakov-132-141.pdf> (дата звернення: 04.12.2024).
2. Мінімалістичні правила та принципи графічного дизайну. URL: <https://dizz.in.ua/uk/minimalistichni-pravila-ta-princyzipi-grafichnogo-dizajnu/> (дата звернення: 04.12.2024)

УДК 741.67:659.127:7.012

САВЧУК Мар'яна, РОМАНЮК Ольга, ДЕМБОВСЬКА Надія
Луцький національний технічний університет

НЕГАТИВНИЙ ПРОСТІР У ПРОЄКТУВАННІ ЛОГОТИПІВ: СИНТЕЗ ФОРМИ ТА ЗМІСТУ

Анотація. У роботі представлено аналіз ролі негативного простору як важливого елемента в сучасному дизайні логотипів. Виділено три основні способи проєктування логотипів, які містять негативний простір (створення мінімалістичних композицій, формування візуальних ілюзій та надання додаткового смислового навантаження), які сприяють підвищенню впізнаваності бренду і покращують сприйняття логотипів на різних платформах. Доведено, що використання негативного простору є актуальним у контексті зростаючої потреби в універсальних і багатозначних символах, що відповідають тенденціям сучасного графічного дизайну.

Ключові слова: негативний простір, дизайн логотипів, візуальні ілюзії, мінімалістичні композиції, впізнаваність бренду

Abstract. The paper analyzes the role of negative space as an important element in modern logo design. Three mainways of designing logos containing negative space (creation of minimalist compositions, formation of visual illusions and provision of additional semantic load) are identified, which help to increase brand awareness and improve the perception of logos on various platforms. It is proved that the use of negative space is relevant in the context of the growing need for universal and multivalent symbols that meet the trends of modern graphic design.

Keywords: negative space, logo design, visual illusions, minimalist compositions, brand recognition

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний дизайн логотипів вимагає створення впізнаваних та змістовних символів, що можуть передати складні ідеї за допомогою простих форм. Використання негативного простору стало однією з ключових тенденцій у графічному дизайні завдяки його здатності передавати багатозначні повідомлення за допомогою обмеженої кількості елементів. Це дозволяє логотипам залишатися функціональними на різних платформах, від друку до цифрового середовища.

Негативний простір покращує візуальну естетику, підвищуючи увагу глядача до змісту і форми. Такий підхід допомагає забезпечити унікальність та посилити запам'ятовуваність бренду. Питання дослідження негативного простору також має значний вплив на інші сфери дизайну, зокрема набуває використання у веб-дизайні, рекламі та типографії, де важливі естетика та функціональність.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасних дослідженнях та публікаціях на тему негативного простору увага переноситься на творчі та психологічні аспекти цієї техніки. Хоча конкретного автора терміну "негативний простір" важко визначити, його концепція набула популярності завдяки розвитку Gestalt-психології, що вивчала, як люди сприймають об'єкти та простір між ними [1]. Макс Вертгеймер і Курт Кофка досліджували, як людське око сприймає об'єкти у зв'язку з порожнім простором, і ці дослідження вплинули на розуміння ролі простору в дизайні. Сучасні дизайнери, такі як Ліндон Лідер (Lindon Leader) та Рене Флек популяризували використання негативного простору у логотипах та графічному дизайні [3]. Лідер, який створив логотип FedEx, розкриває особливості роботи, що дозволяє отримати багатозначні образи з мінімалістичним підходом [6]. Рене Флек у роботі на платформі Dribbble звертає увагу на проблему неправильного використання негативного простору [5].

Проблеми дизайну графічних об'єктів з негативним простором досліджує Робін Ленда [2]. Вона підкреслює, що надмірна простота або занадто великий акцент на порожньому просторі можуть зробити логотип візуально незбалансованим і невизначним.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є аналіз ролі негативного простору у проєктуванні логотипів. Завдання дослідження: 1) проаналізувати поняття негативного простору; 2) охарактеризувати зв'язок між формою і змістом та розкрити інноваційні підходи до формування негативного простору в сучасному дизайні логотипів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Негативний простір у дизайні є потужним інструментом, який дозволяє ефективно спрямовувати увагу глядача та покращувати сприйняття візуального контенту. Це простір навколо або між елементами дизайну, що не заповнений жодними об'єктами, але значно впливає на загальну композицію. Однією з основних функцій негативного простору є створення фокусу на ключових елементах, дозволяючи їх сприймати чіткіше та більш акцентовано. Виділяємо три способи проєктування логотипів, які містять негативний простір.

По-перше, він допомагає у формуванні мінімалістичних композицій, які виглядають чисто та структуровано, при цьому не потребуючи зайвих деталей (табл. 1). Окрім цього, негативний простір працює для того, щоб поєднати форму та зміст логотипу для створення образів. Такий підхід часто застосовують у логотипах, де порожній простір працює як самостійний елемент, підсилюючи форму і спрощуючи сприйняття. Негативний простір у таких випадках стає засобом для передачі візуальних образів через мінімалізм і стриманість.

Таблиця 1

Створення мінімалістичних композицій з-за допомогою образів

Тип логотипу	Приклад	Опис
Мінімалістична композиція	 WWF	Негативний простір формує образ панди
	 Toblerone	У горі захований силует ведмеда, що символізує місто Берн (місто ведмедів)
	 Formula 1	Цифра "1" знаходиться в негативному просторі між літерою "F" та червоними лініями, що символізують швидкість.

По-друге, інша важлива роль негативного простору – створення візуальних ілюзій (табл. 2). Наприклад, використання порожнього простору може створювати двозначні образи або навіть ілюзії, які наш мозок сприймає як частину цілісної форми. Такі ілюзії грають на здатності людини доповнювати незавершені образи, додаючи дизайну смислове навантаження та інтригу. Проте якщо дизайн логотипа використовує негативний простір надто складно або незрозуміло, це може зашкодити передачі повідомлення бренду. Споживачі можуть не помітити чи не зрозуміти прихований символ, що знижує ефективність логотипу. Для того щоб запобігти неправильному сприйняттю логотипа, використовуються порожні ділянки, які стають активними елементами, що сприймаються як частина об'єкту або як самостійний елемент. Макс Вертгеймер, досліджуючи Gestalt-психологію, зазначав, що мозок схильний бачити об'єкти як цілісні форми, і негативний простір значно підсилює цей ефект, допомагаючи створювати образи та ілюзії одночасно [3].

Таблиця 2

Формування візуальних ілюзій

Тип логотипу	Приклад	Опис
Візуальна ілюзія		У негативному просторі дерева можна побачити силуети горили та лева.
	 Hope for African Children Initiative	Зображення Африки з негативним простором, що створює образ дитини.
	 Spartan	Негативний простір одночасно створює образ гравця в гольф і спартанця в шоломі.

По-третє, часто негативний простір використовується для закладання додаткового смислового навантаження формуючи додаткове значення через проміжки між буквами, створюючи приховані образи або символи (табл. 3). Це додає дизайну логотипа глибину та багатозначність, що робить його більш запам'ятовуваним і цікавим для глядача. У логотипі FedEx, як уже згадувалося, негативний простір між літерами "Е" і "Х" утворює стрілку, яка символізує швидкість і напрямок. Його робота з негативним простором створила стрілку між літерами "Е" та "Х", яка символізує швидкість і точність. Це додаткове значення закладається через простір між буквами, що робить логотип більш інтерактивним для сприйняття, адже не всі глядачі відразу помічають цей прихований елемент. Цей прийом не тільки робить логотипи більш цікавими для сприйняття, але й додає бренду символічності

глибини. Глядач підсвідомо завершує образ, що підсилює асоціації та робить бренд більш впізнаваним.

Таблиця 3

Створення додаткового смислового навантаження з-за допомогою негативного простору

Тип логотипу	Приклад	Опис
Смислове навантаження	 Нова пошта	Червоний куб, у якому стрілки в негативному просторі формують літеру "H"
	 FedEx express	Прихована стрілка між літерами "E" та "X" символізує рух і швидкість.
	 The Guild of Food Writers	Негативний простір між ложкою та виделкою утворює напис «G».

ВИСНОВКИ

У роботі доведено, що негативний простір відіграє важливу роль у проєктуванні логотипів, сприяючи створенню лаконічних і багатозначних образів. Проаналізовано основні функції негативного простору, такі як формування мінімалістичних композицій, створення візуальних ілюзій та додаткового смислового навантаження, що підвищують естетичність та запам'ятовуваність логотипів. Інноваційні підходи до застосування негативного простору у логотипах дозволяють дизайнерам інтегрувати символіку бренду у прості форми, зберігаючи їх адаптивність на різних платформах. Негативний простір виступає важливим інструментом, що поєднує форму і зміст, підсилюючи візуальну привабливість і унікальність бренду.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Dresch-Langley B. , Reeves A. Color for the perceptual organization of the pictorial plane: Victor Vasarely's legacy to Gestalt psychology. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844020312196> (дата звернення: 14.03.2025).
2. Landa R. Graphic Design Solutions. 2nd ed. OnWord Press (Acquired Titles), 2000. 336 p.
3. The Hidden Power: Using Negative Space in Logos and Illustrations. *Graphic Design Junction*. URL: <https://graphicdesignjunction.com/2024/07/negative-space-in-logos/> (date of access: 14.03.2025).
4. The Hidden Power: Using Negative Space in Logos and Illustrations. *Graphic Design Junction*. URL: <https://graphicdesignjunction.com/2024/07/negative-space-in-logos/> (date of access: 14.03.2025).
5. 3 positively clever ways to use negative space in logo design. *Dribbble*. URL: <https://dribbble.com/stories/2019/10/04/negative-space-logo-design/> (date of access: 14.03.2025).
6. 51 Creative Logos That Use Negative Space Brilliantly. *Digital Synopsis*. URL: <https://digitalsynopsis.com/design/creative-logo-design-negative-space/> (date of access: 14.03.2025).

УДК 7.012:004.9

СУХОРУКИХ Діана, ЧЕТВЕРЖУК Сергій, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ В ФОРМУВАННІ ІГРОВОГО СЕРЕДОВИЩА (ЗА МОТИВАМИ ГРИ GENSHIN IMPACT)

Анотація. У роботі представлено особливості візуалізації ігрового середовища, здійсненого на основі регіональних ознак. Виявлено, що регіональні особливості відображаються в ландшафті, інтер'єрі, персонажах, культурі і мистецтві. Розробка локацій гри на такій основі, підкреслює національні риси у глобалізованому світі.

Ключові слова: комп'ютерна гра, візуалізація, ігрове середовище, регіональні особливості, Genshin Impact, ігри RPG.

Abstract. The work presents a visualization of the gaming environment based on regional features. It was found that regional features are reflected in the landscape, interior, characters, culture and art. Development of game locations on this basis emphasizes national features in the global world

Keywords: PC Game, Visualization, Game Environment, Regional Features, Genshin Impact, RPG Games.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

З розвитком ігрової індустрії цифрове середовище видозмінюється під впливом вимог споживачів та технологічних інновацій. Сьогодні набувають поширення ігри типу RPG. Задля кращого занурення гравця в процес гри геймдизайнер використовує різні методи візуалізації середовища. Їх стилізація базується на регіональних особливостях реально існуючих країн. Особливо виразно це проявляється в іграх типу RPG, однією з яких є гра Genshin Impact.

Головну роль в ігровому процесі відіграє зовнішнє середовище. Воно є головним об'єктом, який постійно контактує з гравцем, даючи йому можливість відчувати себе частиною світу, подорожувати по ньому й вивчати його, боротися з ворогами й вирішувати загадки. В іграх подібного типу задача геймдизайну полягає в аналізі та визначенні структурних елементів гри, за допомогою яких цифрове середовище сприймається споживачем як новий світ.

У зв'язку з цим пошук образів таких як NPC, інтер'єр будівель, структура міст стає нагальною проблемою для проєктування комп'ютерних ігор.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Більшість джерел інформації, обраних для дослідження, торкаються проблем проєктування комп'ютерних ігор [1], проте такі матеріали мають рекламний або публіцистичний характер. Дослідження, розміщені в мережі інтернет, доводять важливість візуальної частини у створенні цифрового середовища та підкреслюють актуальність роботи геймдизайнера [3]. Проблема виділення візуальних аспектів гри детально

розглядається в роботі Д. Наталюка та С. Пустюльги [4]. Особливості візуалізації середовища відеоігор та тенденції методів цифровізації висвітлено в мережі інтернет [2].

Аналіз джерел дозволяє зрозуміти, що на даний момент відсутні дослідження, в яких описані роль регіональних особливостей у проєктуванні візуальної частини гри.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення деталей цифрового оточення, в яких проявляються регіональні особливості. Завданням дослідження є систематизувати структурні частини гри й проаналізувати дизайн-особливості візуалізації середовища. Дослідження проводиться на основі аналізу гри Genshin Impact.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Genshin Impact – це гра з відкритим світом, в якій задача гравця досліджувати світ. Вона характеризується наявністю 7 регіонів, прототипами яких є реальні країни світу. Візуалізація середовища пов'язана із виділенням регіональних та культурних особливостей, якими виступають: середовище, інтер'єр, персонажі, предмети культури та мистецтва (табл. 1).

Візуалізація ландшафтно́ї територі́ї відображає приналежність до певної країни, що вирізняється власним архітектурним стилем, плануванням територій, окремими природними елементами. Для кожної території є відповідний прототип. На основі аналізу гри виявлено, що долини відображають приналежність до Німеччини, гориста місцевість – це особливості Китаю, ландшафти, вкриті сакурою – символ Японії, тропічні ліси притаманні західній Азії, а гори – Франції, каньйони – Південній Америці.

Урбаністичні мотиви в іграх типу RPG побудовані з високим рівнем деталізації. Враховуються елементи, які зазвичай присутні в міському середовищі: реклама, освітлення, рух людей та транспорту. Деталі в оформленні вулиць, будівель, інтер'єрів допомагають створити імерсивне середовище. До прикладу, місто Мондштад є обороним, будинки приземкуваті, а вулиці не широкими, що типово для міст середньовіччя. В той час як собор в центрі міста має елементи, що асоціюються з готичними соборами, а видовжені форми та вітражі виражають могутність і величність.

Інтер'єр – одна з ключових складових візуальної складової відеоігор. Створення інтер'єрів у відеоіграх охоплює дизайн, освітлення, текстури, кольорову палітру та символічні елементи. Однією із локацій в грі є регіон Інадзума, де яскраво візуалізований японський інтер'єр. Основним стилем є мінімалізм, а меблі характеризуються типовими елементами традиційного японського інтер'єру: дерев'яні стіни, розсувні двері, ширми, котецу.

Важливу роль геймдизайнери приділяють розробці *персонажів*. Як і фонові персонажі, так і ігрові, мають стилістично поєднуватись з середовищем, в якому вони існують. Персонажі візуально асоціюються з середовищем, а беручи до уваги культурні особливості, вони стають головним показником регіону. Увага акцентується на зовнішньому вигляді персонажів: кольорі очей, шкірі, волосся, їх звичках, традиційному одязі, що підкреслює їх культурну приналежність.

Найбільш показовими персонажами є Джин з Мондштаду, Юнь Дзинь з Лі Юе, Нілу з Сумеру, Навія з Фонтейну, Шилонен з Натланду. Такі особливості яскраво виражено в образі Тіорі – дівчина з регіону Інадзума, яка має темне волосся, характерне для народу Азії. Її одяг, взуття та аксесуари створено за мотивами традиційного японського одягу, але переосмислено на сучасний лад.

Таблиця 1

Взаємозв'язки дизайну середовища гри із реальними прототипами

Регіон гри	Країна прототип	Середовище	Інтер'єр	Персонажі	Культура і мистецтво
Мондштад	Німеччина				
Лі Юе	Китай				
Іназдума	Японія				
Сумеру	Південно-Західна Азія та Північна Африка				
Фонтейн	Франція				
Натлан	Південна Америка				

Мистецькі твори є дзеркалом часу і культури, у якій вони були створені. Через них суспільство виражає свою ідентичність, історичний досвід, соціальні проблеми та світогляд. Культура і мистецтво дозволяють визначити образ та стилістику ігрового середовища. Художні мистецькі твори та твори побуту відображають культурну приналежність. Так, герби в середньовіччі були частиною аристократичної, військової та міської культури, відображаючи ідентичність та владу. Таку ж роль відіграють герби в регіоні Мондштад, показуючи силу ордену рицарів. Основним культурним символом Лі

Юе є чайний набір, в Інадзумі – це традиційні фонарики, для Сумеру характерним є вітражні вікна, а для Натланду – графіті.

ВИСНОВКИ

Підбиваючи підсумок, можна стверджувати, що регіональні особливості формуються у контексті візуалізації середовища, інтер'єру, персонажів, предметів культури та мистецтва, що впливають на формування ігрового середовища комп'ютерних ігор. Використовуючи їх, геймдизайнер ефективно втілює візуальні особливості різних культур. Це надає кожному регіону унікальність, а також допомагає гравцям краще сприймати ігрове середовище через зрозумілі і знайомі асоціації, отримуючи емоційну віддачу від гри.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Бібічков І. Як розробляють ігри? 25 липня, 2024. URL: <https://lemon.school/blog/yak-rozroblyayut-igry> (дата звернення: 16.11.2024)
2. Ігри з відкритим світом: дослідження безкрайніх віртуальних світів. URL: https://www.vpnunlimited.com/ua/help/cybersecurity/open-world-games?srsId=AfmBOopwBR4y-vGOaTrtnTjT-fv5N3zIILXCY2JnzWV5G1Qj04HZ_aaQ (дата звернення: 16.11.2024)
3. Наталюк Д., Пустюльга С. Дизайн-концепція світу при проектуванні сучасних інтерактивних ігор. *Традиції та новації в дизайні: Тези доповідей за матеріалами VIII Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених та студентів (Луцьк, 17 травня 2024 р.)*. Луцьк: ЛНТУ, 2024. С. 31-33.
4. How to make an open world game. URL: <https://schoolofgamedesign.com/project/open-world-game/> (дата звернення: 16.11.2024).

УДК 794.8:004.42:7.017

ФОРМАНІОК Ангеліна, РОМАНІОК Ольга
Луцький національний технічний університет

ОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСІВ ВІДЕОІГОР РІЗНИХ ЖАНРІВ

Анотація. Ця робота присвячена дослідженню особливостей проєктування різних типів інтерфейсів, такі як дієгетичний, недієгетичний, нульовий, просторовий та метainterфейс. Проведено аналіз взаємодії гравця з цими інтерфейсами, що дозволило визначити ключові аспекти та принципи їх ефективного проєктування. Дослідження спрямовано на підвищення конкурентоспроможності відеоігор шляхом створення зручних, функціональних та естетично привабливих інтерфейсів, які відповідають потребам сучасних гравців.

Ключові слова: відеоігри, гейм дизайн, ігровий інтерфейс, дизайн інтерфейсу

Abstract. This work is dedicated to studying the design features of various types of interfaces, such as diegetic, non-diegetic, zero, spatial, and meta-interfaces. An analysis of player interaction with these interfaces was conducted, allowing for the identification of key aspects and principles of their effective design. The research aims to enhance the competitiveness of video games by creating convenient, functional, and aesthetically appealing interfaces that meet the needs of modern players.

Keywords: video games, game design, game interface, interface design

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Інтенсивний розвиток комп'ютерної індустрії супроводжується бажанням дизайнерів розробити продукт гейм-дизайну, який привертав би увагу гравців та утримував би їх довго в процесі проходження ігрових квестів. Пошуки різноманітних особливостей формування інтерфейсів, зумовлюють потребу у виявленні ключових аспектів проєктування.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблеми створення інтерфейсів відеоігор та виявлення їх основних принципів і типових помилок, розглянуто в інтернет-мережі [2]. Окремі публікації присвячено визначенню принципів проєктування дизайну інтерфейсів, зокрема дослідники Swink S. and Schell J. піднімають питання формування відчуттів гравця, що взаємодіє з інтерфейсом комп'ютерної гри [5], та виділяють ключові аспекти їх проєктування [4]. Більш глибоко аспекти візуально-комунікативного дизайну, на прикладі інтерфейсів відеоігор досліджують О. Колісник, К. Яменко, О. Дідовець [1]. Класифікацію типів дизайну інтерфейсів розглянуто у інтернет-джерелах: дієгетичний, недієгетичний, просторовий, мета [3], нульовий та комбінаторний [2].

Виявлено, що у досліджених джерелах фрагментарно представлені різноманітні аспекти проєктування інтерфейсів відеоігор, проте системного дослідження проведено не було.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення особливостей проєктування інтерфейсів відеоігор різних жанрів. Завдання роботи: описати візуальні способи проєктування, систематизувати види інтерфейсів та дати їх характеристики.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Дизайн інтерфейсу відіграє вирішальну роль у формуванні стилістики відеоігри та її сприйняття гравцями. Якісно підібраний інтерфейс відповідно до жанру та особливостей гри, підвищує її конкурентоспроможність на ринку, забезпечуючи зручність інформування гравця, функціональність та естетичну привабливість ігрового процесу. Різноманітність жанрів відеоігор, таких як екшн, шутер, рольова гра, стратегія та симулятор, передбачає використання різних типів інтерфейсів, кожен з яких по-своєму взаємодіє з гравцем.

Ігровий світ, спроектований таким чином, що у ньому управління та інформативні елементи інтегровані безпосередньо у середовище гри та однаково зрозуміло сприймається як гравцем, так і персонажем гри, називається дієгенетичним (diegenetic) інтерфейсом. Інформація в цьому інтерфейсі подається природно вбудованою в ігровий процес і не виглядає чужорідним елементом. Відеоігри з цим типом інтерфейсу наповнені предметами, що допомагають гравцю орієнтуватись у світі. Наприклад, як у грі Metro Exodus: годинник, ліхтар, карта, за допомогою яких гравці пізнають світ, регулюють свій напрямок руху. Вони забезпечують інтерактивну взаємодію гравців із світом та занурюють у гру. Інформація в таких іграх розміщена у різноманітних меню.

Абсолютною протилежністю дієгенетичного інтерфейсу є недієгенетичний (non-diegenetic), він забезпечує швидкий і зручний доступ до важливої інформації відразу, без необхідності занурення у додаткові меню. У симуляторі Minecraft цей тип інтерфейсу містить пряму подачу інформації безпосередньо на екран. Візуалізація окремих панелей супроводжується використанням візуальних рішень: панель здоров'я позначена червоною смугою, панель ситості зафарбовані шматки м'яса, панель інвентарю демонструє панель інвентарю демонструє предмети у квадратних віконцях. Ще одним елементом недієгенетичного інтерфейсу є мінікарта, яка відрізняється від карти у Metro Exodus тим, що зосереджена на основній інформації про навколишнє середовище, не надає більш детальної інформації про місії та об'єкти ігрового світу. Додатково, спливаючі повідомлення інформують про досягнення гравця, неможливість заснути вдень та виділяються як окремий шар інформації, не пов'язаний безпосередньо з ігровим світом.

У відеоіграх, де інтерфейс побудований максимально інтуїтивно та без зайвих елементів пояснюються механіка гри, називається нульовим. Кнопки та елементи керування зазвичай відсутні на екрані, чим він відрізняється від дієгенетичного. Нульовий інтерфейс є мінімалістичним, не відволікає гравця від основного досвіду гри, на відміну від недієгенетичного. Як от у мобільній відеоігрі FIFA гравці не мають доступу до жодних кнопок, меню або інших елементів керування подіями, безпосередньо на екрані. Гравець бачить тільки події гри, що дозволяє почуватися як на справжньому футбольному матчі, без зайвих елементів, що відволікають. У деяких іграх через налаштування можна перетворити звичайний інтерфейс на нульовий, просто вимкнувши функцію відображення інтерфейсу (HUD). Цей тип наразі стає трендом гейм індустрії.

Ще одним видом інтерфейсу, який забезпечує повну інтеграцію інформації та елементів управління напряму у середовище гри є просторовий інтерфейс. Напрямок руху та інші дії персонажа можуть вказуватись надписами. Прикладом вказівки напрямку руху

є екшн-грі Tom Clancy's Splinter Cell: Conviction, які візуалізуються надписами на стінах або ж вказівка "Go Here". Для просторового інтерфейсу характерні особливі способи візуалізації окремих панелей властивостей. Для цього застосовуються асоціації до дій, що трапляються із персонажем: після поранення персонажа, з'являються червоні бризки на екрані, низький рівень здоров'я візуалізується червоною підсвіткою екрану, щоб проінформувати гравця про це.

Іноді відеогра може виходити за межі традиційного геймплейного інтерфейсу, навіть акцентуючи увагу гравця на інформацію та події, поза межами світу конкретної відеогри. Такий ефект досягається через метаінтерфейс, як у грі Call of Duty, сюжетні лінії розкриваються через надписи та листи, надаючи додаткового контексту подіям. Ще одним методом надання додаткової інформації є коментарі тімейтів, які підказують гравцеві, що робити далі. Демонстрація помилок гравця забезпечується дублюванням подій моменту загибелі персонажа. Найцікавішою ознакою метаінтерфейсу є альтернативні варіанти розвитку подій. Прикладом є гра Call of Duty: Black Ops II, у якій кінцівка гри залежить від дій гравця зроблених у процесі проходження квесту.

Найпопулярнішим видом проектування відеоігор є комбінація різних видів інтерфейсів, що робить гру візуально зрозумілішою та інформаційно комфортнішою для гравця. Таким чином для гравця гра відчувається більш насиченою та захоплюючою. Як от, у грі GTA V комбінуються дієгетичний (використання телефонів, для збереження прогресу місій), недієгетичний (сектор «колеса», де вказується на зброю персонажа, панелі рівнів життя та розшуку, баланс фінансів), просторовий (маркери ворогів) та метаінтерфейс (моменти сповільнення часу, під час вибору зброї).

Таким чином у ході аналізу візуальних способів проектування відеоігор вдалося систематизувати види інтерфейсів відеоігор, що подано в таблиці 1.

Таблиця 1

Систематизація видів інтерфейсів відеоігор

	Дієгетичний інтерфейс: Інформація вбудована безпосередньо в ігровий процес через предмети, такі як годинник, ліхтар, карта. Цей підхід підсилює іммерсивність.
	Просторовий інтерфейс: Інформація та напрямки вказуються прямо у грі через написи на стінах і предметах, що робить управління інтегрованим у середовище гри.

	Недієгетичний інтерфейс: Прямая подача інформації безпосередньо на екран, використання панелей здоров'я, ситості, інвентарю та мінікарти для зручності гравця.
	Метаінтерфейс: Надписи та листи додають контексту до подій у грі, коментарі таймів і дублювання моменту загибелі персонажа розширюють ігровий досвід за межами ігрового світу.
	Нульовий інтерфейс: Відсутність кнопок, меню або інших елементів інтерфейсу на екрані, що дозволяє гравцям зосередитися лише на подіях гри, не відволікаючись.
	Комбінований інтерфейс: Використання різних видів інтерфейсів, таких як дієгетичний (використання телефонів), недієгетичний (індикатори здоров'я), просторовий (маркери ворогів) та метаінтерфейс (моменти сповільнення часу).

ВИСНОВКИ

Результатом проведених досліджень стало систематизація особливостей проєктування різних типів інтерфейсів відеоігор різних жанрів. Було детально проаналізовано дієгетичний, недієгетичний, просторовий, нульовий, метаінтерфейс, та комбінацію інтерфейсів у грі та було розглянуто їх взаємодію з гравцем, що дозволило визначити ключові аспекти та принципи їх ефективного проєктування.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Колісник О., Яменко К., Дідовець О. *Технології та дизайн*. 2020. № 2 (35). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2020_2_6. (дата звернення 22.03.2025)
2. Як створити інтерфейс гри: основні принципи та типові помилки: веб-сайт. URL: <https://vokigames.com/ua/yak-stvoryty-interfejs-gry-osnovni-pryncypy-ta->

typovi-pomylyky (дата звернення 22.03.2025)

3. Game interface design: the key aspects: веб-сайт. URL: <https://www.tokioschool.com/en/news/game-interface-design/> (дата звернення 22.11.2024)
4. Schell J. The Art of Game Design. *Players Play Games Through an Interface*: підручник. Carnegie Mellon University, 2008, P. 601. URL: <https://schellgames.com/art-of-game-design> (дата звернення 22.03.2025)
5. Swink S. Game Feel: A Game Designer's Guide to Virtual Sensation. *Principles of Game Feel*: 2009, P. 377. URL: <https://gamifique.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/11/2-game-feel.pdf> (дата звернення 22.03.2025)

УДК 7.05:004.932.7

ХИНЕВИЧ Руслана, ЧУЖА Анна

Київський національний університет технологій та дизайну

ЦИФРОВЕ 2D МИСТЕЦТВО: ПОНЯТТЯ, ФОРМИ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ

Анотація. Розглянуто термінологічні аспекти цифрового 2D мистецтва та різні підходи до його визначення. Проаналізовано трактування поняття серед українських дослідників і запропоновано найбільш доцільний термін. Визначено, що цифрове 2D мистецтво виникло наприкінці XX століття завдяки технологічному прогресу. Основними його формами є цифрові малюнки, фото, анімація, тексти. Акцент зроблено на впливі США, Японії та соціальних мереж на розвиток і популяризацію цього виду творчості у цифровому середовищі.

Ключові слова: цифрове мистецтво, дизайн, 2D графіка, медіа-арт, технологічний прогрес, соціальні мережі.

Abstract. The thesis discusses the terminological aspects of digital 2D art and different approaches to its definition. The interpretation of the concept among Ukrainian researchers is analyzed and the most appropriate term is proposed. It is determined that digital 2D art emerged at the end of the XX century due to technological progress. Its main forms are digital drawings, photos, animation, and texts. The emphasis is placed on the influence of the USA, Japan and social media on the development and popularization of this type of creativity in the digital environment.

Keywords: digital art, design, 2D graphics, media art, technological progress, social media.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Оскільки цифрове 2D мистецтво є відносно новим відгалуженням, що утворилося внаслідок технологічного розвитку, воно не має певних чітких меж та визначень. Цифрове 2D мистецтво не є окремим жанром мистецтва чи якимось стилем. Це абсолютно новий спосіб створювати та презентувати мистецтво. Ця тема є недостатньо добре дослідженою та потребує уточнення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання термінології цифрового 2D мистецтва розглядає О. Є. Голуб, яка в енциклопедичній статті трактує його як медіа-арт, включаючи такі підвиди, як відео-арт, нео-арт, комп'ютерна графіка і тому подібне [2]. Натомість І. В. Братусь, В. В. Михалевич і К. О. Хіцька вважають доречним термін комп'ютерне мистецтво або цифрове мистецтво, яке охоплює твори, створені за допомогою цифрових технологій [1]. М. Чікарська акцентує увагу на історичних передумовах виникнення цифрового 2D мистецтва, пов'язуючи його з авангардизмом, футуризмом і дадаїзмом, які вплинули на переосмислення мистецтва в цифровому просторі [3]. О. М. Попінова та Г. О. Крюкова розглядають цифрове 2D мистецтво як результат інтеграції технологій у сферу образотворчого мистецтва. Дослідниці наголошують на тому, що цифрові інструменти не лише доповнюють, а й

трансформують саму суть художньої творчості, поступово витісняючи традиційні форми [4].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Перш за все коли йдеться про певні терміни, вони мають мати визначення. З цифровим 2D мистецтвом все не так просто, оскільки різні дослідники дають власне трактування цього поняття, кожен надає свою назву цій частині мистецтва. У деяких дослідників навіть відрізняється розуміння того, що саме можна назвати цифровим мистецтвом.

Голуб О.Є. дає цифровому мистецтву назву «медіа-арт» і залежно від його різновиду уточнює це іншими назвами, на кшталт відео-арт, нео-арт, графіка комп'ютерна і т.д.. Також автор зазначає такий синонім до «медіа-арт» як «кібер-арт» [2]. Братусь І. В., Михалевич В. В. та Хіцька К.О. називають такий вид мистецтва «комп'ютерне мистецтво», або ж «цифрове мистецтво» [1]. Всі ці назви мають під собою одне й те ж, а саме мистецтво, що створене за допомогою цифрової техніки, тому доцільніше буде називати його «цифрове мистецтво», тобто мистецтво, що створене і презентоване за допомогою цифрової електроніки, зберігається на цифровому носії та використовується здебільшого у цифровому просторі. Це загальне поняття про мистецтво створене за допомогою комп'ютерних технологій. У цифровому просторі можуть існувати різні види мистецтва, зокрема 2D мистецтво. Це можуть бути малюнки, фотографії, 2D анімації чи текстові роботи (книги, вірші та інше).

Цифрове 2D мистецтво було одним із перших при появі цифрового мистецтва як такого. Воно утворилося внаслідок технологічного прогресу людства приблизно наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття, коли персональні комп'ютери з екраном достатньої роздільної здатності та передачею кольорів, стали доступними для загального вжитку [3]. Важливо розуміти, що під позначенням «2D» мається на увазі створення цифрового малюнку в будь-якому стилі на плоскому полотні, що має дві площини, схоже на малювання в його традиційному розумінні, без використання 3D моделей та простору. Найчастіше вважається, що витоками цифрового мистецтва є саме творчість авангардистів та футуристів. Проте, не варто оминати увагою і дадаїзм. Саме дадаїзм вніс у мистецтво вихід за межі рамок, що безперечно важливо у контексті цифрового мистецтва, яке дуже важко оцінити однозначно, як це раніше було із традиційним мистецтвом на полотні. До цифрового мистецтва часто відносять не лише статичні зображення, а й різного формату короткі відео чи будь який інший прояв творчості митця у форматі діджиталу. Саме широкі погляди дадаїзму внесли свій вклад у те, щоб зараз ми могли вважати цифрове 2D мистецтво також мистецтвом [3].

Перші прояви цифрового 2D мистецтва з'являються у вигляді книжкових обкладинок, реклами та плакатів. Наступним етапом його еволюції стали відеоігри, мультифільми та анімаційні фільми [1]. На сьогоднішній день новітні технології стали практично невід'ємною частиною мистецтва. Зокрема і цифрове 2D мистецтво сьогодні поступово витісняє традиційне мистецтво на полотні і заміняє його, стаючи все більш звичним. Технології завжди були помічними у роботі митців, спрощуючи процес створення мистецтва, що сприяло інтегруванню, та удосконаленню більш нових і сучасних автоматизованих технологій, що наразі є невід'ємною частиною мистецького світу людства в цілому [4].

Розглядаючи розвиток цифрового мистецтва, важливо зважати на технологічний прогрес та купівельну спроможність населення в часи, коли цифрове 2D мистецтво зароджувалось. У деяких регіонах розвиток цифрового мистецтва розпочався раніше саме за допомогою цих факторів. Країни, які стали цифровими «першопрохідцями», зокрема Америка та Японія, значною мірою визначили напрямок подальшого прогресу в цій галузі. Їхній вплив на цифрове мистецтво та мультимедійне середовище залишається відчутним і сьогодні. Можна також побачити загальний вплив передових азійських країн на тренди в цифровому мистецтві.

Не можна також оминути важливу роль соціальних мереж в популяризації та розвитку 2D-мистецтва. Цифровий простір, який слугував стартовим майданчиком для цього виду творчості, продовжує залишатися його основним середовищем. Соціальні медіа стали ключовою платформою для просування цифрового мистецтва, що задає сучасні тренди в усьому світі, зокрема й у мистецькій сфері.

ВИСНОВКИ

Отже, варто зазначити, що хоч віртуальне 2D мистецтво і має різні значення, проте термін «цифрове мистецтво» є найбільш доцільним до вживання, коли йде мова про витвори мистецтва, що зроблені на цифрових пристроях, за допомогою певних програмних забезпечень, зберігаються за допомогою цифрових носіїв та транслюються на цифрових екранах. Також підсумовано, що до цифрового 2D мистецтва належать: фотографії, цифрові малюнки, 2D анімації, текст та інше.

Цифрове 2D мистецтво утворилось як наслідок технологічного прогресу, а основні тенденції у цій сфері започаткували ті частини світу, які той момент мали найкращий технологічний розвиток та купівельну спроможність населення. На сьогоднішній день тенденції у цифровому 2D мистецтві і віцілому в цифровому мистецтві визначають соціальні мережі, оскільки вони є основним майданчиком для поширення творів цифрового мистецтва.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Братусь І. В., Михалевич В. В., Хіцька К. О. Комп'ютерне мистецтво в сучасному живописі. Інноваційні пріоритети розвитку наукових знань від 29-30 березня, 2019, с. 12-13.
2. Голуб О. Є. Медіа-арт. Енциклопедія сучасної України. Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018.
3. Чікарська М. Цифрове мистецтво: дефініції та витоки. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку напрям "Мистецтвознавство". 2022. №42.
4. Попінова О. М., Крюкова Г. О. Інтеграція технологій та образотворчого мистецтва: від комп'ютера до цифрових медіа. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал. 2024. № 1. с. 260–265.

УДК 746.3

ЧМУХ Юлія, СКЛЯРЕНКО Наталія

Луцький національний технічний університет

МОДА МАЙБУТНЬОГО: ТЕХНОЛОГІЧНІ ТРЕНДИ У СТВОРЕННІ ОДЯГУ

Анотація. У роботі досліджено сучасні інновації у виробництві текстилю та їх вплив на індустрію моди. Виділено особливості розумного одягу: здатність адаптуватися до змін температур, живитися від сонячної енергії, трансформуватися, лікувати користувача. Окреслено напрямки інтеграції передових технологій у розумний одяг, наголошено на його функціональності та потенційних застосуваннях у повсякденному житті, медицині та дослідженнях космосу.

Ключові слова: розумний одяг, інноваційні матеріали, інновації, одяг, новітні технології
Abstract. The work examines modern innovations in textile production and their impact on the fashion industry. The features of smart clothing are highlighted: the ability to adapt to temperature changes, to be powered by solar energy, to transform, to treat the user. The directions for the integration of advanced technologies in smart clothing are outlined, its functionality and potential applications in everyday life, medicine and space research are emphasized.

Keywords: smart clothes, technology, fashion of the future, innovations smart clothes, innovative materials, innovations, clothes, the latest technologies

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Мода характеризується як поєднання стилів, тенденцій і вподобань, що панують у суспільстві на даний час, і охоплює різні сторони життя. Також вона є способом самовираження та підкреслення індивідуальності користувача у соціумі.

Через швидку зміну моди виникає надмірне споживання і, як наслідок, проблеми з екологією. Завдяки цьому впроваджуються інновації. Дизайнери запроваджують нові ідеї, технології або методи, які підвищують продуктивність моди у певній сфері життя. Розумний одяг є показовим прикладом поєднання моди та інновацій. Він оснащений сенсорами або електронікою, що взаємодіє з користувачем, зчитуючи інформацію про фізичний стан або зовнішні умови. Таким чином, інтеграція інновацій в моду не тільки приносить нові можливості, але й спрямована на вирішення нових викликів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Сучасні дослідження сфокусовані на розробці екологічних матеріалів, таких як «Seawool» [5], впровадження нанотехнологій у текстиль [3], а також на інтеграцію сенсорів та електроніки в одяг для створення функціональних і екологічно безпечних рішень [1], що вимагає подальшого аналізу їх впливу на промисловість і довкілля.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження сучасних інновацій у створенні тканин, аналіз їх властивостей та вплив на текстильну промисловість. Робота спрямована на аналіз

концепції розумного одягу, його функціональність та можливості використання в різних сферах життя.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Розумний одяг – інноваційна технологія, яка перетворює простий одяг на гаджет з розширеними можливостями. Саме цей одяг оснащений спеціальними датчиками та програмним забезпеченням, які здатні реалізувати і проаналізувати дані в реальному режимі.

Сучасні технології, що з кожним днем вдосконалюються, породжують тканини майбутнього. Сьогодні з'являється все більше тканин і матеріалів, створених за допомогою інноваційних технологій, які забезпечують покращені властивості одягу. До таких тканин належать матеріали, які забезпечують покращену міцність, терморегуляцію, водонепроникність [3] і пристосовуються до умов навколишнього середовища. Ці тканини можна розподілити на декілька груп за їхніми властивостями.

Серед інноваційних, популярних тканин є *інтелектуальні тканини*, які інтегрують сучасні технології, що дозволяють адаптуватися до навколишніх умов або контролювати стан здоров'я людини. Наприклад, нижня білизна Skiin має 6 сенсорів, які керуються кнопкою, а матеріал Oricalso з ефектом пам'яті може самостійно змінювати довжину рукавів при зміні температури, тобто особливістю цієї інновації є терморегуляція.

Також існують *лікувальні тканини* – тканини або одяг забезпечують оздоровчий ефект для тіла. Прикладом є кофта AiraWear [4], яка допомагає знімати біль у спині та виправляти поставу. Орієнтуючись на життєво важливі області, виявлені лікарями, подушки для масажу AiraWear полегшують болі в спині. Цей одяг підходить для тих людей, які годинами сидять за комп'ютером. Є можливість вибрати інтенсивність і свою програму масажу. Також цей розумний одяг виправляє неправильну поставу, за допомогою вбудованої системи корекції постави. Система постійно відстежує, аналізує і регулює стан людини.

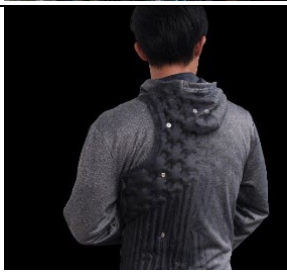
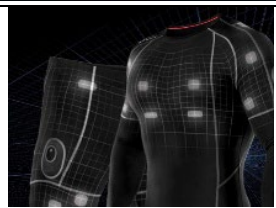
Окрему увагу привертають *енергоефективні тканини*. Вони використовують відновлювані джерела енергії для виконання своїх функцій. Зокрема, куртка ThermalTech [1] здатна акумулювати сонячну енергію, щоб обігрівати тіло. Ці дивовижні куртки можуть зберігати тепло, дозволяючи вам насолоджуватися холодними порами року. Використовуючи технологію тканини, яка поглинає енергію, куртка здатна поглинати ультрафіолетові промені сонця (а також енергію зі штучних джерел світла) і перетворювати їх в тепло за лічені хвилини. Хоч нитки куртки зроблені з нержавіючої сталі, вони залишаються легкими та зручними для носіння.

Все більше популярності набувають *ергономічні тканини*, групи матеріалів, створені для забезпечення максимального комфорту під час носіння, навіть за високих фізичних навантажень. Наприклад, штани SMART ePANTS [4] розроблені для зручності в повсякденному житті та під час активного руху.

У сучасному світі дедалі швидше поширюються *екологічні тканини*. До цієї групи належать матеріали, виготовлені з переробленої сировини або органічних компонентів. Вони знижують негативний вплив на довкілля, є стійкими до подрапин, легко очищаються від плям чи шерсті тварин. Компанія з США Creative Tech Textile Co./ Ltd була заснована в 2010 та зайнялась розробкою матеріалів, що були б більш стійкими і екологічно чистими. І таким чином з'явився матеріал "Seawool" [5]. Для створення цього інноваційного матеріалу використовуються мушлі устриць та перероблені пластикові пляшки.

Таблиця 1

Зразки розумного одягу та їх особливості

Назва інновації	Опис інновації	Зразок
Нижня білизна Skiin	Наявність 6 сенсорів, які керуються кнопкою, розташованою на резинці білизни	 1
Матеріал Oricalco з ефектом пам'яті	Здатність одягу самостійно вкорочувати рукава при підвищенні температури	 2
AiraWear – кофта для масажу	Лікувальні властивості – здатність знімати біль у спині та виправляти поставу	 3
ThermalTech (куртка)	Здатність використовувати сонячну енергію для обігріву	 4
Штани SMART ePANTS	Здатність забезпечувати максимальний комфорт під час носіння та фізичних навантажень	 5

ВИСНОВКИ

Сучасні інновації в моді сприяють створенню екологічно чистих матеріалів, які зменшують шкоду довкіллю. Розумний одяг інтегрує технології, що дозволяють відстежувати стан здоров'я та адаптуватися до умов середовища, відкриваючи нові можливості в різних сферах життя. Інноваційні тканини забезпечують водонепроникність, терморегуляцію та підвищений комфорт, змінюючи підхід до повсякденного одягу. Усе це формує більш функціональну, стійку та технологічно розвинену текстильну промисловість, тим самим покращуючи життя людей.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Мода в епоху технологій, інновації в одязі: Sundries. URL: <https://sundries.ua/moda-v-epokhu-tekhnohii-innovatsii-v-odiazii/> (дата звернення: 14.11.2024)
2. Нові технології: тканини майбутнього. URL: https://barbatextile.ua/uk/presscenter/barbatextile/novye-tehnologii-tkani-budushchego/?srsId=AfmBOopQgnecCl10mvZYvKkqesZr7WmgwKPV_jKUMR_s6pr_NfyzMS6y (дата звернення: 14.11.2024)
3. Розумні тканини: 4 інноваційні технології, що поліпшують сучасний меблевий текстиль. URL: https://dekora.group/rozumni-tkanyyn-4-texnologiiyi/?srsId=AfmBOoq3KjCYFYVt1CxOGQgn9GShAasfFWkQYPyaVky_KbUfmDCE1HB_y (дата звернення: 14.11.2024)
4. Розумний одяг: огляд інноваційної технології: BizMag. URL: <https://bizmag.com.ua/rozumnyj-odiyag/> (дата звернення: 14.11.2024).
5. Seawool та Ocean Ecofill: інноваційна тканина та екологічність: reima. URL: <https://reima.ua/content/blog/seawool-ta-ocean-ecofill-innovatsiyna-tkanina-ta-ekologichnist> (дата звернення: 14.11.2024)

УДК 504.75

БЕРЕЗНЕНКО Сергій, ЛЯСОТА Стелла, ЩУРОВСЬКА Валерія
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля

ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У МІСЬКОМУ ПРОСТОРІ: СУВЕНІРНА ПРОДУКЦІЯ, ГРАФІТІ ТА СТРІТ-АРТ, ІЛЮСТРУВАННЯ

Анотація. У статті досліджено особливості сувенірної продукції, графіті та ілюстрування в міському просторі арт-кварталу в Малазі. Проаналізовано стилістику, художні техніки та їхній вплив на візуальну культуру міста.

Ключові слова: сувенірна продукція, графіті, ілюстрування, міський простір, візуальна комунікація, дизайн.

Abstract. The article examines the peculiarities of souvenir products, graphite and illustrations in the open space art quarter in Malaysia. Stylistics, artistic techniques and their influence on the visual culture of the place are analyzed.

Keywords: souvenir products, graphite, illustration, public space, visual communication, design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному міському середовищі тема візуальної комунікації набуває все більшої актуальності. Ще донедавна увага до оформлення вулиць, фасадів, сувенірної продукції або публічного мистецтва була мінімальною. Проте сьогодні дедалі більше митців, дизайнерів і містян усвідомлюють важливість художнього наповнення міського простору.

На жаль, досі чимало людей не сприймають серйозно стріт-арт або ілюстрацію як складову культурної ідентичності міста. Більшість сувенірної продукції виготовляється шаблонно, без урахування локальної естетики, що знижує її цінність і пізнаваність. Нерідко у суспільстві виникають сумніви щодо художньої цінності графіті чи доречності ілюстрації у публічному просторі.

Через це постає проблема недостатньої обізнаності щодо ролі візуальних засобів у формуванні естетичного середовища міста. Вирішення цих питань сприятиме поширенню культури візуальної грамотності, розвитку креативних індустрій і позитивному сприйняттю міського дизайну як важливої складової ідентичності простору.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасних дослідженнях [1–3] простежується активне вивчення сувенірної продукції, стріт-арту та ілюстрування як важливих засобів візуального впливу в міському просторі. Особливу увагу приділено поєднанню традиційних і сучасних графічних технік, використанню локальних символів у сувенірах, а також соціальному посланню графіті.

Досвід таких міст, як Малага (арт-квартал Сохо), Київ та Берлін, демонструє, як вуличне мистецтво може впливати на сприйняття середовища, а локальний дизайн — сприяти культурній впізнаваності. Проте багато публікацій мають фрагментарний характер, зосереджуючись лише на одному аспекті (наприклад, муралах чи брендуванні сувенірів), і рідко аналізують їхній синергетичний вплив у рамках єдиного міського ландшафту. Це створює потребу в комплексному підході до теми візуальної культури в міському просторі.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення особливостей формування візуальної культури в міському просторі засобами сувенірної продукції, графіті та ілюстрацій.

Завданнями роботи є:

1. дослідити естетичні та комунікативні функції сувенірів, графіті й ілюстрацій у міському середовищі;
2. визначити основні проблеми та перспективи розвитку візуальної комунікації в міському просторі на прикладі арт-кварталу Сохо в Малазі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Магазини сувенірів у Малазі пропонують широкий вибір продукції з локального символікою. Особливо популярні вироби, що відображають творчість Пікассо: футболки, чашки, блокноти з його картинами та стилізованими малюнками. Використання сучасних графічних елементів робить ці предмети привабливими для туристів різних поколінь. «Сучасний сувенірний дизайн поєднує у собі естетику, змістовність та актуальність графічних тенденцій».

“Modern souvenir design combines aesthetics, content, and relevance of graphic trends.”



Рис. 1. Сувенірна продукція Іспанії

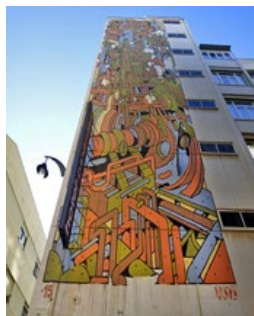
Кожен торговий центр або сувенірна крамниця використовує унікальні дизайнерські рішення для створення продукції, що відображає місцевий колорит. Шрифти, кольори та матеріали сувенірів впливають на їхню привабливість та пізнаваність серед туристів.

Сохо відомий своїм стріт-артом, де фасади будівель слугують полотном для міжнародних художників. Роботи мають соціальне та культурне значення, відображаючи теми екології, рівності, історії міста. Графіті тут стають частиною міського ландшафту, створюючи яскравий візуальний діалог. «Графіті у міському просторі слугує не лише декоративним елементом, а й засобом комунікації між суспільством та митцями».

“Graffiti in urban spaces serves not only as a decorative element but also as a means of communication between society and artists.”



1



2

Рис. 2. Стріт-арт на вулицях Малаги

Міське графіті та мурали не лише прикрашають вулиці, а й створюють унікальний образ району. Вони можуть бути елементом культурного коду міста, привертати увагу туристів і слугувати способом самовираження митців.\

Вуличні ілюстрації у Малазі часто поєднують традиційні техніки з цифровими елементами. Художники створюють як масштабні композиції, так і мініатюрні малюнки, що додають місту індивідуальності. Особливо цікаві роботи на фасадах кав'ярень та магазинів, де ілюстрації взаємодіють із архітектурним середовищем. «Ілюстрація як елемент міського дизайну допомагає формувати емоційний зв'язок між простором та його відвідувачами».



1



2

Рис. 3. Ілюстрації Пікасо

“Illustration as an element of urban design helps to create an emotional connection between the space and its visitors” [3].

Ілюстрація відіграє важливу роль у візуальній комунікації, допомагаючи передавати ідеї, історії та концепції. Вона може бути ключовим елементом як у дизайні

сувенірної продукції, так і в оформленні вуличного мистецтва, створюючи цілісну естетичну атмосферу.

ВИСНОВКИ

У межах дослідження було розглянуто кілька важливих тем, що відображають сучасні культурні тенденції та мистецькі практики.

Сувенірна продукція є важливим засобом популяризації місцевої культури та ідентичності. Вона поєднує естетичні цінності з практичним використанням, виступаючи носієм історичних та мистецьких символів.

Графіті та стріт-арт — це потужні форми вуличного мистецтва, які перетворюють міський простір на відкрите полотно для самовираження. Вони привертають увагу до соціальних питань, формують унікальний візуальний ландшафт і сприяють розвитку креативних ініціатив.

Ілюстрування залишається одним із ключових засобів візуальної комунікації. Сучасні ілюстрації охоплюють широкий спектр жанрів і технік, від класичних книжкових малюнків до цифрової графіки, і є важливим інструментом в освіті, рекламі, видавничій справі та культурних проєктах.

Всі ці напрями взаємопов'язані через прагнення до візуального самовираження, творчого переосмислення середовища та збереження культурної спадщини.

Дослідження підтвердило, що сувенірна продукція, графіті та ілюстрації є важливими складовими візуального середовища міста. Вони не лише передають культурні особливості, а й створюють унікальну естетику, що впливає на туристичну привабливість міста. Графіті формують характер міського простору, сувеніри зберігають культурний код, а ілюстрації інтегрують мистецтво у повсякденне життя.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Hall S. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team, Wiley, 2020. P. 89.
2. Kinross S. Modern Typography: An Essay in Critical History, 2018. С.134.
3. Lupton E. Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students, 2019. С. 112.

УДК 72.01:72.03(73)(477.63)

ВАСИЛЕНКО Карина

Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури (НАОМА)

ВЗАЄМОВПЛИВИ КУЛЬТУР ТА АРХІТЕКТУРНА ПАМ'ЯТЬ МІСТА: ЄВРЕЙСЬКІ АДРЕСИ КИЄВА НА ПРИКЛАДІ САДИБИ НА НИЖНЬОМУ ВАЛУ, 37

Анотація. Дослідження зосереджується на багатошаровому культурному ландшафті Подолу, а саме – на будівлі за адресою Нижній Вал, 37, яка зберігає в собі пам'ять про єврейську громаду Києва початку XX століття. Через архітектурні трансформації цієї садиби простежуються соціокультурні взаємовпливи, урбаністичні процеси та зміни функціонального призначення, характерні для міського простору Києва.

Ключові слова: Київ, єврейська громада, Нижній Вал, урбаністична спадщина, мультикультурність, архітектурна пам'ятка, простір пам'яті.

Abstract. The research focuses on the multilayered cultural landscape of Kyiv's Podil district, specifically the building at 37 Nyzhnii Val Street, which preserves the memory of the Jewish community in early 20th-century Kyiv. Through the architectural transformations of this estate, the study traces sociocultural interactions, urban processes, and changes in functional use characteristic of Kyiv's urban space.

Keywords: Kyiv, Jewish community, Nyzhnii Val, urban heritage, multiculturalism, architectural landmark, site of memory.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних дослідженнях міського простору дедалі більше уваги приділяється не лише архітектурним чи історичним аспектам, а й соціокультурним нашаруванням, що формують ідентичність міста. Київ як багатокультурний мегаполіс приховує в собі численні адреси пам'яті, пов'язані з життям національних громад. Однією з таких адрес є Нижній Вал, 37 – простір, де на межі XIX–XX століть сформувалося архітектурне середовище, тісно пов'язане з єврейською громадою столиці. Попри свій значний історико-культурний потенціал, ця пам'ятка досі не має офіційного охоронного статусу й лишається маловідомою широкому загалу. Актуальність проблеми зумовлена необхідністю осмислення таких «прихованих» точок перетину культур, їхнього внеску в формування міської спадщини та важливості збереження і переосмислення таких місць через сучасні мистецькі, дослідницькі й урбаністичні практики.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Згадування реальних архітектурних об'єктів у художній літературі тривалий час є предметом наукового зацікавлення. Дослідницький інтерес зосереджується як на ідентифікації цих об'єктів із реальними спорудами, так і на аналізі їх ролі як художніх образів у контексті літературного твору [1], [4]. Особливої уваги набуває будівля за адресою: м. Київ, вул. Нижній Вал, 37, збереженням якої опікується видавництво «Основи» у співпраці з громадськими активістами. Згадка цієї адреси у творчості

Валер'яна Підмогильного [3] стала предметом обговорення в наукових колах, зокрема серед філологів Національного університету «Києво-Могилянська академія». Відомості щодо функціонального призначення будівлі на початку XX століття докладно викладені в дослідницькому виданні Михайла Кальницького «Єврейські адреси Києва: путівник по культурно-історичних місцях». Згідно з архівними матеріалами, ансамбль споруд на Нижньому Валу, 37 фіксується як прибутковий будинок з елементами громадської забудови [2].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є виявлення соціокультурної багатшаровості міського простору Києва на прикладі адреси Нижній Вал, 37, простеження трансформацій її функціонального та символічного значення впродовж понад століття, а також осмислення її як місця взаємодії культур — передусім єврейської громади. Крім того, робота ставить за мету звернути увагу фахової спільноти на необхідність збереження архітектурної та культурної пам'яті через актуалізацію таких об'єктів у мистецькому й дослідницькому дискурсах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Садиба на Нижньому Валу, 37 у Києві (рис. 1) є прикладом унікального соціокультурного нашарування, що відображає трансформації міського простору протягом XX–XXI століть. Це місце об'єднує літературні алюзії, єврейську духовну спадщину, архітектурні експерименти та сучасні мистецькі практики. Його історія розкриває взаємопроникнення культур, зміну функцій і сенсів, а також складні процеси колективної пам'яті в міському середовищі.



Рис. 1. Садиба на Нижньому Валу, 37 у Києві.

Адреса Нижній Вал, 37 з'являється у романі Валер'яна Підмогильного «Місто» (1927), де головний герой, провінційний юнак Степан Радченко [3], зупиняється у крамаря Луки Гнідого. Попри те, що у міських архівах початку ХХ ст. немає згадок про приватні житлові будинки за цією адресою, дослідження виявляє розгалужену історію єврейської присутності, пов'язаної з комплексом споруд у глибині подвір'я (рис. 2).



Рис. 2. Садина на Нижньому Валі, 37 у Києві. Двір.

У 1900 році київський купець Андрій Терещенко доручив міському архітектору Іполиту Ніколаєву спроектувати житловий комплекс, до складу якого увійшли чотириповерховий прибутковий будинок із торговельними приміщеннями, триповерховий флігель та кузня (рис. 3). Після смерті Терещенка, у 1908 році, садиба перейшла у власність підприємців Авігдора Шварца та Веніаміна Бокшинського – осіб, що відігравали значну роль у забезпеченні кошерних продуктів у Києві. На їхнє замовлення у 1912 році було здійснено розширення комплексу: зведено п'ятий поверх та нову триповерхову будівлю з підвалом за проєктом архітектора І. Гафта [2].

Комплекс набув вагомого значення для місцевої єврейської громади. У флігелі розмістилася молитовня «Макарівська», названа на честь падики з містечка Макарів. У новозбудованій частині діяли ще дві молільні – «Гальновська громада» та «Громада Приказчиків». Ці простори виконували не лише релігійну, а й соціальну функцію: ставали осередками культурного життя. Проте з приходом радянської влади в 1920-х роках релігійні установи були закриті, а приміщення пристосовано для швейної фабрики та училища – типовий приклад секуляризації сакрального простору в радянську добу [1].

Сьогодні частина комплексу знову ожила – у 2024 році в приміщенні колишньої кузні відкрився мистецький простір «Кузня 37», який став платформою для виставок, майстер-класів, концертів і культурних подій. Його орендарі разом із видавництвом «Основи» ініціюють процес надання будівлі статусу пам'ятки архітектури, що засвідчує актуальність переосмислення забутої спадщини.

Постає питання: чому Підмогильний обрав саме цю адресу для свого героя? Чи не був це свідомий або інтуїтивний жест вказати на місце, де перетинаються різні культури, функції та ідентичності? Адреса стає символом переходу – з периферії до центру, з приватного до публічного, з традиційного до модерного.

Таким чином, садиба на Нижньому Валу, 37 є прикладом «архітектурного палімпсесту» — простору, в якому нашарувалися епохи, культури та сенси. Її історія засвідчує, як міське середовище зберігає пам'ять, втрачає її й водночас породжує нові смисли через культурну практику. А сучасний дизайн, мистецтво та урбаністичне дослідження стають ключем до зчитування цієї багатозарової мови міста.



Рис. 3. Садиба на Нижньому Валу, 37 у Києві. Двір. Флігель.

ВИСНОВКИ

Простір садиби на Нижньому Валу, 37 – це приклад «архітектурного палімпсесту», де нашарувалися комерційні, релігійні, освітні, мистецькі та літературні значення.

Через дослідження подібних адрес можливо не лише зберігати пам'ять, а й осмислювати міське середовище як живий текст взаємодії культур.

Сучасні інструменти мистецтва та дизайну стають засобами для репрезентації забутої спадщини в урбаністичному ландшафті.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Гирич І. Б. Історичний путівник по Києву. український київ XIX - поч. XX ст. Київ: Укр. пропілеї, 2016. 708 с.
2. Кальницький М. Б. Єврейські адреси Києва: путівник по культурно-історичних місцях : путівник. Київ : Дух і літера, 2012. 368 с. URL: https://issuu.com/duh-i-litera/docs/kalnytsky_extract1 (дата звернення: 21.04.2025).
3. Підмогильний В. Місто. Харків : Ранок; Веста, 2003. 256 с.
4. Sofit K. Взаємовпливи культур. єврейські адреси киева. нижній вал, 37. — проект кешер. Проект Кешер. URL: https://www.projectkesher.org.ua/news/yevreiski_adresy_kyieva/ (дата звернення: 21.04.2025).

УДК 712:711.4:502.1

ГРАНОВСЬКА Ангеліна, ПРИСТУПА Ольга
Луцький національний технічний університет

ЛАНДШАФТНИЙ ДИЗАЙН ЯК ЗАСІБ ГАРМОНІЗАЦІЇ ПРИРОДИ ТА УРБАНІСТИКИ

Анотація. У роботі досліджено роль ландшафтного дизайну як засобу досягнення гармонії між природним середовищем та урбаністичним простором. Виявлено, що інтеграція природних елементів у міську інфраструктуру сприяє покращенню екологічної ситуації, психоемоційного стану мешканців і загальної якості життя. Проаналізовано сучасні підходи до створення зелених зон, зокрема принципи сталого розвитку. Підтверджено, що ландшафтний дизайн відіграє ключову роль у формуванні комфортного, естетичного й функціонального міського середовища, адаптованого до потреб людини та викликів сучасності.

Ключові слова: ландшафтний дизайн, урбаністика, природа, міське середовище, сталий розвиток.

Abstract. The paper explores the role of landscape design as a means of achieving harmony between the natural environment and urban space. It has been found that the integration of natural elements into urban infrastructure contributes to the improvement of the ecological situation, the psycho-emotional state of residents and the overall quality of life. Modern approaches to the creation of green areas have been analyzed, in particular the principles of sustainable development. It has been confirmed that landscape design plays a key role in the formation of a comfortable, aesthetic and functional urban environment, adapted to human needs and the challenges of modernity.

Keywords: landscape design, urbanism, nature, urban environment, sustainable development.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У процесі урбанізації міста все більше віддаляються від природи, що призводить до екологічного дисбалансу, зниження якості життя та психологічного дискомфорту мешканців. Щільна забудова, нестача зелених зон і нехтування природними ресурсами створюють низку проблем як для довкілля, так і для людини.

Актуальними питаннями сьогодення є інтеграція природи в урбаністичний простір із дотриманням принципів екологічної рівноваги, естетики та комфорту. Дослідження вимагає проблематика ландшафтного дизайну, який стає важливим інструментом для формування гармонійного середовища, що враховує потреби людини, природи та міської інфраструктури.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Останні десятиліття позначені стрімким розвитком урбаністичних територій, що, своєю чергою, зумовило зростання інтересу до проблем збереження природного середовища у містах. Це знайшло відображення в численних наукових дослідженнях, аналітичних статтях і проєктних розробках у сфері ландшафтного дизайну.

У сучасних розвідках ландшафтного дизайну акцент робиться на інтеграції природних елементів у міське середовище з метою покращення екологічної ситуації та якості життя мешканців.

У статті «Тенденції та перспективи ландшафтного дизайну» Анастасія Варивончик аналізує культурологічні, екологічні та соціальні аспекти проєктної діяльності ландшафтного дизайнера. Науковиця зазначає, що ландшафтний дизайн трансформується у феномен, що поєднує екологічну безпеку, економічну доцільність і естетичну виразність. Авторка підкреслює важливість інтеграції природних елементів у міське середовище для досягнення гармонії між природою та урбаністикою [1].

Аліна Руденко та Ірина Ладигіна розглядають використання системоутворюючих елементів ландшафтного дизайну для відновлення депресивних міських просторів. Науковиці наголошують, що такий підхід сприятиме покращенню соціального та екологічного стану територій [2].

Практичне застосування екологічних принципів у ландшафтному дизайні також є об'єктом вивчення. Наведений приклад дизайн-проєкту студентського парку демонструє впровадження сучасних екологічних трендів озеленення [3].

Увага науковців зосереджена на акцентуванні на важливості збереження природних ресурсів та покращення екологічних умов. Ландшафтна архітектура розглядається як інструмент гармонізації взаємин між людиною та природою [4].

Концепції розвитку та формування зеленої урбоєкосистеми стали теоретичною основою для обґрунтування значущості екологічного планування в умовах сучасної урбанізації [5].

Ці дослідження розглядають ключові аспекти сучасного ландшафтного дизайну. Разом з тим потребують детальнішого розгляду питання важливості інтеграції природних компонентів у міське середовище для досягнення гармонії між природою та урбаністикою.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є дослідження ландшафтного дизайну як засобу гармонізації взаємодії між природним середовищем та урбанізованим простором. Зокрема, необхідно визначити основні принципи інтеграції природних елементів у міське середовище, проаналізувати сучасні практики та рішення у сфері ландшафтного проєктування, а також обґрунтувати значення екологічного і естетичного підходів для створення комфортного, функціонального та сталого міського простору.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Ландшафтний дизайн – це синтез мистецтва, екології та архітектури, що спрямований на створення естетично привабливого й функціонального простору. У сучасних умовах урбанізації важливо знайти баланс між забудовою та природним середовищем. Саме ландшафтний дизайн покликаний забезпечити цю гармонію.

Суть ландшафтного дизайну полягає у плануванні, проєктуванні та організації відкритих просторів – парків, скверів, прибудинкових територій, громадських зон. Основним завданням є інтеграція природних елементів (рослинність, вода, рельєф) у штучно створене міське середовище.

Одним із ключових принципів є екологічна стійкість. Сучасні проєкти орієнтуються на мінімізацію втручання в природу, збереження біорізноманіття, використання місцевих рослин і матеріалів. Активно впроваджуються концепції «зелених дахів», вертикального озеленення, біофільного дизайну.

Ландшафтний дизайн виконує також соціальну функцію: формує комфортне середовище для проживання, сприяє оздоровленню населення, створює умови для відпочинку та комунікації. Елементи ландшафту (лавки, доріжки, освітлення, дитячі майданчики) мають не лише декоративне, а й практичне значення (Рис. 1).



Рис. 1. Ландшафтний дизайн (дитячий майданчик)

Урбаністичний контекст диктує свої вимоги до організації простору – компактність, багатофункціональність, доступність. Водночас дизайнери прагнуть уникнути «бетонних джунглів», насичуючи міста зеленими зонами. Вдалий ландшафтний проєкт – це той, що одночасно відповідає потребам міського населення та зберігає зв'язок із природним середовищем



Рис. 2. Дизайн парку Namba Parks в Японії

Завдяки ландшафтному дизайну в сучасному культурному просторі формуються нові цінності та норми, значно розширюються просторові орієнтації і форми суспільного розвитку.

Таким чином, ландшафтний дизайн є важливою ланкою у формуванні гармонійного середовища між природою та урбаністикою. Його роль не обмежується

декоративним оформленням – це стратегічний інструмент для екологічного оздоровлення міст, покращення якості життя та формування нової культури взаємодії людини з природою.

Збалансований підхід до розвитку міського простору через ландшафтний дизайн є запорукою сталого майбутнього.

ВИСНОВКИ

Ландшафтний дизайн у сучасному світі перетворився з декоративного мистецтва на стратегічний інструмент формування сталого міського середовища. Проведений аналіз теоретичних джерел, практичних реалізацій і наукових публікацій свідчить про те, що інтеграція природних елементів у штучно створені простори є ключовим чинником екологічної стабільності, соціального комфорту та естетичної цінності міста.

Таким чином, ландшафтний дизайн виступає сьогодні як мультидисциплінарний напрям, що синтезує архітектуру, екологію, соціологію та урбаністику. Його головне завдання – забезпечити гармонійне співіснування людини з природою у межах сучасного міста.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Варивончик А. А. Тенденції та перспективи розвитку ландшафтного дизайну як культурологічного явища. URL: https://www.researchgate.net/publication/361458246_TENDENCII_TA_PERSPEKTIVI_LANDSHAFTNOGO_DIZAJNU (дата звернення: 06.05.2025).
2. Руденко А. М., Ладигіна І. С. Особливості використання системоутворюючих елементів ландшафтного дизайну в трансформації депресивних міських просторів. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nvb_2018_93_3_12 (дата звернення: 06.05.2025).
3. Гололобова О. В., Невечеря О. В. Озеленення як екологічний тренд у студентському парку. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ecology/article/view/21947> (дата звернення: 06.05.2025).
4. Росляков М. І., Волянчук В. В., Погранична І. В. Ландшафтна архітектура як інструмент гармонізації людини і природи. URL: <https://science.lpnu.ua/uk/sa/vsi-vypusky/volume-6-number-2-2024/landshaftna-arhitektura-yak-instrument-garmonizaciyi-lyudydy> (дата звернення: 07.05.2025).
5. Орловська Ю. В., Павленко О. А. Концепція розвитку зеленої урбоecosистеми: основні теоретичні підходи. URL: <https://economic-prostir.com.ua/article/192-konceptziya-rozvytku-zelenoyi-urboecosystemy-osnovni-teoretychni-pidhody> (дата звернення: 07.05.2025).

УДК 7.091:793.31

ГРУШОВІНЧУК Катерина, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

ДИЗАЙН ХОРЕОГРАФІЧНИХ ЗАЛІВ: ЕВОЛЮЦІЯ ПРОЄКТНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ

Анотація. У роботі розглянуто еволюцію дизайну хореографічних залів та їх проєктні особливості. Виділено етапи розвитку середовища для занять хореографією, зокрема античний, ранній, класичний, етап модернізації та сучасний. Досліджено зміни основних стилізових та функціональних вимог для проєктування хореографічної зали. Розглянуто принципи застосування кольору та світла в цих середовищах для покращення уваги та концентрації танцюристів та запобігання їх можливому травматизму, що в подальшому позитивно впливатиме на результати виступів.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, хореографія, танцювальна зала, новітні підходи, проєктування.

Annotation: The paper considers the evolution of the design of choreographic halls and their projected features. The stages of environment development for choreography, including ancient, early, classical, modernization stage and modern. Changes in the basic stylistic and functional requirements for the choreographic hall have been investigated. The principles of color and light in these environments are considered to improve the attention and concentration of dancers and prevent their possible injury, which will further positively affect the results of the performances.

Keywords: interior design, choreography, dance hall, modern approaches, projection.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Хореографія в сучасному світі не лише культурний прояв, а й повноцінний спорт, як наприклад, спортивно-бальний танець. Про це свідчить стрімкий розвиток та поширення різних стилів танців, як в Україні, так і за її межами. Кожен стиль танцю від класичного чи народного до контемпорарі та бального вимагає певного обладнання для кращого навчання. Хореографічні зали стали саме такими спеціально обладнаними приміщеннями для репетицій. Це навчальне середовище еволюціонувало з виникненням нових стилів танцю.

Зали вирізняються за розміром, обладнанням, стилістикою та матеріалами для проєктування. Відомою практикою сьогодні є оренда хореографами приміщень, що не підходять для занять певними видами танцю з різних об'єктивних причин: площа, матеріали підлогового покриття та ін. Відповідно, з розвитком цього виду мистецтва та спорту, на кожному етапі його еволюції поставала проблема створення та вдосконалення вже існуючого простору для комфортного заняття хореографією, оскільки недоліки в проєктуванні залів можуть спричинити травматизм танцюристів і негативно вплинути на їхній результат під час виступів.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Останні дослідження підтверджують зростання популярності хореографії не лише як мистецтва, а й окремого виду спорту. Зокрема, L. Kirstein [7] досліджувала роль та вплив

танцю на культурне та суспільне життя різних епох, крізь призму театру, формуючи основні етапи його розвитку. Після стрімкого розвитку хореографії як мистецького явища у ХХ ст. дослідження спрямовані на аналіз хореографії з точки зору освіти для школярів та молоді. Так, О. Bigus, І. Zakharchenko та А. Zelenko [5] розглядають розвиток цього виду мистецтва в освітніх системах України та світу, зокрема на прикладі народної хореографії. Проте залишаються невирішеними питання щодо етапів розвитку та формування середовища для занять танцями як окремих дизайнерських об'єктів.

Танцювальні школи та студії здебільшого є позашкільними освітніми закладами. Х. Шепелюх [4] розкриває основні вимоги для облаштування позашкільного освітнього простору з точки зору кольору та просторових вимог, узагальнюючи їх для різних видів занять. При цьому комплексних принципів проєктування такого простору для занять хореографією немає.

Варто зазначити, що важлива увага науковців направлена на вивчення принципів проєктування та облаштування танцювальних студій та шкіл певного спрямування. Зокрема, А. Мусянович [3] вивчає принципи формування дизайну інтер'єру балетних студій, виокремлюючи певні стилеві вимоги класичного танцю для проєктування хореографічного середовища.

Багато дослідників зосереджують свою увагу на підлоговому покритті, адже це є основним інструментом роботи танцівника. І. Ващук [1], Н. Гапійчук та Л. Гнатюк [2] зосереджують увагу на впливі технічних характеристик підлогових покриттів на безпеку танцюристів, зокрема їхній ризик травмування під час виконання певних елементів, залежно від стилю танцю. Акустика залишається важливим аспектом в обладнанні танцювальних залів, про що свідчать дослідження В. Correa, С. González, М. Rodríguez, [6]. Вони розкривають акустичні особливості для культурних центрів цілому, але не предметно для просторів підготовки до виступів.

Таким чином, історію формування середовища для занять хореографією окремо досліджено ще не було, проте цей аспект розглядався з точки зору історії танцю. При цьому залишаються відсутніми універсальні принципи, які б поєднували проєктування хореографічних залів цілому, так само як і дослідження особливостей та стилевих вимог для кожного стилю хореографії окремо.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є визначення еволюційних тенденцій проєктування хореографічних залів, враховуючи функціональні та стилеві вимоги для запобігання травматизму при підготовці танцюристів. Це дасть можливість створювати простори для танцювальних студій та шкіл, що виконуватимуть свою освітню функцію краще.

Для досягнення мети були поставлені наступні задачі: 1) проаналізувати етапи формування просторів для занять танцями через історію хореографії; 2) визначити основні вимоги для проєктування танцювальних залів з урахуванням кольорів, простору та обладнання.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Танець пройшов свій еволюційний шлях з використання у релігійних обрядах до окремого елементу драматичної дії в культових і світських театралізованих видовищах Стародавнього Єгипту, Індії, Китаю та народних дійствах середньовіччя [7]. Проте зародження хореографії як окремого виду мистецтва в Європі тісно пов'язане з аристократичними дворами епохи Відродження [7]. У цей період спеціальних приміщень

для занять хореографією ще не існувало. Танці виконувалися в залах для прийомів або на відкритих майданчиках. Лише наприкінці XVIII століття з'явилися перші простори, відведені для танцювальних репетицій, переважно в театрах [7].

Класичний танець дав початок розвитку інших стилів хореографії. Відповідно, з XX століття постає потреба у комплексній освіті для хореографів. Глобально хореографічна освіта реалізується у формі Вищих шкіл танців, академій, професійних студій, університетів мистецтв і спорту або ж класичних університетів. У рамках цих інститутів існують професійні тренування (семінари) для хореографів, культурних виконавців, майстрів балету [5]. Основним елементом зали для підготовки танцюристів, незалежно від стилю є якісне підлогове покриття. Основні критерії вибору танцювального покриття: 1) безпека; 2) амортизація; 3) зчеплення; 4) зносостійкість; 5) простота монтажу; 6) естетична привабливість [1]. Станом на сьогодні провідними компаніями світу розроблені різноманітні танцювальні покриття, що відповідають конкретним потребам танцювальних студій (в залежності від виду танцю, характеру діяльності та інтенсивності використання) [2].

При виборі конструкції танцювальної підлоги необхідно забезпечити ряд функціональних і експлуатаційних вимог таких як поверхнева твердість, протиковзкі властивості та здатність до амортизації. Також важливим аспектом є зовнішній вигляд, зносостійкість та ремонтпридатність [2]. У процесі еволюції найбільш поширеними покриттями для танцювального залу можна вважати дерев'яні покриття, в тому числі паркет, лінолеум, ламінат та наливні покриття [2]. Технічні характеристики сучасних амортизуючих покриттів відповідають потребам танцювального спорту та надають широкий вибір різних кольорів та конфігурацій, а також знижують ризик травматизму [1].

Сьогодні у позашкільних закладах поширеною є практика створення багатофункціональних приміщень для різних видів занять [4]. При цьому такі заклади, як і хореографічні зали мають чітке розмежування зон для навчання, відпочинку та активних ігор, що дозволяє оптимізувати простір та створити комфортні умови для різних видів діяльності [4]. Сучасне проєктування забезпечує умови для дітей з особливими потребами, впроваджуючи безбар'єрний доступ та комфортне перебування для всіх категорій відвідувачів та дітей різних вікових груп, забезпечуючи комфорт та безпеку під час перебування в закладі [4].

Окрім того, хореографічна зала на сучасному етапі свого розвитку містить акустичні матеріали на стінах і стелі, звукові системи, що рівномірно поширюють звук, та мультимедійне обладнання для роботи з музикою та відео [6]. Окрім цих аспектів важливими є достатній простір для руху та натуральне освітлення, що допомагає кращому сприйняттю рухів та зменшує втому очей [3]. У випадку недостатнього природного світла використовується штучне освітлення з нейтральною температурою кольору, а використання спокійних та нейтральних кольорів у дизайні інтер'єру сприяє концентрації уваги [3].

Дзеркала розташовуються на всю довжину стіни, на висоті не менше 2 м [3]. А станки, в свою чергу, встановлюються на висоті 95–110 см від підлоги [3], що є складовими безпечного простору для занять хореографією із запобіганням можливого травматизму.

ВИСНОВКИ

Дослідження історичного розвитку хореографії дозволило визначити основні етапи еволюції просторів для танців. Виділено античний (хореографія виконувалась просто

неба), ранній етап (придворні бали у палацах), класичний період (зародження балету, академій танцю та середовища при театрах для підготовки танцюристів), модернізація (приміщення для різних стилів танцю) та сучасний (багатофункціональні приміщення з використанням новітніх матеріалів для різних стилів танцю).

Основні тенденції, що формують середовище для певного стилю хореографії, охоплюють трансформації підлогових та настінних покриттів, введення акустичних приладів та інновації обладнання. Таким чином, отримані результати можуть бути використані для розробки проєктів танцювальних студій або шкіл для позакласних занять хореографією різних стилів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Вашук І. Особливості дизайну покриття підлоги як засобу створення комфортних умов у танцювальній студії. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі* : тези доповідей XVIII Всеукраїнської наукової конференції молодих вчених та студентів 18-19 квітня 2019 р., Київ. Київ: КНУТД, 2019. Т. 1. С. 419-420. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/13469/1/NRMSE2019_V1_P419-420.pdf (дата звернення: 25.03.2024).
2. Гапійчук Н., Гнатюк Л. Особливості підлогового покриття танцювальних приміщень. *Theory and Practice of Design*. 2022. № 26. С. 140–146. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2022.26.17>
3. Мусянович А. Особливості дизайну інтер'єру балетних студій студії. *Впровадження сучасної науки і практика: матеріали XXV міжнародної наукової конференції* (11–14 травня 2021 р., Варна). Варна, Болгарія, 2021. С. 56-61. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2021.I.XXV>
4. Шепелюк Х. С. Особливості проєктування простору закладів позашкільної освіти. *Архітектура, будівництво, дизайн в освітньому просторі* : колективна монографія. Рига, Латвія: “Baltija Publishing”, 2021. С. 578-589. URL: <https://www.academia.edu/47693641/> (Дата звернення: 25.03.2025).
5. Bigus O., Zakharchenko I., Zelenko A. Choreography in the Art Education System. *Southern Semiotic Review*. 2022. Vol. 16, Part II. P. 203–223. DOI: <https://doi.org/10.33234/SSR.16.8>
6. Correa B., González C., Rodríguez M. Acoustic design of cultural centres: challenges and solutions. *Building Acoustics*. 2020. Vol. 27, No. 3. P. 179–192. DOI: <https://doi.org/10.1177/1351010X20939445>
7. Kirstein L. *Dance: A Short History of Classic Theatrical Dancing*. New York: G. P. Putnam's Sons. IX, 369 p. URL: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015009779847&seq=10> (дата звернення: 07.04.2025).

УДК 747.1:728.8(477.87):745.5

ДАНИЩУК Олег

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ГУЦУЛЬСЬКА ПІЧ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ. ВІД ТРАДИЦІЇ ДО СУЧАСНОСТІ

Анотація. У роботі досліджено роль гуцульської печі як елементу традиційного інтер'єру. Проаналізовано архітекτονіку, символіку та функціональне призначення печі в житловому просторі. Розглянуто трансформації її форми та оздоблення в контексті історичного розвитку. Висвітлено зразки сучасного виробництва мальованих кахель у Коломиї та Косові як приклад збереження ремесла. Проаналізовано тенденцію імітації традиційних кахель у вигляді облицювальних матеріалів. Визначено приклади адаптації гуцульської печі у дизайні сучасних інтер'єрів. Окреслено перспективи інтеграції даних етноелементів у інтер'єрні простори різного призначення.

Ключові слова: гуцульська піч, косівська мальована кераміка, традиція, інтер'єрне середовище, етнодизайн.

Abstract. The study explores the role of the Hutsul stove as an element of traditional interior design. The research analyzes its architectonics, symbolism, and functional purpose within the residential space. Transformations in the form and decoration of the stove are examined in the context of historical development. Contemporary examples of hand-painted tile production in Kolomyia and Kosiv are presented as a case of craft preservation. The tendency to imitate traditional tiles in modern facing materials is analyzed. Examples of the adaptation of the Hutsul stove in contemporary interior design are identified. The prospects for integrating these ethnic elements into various types of interior environments are outlined.

Keywords: Hutsul stove, kosiv painted ceramics, tradition, interior environment, ethnodesign.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

В умовах глобального культурного простору, український дизайн, в процесі свого становлення та пошуках власної самобутності, все частіше використовує елементи національної ідентичності, притаманні окремим етнорегіонам України, зокрема й Гуцульщини. Гуцульська піч — один із ключових елементів традиційного житлового простору Українських Карпат — нині все частіше постає не лише як музейний артефакт чи декоративний фрагмент, а й як актуалізований об'єкт інтер'єрного дизайну, що зберігає культурну тяглість. Адже такий складник інтер'єру поєднує в собі функціональність, сакральність та естетичну цінність. Водночас сучасне проектування часто ігнорує ці глибокі культурні шари, замінюючи автентичні печі імітаціями або камінами без змістовного наповнення. Виникає актуальність питання щодо збереження та трансформації традиційної гуцульської печі в умовах сучасного інтер'єру: як адаптувати її архітекτονіку, декоративність і функції до сьогодення без втрати автентичного змісту.

Розв'язання цієї проблеми сприятиме збереженню елементів матеріальної та духовної спадщини Гуцульщини, формуванню екологічно й культурно вираженого простору, а також підвищенню попиту на якісні локальні дизайнерські рішення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У статті Олексія Соломченка розглядаються особливості загальної архітекτονіки гуцульської печі, особливості розпису та сюжетних мотивів на косівських кахлях. Окрема увага приділяється розвитку кахлярства в межах місцевих навчальних закладів [1]; Марія Гринюк у праці «Мальована кераміка в інтер'єрі гуцульської хати XIX–XX ст.» аналізує декоративну роль мальованої кераміки в оздобленні інтер'єру гуцульської хати та орнаментованих кахлів у формуванні естетики та сакральності гуцульського житлового простору. Зокрема, досліджується походження та розвиток кахлярства як ремесла [2]; У науковому виданні Олени Скаченко та Марії Гринюк ширше розглядається «косівська мальована кераміка» як культурний феномен та об'єкт нематеріальної культурної спадщини ЮНЕСКО. Розгорнуті питання щодо історії косівської школи гончарства, місцевих гончарів, технології виготовлення косівської кераміки, описано архітекτονіку гуцульської печі, історію, поданий ілюстративний матеріал сучасних зразків кахлярства [3]; На вебресурсі компанії «Terrakota» представлено вироби сучасного виробництва гуцульських камінів, виконаних у авторському стилі з використанням декоративної кераміки, що свідчить про актуальність народних форм у сучасному дизайні [4].

Разом з тим, у вищезгаданих джерелах переважає описово-констатувальний підхід, що не завжди супроводжується критичним аналізом матеріалу. З огляду на динамічний розвиток сучасного етнодизайну, актуальним постає завдання систематичного моніторингу нових тенденцій і періодичного оновлення наукового підходу до вивчення означеної проблематики.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення особливостей трансформації гуцульської печі як традиційного елемента житлового простору в дизайні сучасних інтер'єрів. Завданнями роботи є: 1) здійснити історико-культурний аналіз гуцульської печі, її архітекτονіки та символіки; 2) проаналізувати сучасні підходи до формотворення та функціонального призначення печей у дизайні інтер'єру; 3) виявити особливості виробництва мальованих кахель на Гуцульщині та Покутті; 4) дослідити приклади імітації традиційного кахлярства в інтер'єрах і оцінити їхню художню та стилістичну відповідність.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Гуцульська піч кінця XIX – першої половини XX століття — одна з найхарактерніших складових традиційного інтер'єру житлових осель у регіоні Українських Карпат. Вона поєднує у собі функціональність, естетичність та сакрально-символічне значення. Архітектоніка печі, що являє собою комин, припічок та запічок стала міцною довговічною та красивою [1]. Форма і розміщення полив'яних кахель, різноманітність мотивів розпису, неповторність сюжетів та цільність архітектурної форми - усе це створює художню систему, яка багато століть була маркером регіональної ідентичності. У гуцульському середовищі піч виконувала не лише утилітарну, але й ритуальну (реалізація процесів сталих традицій) та пізнавальну функцію. Через живописні сюжети зображено зв'язок поколінь, церковна архітектура та постаті християнських святих, навколишню природу, місцевий побут та соціально- політичний уклад, тощо. Мальована кахляна піч, як правило була з північної сторони дверей та утворювала найактивнішу декоративну пляму в інтер'єрі [2]. Безсумнівно, такий яскравий візуальний ефект створює колористика косівської кераміки.

З 1950-х до початку XXI ст. гуцульська піч зводилася у приватних оселях — здебільшого у вигляді малих пічних конструкцій з варочним блоком, адаптованих до сучасних побутових потреб. Автентичні елементи чи цілісні реконструкції експонувались переважно в етнографічних залах музеїв (м.Косів, Коломия, Львів, Івано-Франківськ). Подекуди добре збереглися експонати в старих оселях, як от родинна хата Івана Павлюка в селі Вербовець, Косівського району. Цілісна реконструкція традиційної печі зустрічається в інтер'єрі ресторану «Гуцульщина» (м. Яремче), який є пам'яткою архітектури регіонального значення. Авторські інтерпретації були реалізовані у стінах Косівського інституту декоративно-прикладного мистецтва в межах фахових дипломних робіт, зокрема: піч-грубка Романа Кузеляка (1981) та піч-камін Михайла Фокашука (1990-ті роки).

На початку 2000-х років, в умовах моди на каміни та зростання інтересу до вінтажу й колекціонування, окремі майстри почали використовувати кахлі у нових декоративних цілях — зокрема для облицювання тодішніх відкритих камінів. Такі композиції скоріше виконували функцію декоративних «порталів» або акцентних стін у ресторанах і приватних інтер'єрах, де оформлювались розмаїттям традиційних елементів побуту Гуцульщини. Часто таке декоративне оформлення виглядало перевантажено і не відповідало принципам естетичної виваженості, окрім того відкритий камін має ряд суттєвих недоліків з огляду на сучасні вимоги до енергоефективності, безпеки та функціональності.

У зв'язку з загальною урбанізацією, обізнаності щодо зарубіжного досвіду модернізації житла, змінами побутових умов, піч як архітектурний об'єкт поступово доповнила своє первинне функціональне значення. Її образ трансформувався та переосмислювався у нових дизайнерських рішеннях. Так, у сучасних інтер'єрах приватних осель майстрів-керамістів Косівщини, піч подається у вигляді ексклюзивних індивідуальних виробів облицьованого кахлями чи плитками виготовлених власноруч. Часто митці доповнюють свої печі авторським посудом, тарелями чи декоративними елементами, створюючи цілісне інтер'єрне етносередовище. Зокрема, це помешкання Василя Швеця, сім'ї Ігоря та Христини Троць [рис.1], родини Богдана та Іванни Ділети [3]. Так автори створюють приватний естетизм на міцному ґрунті успадкованих традицій. Цей процес свідчить про сталу еволюцію формотворення: від функціонального об'єкта до символу культурної спадкоємності.

Значну роль у збереженні традицій гуцульського кахлярства відіграють сучасні виробництва — передусім коломийське підприємство «Terracota» в місті Коломия. Виробник пропонує не лише гуцульський кахель, виготовлений в авторській рель'єфній техніці у чотирьох кольорових варіаціях, а й можливість його використання при облицюванні різних типів опалювальних елементів: камінів, камінопечей, печей шведського й австрійського типу, вертикальних кахляних печей («кахлянок»), міні-печей, камінів-барбекю тощо [4]. Не менш важливу роль у популяризації кахлярства відіграють приватні косівські майстерні, зокрема керамічний цех родини Фокашуків у Старому Косові. До недавнього часу активно діяла й майстерня відомого майстра Миколи Данчука, чия спадщина залишається значущою для місцевої керамічної традиції. Такі приклади не лише відтворюють косівський розпис та автентичні форми, а й адаптують їх до вимог ринку, працюючи з новими форматами, кольоровими схемами, технологіями випалу. Це

сприяє зростанню зацікавлення до традиційної кераміки серед дизайнерів інтер'єрів, архітекторів та споживачів.



Рис. 1. Гуцульська піч авторства Ігоря та Христини Троць. [Авторське фото]

Водночас, на ринку з'являються імітації гуцульських кахель у вигляді серійних облицювальних плиток місцевого виробництва. Такі вироби відтворюють впізнавані зовнішні риси традиційної косівської мальованої кераміки, водночас набуваючи нових інтерпретацій. Вони демонструють прагнення до збереження стилістичних ознак народного мистецтва, хоча іноді відходять від канонів орнаментальної побудови, адаптуючись до естетики сучасних інтер'єрів. Застосування стилізованої плитки замість автентичного кахлю є також економічно доцільним рішенням. У той час як виготовлення і монтаж кахельної печі залишається складним і дорогим процесом, плитка є технологічно простішою у виробництві та доступнішою для широкого кола споживачів. Тому, проектуючи середовище облицюють такі елементи інтер'єру як мінімалістичні каміни, барні стійки, тематичні панно, кухонні стінки, меблі, надаючи інтер'єру етнічної складової. Дослідження таких прикладів дозволяє оцінити художню доцільність, якість і рівень стилістичної адаптації гуцульської печі у сучасному інтер'єрі.

Вагомий внесок у відродження, розвиток та зростання зацікавлення кахлярством відіграло внесення Косівської мальованої кераміки до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО в 2019 році, що підкреслило її цінність і сприяло популяризації як серед майстрів, так і споживачів.

Таким чином, гуцульська піч постає як місцевий культурний феномен, що зберігає свою актуальність у нових формах побутування. Через її переосмислення сучасний український дизайн формує діалог між традицією і сучасністю, локальністю і глобальними тенденціями.

ВИСНОВКИ

Гуцульська піч, як яскравий прояв регіональної ідентичності, продовжує відігравати важливу роль у формуванні сучасного культурного простору. Вона не лише збереглась як історико-етнографічний артефакт, але й стала джерелом натхнення для дизайнерів та керамістів, які переосмислюють традицію крізь призму актуальних запитів і стилістичних рішень. Її естетична виразність, символічне наповнення та художня цілісність знаходять нове втілення в інтер'єрах приватних осель, майстерень, гастро- та туристичних об'єктів.

Сучасне відродження кахлярства тісно пов'язане з включенням Косівської мальованої кераміки до списку нематеріальної спадщини ЮНЕСКО, що активізувало як творчий, так і комерційний інтерес до цієї галузі. Водночас, ринок демонструє як приклади глибокого авторського осмислення, так і масову стилізацію, що іноді призводить до спрощення або втрати культурного змісту. Варто зауважити, що в умовах надмірного захоплення «європейським» дизайном з типовими елементами — зокрема, мармуровими чи бетонними камінами — важливо підтримувати й розвивати локальні, змістовні альтернативи. Використання гуцульської печі як частини сучасного інтер'єру є не лише жестом естетичної автентичності, але й формою розбудови вітчизняного дизайну.

У подальшому дослідженні варто поглиблено проаналізувати нові технології виготовлення кахель, формотворення сучасних печей, соціокультурні механізми популяризації гуцульської кераміки серед молоді, співпрацю дизайнерів інтер'єру з локальними ремісниками.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Соломченко О. Збірник статей .Косів: Писаний камінь, 2010 – С.43.
2. Гринюк М. Мальована кераміка в інтер'єрі гуцульської хати XIX-XXст.Косів: Писаний камінь, 2002. С.79
3. Скаченко О., Гринюк М. Косівська мальована кераміка як феномен української культури. *Наукове видання КНУКІМ*. 2016. Серія «Скарби нації» № 2 С.62-68.
4. Каміни гуцульські / Terrakota. <https://www.terrakota.com.ua/kamini-vidi/kamini-guцульські> (дата звернення: 05.05.2025).

УДК 7.012:74.01/09

ЛЕВУНЕЦЬ Микола, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

КЛИКУНИ ЯК ВІЗУАЛЬНИЙ НАВІГАЦІЙНИЙ МАРКЕР В УРБАНІСТИЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ЛУЦЬКА

Анотація. У роботі висвітлено історію виникнення та розвитку Кликунів – специфічних елементів міського середовища, що виконують функції візуальної навігації та комунікації. Проаналізовано місце Кликунів в урбаністичному просторі як візуальних навігаційних маркерів, які формують візуальну ідентичність міста, полегшують орієнтацію в ньому та впливають на сприйняття комерційного й культурного ландшафту. Обґрунтовано напрями трансформації Кликунів у контексті змін міського дизайну, рекламної політики та цифрових технологій.

Ключові слова: Кликун, Луцьк, навігаційний маркер, дизайн візуальних комунікацій, система навігації, туризм, урбаністика.

Abstract. The paper highlights the history of the occurrence and development of Klykuny - specific elements of the urban environment that perform the functions of visual navigation and communication. The paper analyses the place of Klykuns in the urban space as visual navigation markers that form the visual identity of the city, facilitate orientation in it and influence the perception of the commercial and cultural landscape. The author substantiates the directions of Klykuny transformation in the context of changes in urban design, advertising policy and digital technologies.

Keywords: Klykuny, Lutsk, navigation marker, visual communication design, navigation system, tourism, urbanism.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Навігація в місті – це процес орієнтування в урбаністичному середовищі з метою досягнення певної точки [1], який вимагає знання інфраструктури, використання карт, технологічних засобів і чіткого планування маршрутів.

Системи навігації у великих містах є складними та багатофункціональними, оскільки вони враховують різноманітні аспекти урбаністичного середовища, такі як дорожній рух, громадський транспорт, пішохідні зони, а також взаємодію з різними технологіями. У великих містах навігація постійно розвивається і стає більш інтегрованою. З часом системи навігації стають більш зручними і точними завдяки використанню новітніх технологій, таких як GPS, штучний інтелект, сенсори та реальний час [2]. Це дозволяє жителям і гостям міст більш ефективно пересуватися і скорочувати час на подорожі. Та в невеличких містах з великою історією, таких як Луцьк, цікавіше буде вивчати місто в історичному аспекті та із використанням квестової системи. Саме таку можливість дають жителям та гостям міста розміщені у місті Кликуні [3].

Попри стрімкий розвиток систем навігацій, в більшості міст втрачається значна кількість туристичних пам'яток, які забуваються та не вносяться в нові системи навігації. Погане або застаріле картографічне забезпечення іноді є не точним, а інтерактивні стенди

– не оновленими. З часом системи навігації в містах перестають використовуватися людьми та не привертають увагу жителів та туристів міста. Люди, відвідуючи нове місто не мають плану подорожі та не знають туристичних доріг та актуальних і цікавих місць відпочинку та локацій, які варто відвідати. Спосіб навігації за допомогою пам'ятників та статуеток, які не підлягають змінам та завжди вказують дорогу до історичних місць, є вдалим вирішенням даної проблеми.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Останні дослідження в сфері дизайну систем навігації описують лише загальну інформацію про навігаційні системи [4]. Проведене Rojani D та Milne C дослідження на сайті ResearchGate [8] показало, як публічні скульптури сприяють тіснішій взаємодії з відвідувачами. Зокрема, рівень взаємодії був вищим у вихідні дні, що свідчить про зацікавленість людей в містечті у вільний час.

Проблема розробки інтерактивних скульптур є дотичною темою для дослідження. Доведено, що доповнена реальність може активувати взаємодію з скульптурами [7]. Використання AR дозволяє створювати звукові ефекти, що взаємодіють із скульптурою та покращують враження туристів.

Автори О. Чемакіна, А. Рубцов, В. Свірко, О. Олійник, Л. Акімов, О. Кузьмін [6] проаналізували зародження та історію виникнення систем навігації з первісних часів та до сьогодення, описуються культурологічні аспекти та чинники формування піктографічних знаків, скульптурних навігаційних вказівників, психологічне сприйняття та розуміння базової навігації.

Серед останніх досліджень немає комплексних робіт, пов'язаних з візуальною навігацією в містах України. Концепція використання скульптур у міському середовищі реалізується у різних регіонах України, зокрема у Львові та Києві. Досліджено візуальні комунікації міста Івано-Франківськ [5], авторами проаналізовано стильові, сюжетно-образні та технічно-конструктивні особливості візуальної інформації та виявлено характерні ознаки їхньої організації.

На сайті міської ради міста Луцьк описані всі наявні Кликуни, їхні імена, завдання та короткі історії [3]. Важливим є дослідити саме навігаційну складову цих скульптур та дати людям більше інформації про місто.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є визначення ключових аспектів навігації міста Луцька за допомогою скульптур Кликунів. Для досягнення мети були поставлені наступні задачі: проаналізувати концепцію використання Кликунів в місті Луцьк; визначити особливості їх взаємодії із урбаністичним середовищем.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Одним з видів локальної туристичної навігації є розміщені у місті Луцьку Кликуни (рис. 1). Луцьк налічує 19 бронзових міні-скульптур Кликунів, розташованих у центральній частині міста [3]. Кликуни – це середньовічні міські глашатаї, які сповіщали мешканців про важливі новини та події в місті. В Луцьку ця ідея відродилася в символічній формі, замість звичайних стрілок чи табличок місто прикрашають та вказують шлях скульптури з інтерактивними або підписаними елементами, які вказують на важливі туристичні локації. Це робить навігацію по місту більш захопливою, а сам процес орієнтування цікавішим та викликає ефект проходження квесту.

Ці скульптури стали частиною туристичного бренду Луцька. Вони виконують роль не лише декоративних елементів, але й навігаційних маркерів, допомагаючи орієнтуватися в місті. Кожен Кликун має своє ім'я та історію, що додає їм індивідуальності. Зокрема, на інтерактивній мапі можна знайти інформацію про їхні розташування, імена та короткі описи [9]. Кликуни ж відразу привертають увагу туристів та не можуть бути не поміченими, вони є не лише прикрасою для міста, а й способом направити людей у правильному напрямку.

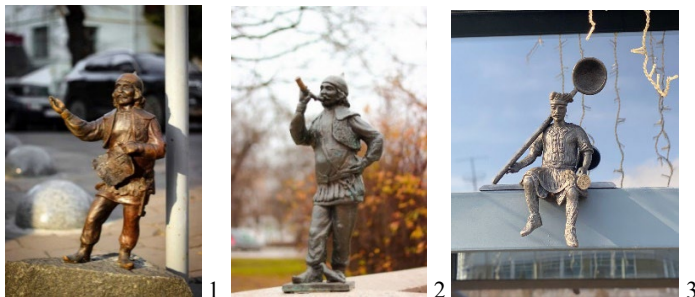


Рис.1. Луцькі Кликуни: 1 – Провідник; 2 – Братко; 3 – Семен Густ.

Кликуни як спосіб поєднати минуле з сучасним сьогодні є арт-об'єктами. Туристи завжди зупиняються, аби сфотографуватися з незвично маленькими статуями, які лаконічно вписані в міський простір та передають атмосферу старого Луцька. Розташування Кликунів в урбаністичному середовищі дозволяє глибше пізнати історію міста. Крім навігаційної та мистецької функції Кликуни посідають не останнє місце в просвітницькій діяльності. Кожен Кликун несе певне повідомлення, історичний факт, легенду чи розповідь про місце, на якому він знаходиться (рис. 2). Це спонукає жителів та гостей міста більше часу проводити на вулиці в пошуках нових Кликунів та дізнаватися більше про Луцьк.



Рис. 2. Кликуни з інформаційними табличками: 1 – Стефан; 2 – Зустрічайко

Ще одним важливим моментом є те, що Кликуни наділені локальною ідентичністю. Це щось унікальне, що є тільки в Луцьку. Вони підкреслюють характер міста й створюють впізнаваний образ, як леви у Львові (рис. 3).



Рис. 3. Львівські леви.

Інтенсивне впровадження сучасних технологій вимагає кардинальних змін концепції візуалізації навігаційних маршрутів з використанням Кликунів. Рекомендаціями є інтеграція AR в наявних Кликунів, що допоможе бачити анімацію персонажа при наведенні на нього смартфона, старовинний вигляд Луцька або віртуальні сцени з минулого історичного місця. Ще однією ідеєю є створення інтерактивного квесту з маршрутом та підказками від Кликунів та створення додатку для його реалізації.

ВИСНОВКИ

Навігація в місті є важливим процесом, який дозволяє ефективно орієнтуватися в урбаністичному середовищі. Сучасні системи навігації значно полегшують переміщення завдяки використанню карт, технологічних засобів і ретельного планування маршрутів. Але в деяких містах з багатою історією більш актуальним є метод навігації за скульптурами, архітектурними пам'ятками такими, як Кликуни в Луцьку. Вони виконують одразу кілька функцій, зокрема естетична, навігаційна, мистецька, історична, пізнавальна та просвітницька. Нові дослідження в боці мистецьких об'єктів із сучасними технологіями забезпечать розвиток туризму в місті та зробить його ще атмосфернішим. Отримані результати можуть бути використані у майбутніх проєктах, спрямованих на вдосконалення туристичних маршрутів в місті Луцьку та урбаністики в цілому.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Міська навігація як ключовий елемент бренду міста. 2018. URL: <https://nachasi.com/city/2018/08/07/miska-navigatsiya/> (дата звернення: 28.04.2025).
2. Чалій Л. В. GPS-навігація як частина топографічної підготовки у туризмі. Педагогічна наука і освіта XXI століття. 2023. Вип. 1. С. 141-151. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pno_2023_1_14 (дата звернення: 28.04.2025).

3. Офіційний сайт Луцької міської ради. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/lutski-klykuny> (дата звернення: 28.04.2025).
4. Коленко Н.Д., Костікова М.В. Навігаційні системи та їх використання. 2017. С. 72-99. <https://api.dspace.khadi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/eaf06693-f8cf-4b9e-b933-6d18beb33705/content> (дата звернення: 28.04.2025).
5. Чучук С.М. Стильові особливості інформаційного поля міст Івано-Франківської області в контексті розвитку культури середини XX – початку XXI століття. 2021. URL: https://svr.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/5/2021/04/Чучук_дисерт_з_дод_compressed.pdf (дата звернення: 17.04.2025)
6. Чемакіна О.В., Рубцов А.Л., Свірко В.О., Олійник О.П., Акімова Л.М., О.В. Кузьмін. Дизайн систем візуальної інформації : навчальний посібник. За заг. ред. В.О. Свірка. Херсон: Олді-плюс, 2019. 200 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi71/0051732.pdf> (дата звернення: 26.04.2025).
7. Martin C. P., Liu Z., Wang Y., He W., Gardner H. Sonic Sculpture: Activating Engagement with Head-Mounted Augmented Reality. December 2020. DOI: <https://orcid.org/10.48550/arXiv.2012.02311>
8. Pojani D., Milne C. Public art in cities: what makes it engaging and interactive? *Journal of Urban Design*. September 2022. DOI: <https://orcid.org/10.1080/13574809.2022.2121272>

УДК 745:747

ЛУЩИК Валерія, ШМЕЛЬОВ В'ячеслав, СКЛЯРЕНКО Наталія
Луцький національний технічний університет

УКРАЇНСЬКА МАЗАНКА ЯК КОНЦЕПЦІЯ ФОРМОТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ЖИТЛОВОГО ІНТЕР'ЄРУ

Анотація. У статті розглянуто українську мазанку як архітектурний феномен та джерело натхнення для сучасних дизайнерських рішень у житлових інтер'єрах. Виділено основні конструктивні та декоративні особливості мазанки, що дозволяють створювати унікальні інтер'єрні рішення. Доведено, що застосування концепції мазанки у сучасному інтер'єрі відповідає тенденціям екологічності, природності та етнічної ідентичності. Проаналізовано можливість гармонійного поєднання традиційних матеріалів і сучасних технологій для створення комфортного та автентичного простору.

Ключові слова: українська мазанка, житловий інтер'єр, екологічність, архітектура, формотворення.

Abstract. The article considers the Ukrainian mazanka as an architectural phenomenon and a source of inspiration for modern design solutions in residential interiors. The main structural and decorative features of the mazanka are allocated, allowing to create unique interior solutions. It is proved that the application of the concept of mazanka in the modern interior corresponds to the trends towards environmental friendliness, naturalness and ethnic identity. The potential of a harmonious combination of traditional materials and modern technologies to create a comfortable and authentic living space has been analyzed.

Keywords: Ukrainian "mazanka", residential interior, ethnic design, eco-friendliness, architecture, form creation.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Швидкий темп розвитку дизайну інтер'єру зумовлює потребу пошуку нових форм та матеріалів, які забезпечують унікальність і комфорт житла. Екологічне будівництво та використання етнічних мотивів у дизайні інтер'єрів, популярність яких зростає з кожним днем, визначає актуальність дослідження архітектурних та декоративних традицій.

Українська мазанка є символом національної архітектурної спадщини і відображає не лише конструктивні та декоративні особливості, але й цінності єднання з природою, простоти та практичності. Треба сказати, що це є джерелом натхнення для проєктування сучасних інтер'єрів, оскільки дозволяє інтегрувати традиційні елементи у новітні дизайнерські рішення. Тому дизайнери прагнуть зберігати автентичність та водночас адаптувати її до вимог сучасності, щоб створювати унікальні й функціональні простори.

Сучасним житловим інтер'єрам часто не вистачає затишної атмосфери, яка б відображала національну самобутність, залишаючись при цьому в гармонії з сучасними тенденціями естетики та функціональності. Використання концепції мазанки може стати

рішенням цієї проблеми, поєднуючи традиційні елементи з актуальними дизайнерськими вимогами для створення унікального та комфортного простору.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Усвідомлення мазанки як одної з традиційних форм українського народного житла, яка має глибоке коріння в народній архітектурі, стало предметом дослідження В. Січинського [3]. Він підкреслював, що мазанка не лише відображає конструктивні та естетичні особливості, а й втілює народні уявлення про практичність, затишок і єднання з природою. Січинський відзначив характерні риси мазанки, такі як використання місцевих природних матеріалів (глина, солома, дерево), простота конструкції та декоративні елементи, що включають розпис стін і різьблення [3]. У мережі Інтернет представлена достатня кількість інформації про характерні етнічні риси української хати [2] та матеріали, з яких вона будується [1].

Проте спеціальних досліджень, присвячених можливостям інтеграції елементів мазанки у сучасний інтер'єр, не виявлено. Тому є необхідність розробки концепцій, які дозволять адаптувати традиційні архітектурні форми мазанки до сучасного дизайну середовища з врахуванням новітніх технологій та вимог.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є висвітлення можливостей використання української мазанки як джерела натхнення та концепції формотворення для створення сучасних житлових інтер'єрів. Завданнями роботи є: 1) дослідити архітектурні та стилістичні особливості української мазанки; 2) визначити шляхи їх інтеграції в сучасний дизайн середовища.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Українська мазанка формувалася з урахуванням кліматичних умов та доступності матеріалів, що зумовило виникнення її традиційного вигляду. Типова мазанка складалася з глиняних стін, солом'яного або очеретяного даху та дерев'яних конструкцій [3]. Основні риси мазанки, такі як білені стіни, солом'яний дах, відсутність складних декоративних елементів, надають їй автентичного вигляду. Ці особливості слугують джерелом натхнення для проєктування сучасного житлового інтер'єру, забезпечуючи естетичну цілісність та гармонійність простору. У будівництві та облаштуванні мазанки використовували природні матеріали, які забезпечували природну регуляцію температури і вологості всередині будинку [3].

У сучасному контексті українська мазанка може бути використана не лише як декоративний елемент, але і як концепція для створення енергоефективного та екологічно чистого житла. Ця ідея базується на першій концепції формотворення – конструктивній. А саме можна замінити звичні оздоблювальні матеріали для стін на глиняну штукатурку з насінням льону, пшениці та вапняні фарби. Це дозволить покращити мікроклімат у приміщенні, а якщо використати дерев'яні та глинобитні стіни, то можна створити ефект природної теплоізоляції [3].

Ще одним важливим аспектом даної концепції є використання глини, що стає все популярнішою рисою таких інтер'єрів (рис. 1). А саме використання глини для облицюванні стін, що забезпечує створення нерівної, неідеальної поверхні та імітує мазані стіни.

Наступна концепція, яка передбачає використання елементів мазанки, є переосмислення ролі керамічних виробів у формотворенні житлового інтер'єру (рис. 2). Тогочасна кераміка була важливим елементом в українській мазанці, вона виконувала

практичну та декоративну роль: горщики, глечики, миски використовували для приготування і зберігання їжі, а керамічні вироби з розписом прикрашали полиці та стіни. У сучасному житловому просторі українська кераміка представлена, як звичайний посуд, декоративні елементи простору, так і як керамічні світильники, які показують дизайнерські рішення з використанням з екологічно чистого матеріалу – глини. Поєднання цих елементів з сучасними мінімалістичними рішеннями, такими як відкриті простори, вбудовані меблі та сучасні освітлювальні прилади, дозволяє створити гармонійний житловий простір з унікальним національним колоритом.

Важливою складовою цієї концепції є застосування дерева в дизайні інтер'єру, що створює атмосферу, схожу на простір мазанки (рис. 2). Натуральне необроблене дерево використовується в підлоговому покритті, меблях, декоративних елементах та стельових конструкціях з балками. Це відповідає теперішнім тенденціям у дизайні інтер'єру – неідеальності поверхонь, екологічності та природності та середовища, що дає змогу створити комфортне середовище та сприяє зближенню людини з природою.

Третім аспектом даної концепції є інтерпретація печі, яка була не просто декоративним елементом в українській мазанці, а центральним елементом оселі. Вона виконувала роль джерела тепла, місця для приготування їжі та символу родинного затишку [2] (рис. 1). У сучасному середовищі її використовують як декоративний акцент, зберігаючи автентичні риси, або інтегруючи у більш сучасній формі з урахуванням новітніх технологій, щоб створити атмосферу затишного українського дому.

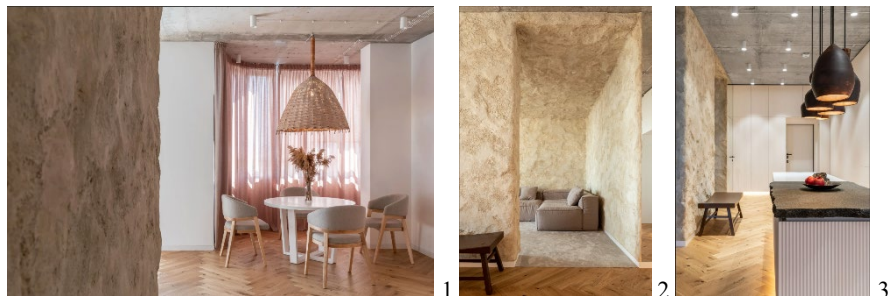


Рис. 1. Використання фактурного облицювання глиною. Mazanka apartment. Приватна квартира. Makhnostudio. Київ, Україна, 2020.

Важливою концепцією використання елементів мазанки є інтерпретація декоративного оздоблення та предметів народних промислів, які відображають українську культуру та є її невід'ємною частиною (рис. 3). Оздоблення хати проявлялося у стінописах із традиційними рослинними орнаментами, птахів, квітів та інших народних мотивів. Вони додавали затишку і були оберегами оселі. Зараз розписи знаходять втілення у вигляді осучаснених візерунків або геометричних форм і застосовуються на настінних розписах, малюнках, декоративних об'ємних настінних елементах та картинах.



Рис. 2. Інтерпретація керамічних виробів, та печі, використання необробленого дерева. Shcrub. Приватний будинок. Makhnostudio. Козин, Київська область, Україна, 2019.

Вишивка, яка була головним символічним елементом декору, прикрашаючи рушники, скатертини, наволочки того часу, виступає частиною оздоблення мазанки (рис. 3). Кожен візерунок мав свій зміст: залучення добробуту, захист від злих сил, здоров'я та щастя в родину. Зараз вона є не просто декорацією, а важливим носієм традицій українського народу, яка знаходить своє відображення у сучасному просторі у вигляді декорування килимів, сучасних текстильних виробів, меблів. Це додає інтер'єру етнічного колориту та впізнаваності.

Ще одною важливою частиною даної концепції є використання колористики (рис. 3). Кольори в українській мазанці відображали простоту й водночас багатство народної культури. Традиційно використовували білий колір для стін, що символізував чистоту і світло та природні відтінки дерева в меблях. Часто додавали кольорові акценти – синій, червоний, жовтий, зелений – для оздоблення карнизів, віконних рам, печі та меблів [1].

Сьогодні ці кольори дизайнери інтегрують в сучасний інтер'єр, використовуючи кольорові акценти, геометричні орнаменти та природні відтінки для створення атмосфери затишку й автентичності в модерних просторах.

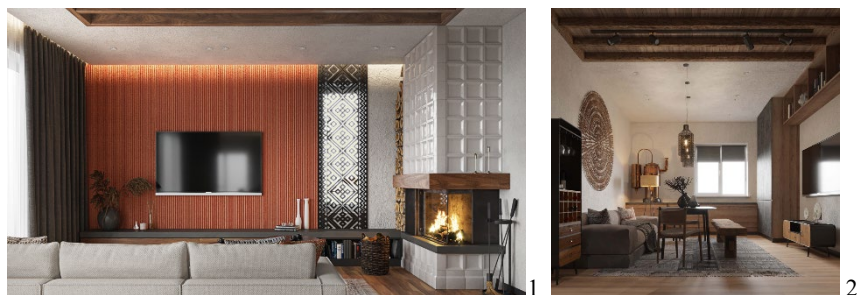


Рис. 3. Інтерпретація декоративних елементів. Теракота. Заміський будинок. Lavrov design.

ВИСНОВКИ

Українська мазанка є джерелом натхнення для створення сучасних житлових інтер'єрів, що поєднує екологічність, природність та етнічну ідентичність. Дослідження її архітектурних і декоративних особливостей виявило можливість інтеграції конструктивної та декоративної концепцій у сучасний житловий інтер'єр. Це дозволяє адаптувати етнічну спадщину до сучасних вимог, формуючи унікальні, функціональні та комфортні простори. Таким чином, образ мазанки сприяє збереженню культурних традицій та створенню гармонійних інтер'єрів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Дмитрук О. Хата-мазанка та очерет. Як українські традиції "вписувати" в архітектуру та дизайн. URL: <https://life.liga.net/poyasnennya/article/khata-mazanka-ta-ocheret-yak-ukrainski-tradytsii-vpysuvaty-v-arkhitekturu-ta-dyzain> (дата звернення: 25.11.2024).
2. Народна творчість України. Українська хата: основні риси. URL: <https://vocnt.com.ua/article/ukrayinska-hata-osnovni-risi> (дата звернення: 25.11.2024).
3. Січинський В. Історія українського мистецтва. URL: <https://diasporiana.org.ua> (дата звернення: 25.11.2024).

УДК 711.43 : 363.3

НОСОВ Юрій

Національна академія образотворчого мистецтва та архітектури

СТАНЦІЇ ШВИДКОГО РЕАГУВАННЯ ЯК МІСТОУТВОРЮЮЧИЙ ФАКТОР ПРИ ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ МІСТ

Анотація. У дослідженні визначається роль станцій швидкого реагування як містоутворюючого фактора при повоєнному відновленні українських міст. Автор аналізує необхідність інтеграції служб громадської безпеки — пожежної, медичної, поліцейської — у єдиних інфраструктурних об'єктах для підвищення ефективності реагування на надзвичайні ситуації. На основі аналізу міжнародного досвіду та чинної нормативної бази запропоновано функціональну класифікацію центрів безпеки, окреслено принципи їхнього просторового розміщення в різних типах міської забудови, включаючи житлові масиви, промислові зони, історичні центри та транспортні вузли.

Ключові слова: архітектура, громадська безпека, ревіталізація, енергоефективність, сталий розвиток.

Abstract. The research determines the role of rapid response stations as a city-forming factor in the post-war reconstruction of Ukrainian cities. Author analyzes the need to integrate public safety services — fire, medical, police — into single infrastructure facilities to increase the efficiency of responding to emergencies. Based on the analysis of international experience and the current regulatory framework, a functional classification of security centers is proposed, the principles of their spatial placement in various types of urban development, including residential areas, industrial zones, historical centers, and transport nodes, are outlined.

Keywords: architecture, public safety, revitalization, energy efficiency, sustainable development.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

З початком повномасштабного вторгнення Росії значно зросла кількість викликів служб швидкого реагування: пожежників, медиків і поліції. У багатьох випадках усі ці служби прибувають одночасно на одну й ту саму подію. Це зумовило потребу у формуванні центрів громадської безпеки, де екстрені служби будуть об'єднані під одним дахом. Такий підхід дозволяє зекономити ресурси, пришвидшити координацію та зробити безпекову інфраструктуру більш ефективною. У повоєнному відновленні міст ці станції можуть відігравати містоутворюючу роль, сприяючи формуванню нової міської структури та зміцненню соціальної єдності.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У вітчизняних публікаціях переважають загальні підходи до сталого розвитку міст (напр. праці М. Ксєнєвича) [1], але бракує досліджень, що розглядають станції швидкого реагування як інструмент ревіталізації та повоєнної відбудови міст. У міжнародній літературі активно вивчаються зв'язки між урбаністикою, безпекою та стійкістю. Наприклад, *Handbook of sustainable urban development strategies* [2], створений за участю

Європейської Комісії акцентує увагу на інтеграції безпекової інфраструктури в міське середовище. Інші джерела, як-от *Urban planning, design and management approaches to building resilience* [3], підкреслюють важливість міжсекторальної взаємодії в умовах криз, але не розглядають специфічні типологічні структури як містоутворюючі фактори при повосній відбудові.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Мета дослідження — визначити, як станції швидкого реагування можуть стати містоутворюючим елементом при відновленні міських територій після війни, а також окреслити функціональні, просторові й соціальні принципи їхнього розміщення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Центри громадської безпеки — це об'єкти, в яких можуть бути об'єднані пожежні частини, служби екстреної медичної допомоги, поліція, ремонтні служби та пункти психологічної підтримки. Вони можуть мати різне функціональне наповнення: евакуаційні укриття, координаційні хаби, пункти медичної допомоги, інформаційні центри. Можливе також використання модульних планувальних рішень для адаптації будівель служб швидкого реагування під конкретні загрози.

Такі станції відіграють соціальну та символічну роль — це місця довіри, співпраці громади з владою, локації для тренінгів, навчань, психологічної допомоги. Їх розміщення має враховувати:

- щільність населення (висока щільність потребує більше точок доступу до об'єкту);
- потенційні ризики того чи іншого району міста (так, наприклад, техногенні зони потребують наявності спецобладнання для гасіння особливо складних пожеж та усунення хімічних/радіаційних викидів);
- інфраструктурну доступність (під'їзд транспорту, евакуаційні маршрути для людей);
- історичний контекст (компактність розміщення будівель і споруд, відповідність архітектурному стилю того чи іншого району міста);
- екологічні та природні умови (наприклад, мінімізацію ризиків затоплення прилеглих територій).

Важливо, щоб станції швидкого реагування вписувались у міський ландшафт та могли виконувати мультифункціональні завдання, діяти як громадські споруди освітнього, відпочинкового спрямування в мирний час. У житлових районах вони можуть включати пункти психологічної підтримки; у промзонах — мати обладнання для ліквідації хімічних викидів на виробництві та складах; у парках — високомобільну техніку.

У містобудівному аспекті такі центри можуть виступати структуроутворюючими елементами — особливо у новій післявоєнній забудові, в умовах якої особливо потрібними стануть об'єкти символічної єдності, захисту та надійності. Вони також можуть формувати мережу, що охоплює місто відповідно до зон безпеки, включаючи стаціонарні та мобільні станції, адаптовані до змін у міському середовищі.

ВИСНОВКИ

Інтеграція станцій швидкого реагування в містобудівну структуру — це не лише інфраструктурне, а й соціальне, економічне та урбаністичне рішення. Такі центри покращують якість життя, прискорюють процес відбудови, формують довіру до безпекових інституцій і слугують прикладом стійкого та адаптивного розвитку міст. Їхне

проектування потребує міждисциплінарного підходу та врахування як локальних, так і національних стратегій безпеки та розвитку.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Ксєневич М. Я. Основні засади методики проектування сталого розвитку міст-центрів агломерацій (рекомендації на прикладі України). World science. 2019. Т. 1, № 10 (50). С. 10–14. URL: https://doi.org/10.31435/rsglobal_ws/31102019/6713 (дата звернення: 07.05.2025).
2. European Commission. Handbook of sustainable urban development strategies / Fioretti C., Pertoldi M., Busti M., Van Heerden S.; Europäische Kommission. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2020. JRC Publications Repository. URL: <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC118841>. (дата звернення: 07.05.2025).
3. Urban planning, design and management approaches to building urban resilience: a rapid review of the evidence / C. Sáenz de Tejada та ін. *Cities & Health*. 2024. Т. 8, № 5. С. 932–955. URL: <https://doi.org/10.1080/23748834.2024.2364491> (дата звернення: 07.05.2025).

УДК 27.07:316.3:378.1

ОЛІЙНИК Ганна

Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури

ЦЕРКВА ЯК ПРОСТІР НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ В АКАДЕМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Анотація. У тезах розглянуто церкву святих Кирила і Мефодія в Черкасах як приклад дизайну архітектурного середовища зламу тисячоліть, що інтегрує сакральний простір у структуру освітнього кампусу. Проаналізовано авторський підхід архітектора, професора НАОМА Лариси Скорик до формотворення, взаємодії контексту з традицією. Наголошено на значенні нової типології «просвітницьких» церков у публічному просторі.

Ключові слова: сакральний простір, архітектурне середовище, церква, Лариса Скорик, дизайн.

Abstract. The paper examines the Church of Saints Cyril and Methodius in Cherkasy as an example of contemporary architectural environment design that integrates a sacred space into the structure of an educational campus. The author's approach of architect and professor of NAOМА Larysa Skoryk to form-making, interaction with context, and tradition is analyzed. The significance of such objects as a new typology of "enlightening" churches in public space is emphasized.

Keywords: sacred space, architectural environment, church, Larysa Skoryk, design.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасному українському урбанізмі спостерігається зростаючий інтерес до інтеграції сакральних об'єктів у структуру світських громадських просторів, зокрема в освітньому середовищі. Таке поєднання вимагає делікатного дизайнерського підходу, що враховує як традиції сакральної архітектури, так і потреби сучасного урбаністичного контексту. Особливої актуальності ця тема набуває в умовах національного самоусвідомлення, коли архітектура стає носієм ідентичності, пам'яті та ціннісних орієнтирів.

Церква святих Кирила і Мефодія, розташована на території Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, авторства архітектора Лариси Скорик (ТАМ «Л. Скорак»), є прикладом гармонійної взаємодії традиції та новаторства в дизайні архітектурного середовища. Вивчення цього об'єкта дозволяє окреслити роль сакральної архітектури як чинника формування духовного і просторового ландшафту сучасного освітнього комплексу.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Церковну архітектуру як глибоко символічний і естетично вагомий компонент українського культурного простору розглядають у статті «Значення церковної архітектури для формуванні живописного образу поселень» дослідники С. Пісьо та Н. Дудяк. Авторі наголошують, що храми слугують не лише осередками духовного життя, а й з давніх часів формують виразний образ поселень, відображаючи історичну пам'ять, віру, традиції та художні смаки народу. Особливу увагу приділено ролі храмової архітектури як

візуального носія національної ідентичності. Її гармонійне включення в середовище збагачує ландшафт, підкреслює архітектурну унікальність та зберігає зв'язок із культурною спадщиною [1].

У статті «Світлопросторова композиція сакральних будівель Ле Корбюзьє» М. Яців та С. Яців аналізують авторські прийоми архітектора у проєктуванні сучасного сакрального простору. Особливу увагу приділено засобам формування просторово-світлового середовища, здатного створювати атмосферу духовної зосередженості, сприятливої для роздумів і колективної молитви [2].

У статті Олійник Г. «Проблеми поєднання естетичних традицій з авангардними формами в сучаній архітектурі християнського Сходу» розглядаються проблеми сучасної України, яка відродивши духовну ідентичність, формує нову парадигму церковного будівництва: осмислено поєднує традиційні естетичні засади з інноваційними формами й технологіями, зберігаючи глибину змісту і духовний контекст, уникаючи радикальних формальних експериментів на прикладі церкви Василя Великого в Києві, також авторства Л. Скорик [3].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є виявлення впливу архітектурного образу сакральної споруди на формування атмосфери гармонії, пам'яті й духовності в освітньому просторі Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького. Завданнями роботи є: 1) з'ясувати які традиційні риси української церковної архітектури інтерпретовані у церкву святих Кирила і Мефодія Черкаського національного університету засобами сучасного дизайну; 2) визначити, як архітектура церкви інтегрується у середовище університетського кампусу, формуючи цілісний просторовий наратив; 3) виявити художні засоби, завдяки яким архітектором створене відчуття духовного ядра в просторі світського закладу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Традиція університетських церков має глибоке історичне коріння в європейській культурі. Виникнення поняття університету, як вищого навчального закладу, завдячує сприянню християнської церкви. Ще від середньовіччя сакральні споруди були невід'ємною частиною академічного середовища: прикладами є кафедральний собор Христа в Оксфорді, Каплиця Королівського коледжу в Кембриджі, капела Сорбонни в Парижі. Вони відігравали не лише релігійну, а й світоглядну, інтелектуальну роль, як місця молитов, церемоній, рефлексій і формування духовної культури студентства.

В українському освітньому просторі також спостерігається поява сакральних об'єктів на територіях вищих навчальних закладів з періоду середньовіччя: на історичних теренах Києво-Могилянської академії, Острозької академії Чернігівського колегіуму.

Церква святих Кирила і Мефодія на території Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького – один із яскравих прикладів сучасної сакральної архітектури, що візуально й духовно інтегрована в академічне середовище. Споруда спроектована архітектором, професором НАОМА Ларисою Скорик.

Церква має невеликі розміри в плані (9 м x 9 м), що не вплинуло на її монументальність. Об'ємно-просторова композиція церкви базується на вертикальному акценті – витягнутому вгору центральному об'ємі (h = 24 м), який має ремінісценції і традиційної оборонної архітектури X – XIV ст., і кам'яних церков оборонного типу XV – XVII ст., і церков періоду Козацького бароко інтерпретованих засобами сучасної геометрії. Де форма споруди лишається впізнаваною, однак не буквально історичною. Це – авторське

переосмислення традицій (рис. 1).

Вибір матеріалів: білий бетон, великі площини скла, філігранні «золоті» дзвононосні аркатури навколо, мінімум декору – формують образ чистоти та духовної ясності. (Такий підхід був характерний для модернізму в церковній архітектурі діаспори, наприклад Радослава Жука, Зиновія Мазуркевича та ін.) Завдяки геометричності фасадів, церква гармонійно співіснує з архітектурою центрального корпусу університету, виконаного у формах радянської архітектури 1960 – 1970-х рр.

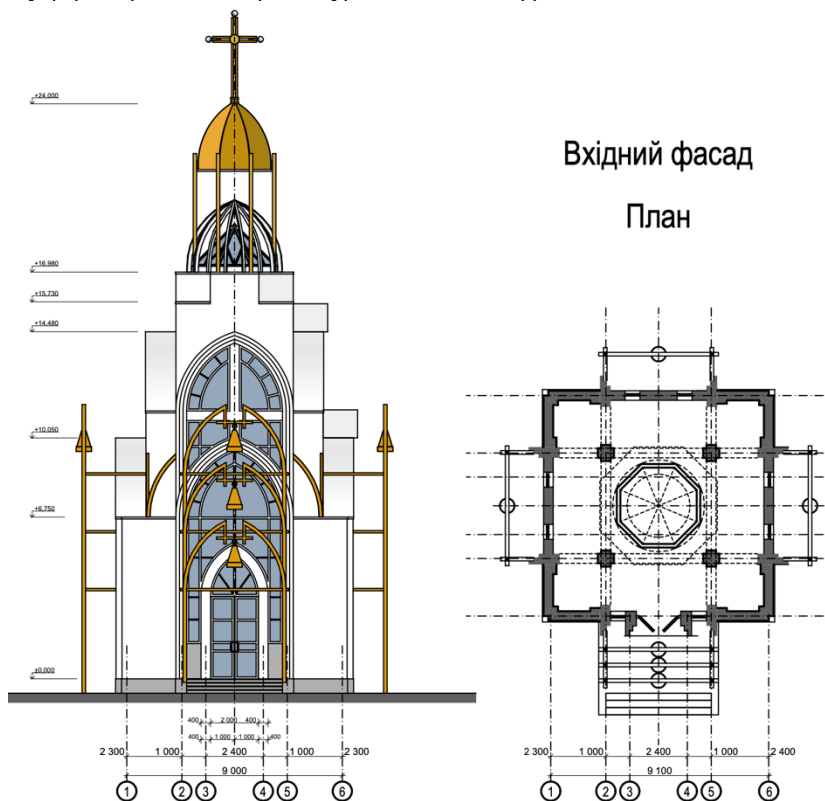


Рис.1. План та Вхідний фасад церкви св. Кирила і Мефодія на території Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького

Особливу увагу привертає взаємодія церкви з навколишнім урбаністичним середовищем. Простір навколо неї не формалізований як церковне подвір'я, а залишається відкритим, парково-пішохідним – частиною університетського кампусу (рис. 2). Це дозволяє сприймати храм не як ізольований сакральний об'єкт, а як природну складову освітнього ландшафту. Таким чином, архітектурний дизайн виконує не лише утилітарну,

а й культурну функцію: храм стає простором між знанням і вірою, між щоденним і вічним.

Внутрішня камерність і мінімалістичність форм інтер'єру створюють особливу інтимну атмосферу, що цілком відповідає завданням – бути місцем зосередження, духовного піднесення і внутрішньої тиші в середовищі, де вирує щоденне студентське життя. Саме в цьому полягає її новаторський підхід: монументальна делікатність; підкреслена глибина символічного змісту.

Архітектор Л. Скорик у своїй творчості послідовно відстоює ідею архітектури як носія національної ідентичності. У церкві Кирила і Мефодія це проявляється не лише у візуальних образах, а й у самій інтонації архітектурної мови – стриманій, гармонійній, співзвучній духовним-естетичним традиціям українського народу. Це архітектура, що розкривається – через світло, пропорції, акустику, архітектоніку. Саме в таких рисах виявляється цілісний дизайнерський підхід, що поєднує традицію і новаторство.

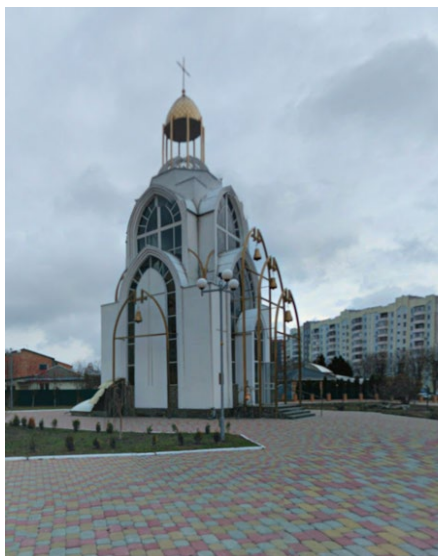


Рис. 2. Загальний вигляд церкви св. Кирила і Мефодія на території Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького

Інтеграція сакрального об'єкта в університетський простір, що була неможливою на території України в радянський період, на зламі тисячоліть набула поширення в архітектурній практиці доби незалежності. Це явище означувало появу нової типології храмової споруди – не парафіяльної, не музейної й не меморіальної, а «просвітницької» церкви, функціонально орієнтованої на формування духовно-культурного середовища в освітньому контексті.

Розташування церкви зосереджене в місці перетину комунікативних просторів університетського комплексу, поглядів, дисциплін, переживань. Її присутність формує

додатковий рівень сприйняття університету як простору не лише науки, а й культури духу.

ВИСНОВКИ

Таким чином, церква, створена професором Ларисою Скорик, є прикладом цілісного дизайнерського рішення, де архітектура не лише вирішує просторові завдання, а й формує духовну екосистему. У її рішенні традиція не суперечить новації, а розгортається через неї – делікатно, глибоко, переконливо. Це архітектура, яка говорить не гучно, але точно. І саме в цьому – її найбільша цінність для сучасного дизайну архітектурного середовища.

Церква святих Кирила і Мефодія на території Черкаського національного університету – приклад глибоко осмисленого архітектурного дизайну, що інтегрує сакральну ідентичність у світське середовище. Авторський почерк Л. Скорик виявляється у здатності поєднувати традиційні форми з актуальними підходами до простору, матеріалів і взаємодії з контекстом [3].

Образ церкви демонструє, що дизайн архітектурного середовища має потенціал формувати не лише фізичний простір, а й внутрішній світ людини – через гармонію, акустику, геометрію форм. Така архітектура не потребує гучних акцентів – її сила в смисловій глибині, у делікатному балансі між функцією, символікою і естетикою.

Досліджений приклад відкриває перспективу для ширшого осмислення ролі сакральних об'єктів у структурі публічного простору, зокрема в освітніх установах, де вони можуть виконувати роль духовних орієнтирів та середовища внутрішнього зосередження.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Пісьо С., Дудяк Н. Значення церковної архітектури для формування живописного образу поселень. *Bulletin of Lviv National Environmental University. Series Architecture and Construction*. 2024. № 25. С. 135–142. URL: <https://doi.org/10.31734/architecture2024.25.135> (дата звернення: 21.04.2025).
2. Oiliinyk H. Problems of combination of aesthetic traditions with avant-garde forms in modern architecture of the christian east. *Theory and practice of design*. 2024. № 34. С. 55–63. URL: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2024.34.7> (дата звернення: 21.04.2025).
3. Yatsiv M., Yatsiv S. Light and space composition of le corbusier's sacred buildings. *Visnik Nacional'nogo universitetu "L'vivs'ka politehnika". Seriia Arhitektura*. 2023. Т. 5, № 2. С. 197–205. URL: <https://doi.org/10.23939/sa2023.02.197> (дата звернення: 21.04.2025).

УДК 72.05:616.166:001.891

РАДЧЕНКО Юлія

Київський національний університет будівництва і архітектури

ФОРМУВАННЯ СТРУКТУРИ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ДЛЯ ЖЕРТВ ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ НА ОСНОВІ ВИКОРИСТАННЯ ЦІЛІСНОГО МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ПІДХОДУ

Анотація. У роботі розглянуто проблему формування структури предметно-просторового середовища реабілітаційних центрів для жертв військових конфліктів з позицій цілісного міждисциплінарного підходу. Обґрунтовано необхідність інтеграції знань і методів із суміжних галузей — дизайну, архітектури, медицини, психології, соціології, культурології, нейроестетики, ергоterapiї — для створення середовища, здатного підтримувати комплексне фізичне, психоемоційне та соціальне відновлення людини. Проаналізовано ключові принципи, що складатимуть основу просторових рішень: біофільний і нейродизайн, інклюзивність, терапевтична естетика, етичність та адаптивність до потреб користувачів із травматичним досвідом. Наголошено на значенні дизайн-процесу як гуманітарної практики, що в умовах воєнного та повоєнного контексту набуває нової соціальної місії — сприяти відновленню гідності, ідентичності та безпеки через просторову організацію середовища.

Ключові слова: реабілітаційний центр; дизайн середовища; міждисциплінарний підхід; біофільний дизайн; інклюзивність; психологічне відновлення.

Abstract. The problem of forming the structure of the subject-spatial environment of rehabilitation centers for victims of military conflicts from the standpoint of a holistic interdisciplinary approach is investigated in the work. It substantiates the necessity of integrating knowledge and methods from related fields — design, architecture, medicine, psychology, sociology, cultural studies, neuroaesthetics, and occupational therapy — to create an environment capable of supporting comprehensive physical, psycho-emotional, and social recovery. Key principles forming the foundation of spatial solutions are analyzed, including biophilic and neurodesign, inclusivity, therapeutic aesthetics, ethical sensitivity, and adaptability to the needs of users with traumatic experience. The significance of the design process as a humanitarian practice is emphasized, acquiring a new social mission in wartime and postwar contexts — to support the restoration of dignity, identity, and a sense of security through the spatial organization of the environment.

Keywords: rehabilitation center; environmental design; interdisciplinary approach; biophilic design; inclusivity; psychological recovery.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Повномасштабна війна в Україні зумовила стрімке зростання кількості осіб, які потребують комплексної реабілітації — фізичної, психологічної, соціальної. У цьому

контексті постає гостра потреба у створенні нової якості просторових рішень для реабілітаційних центрів, здатних відповідати багатоаспектним потребам постраждалих. Традиційні підходи до організації предметно-просторового середовища виявляються недостатніми для забезпечення повноцінного відновлення людини, що пережила травматичний досвід.

Це обумовлює необхідність пошуку нової методологічної бази для проектування таких середовищ, орієнтованої на цілісний, міждисциплінарний підхід, що інтегрує дизайн, медицину, психологію, соціологію та інші суміжні галузі знань.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

У сучасних умовах зростає увага до проблеми формування ефективного предметно-просторового середовища реабілітаційних центрів для жертв військових конфліктів. Дослідники підкреслюють необхідність інтеграції міждисциплінарних підходів, що поєднують знання з архітектури, дизайну, медицини, психології та соціології. Зокрема, Моркляник О. та Паляниця Х. аналізують функціональну організацію багатофункційних реабілітаційних центрів, підкреслюючи важливість комплексного підходу до реабілітації, що включає медичну, фізичну, психологічну та соціальну підтримку [4]. Гнєзділов С.В. та Жовква О.І. у своєму дослідженні зосереджуються на викликах архітектурного формування реабілітаційних комплексів для військовослужбовців, звертаючи увагу на необхідність гнучкого планування, екологічності та адаптивності до потреб користувачів [2]. Міжнародний досвід також свідчить про важливість створення спеціалізованих просторів для підтримки осіб, які постраждали від військових конфліктів. Вітчизняний досвід підкреслює необхідність модернізації реабілітаційних центрів в Україні, зосереджуючись на ергономічних стандартах, універсальному дизайні та інклюзивності [5].

Таким чином, наявні наукові напрацювання переважно мають фрагментарний характер і потребують подальшого системного вдосконалення, зокрема в частині інтеграції гуманітарних, клінічних та дизайнерських підходів до формування цілісного терапевтичного середовища.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є сформулювати теоретичні засади та практичні принципи формування структури предметно-просторового середовища реабілітаційних центрів для жертв військових конфліктів на основі цілісного міждисциплінарного підходу, орієнтованого на комплексне фізичне, психоемоційне та соціальне відновлення людини.

Завданнями роботи є: 1) проаналізувати сучасні наукові публікації та практики щодо архітектурно-дизайнерських рішень у сфері реабілітаційного простору; 2) визначити ключові компоненти міждисциплінарного підходу до проектування предметно-просторового середовища для осіб із травматичним досвідом військових конфліктів; 3) окреслити принципи формування терапевтичного середовища з урахуванням біофільного, нейродизайну, інклюзивності та етичної чутливості; 4) виявити потенціал дизайну як гуманітарної практики у відновленні гідності, ідентичності та безпеки постраждалих у воєнний і післявоєнний період; 5) обґрунтувати необхідність подальшого вдосконалення досліджень у сфері реабілітаційного дизайну через системну інтеграцію суміжних наукових напрямів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Сучасні виклики, пов'язані з повномасштабною війною в Україні, сформували нову реальність, у якій реабілітація постраждалих унаслідок військових конфліктів стає пріоритетним соціальним завданням. Реабілітаційні центри нового типу мають стати просторами цілісного відновлення: не лише фізичного, а й психологічного, соціального, культурного та екзистенційного. У зв'язку з цим актуальним є питання формування предметно-просторового середовища, що ґрунтується не на фрагментарних підходах, а на цілісному міждисциплінарному розумінні потреб людини у кризовій ситуації.

Цілісний міждисциплінарний підхід передбачає інтеграцію знань і методів із суміжних наукових сфер — дизайну, архітектури, медицини, психології, соціології, нейроестетики, ерготерапії, культурології, філософії, антропології тощо. Він базується на переконанні, що людина не є механічною сумою тілесних і когнітивних функцій, а складною, цілісною особистістю, зануреною у контекст власної біографії, травматичного досвіду, соціального середовища й культурного ландшафту. У такому підході дизайн середовища стає інструментом гуманітарного впливу, який здатен сприяти відновленню втраченого відчуття безпеки, гідності, естетичного зв'язку з реальністю [2], [4].

Одним із головних принципів цілісного підходу є необхідність співпраці між фахівцями різних галузей ще на етапі концептуального проєктування. Простір, створений без участі психолога, не буде відповідати емоційним потребам користувача; без участі ерготерапевта — не буде ергономічним і функціонально адаптивним; без культуролога — не врахує ідентифікаційні та символічні коди, важливі для суб'єкта у посттравматичному стані. Включення користувача до процесу проєктування (підходи human-centered і participatory design) забезпечує глибше розуміння реальних потреб і підвищує ефективність запропонованих рішень [4].

Дизайн виступає не просто як візуальна чи функціональна дисципліна, а як координуюча платформа, яка синтезує результати наукових досліджень у зрозумілу, структуровану, просторову мову. Саме через проєктні рішення дизайн інтегрує клінічні протоколи, психологічні моделі, культурні коди, архітектурну ергономіку та технологічні інновації у матеріалізований простір. Дизайнер у цьому процесі виконує роль медіатора між технічними і гуманітарними знаннями, між фаховими уявленнями й реальними потребами користувачів. Такий підхід формує нову етику проєктної діяльності, що орієнтована не лише на ефективність, а й на глибоку відповідальність перед соціумом, перед особистістю, що проходить шлях від травми до відновлення [1], [4], [5].

У контексті формування структури простору актуальними є такі концепції, як біофільний дизайн, що сприяє зниженню стресу через присутність природних елементів (рослинність, натуральні матеріали, природне освітлення); нейродизайн, що враховує реакції мозку на візуальні патерни та кольори; кольоротерапія; створення зон із різною сенсорною інтенсивністю для можливості відновлення в тиші; гнучке зонування для індивідуальної та групової терапії, побутового функціонування та емоційного релаксу [1]. Важливими є також принципи універсального дизайну (universal design), що гарантують рівний доступ до простору для всіх категорій користувачів, незалежно від фізичних або когнітивних обмежень [3].

Структура реабілітаційного простору, сформована на міждисциплінарних засадах, має враховувати не лише практичні аспекти (рух, світло, звуковий комфорт, навігація,

приватність), а й емоційні — символічний зміст простору, здатність сприяти відновленню ідентичності, формуванню нових життєвих смислів. Простір несе терапевтичний потенціал лише тоді, коли сприймається людиною як такий, що «приймає», не загрожує, не пригнічує, а навпаки — підтримує, захищає, надихає [4].

Отже, окрему увагу слід приділити етичному виміру міждисциплінарного дизайну. Робота з вразливими категоріями населення вимагає особливої чутливості до питань психологічної травми, гідності, суб'єктивного досвіду. Проектне мислення у сфері реабілітації має уникати універсалізму й шаблонності, натомість базуватися на емпатії, відкритості до діалогу з користувачем та здатності адаптувати простір до змінного контексту.

ВИСНОВКИ

У підсумку слід зазначити, що використання цілісного міждисциплінарного підходу у формуванні структури предметно-просторового середовища реабілітаційних центрів є не лише доцільним, а й критично необхідним. Це підвищує ефективність середовища як інструменту підтримки й відновлення, забезпечує його соціальну значущість і гуманітарну глибину. У воєнний та повоєнний період дизайн набуває нової місії — бути посередником між травмою та зціленням, між руйнуванням і відродженням.

У подальшій роботі планується вирішити наступні завдання: розробити узагальнену модель структурно-функціональної організації реабілітаційного простору; адаптувати принципи інклюзивного, біофільного та нейродизайну до типових об'ємно-планувальних рішень; дослідити досвід взаємодії дизайнерів із представниками медичної та психологічної спільноти на етапах реалізації реабілітаційних проектів.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Біофільний дизайн в охороні здоров'я: лікувальне середовище для пацієнтів. *Constructive Voices*. URL: <https://constructive-voices.com/uk/біофільний-дизайн-в-охороні-здоров'я%27я/> (дата звернення: 06.05.2025).
2. Гнезділов С. В., Жовква О. І. Проблеми архітектурного формування реабілітаційних комплексів для військовослужбовців. *Теорія та практика дизайну*. 2023. Вип. 29–30. С. 36–43. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tprd_2023_29-30_6 (дата звернення: 06.05.2025).
3. Забезпечення доступності та принципів універсального дизайну при облаштуванні закладів охорони здоров'я. Програма розвитку ООН в Україні. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/news/zabezpechennya-dostupnosti-ta-pryntsyvipiv-universalnoho-dyzaynu-pri-oblashtuvanni-zakladiv-okhorony-zdorovya> (дата звернення: 06.05.2025).
4. Моркляник О., Паляниця Х. Модель функціональної організації багатofункційного реабілітаційного центру для військовослужбовців. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: Архітектура. 2023. № 2(10). С. 130–140. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2023_5_2_15 (дата звернення: 06.05.2025).
5. Gnatiuk L. R., Zhuravlova K. S. Environmental Design of the Rehabilitation Center. *Theory and Practice of Design*. 2024. Vol. 4(34). P. 229–236. URL: https://www.researchgate.net/publication/388743003_ENVIRONMENTAL_DESIGN_OF_THE_REHABILITATION_CENTER (дата звернення: 06.05.2025).

УДК 72.08:363.5 (477.6)

СЕЛЕШОК Іван

Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури

ПРЕФАБРИКАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ БУДІВНИЦТВА ДОСТУПНОГО СОЦІАЛЬНОГО ЖИТЛА В УКРАЇНІ

Анотація. У роботі досліджується застосування префабрикованих конструкцій у будівництві соціального житла. Аналізується ефективність використання модульних технологій, що дозволяють знижувати витрати на матеріали та працевитрати, а також скорочувати терміни будівництва. Розглядаються переваги префабрикатів щодо екологічної стійкості та енергоефективності будівель, а також актуальність їх застосування в Україні для забезпечення доступного житла для соціальних категорій. Визначено перспективи розвитку цієї технології в контексті сталого розвитку будівельної галузі.

Ключові слова: префабрикація, соціальне житло, модульні технології, енергоефективність, сталий розвиток

Abstract. The paper explores the use of prefabricated constructions in social housing construction. It analyzes the efficiency of modular technologies that reduce material and labor costs, as well as shorten construction time. The advantages of prefabricated elements in terms of ecological sustainability and energy efficiency are discussed, along with their relevance in Ukraine for providing affordable housing for social categories. The prospects of this technology's development in the context of sustainable construction are also outlined.

Keywords: prefabrication, social housing, modular technology, energy efficiency, sustainable development

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

У сучасних умовах в Україні спостерігається суттєва проблема з недостатньою кількістю доступного житла для соціальних категорій населення. Низька доступність соціального житла, зокрема через високу вартість будівництва традиційними методами, ускладнює можливість забезпечення базових житлових потреб малозабезпечених груп. Незважаючи на те, що в радянський період активно використовувалися технології збірного будівництва, сучасні методи та стандарти вимагають нових підходів і удосконалення використання таких конструкцій. Проблема потребує пошуку більш ефективних та економічно обґрунтованих рішень у будівництві соціального житла, зокрема через застосування префабрикованих конструкцій, які забезпечують скорочення витрат, зменшення термінів будівництва та підвищення екологічної стійкості. Використання таких технологій є необхідним для розвитку сталого і доступного житлового будівництва в Україні, особливо в умовах післявоєнної відбудови та значних демографічних змін.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Префабриковані конструкції є ефективним рішенням для будівництва соціального житла в Україні, оскільки дозволяють знизити витрати та скоротити терміни будівництва. Дослідження вчених, таких як Д.О. Козак та О.С. Левченко, підтверджують переваги застосування префабрикатів для зниження вартості житла та підвищення екологічної стійкості, зокрема через зменшення викидів CO₂. Крім того, використання легких металів і композитів дозволяє знизити витрати на транспортування та зменшити навантаження на інфраструктуру[1].

Особливу увагу також заслуговує дослідження архітектурного бюро Drozdov & Partners, яке активно впроваджує префабриковані технології у будівництво соціального житла в Україні. Зокрема, їх проекти в Львові, що включають використання модульних конструкцій для реабілітаційних центрів, демонструють практичну ефективність таких технологій у контексті післявоєнного відновлення. Ці проекти підкреслюють переваги префабрикації у швидкому та економічному зведенні соціального житла[2].

Таким чином, префабрикація є перспективним напрямом для відновлення соціального житла в Україні, і для її успішного впровадження необхідно продовжувати дослідження та адаптацію таких технологій до місцевих умов та національних стандартів.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою роботи є вивчення особливостей використання префабрикованих конструкцій у будівництві соціального житла. Завданнями роботи є: 1) дослідити переваги використання префаб технологій у будівництві соціального житла; 2) визначити основні проблеми та шляхи удосконалення застосування префабрикатів у сучасному житловому будівництві.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Префабрикація – це технологія будівництва, що передбачає використання готових заводських конструкцій для зведення будівель на будівельному майданчику. Цей процес дозволяє значно зменшити витрати на матеріали, працю та час на зведення будівель. Технологія префабрикації на сьогодні є однією з найбільш ефективних і економічних у будівництві соціального житла, зокрема в умовах високої потреби в доступному житлі.

За допомогою префабрикованих елементів будівництво може бути значно прискорене. Це дозволяє зводити житлові комплекси та інші будівлі за менший час у порівнянні з традиційними методами. Окрім того, значно зменшується витратність матеріалів, адже префаб елементи виготовляються за чіткими стандартами на заводах, що мінімізує втрати під час виробництва.

Сучасні префаб технології використовують матеріали, такі як легкі метали, композити та пластик. Вони не тільки роблять конструкції більш легкими, але й знижують витрати на транспортування. Окрім того, такі матеріали забезпечують високий рівень міцності та довговічності будівель. Важливою перевагою є також використання дерев'яних елементів, які не тільки екологічні, а й легко обробляються.

Завдяки цьому, префабрикація дає можливість зводити будинки з високими показниками енергоефективності, що відповідає вимогам сталого розвитку. Ці технології дозволяють знизити викиди CO₂, оскільки менше енергії витрачається на транспортування та зведення будівель, що робить їх більш дружніми до навколишнього середовища[3].

Все більше будівельних компаній впроваджують префабрикатні технології для будівництва соціального житла, що дозволяє значно знизити витрати і підвищити

швидкість будівництва. Сучасні префаб конструкції, завдяки використанню новітніх матеріалів, таких як композити та легкі метали, стають більш доступними і економічно вигідними. В Україні, зокрема, завдяки широкому використанню місцевих матеріалів, ці технології стають доступними для більшості споживачів. Наприклад, завдяки широкому виробництву дерев'яних панелей можна створювати екологічно чисте житло за ціною, що не перевищує витрати на будівництво традиційними методами.

Префабрикація в будівництві соціального житла є важливою частиною сталого розвитку, оскільки вона сприяє зменшенню впливу на навколишнє середовище. Використання таких технологій дозволяє економити природні ресурси, зменшувати викиди CO₂ та знижувати кількість будівельного сміття. Це важливо для збереження екології і покращення якості життя в містах, особливо в умовах зростаючого попиту на доступне житло.

Таким чином, префабрикація не тільки забезпечує швидке та економічне зведення житла, але й сприяє розвитку екологічно чистих та енергоефективних будівель. Перехід на такі технології є кроком до сталого розвитку будівельної галузі, що позитивно впливає на навколишнє середовище та підвищує якість життя людей.

ВИСНОВКИ

Вибір альтернативних і екологічних матеріалів у будівництві соціального житла є важливим кроком до збереження навколишнього середовища та підвищення якості життя мешканців. Застосування префабрикатів дозволяє не лише знижувати витрати та терміни будівництва, але й сприяє зменшенню викидів CO₂ та оптимізації використання природних ресурсів. Сучасні технології у будівництві, зокрема в Україні, відкривають нові можливості для створення доступного, енергоефективного та екологічного житла.

Завдяки використанню легких металів, композитних матеріалів та інших інноваційних технологій, можливе зведення будівель з високими стандартами безпеки та стійкості. Важливою складовою є також екологічний аспект – зниження кількості будівельного сміття, збереження природних ресурсів і забезпечення стійкості до змін клімату. Таким чином, застосування префаб технологій у будівництві соціального житла є важливим і необхідним кроком для України в умовах післявоєнного відновлення та сталого розвитку.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Соціальне, тимчасове і кризове житло: з чим Україна зустріла повномасштабну війну А. Боброва та ін. *CEDOS*. URL:<https://cedos.org.ua/researches/soczialne-tymchasove-i-kryzove-zhytlo/> (дата звернення: 06.05.2025).
2. Козак Д., Дроздов О. Mykolajchuka. *drozdov-partners.com*. URL: <https://drozdov-partners.com/projects/mikolajchuka/> (дата звернення: 06.05.2025).
3. Olynyk, O. Problems of construction and renovation of affordable housing in Ukraine after the Liberation war-2022. Online conference Holistic renovation of modernism housing . UIA, BAUA. Vilnius, 11.04 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=A8q58NWcV-A&t=2903s> (дата звернення: 06.05.2025).

УДК 659.127.8(477.87)"19"

СОПКО (ДОЛГОШ) Одарка, СЛИВКА Вікторія, ГЕРАСИМЕНКО Юліанна
Закарпатська академія мистецтв

ТРАДИЦІЇ ЗОВНІШНЬОГО ОФОРМЛЕННЯ ВІТРИН ТА ВИВІСОК МІСТА УЖГОРОДА У ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ ХХ СТ.

Анотація. У дослідженні йдеться про особливість зовнішньої реклами, яка часто залежить від поліфункціональності будинків у європейських містах, створюючи враження живого й активного міста. Береться до уваги функціональність вітрин та вивісок роль яких, з одного боку, вигідно презентувати товари та пропозиції власників магазинів, а з іншого – вони є частиною оформлення громадського простору і повинні відповідати певним художньо-естетичним вимогам.

Ключові слова: зовнішня реклама, Ужгородські кав'ярні, дизайн, шрифти.

Abstract. The study discusses the peculiarity of outdoor advertising, which often depends on the multifunctionality of buildings in European cities, creating the impression of a lively and active city. The functionality of shop windows and signs is taken into account, the role of which is, on the one hand, to advantageously present goods and offers of store owners, and on the other, they are part of the design of public space and must meet certain artistic and aesthetic requirements.

Keywords: outdoor advertising, Uzhhorod coffee shops, design, fonts.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Різнманітні вивіски та реклама прагнуть привернути увагу потенційних клієнтів, тому власники часто не усвідомлюють цінності історичних вітрин, а їхню естетику сприймають як щось старомодне. Занедбаність, відсутність поточного ремонту, самовільні переобладнання та добудови призводять до зникнення цінних архітектурних деталей. А в нових власників торгових приміщень у середмісті інколи виникає бажання створити абсолютно новий архітектурний образ приміщення, що може призвести до повної і безповоротної втрати історичних декоративних деталей. Отже, вирішення подібних проблем зможе забезпечити глибший аналіз з визначенням змін художніх особливостей в оформленні вуличних вивісок та вітрин на прикладі міста Ужгорода.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Найзначнішими та найінформативнішими джерелами для дослідження є праці дослідників: Петра Сиви, автора праці «Прошлое Ужгорода», Йосипа Кобаля, у дослідженні «Ужгород відомий і невідомий». Вартою уваги є праця журналістки, Тетяна Літераті, редакторки газети «Ужгород», публікації «Втрачений Ужгород» для сайту «Про Захід», у яких проаналізовано історії будівель з драмами і щасливими життєвими моментами, що траплялися в них. Передумови виникнення та розвиток реклами міста є розкриті в праці, Сергія Федаки, «Ужгород крізь віки»; альбому «Ужгород у старовинній листівці», Олександра Волошина. Дорадянський період, коли Ужгород: у складі Австро-Угорщини (1867—1918); у складі Чехословацької республіки (1920—1939); у складі

Угорщини (1939—1944). Радянський період (1945—1991).

Отже, опрацювання літератури показує, що питання становлення і розвитку типів зовнішньої реклами досі залишається недостатньо вивченим. В більшості вище згаданих літературних джерелах опис є фрагментарним і потребує як удосконалення, так і відповідної систематизації для виявлення регіональних особливостей.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ

Метою дослідження є зібрати й класифікувати візуальний матеріал про вигляд зовнішньої реклами кав'ярень, промислових крамниць та цукранень міста Ужгорода.

Завданнями роботи є: 1) виявити тогочасні тенденції розвитку зовнішньої реклами та визначити стильові особливості тогочасних вивісок і вітрин; 2) визначити основні зміни до радянського та радянського періодів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Про тодішній вигляд зовнішньої реклами ми можемо довідатися із зображень на старих світлинах Ужгорода. Про тогочасний центр міста, вулиці Корзо, Волошина, Корятовича, площу Петєфі та про їх безліч строкатих вивісок й реклами на магазинчиках, які тут були на кожному кроці. Більшість магазинів була зосереджена у центрі старого Ужгорода. Цікавим є й те, що ці крамнички переважно називалися іменем свого господаря. Така традиція в ті часи існувала по всій Європі, але цікаво, що майже всі імена власників крамничок – єврейські, хоч і написані на угорський манер: Моргенштерн Мор, Каллуш Мозеш, Армін Акерман, Саламон Бергер, Адлер Самуел, Л. Мошковітс, Мор Берковітс, Андор Розенберг тощо. Із почерпнутого нами матеріалу можна припустити, що власники крамниць самі займалися оформленням фасаду. Припускаємо думку й про те, що можливо деякі з них замовляли ковані кронштейни, що висіли над крамницею.

Уважно вдивившись у вивіски та рекламу, бачимо, що там справді було все: одяг, взуття, ювелірні вироби, вапно і цемент, меблі, гвіздки, тютюнові вироби та чимало іншого. З продуктів харчування продавали хлібобулочні вироби у пекарнях і м'ясо у магазинах так званих «гентешів». Очевидно, інші продукти харчування ужгородці все ж воліли купувати на ринках. Чимало було й магазинчиків так званих «змішаних товарів», де продавали різні господарські дрібниці широкого вжитку.

Ще однією особливістю тих часів була фактично тримовність у рекламі ужгородських магазинів. Кожен напис на крамниці дублювався чеською, угорською та мішаниною російською з українською – фактично русинською.

До радянський період майже на всіх магазинах присутні шрифтові вивіски й оздоблені деревом вітрини. Але не всі мали таку можливість, тому щоб хоч якось прикрасити свої заклади на вітринах і фасадах наносилися малюнки або прикріплювались реклами. На деяких вітринах можна спостерігати малюнки товарів магазинів, які наносилися прямо на стіни. Це дуже оздоблювало фасад та приваблювало більшість покупців. Були присутні як площинні, так і об'ємні вивіски.

Варто зауважити, що на вивісках часто був присутній шрифт із засічками темного кольору на світлому фоні. Відповідно розмір вивіски з назвою магазину виглядав занадто великою і сперечається із зовнішнім виглядом будівлі. На той час використовували дерев'яні або металеві основи прикріплені до стіни будівлі, поверху яких малювали вивіски.

До прикладу, оформлення зовнішньої реклами фасаду цукерні «Пурма» є простим та лаконічним. Виносні вивіски прикріплені на металевій рамі, як бачимо, в разі демонтажу

залишалися незначні чотири отвори у стіні. Загалом ця реклама гармонійно вписується в зовнішній вигляд будівлі. По композиції не дисонують зі зовнішнім виглядом будинку й не закривають архітектурні елементи будівлі. На вітринах кафе розкладено по полицях дуже багато товарів, що підсилює візуальну рекламу товару.

У вивісках присутній прямий, широкий, декоративний шрифт темного кольору на світлому фоні. У самій назві кафе всі літери великі за розміром, окрім заголовної літери «С». Назва має діагональну композицію і займає майже всю площину вивіски. Зрозуміло, що на той час найбільш поширеним матеріалом для вивісок була металева рама, яка міцно закріплювалася на фасаді.

Вивіски та вітрини канцелярії Шандора симетрично розташовані з вікнами і дверми магазину. Гармонійно поєднуючись із загальною композицією будівлі не порушуючи архітектурну гармонію. На вітринах можна спостерігати багато товарів, які розфасовані на полицях. Складається враження, що деякі з них неначе приклеєні до самої вітрини. У вивісках присутні три види шрифтів: заголовна назва має об'ємний, простий, жирний шрифт без засічок; зліва на вітрині присутня вивіска з рукописним шрифтом; а з правої сторони на вивісці за компонований прямий, півжирний шрифт. Присутність декількох видів шрифтів не працює на цілісність композиції фасаду магазину, як бачимо така кількість різноманітних шрифтових форм заважає акцентувати увагу на головній назві. Як і більшість світлин того часу, шрифт має характерний насичений темний колір, укомпонований на світлій основі. Можна припустити, що матеріал для оформлення цієї будівлі, дерев'яна або металева основа, поверх яких були намальовані дані вивіски.

Судячи із світлин радянського періоду, можна зробити висновок, що на той час почали частіше використовувати об'ємно-просторову рекламу. Йдеться про ковани об'ємні вивіски. Очевидно на той час такий вид реклами більше приваблював покупців, коли краще можна було запам'ятати, той чи інший заклад, оскільки виносні вивіски робилися з малюнками продовольчих товарів. Це було новинкою, бо раніше використовувалася лише реклама на площині. Натомість тепер люди могли вже здалеку бачити, де знаходиться потрібний їм магазин. Та й виглядало це дуже незвично, по-новому.

На той період вивіски з назвами магазинів, кафе, аптек складалися з окремих літер та не закривали фасад будівлі, що дозволяло спокійно його розглядати. В оформленні вітрин були значні зміни, вони не мали виносні продовольчі товари на показ, це дало змогу створювати відчуття простору всередині приміщення. Композиції вивіски виглядали гармонійно співзвучно до архітектури будівлі. Часто їх розташовували симетрично, над вікнами, не перебиваючи зовнішній вигляд будівлі.

Шрифти вивісок були рукописними та об'ємними. За розмірами досить цілісно виглядали. За кольорами вивіски не яскраві, не дисонують із зовнішнім виглядом будівлі. Металева основа, яка прикріплювалась до фасаду будівлі була надійною, і слугувала тривалий час.

Розглядаючи світлини радянського періоду можна твердити, що виносні вивіски поділялись на: рекламні знаки, що кріпилися на кронштейнах; рекламні знаки з написами на кронштейнах; написи без знаків на кронштейнах.

Дорадянські світлини мали невелику кількість виносних вивісок, всі вони були плоскими та прямокутними за формою, а вже в радянські часи була присутня як плоска, так і об'ємна виносна реклама, яка мала різноманітні форми. Єдині зразки, які збереглися з тих часів, можна побачити на куті Корзо-Волошина, де колись знаходилося відоме кафе,

«Золотий ключик», та на площі Петефі над магазином, «Чарівний ліхтар». Там, відповідно, досі висять ключ та ліхтар. Над металевими конструкціями працювало чимало різних ковалів: Бойко, Молнар, Бангал, Олександр Мадяр, Геллерт Кейс та Золтан Пічур.

Сьогодні, збереження автентичності фасадів та використання природних матеріалів, це проблема нашого часу. Як бачимо власники магазинів у центрі міста Ужгорода часто використовують штучні матеріали, й тим самим створюють велику різницю у вигляді нижнього і верхніх поверхів. Якщо порівняти із зображеннями на давніх світлинах, бачимо, що тоді будівлі виглядали більш цілісно. Особливо в порівнянні довоєнних світлин з радянськими, на вулиці Корзо, спостерігаємо зовсім інший вигляд.

Комплексна реконструкція історичної частини міста у середині 1980-х була в цілому виконана непогано з навісною кованою рекламою. Адже ця реконструкція мала на меті зберегти історичну автентичність міста, а також додати центру втраченої старовини. Бо не секрет, що магазини на нинішніх вулицях Корзо й Волошина були надто перероблені. У довоєнні часи реклама на ужгородських магазинах займала в основному карнізну частину, її було досить багато. У 1980-х вирішили піти іншим шляхом і запропонували навісну ковану рекламу. Це було модно і окрім цього, магазини не могли нічого заперечити, бо всі знаходилися в державній власності. З тієї ж причини торговельні точки переїздили дуже рідко, тому вважалося, що реклама, встановлена в якомусь місці, висітиме там довго.

Коли ж у часи незалежності ці приміщення почали приватизовувати й продавати, у кожного магазинчика з'явився свій господар, який хотів перемалювати й оформити фасад магазину на свій смак. Тож усе, в тому числі й навісну рекламу, як правило, одразу нищили. Варто було подбати, щоб ці зразки реклами не зникли, а залишилися на згадку про ті часи. Саме через нехтування грамотності багатьох вивісок магазинів в центрі Ужгорода, почалося знищення зовнішнього вигляду магазинчиків старого міста та перетворення їх у великі універмаги та супермаркети.

ВИСНОВКИ

Зовнішня реклама в опрацьованій літературі розглядається в контексті історичного розвитку міста, розширення його інфраструктури, розвитку виробництва та торгівлі. Також багато уваги надається особливостям реклами, що відображають традиції та колорит міста. В літературних джерелах в більшості дається характеристика естетичності, становлення маркетингу та задоволення потреб покупців.

Аналізуючи зібраний матеріал про вивіски та вітрини, ми класифікували його за двома періодами – «дорадянський» і «радянський». В дорадянський і в радянський період були свої плюси, і мінуси, можна однозначно сказати, що в кожному періоді відводилося багато уваги зовнішній рекламі. У кожному періоді до реклами ставилися як до візитівки закладу, розуміючи, що чим привабливіше вона виглядає, тим більше може залучити покупців.

З огляду на зазначені у нашому дослідженні періоди, можемо підсумувати, що у «довоєнний» період привабливими були шрифти на вивісках виконані вручну, а в «радянський» період, ковані об'ємні вивіски на кронштейнах.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Голуб І. М. Типологія зовнішньої реклами історія, трансформаційні процеси , художнє оформлення. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2011. № 3. С. 20-26.
2. Історія виникнення зовнішньої реклами. URL: <http://www.uskewich.com/istoriya-viniknennya-vivisok/> (дата звернення: 16.04. 2025)
3. Вивіски. Екскурс в історію. URL: http://triens.com.ua/ua/istotija_zovnishnyoi_reklami/viviski_ekskurs_v_istoriy.htm (дата звернення: 09.04.2025)
4. Кобаль Й. Ужгород відомий та невідомий. Львів: Видавництво «Світ», 2008 р. 196 с.
5. Літераті Т. Втрачений Ужгород: крамниця Циріла Фунданича: URL: <http://prozahid.com/content-34136.html> (дата звернення: 04.04.2025).

УДК 711.4:316.77:534](045)

ТРОШКІНА Олена

Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури

ЗВУК В МІСТІ: ІНСТРУМЕНТ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЗАСІБ ДИЗАЙНУ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА

Анотація. Розглянуто новий для України напрям дослідження архітектурного середовища міста за допомогою звуку. Проведено аналіз семантики звуку та його впливу на поведінку людини. Розглядається концепт «звукового ландшафту», запроваджений Р. Шейфером, класифікація міських звуків, роль звукових карт у виявленні акустичних особливостей районів. Проаналізовано значення звуку для ідентичності, пам'яті місця та формування «акустичних товариств». Звук постає як інструмент просторової орієнтації, комунікації та соціального маркування. Наголошується на необхідності звукового дизайну як складової проєктування міського простору. Звукове середовище розглядається як багатовимірне явище, що поєднує фізичні, культурні та емоційні аспекти.

Ключові слова: архітектурне середовище, звуковий ландшафт, звуковий дизайн, семантика звука, звуковий знак.

Abstract. This article explores a new research direction for Ukraine: the study of the architectural environment of the city through sound. It presents an analysis of sound semantics and its influence on human behavior. The concept of the "soundscape," introduced by R. Schafer, is examined alongside the classification of urban sounds and the role of sound maps in identifying the acoustic characteristics of city districts. The study analyzes the importance of sound in shaping identity, place memory, and the formation of "acoustic communities." Sound is presented as a tool for spatial orientation, communication, and social marking. The necessity of sound design as an integral part of urban planning is emphasized. The sound environment is considered a multidimensional phenomenon that integrates physical, cultural, and emotional aspects.

Keywords: architectural environment, soundscape, sound design, sound semantics, sonic sign

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ.

Переважна більшість досліджень архітектурного середовища зосереджена саме на візуальному аспекті, що зумовлено й впливом сучасної цифрової культури, зокрема кінематографа та нових медіа. Кіномислення, орієнтоване на видовищність, формує ставлення до простору як до «кадру». Проте міське середовище, як і фільм, сприймається не лише очима – звук відіграє ключову роль у створенні достовірної атмосфери. Незважаючи на це, аудіальна складова залишається недооціненою. Тому актуальними є дослідження міського простору не тільки візуальними, а й звуковими засобами, з акцентом на його семантичну основу й принципи звукового дизайну.

У сучасних урбаністичних дослідженнях все більше уваги приділяється не лише зоровому, а й аудіальному сприйняттю міського простору. Водночас в Україні цей напрямок залишається малодослідженим. Звук у місті є не лише акустичним тлом, а й

важливим семіотичним елементом, що впливає на поведінку людини, формує ідентичність місця і створює унікальний аудіальний образ міського середовища.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ.

Поняття «звуковий ландшафт» було введено в науковий обіг Р.М. Шейфером у 1970-х роках. У книзі «The Soundscape...» композитор-вчений описав історичну трансформацію звукового середовища від аграрного до індустріального, закликаючи повернути культуру слухання, яку витіснила візуальність [8]. Його дослідження поклали початок аудіоекології як науки про звукове середовище. В подальшому цей напрям отримав розвиток у міждисциплінарних галузях: архітектурі, соціології, антропології. Цей підхід став основою сучасних міждисциплінарних звукових досліджень – у соціології, антропології, урбаністиці. Водночас в Україні звукові дослідження архітектурного середовища представлені поодинокими статтями. Наприклад, Канські [2] запропонували класифікацію антропогенних звукових ландшафтів, а Байтеряков О. З. розробив структурно-логічну модель звукового ландшафту міста [1]. Окремо варто згадати дослідження К. О. Комарова про незорове сприйняття внутрішніх просторів, де звук слугує орієнтиром для людей з порушенням зору [3].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ РОБОТИ.

Метою даної роботи є аналіз семантики звуку в архітектурному середовищі міста та дослідження впливу звукових сигналів на поведінку людини у ньому і з подальшою розробкою засад звукового дизайну.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ.

Досліджуючи фізичні властивості звуків у міському звуковому ландшафті, Р. Шейфер виокремлював три типи: фонові звуки («основні тони»), головні звуки («звукові сигнали») та найбільш помітні – «звукові мітки» [8]. Ця класифікація співвідноситься з інформативністю звуків: фонові, домінантні, унікальні. Кожна міська територія містить усі типи звуків, але їхня інтенсивність, висота, тривалість варіюється, що дозволяє визначити домінуючі характеристики й створити звукові карти.

Першу спробу картографування звуків здійснив фінський географ Й. Граньо в 1929 році. Подальший розвиток таких досліджень обумовлений шумовим забрудненням міст та доступністю звукозаписувальної техніки. Звукові карти допомагають визначати акустичне районування, виявляти аудіальні проблеми й привабливі місця, що є підґрунтям для дій архітекторів і дизайнерів.

Кожен район міста має унікальне звучання, що впливає на відчуття простору та самоідентифікацію мешканців. Звукові карти сприяють виявленню вернакулярних районів — територій, визначених сприйняттям людей. Дослідження Sound Studies підтверджують, що аудіальні кордони іноді не збігаються з адміністративними. Наприклад, у Києві поблизу НАОМА виявлено звуковий бар'єр на межі тихої академічної зони й жвавих вулиць, який символічно окреслює межі території, сприйманої мешканцями.

Звукові карти перегукуються з ментальними картами К. Лінча, зокрема через здатність фіксувати моменти переходу фонових звуків у фокусні [7]. У Солом'янському районі Києва, наприклад, фактична межа району відрізняється від сприйманої, що зумовлено не лише звуками, а й візуальними, фізичними бар'єрами, відсутністю доступних маршрутів тощо.

Звук відіграє роль орієнтира в просторі та часі: перший трамвай або поїзд може бути звуковим сигналом часу. У протилежність звуковим орієнтирам, фонові звуки часто

ігноруються, хоч і формують загальну інтенсивність звукового середовища. Інтенсивність і динаміка впливають на стабільність ландшафту – наприклад, Берестейський проспект у Києві стабільно інтенсивний за звучанням.

У звуковому середовищі можуть формуватись «акустичні товариства», де звук слугує не лише як шум, а як інструмент взаємодії людини й простору. Прикладами є звуки сільської місцевості: дзвони, корови, сокира – зрозумілі лише місцевим. У місті, звук маршрутки, якої ще не видно, впізнається тільки місцевими. Це вміння ідентифікувати й розуміти звуки є ознакою приналежності до акустичного товариства. Звукання до постійного шуму (як у мешканців Берестейського проспекту) також свідчить про таку приналежність.

Sound Studies підкреслюють значення звуку для ідентичності території. Звуки, що асоціюються зі спогадами, формують «пам'ять місця». Мешканці здатні не лише чути характерні звуки свого району, а й надавати їм значення. Звук дозволяє не тільки освоїти простір, а й персоналізувати його. Наприклад, музика з кафе, що звучить і на терасі, символічно розширює простір закладу. Водночас гучна музика всередині порушує приватну дистанцію, змушуючи людей нахилитися одне до одного – ефект, досліджений у проксемії Е. Холла [5].

Персоналізація простору також проявляється у фільтрації небажаних звуків: навушники відсікають міський шум, а автомобіль стає акустичною кабіною із власним середовищем. Через звук формуються уявлення про приналежність: своє – чуже, центр – периферія, свято – будень. Територіальність співвідноситься з типами простору (первинні – контрольовані, вторинні – частково контрольовані, громадські – відкриті). Звук може сигналізувати про вторгнення: гучна музика або крики в громадському місці сприймаються як вторгнення в приватність.

Шум і тиша можуть бути маркерами соціальної нерівності. Б. Лабелль говорить про «акустичну політику простору», в якій різні соціальні групи мають різний доступ до тиші. Тиша – привілей, особливо в місті, і тому вона має соціальне значення [4]. Влада і статус також відображаються в звуках. Р. Шейфер зазначав: людина з відбійним молотком виглядає владнішою, ніж з лопатою, а чим тихіший район, тим вищий статус його мешканців.

Звукові контрасти між міським і сільським середовищем, громадським і приватним, шумом і тишею можуть виступати маркерами повсякденності або святковості. Звук у місті має семантичне значення й вимагає окремого дослідження, зокрема через синестезійні ефекти – зв'язки між звуками й іншими сенсорними враженнями. Таким чином, семантика звуку стає важливою в архітектурному середовищі, особливо в контексті впливу нових медіа та кіно.

У звукових просторах кіно також фіксуються основні тони, сигнали й мітки, що відповідає шумам, сигналам та знакам у міській семантиці. П. Харченко визначає функції музики у фільмах: ілюстрація, контраст до зображення, комунікація, синхронізація та структуралізація дії [6]. Музика може слугувати ілюстрацією екранного руху, коли темп, ритм і мелодія відповідають діям на екрані. Аналогічно, у місті синхронія зорового й звукового ландшафтів формує єдине сприйняття простору.

Усе, що звучить у місті, контекстуально. На сприйняття впливають не лише поверхні, від яких відбивається звук, а й пора року, час доби, погода та культурні очікування – що «прийнято» чути. Наприклад, недільний церковний дзвін або гуркіт стада

корів. Звукові сигнали – сирени, дзвони, дзвінки, рекламні джінгли – є культурно зрозумілими й часто не помічаються. Вони стають «невидимими» шумами, які, за Шейфером, потребують уважного слухання. Таким чином, дослідження звуку в місті дозволяють глибше зрозуміти взаємозв'язок між простором, соціальними практиками й ідентичністю. Звук – не лише фізичне явище, а інструмент взаємодії, пам'яті, символічного контролю та естетичного оформлення міського середовища.

ВИСНОВКИ

Звук є інструментом пізнання міста, що дозволяє структурувати та ідентифікувати простір не лише візуально, а й аудіально. Світові дослідження аудіоекології доводять важливість звуку для розуміння архітектурного середовища, його семантики та впливу на поведінку людей. У добу цифрової культури кіно й нові медіа створюють нові сенси в просторі, впливаючи на його емоційне сприйняття. Архітектори повинні володіти граматиною архітектурної мови, а кінематографічні й аудіальні методи мають стати повноцінними інструментами вивчення міського середовища.

Звук є невід'ємною складовою архітектурного середовища, що виконує не лише естетичну, а й комунікативну, інформаційну та емоційну функції. Дослідження підтверджують доцільність використання звуку як інструмента моделювання міського простору. Подальше вивчення семантики звуку та створення звукового дизайну є важливими для розвитку сучасного дизайну міського середовища.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Байтеряков О. З. Структурно-логічна модель формування міського звукового ландшафту. *Часопис картографії*. 2016. № 16. С. 86–99. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ktvsh_2016_16_10.
2. Канський В., Канська В. Звуковий ландшафт: поняття та підходи до класифікації. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. 2016. Серія «Географія», № 28. С. 11–17.
3. Комаров К. Принципи архітектурної організації внутрішніх транзитних просторів з урахуванням особливостей незорового сприйняття : дис. ... канд. архітектури : 18.00.01. Київ, 2013. 210 с.
4. Elliott R. Brandon LaBelle, Acoustic Territories: Sound Culture and Everyday Life. URL: https://www.academia.edu/2163257/Brandon_LaBelle_Acoustic_Territories_Sound_Culture_and_Everyday_Life_Continuum_2010.
5. Hall E. T. The hidden dimension. N.Y. : Anchor Books Editions, 1969. 210 p.
6. Kharchenko, P. Principles of Functional Classification of Music in Cinema. *Artistic Culture. Topical Issues*. 2020. No. 16. P. 179–188. URL: <https://doi.org/10.31500/1992-5514.16.2020.205257> (date of access: 23.01.2025).
7. Lynch K. The Image of the City. London : The M.I.T. Press, 1990. 196 p.
8. Schafer R. M. The soundscape: Our sonic environment and the tuning of the world. Rochester, Vermont : Destiny Books, 1994. 301 p.



Тези доповідей за матеріалами
ІХ Всеукраїнської науково-практичної
інтернет-конференції молодих вчених та студентів
15 травня 2025 р.

ТРАДИЦІЇ ТА НОВАЦІЇ В ДИЗАЙНІ: Тези доповідей за
матеріалами ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ ТА СТУДЕНТІВ. 15 травня 2025 року,
м. Луцьк. Луцьк: ЛНТУ, 2025. 464 с.

Підписано до друку 31.05.2025 р.
Формат 60×84/16
Наклад 100 прим.