



УНІВЕРСИТЕТ
Короля Данила

КАФЕДРА ДИЗАЙНУ



Матеріали Всеукраїнської
науково-практичної конференції



ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

25 квітня 2023 р.
м. Івано-Франківськ

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»



УНІВЕРСИТЕТ
Короля Данила

ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної конференції

25 квітня 2023 року

Івано-Франківськ-2023 р.

УДК 74.01/.09

Традиції та інновації у сучасному дизайні: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 25 квітня 2023 року). Івано-Франківськ. Редакційно-видавничий відділ ЗВО «Університет Короля Данила». 2023. 109 с.

Traditions and innovations in modern design: materials of the All-Ukrainian Scientific and Practical Conference (Ivano-Frankivsk, April 25, 2023). Ivano-Frankivsk. Editorial and publishing department of ZVO «King Danylo University». 2023. 109 p.

Рекомендовано до друку Вченою радою ЗВО «Університет Короля Данила» (протокол № 11 від 30. 06. 2023 р.)

У збірнику опубліковано матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Традиції та інновації у сучасному дизайні» (25 квітня 2023 року).

Усі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

ЗМІСТ

Авраменко Дмитро Костянтинович БАЛАНС ТРАДИЦІЙ І НОВАЦІЙ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ	6
Гайван Назар Сергійович ПОНЯТТЯ АЙДЕНТИКИ ТА ОСНОВНІ ПРАВИЛА ЇЇ СТВОРЕННЯ	9
Гребенюк Іван Васильович СКУЛЬПТУРА В СУЧАСНОМУ ПРОСТОРИ МІСТА	12
Гусар Катерина Дмитрівна БІОФІЛЬНИЙ ДИЗАЙН – ЗАСТОСУВАННЯ В АРХІТЕКТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	15
Дяків Марія Володимирівна ТВОРЧИСТЬ ЄФТИМОВСЬКОЇ ТЕТЯНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКУ	19
Дяків Олена Василівна ОБРАЗНА ВИРАЗНІСТЬ СУЧАСНОГО ЦИФРОВОГО МИСТЕЦТВА	24
Жупник Ілона Тарасівна ЕМОЦІЙНИЙ ВПЛИВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ НА ЛЮДИНУ	27
Зінов'єв Андрій Іванович ДИЗАЙН У МИНУЛОМУ ЧАСІ	32
Золотарчук Наталія Ігорівна, Феценець Тарас Васильович МУРАЛИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МИСТЕЦТВІ	36
Іванов Дмитро Іванович ВИДИ ВУЛИЧНОГО МИСТЕЦТВА	42

Віра Качмар	
ХАЙП НА ВІЙНІ. ЩО ЦЕ: ШАРОВАРЩИНА, КРІНЖ ЧИ ПАТРІОТИЗМ?	44
Андрій Комарницький	
ВІЗІЯ СУЧАСНОГО САКРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА У ТВОРЧОСТІ ІКОНОПИСНОЇ МАЙСТЕРНІ «АЛПІЙ»	47
Кухар Галина Михайлівна	
ТИПОГРАФІКА 70-Х РОКІВ 20 СТОЛІТТЯ	54
Левицька Роксолана Романівна	
ЧИМ КОРИСНИЙ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	57
Матоліч Ірина Яремівна,	
БАУГАУЗ-СТИЛЬ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	63
Насадюк Тетяна Василівна	
СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ	67
Овчар Роман Юрійович	
ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНІ ЗАСОБИ У ДИЗАЙНІ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ	70
Підлуський Олександр Дмитрович	
ЕТАПИ ДИЗАЙНУВАННЯ ДИТЯЧОЇ ПЛАСТМАСОВОЇ ІГРАШКИ	75
Савчук Оксана Миколаївна	
МЕТОДИ РЕФОРМУВАННЯ ТА РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ І ПІДПРИЄМСТВ НГК	79
Сивоус Юлія Василівна	
ІСТОРІЯ, ВИДИ, АСПЕКТИ ТА ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНУ	86
Стельмах Валерія Володимирівна,	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕДІАДИЗАЙНУ	90

Терехович Наталія Олександрівна ВИКОРИСТАННЯ ЛЕТТЕРИНГУ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ	94
Тютюнник Ірина Святославівна, Букало Катерина Ярославівна ОСОБЛИВОСТІ СКЕТЧИНГУ ЯК НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	98
Удріс-Бородавко Наталя Сергіївна, СОЦІАЛЬНА І КОМУНІКАТИВНА АКТИВНІСТЬ ДИЗАЙНЕРІВ У ПІДВИЩЕННІ СУСПІЛЬНОЇ ВАГОМОСТІ СЕКТОРУ ДИЗАЙНУ	104



Авраменко Дмитро Костянтинович
кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри дизайну Волинського національного
університету імені Лесі України,
м. Луцьк,

БАЛАНС ТРАДИЦІЙ І НОВАЦІЙ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Зберігаючи баланс між традиціями та новаціями в дизайні можна створити ефективний та привабливий продукт, який буде відповідати потребам та очікуванням клієнтів у сучасному світі.

Традиції допомагають створювати знайомі та комфортні образи, а також відображають ідентичність та культурні цінності конкретної групи людей. Новації дозволяють дизайнерам експериментувати з новими формами, кольорами та матеріалами, використовуючи інноваційні технології.

У сучасному дизайні актуальними є дизайни, **які містять у собі елементи з різних культур та стилів**, тим самим розширюючи межі традиційного дизайну. Водночас, зростання кількості культурних впливів та розвиток технологій стали причиною того, що в дизайні все більше використовуються інноваційні технології та матеріали.

Успішний дизайн поєднує традиції та новації, використовуючи класичні елементи та стиль разом зі свіжими ідеями та інноваційними технологіями. Важливо бути в курсі останніх тенденцій в дизайні та вміти адаптуватися до змін, щоб створювати продукти, які будуть відповідати потребам та очікуванням споживачів у сучасному світі.

У сучасні освіті яку звісно чекає реформування використати знання про традиції та новації в дизайні є надзвичайно важливим, зокрема.

1. Включення традиційних технік та стилів в дизайн. Використання класичних технік та стилів може допомогти студентам поглибити знання про традиційний дизайн та набути нових навичок у цьому напрямку. Водночас, варто надавати студентам можливість експериментувати та використовувати нові технології та матеріали, щоб розвивати їх творчість та інноваційний потенціал.



2. Дослідження історії дизайну та аналіз тенденцій. Вивчення історії дизайну та аналіз тенденцій може допомогти студентам зрозуміти, як розвивався дизайн на протязі часу та які інновації внесли найбільший вплив на сучасний дизайн. Це може надати студентам контекст та відповідність їхніх власних ідей та проектів.

3. Застосування інноваційних технологій та матеріалів. Вивчення та використання інноваційних технологій та матеріалів може допомогти студентам розвинути свій креативний потенціал та використовувати нові ідеї та підходи у своїх проектах. Використання сучасних інструментів та технологій також може підготувати студентів до роботи в професійному середовищі та підвищити їх конкурентоспроможність на ринку праці.

4. Підтримка креативності та інноваційності. Важливо надавати студентам можливість творчо мислити та експериментувати зі своїми ідеями.

5. Розвиток критичного мислення. Вивчення традицій та новацій у дизайні може допомогти студентам розвинути своє критичне мислення та аналітичні здібності. Вони можуть навчитися оцінювати техніки, стилі та матеріали з точки зору їхнього значення та відповідності конкретному проекту.

6. Підвищення естетичного смаку. Вивчення традицій та новацій у дизайні може допомогти студентам розвинути свій естетичний смак та зрозуміти, що робить дизайн привабливим та функціональним. Вони можуть навчитися розрізняти різні стилі та техніки та визначати, які з них найкраще підходять для конкретного проекту.

7. Розвиток комунікаційних навичок. Вивчення традицій та новацій у дизайні може також допомогти студентам розвинути свої комунікаційні навички, які необхідні для ефективної співпраці з клієнтами, колегами та іншими учасниками проекту. Вони можуть навчитися ефективно комунікувати свої ідеї та використовувати візуалізацію для передачі концепцій та проектів.

Отже, вивчення традицій та новацій у дизайні може мати багато корисних застосувань у вищій освіті. Воно може допомогти студентам розвинути різні навички, такі як креативність, критичне мислення,



естетичний смак та комунікаційні навички, які будуть корисними в їхній майбутній професійній діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Маклюган, Маршалл. Розуміння засобів масової комунікації. - Київ: Видавництво Старого Лева, 2007. - 408 с.
2. Норман, Дон. Дизайн everyday things. - Київ: Видавництво Старого Лева, 2006. - 272 с.
3. Папанек, Віктор. Дизайн для реального світу. - Київ: КМ-Букс, 2009. - 240 с.
4. Пітерс, Ерік. Інновації в дизайні. - Київ: Видавництво Старого Лева, 2011. - 384 с.
5. Келлі, Девід. Сприйняття дизайну. - Київ: Медіа-Дом, 2014. - 304 с.
6. Берлін, Джоанна. Дизайн технології: традиції та інновації у культурі дизайну. - Київ: Наш Формат, 2019. - 240 с.



Гайван Назар Сергійович
*студент I курсу магістратури,
спеціальності «Дизайн»,
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:*
Матоліч Ірина Яремівна,
*доцент кафедри дизайну
кандидат мистецтвознавства, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ, Україна*

ПОНЯТТЯ АЙДЕНТИКИ ТА ОСНОВНІ ПРАВИЛА ЇЇ СТВОРЕННЯ

Кожна людина є унікальною, у кожної свої особливості характеру, звички, риси обличчя. Всі ці якості, які відрізняють людей один від одного, формують нашу індивідуальність. Так і у сфері бізнесу: кожна компанія повинна мати щось, що буде її відрізняти від інших, вигідно виділяти на тлі конкурентів і запам'ятовуватися. Цією важливою складовою є айдентика.

Розберімося, що ж таке айдентика? У чому суть брендингу? Що спільного між цими поняттями та фірмовим стилем? Айдентика – це сукупність візуальних складових компанії, які створені для того, щоб підвищити її визначеність, престиж і сформувати образ компанії в очах споживачів. Не дуже зрозуміла суть цього сухого визначення? Тоді наведено приклад айдентики серед всесвітньо відомих компаній [1].

Coca-Cola, Apple, Adidas, McDonald's. Читаючи назви цих брендів, ми відразу ж уявляємо зображення логотипа, рекламу, візуальне оформлення та все те, що відрізняє ці компанії від інших аналогічних компаній. Хоча навряд чи ви зможете відрізнити Coca-Cola від Pepsi на смак, не бачачи пляшки.

Але як тільки ви побачите білий логотип на червоному фоні й почуєте передноворічну рекламу зі знайомою піснею, то відразу зрозумієте, що це за напій. Ось ця впізнаваність і формується за допомогою елементів айдентики [2].



Основи айдентики почали формуватися на початку двадцятого століття, якраз тоді, коли з'явилося багато компаній в одній галузі. Їм просто необхідно було якось себе виділяти та запам'ятовуватися споживачам. Найпростішим підходом стало візуальне оформлення.

Часто плутають брендинг й айдентику. То що таке брендинг? Це створення та популяризація бренду компанії, її системи цінностей та стилю. Основна мета брендингу – донести до споживача послуг компанії суть пропозиції, того, чим конкретна компанія займається, що виділяє її серед конкурентів. Основні інструменти – це створення торгової марки, позиціонування та репутації. Як бачимо, айдентика та брендинг тісно пов'язанні, але повернімось до першої та розберемо її основні складові [1].

Айдентика допомагає клієнтам скласти перше враження про бренд, а потім швидко впізнавати його серед інших. До складу айдентики входять логотип, візитівка, бланки, електронні листи, упакування, слоган, брендбук.

Логотип – найважливіший і найперший елемент, на якому тримається вся айдентика бренду. Він повинен бути зрозумілим, мати просту композицію та запам'ятовуватися. Не бажано використовувати занадто велику кількість кольорів і шрифтів. Треба слідкувати за одними трендами, аби логотип не застарів через рік [2].

Візитівка – важливий атрибут та як і логотип, повинна бути лаконічною, сучасною. Важливо розміщувати на ній найважливішу інформацію про компанію, без зайвого дизайну та деталей.

Бланки – теж є обличчям компанії. Їх використовують в діловому листуванні. Можливо, саме з них розпочинається перше знайомство з фірмою.

Конверти та упакування з логотипом фірми представляють фірмовий стиль компанії.

Створення фірмового стилю – один з етапів формування айдентики. Як вже було сказано перший етап – це створення логотипа. На цьому етапі підбираємо фірмові кольори, шрифт. Надалі фірмовий стиль використовується на всіх атрибутах, одязі та аксесуарах. Розробити фірмовий стиль можна за допомогою дизайнера або скористатись одним



з безкоштовних онлайн-сервісів. Якщо є ресурси, то варто обрати перший варіант.

З усього сказаного можна зробити висновок, що айдендика та дизайн тісно пов'язанні, можна навіть сказати, що дизайн – невіддільна частина айдентики, її базова складова. Залежно від того який стиль дизайну використовується, умовно виділяють декілька видів айдентики. Традиційна айдендика – чіткий логотип, проста палітра кольорів, характерний шрифт. Динамічна айдендика – та, яка дуже варіативна та змінюється в залежності від ситуації. Це дозволяє розтиражувати свій бренд багатьма засобами комунікації, проте зберегти візуальні складові бренду. Підходить цей вид айдентики для компаній, у яких дуже широкий асортимент продукції різних форм. Дизайнерам простіше підлаштувати набір елементів фірмового стилю без створення щоразу нового макета. Вербальна айдендика – слогани, дескриптори та інше. А також сюди відносять слова, а не візуальні символи. Айдендика сенсу протилежна до попереднього типу. Використовується мінімум тексту, а більше знаків і образів. Плюсом її є те, що можна використовувати багато оригінальних нестандартних рішень. Недоліком є те, що аудиторія не відразу може зрозуміти сенс. Динамічна айдендика потрібна компаніям, у яких швидко розширюється асортимент, розгалужена архітектура бренду або передбачається велика кількість носіїв фірмового стилю [2].

Отже, можемо підсумувати, що єдиний фірмовий стиль, брендингу, корпоративні елементи – все це викликає довіру в споживача, така компанія в його очах стає серйозною та сильною. Тому айдендика не дарма заслуговує на звання важливого інструменту в конкурентній боротьбі за місце під сонцем.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бренд-айдендика. 5 компонентів, які визначають фірмовий стиль веб-сайт. URL: <https://euprostit.org.ua/practices/132954> (дата звернення: 26.04.2023).
2. Айдендика: що таке айдендика бренду та як її створити: веб-сайт. URL: <https://lanet.click/aidentyka-brendu/> (дата звернення: 26.04.2023).



Гребенюк Іван Васильович,
*Старший викладач кафедри дизайну
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*

СКУЛЬПТУРА В СУЧАСНОМУ ПРОСТОРИ МІСТА

Міські локації інтегрують, «беруть до свого кола» систему пластичного мистецтва. Скульптура, як один з елементів міського мистецтва, окреслює простір, прикрашає його.

Установлено, що наявність у міських локаціях скульптури усуває одноманітність, чим покращує візуальну якість міст, сприяє пізнаваності міста, розвиває його неповторний образ. Крім того, міська скульптура є важливим компонентом у побудові ідентичності в міських просторах, трансляції культурних цінностей, історичної спадщини громади, оскільки є стійким носієм інформації для передання ціннісних концепцій усередині громади.

Функціональна багатовимірність публічних просторів актуалізує проблематику їх артикуляції через пластичне мистецтво, зокрема й скульптуру, що утворює своєрідну систему знаків. У сучасному міському дизайні скульптура покликана виконувати функцію інтегратора як архітектурно-просторової композиції, так і соціокультурного різноманіття міської громади.

Вона одночасно може бути названа найбільш традиційним та найбільш інноваційним візуальним мистецтвом. Відомо, що цей вид масового мистецтва з його формами тривимірності, маси і обсягу переважає живопис (що, як правило, обмежується внутрішньою мовою).

Особливістю скульптурного дизайну є його вираження через тривимірну форму. Скульптура може спиратися на те, що вже існує у нескінченному різноманітті природних та рукотворних форм, або може бути мистецтвом чистого винаходу. Форми скульптури є як матеріальними, так і візуальними, тому можуть безпосередньо апелювати як до тактильної чутливості, так і до візуальної. Скульптура використовується для висловлення широкого спектра людських



емоцій та почуттів. Розміщення скульптури у міському просторі дозволяє широкому колу людей ознайомлюватися зі структурно-виразними втіленнями пластичного мистецтва та розвивати емоційні реакції на них. Це поєднання розуміння та чуттєвої реакції (почуття форми) можна культивувати та вдосконалювати. Це мистецтво скульптури звертається до глядача через інструменти відчуття форми. Скульптура постає не тільки статичною об'єктною структурою, а й своєрідним суб'єктивним входом у міський простір, доповнюючи місце психологічною контекстуалізацією вуличного життя міста.

Наразі спостерігаємо, як міська скульптура стає предметом особливої уваги місцевих культурних та містопланувальних політик. До міської скульптури долучаються, крім скульпторів, ландшафтні дизайнери та ін. Скульптори самим актом виходу зі студії у публічний простір міста свідомо відкриваються комунікаціям із громадськістю. Інтеграція мистецтва у життєвий простір міста встановлює й нову пластичну мову. Обговорюються важливі питання простору для скульптури та її дизайнерського матеріалу (використовуються різноманітні матеріали, як-от бітум, гума, гіпс, залізо, поліефірна смола, фарба, дерево, соляні породи, неон).

Міські скульптори шукають оригінальні дизайн-рішення для перетворення звичних практик міського життя на більш різноманітні. Наслідком цього є те, що знайомий простір мешканці сприймають по-новому, він «оживає».

«Оживляючи» публічні місця, артмитці сприяють виникненню просторової зацікавленості містян. Міська скульптура впливає візуально та змістовно, спонукає до сенсів. Для скульптури стають суттєвими також «інші» виміри, що вкорінені не у фізичному, а в емоційному та інтелектуальному середовищах. Міські дизайнери визначають скульптуру через місце чи простір, що займає або «витісняє» певний об'єм.

Міська скульптура також має здатність мобілізувати емоційні вияви людей, спонукати до певного відчуття простору. Скульптура, розміщена у публічному просторі, може бути занадто нав'язливою або занадто пасивною (як «місце для голубів»). Здається, що



ідеальне «серединне» місце для скульптури (як «геніальний локус») дозволяє втілити у скульптурній фігурі дух місця, належати місцю та «активізувати» місце, втілюючи його особливий характер. Прикладом такого творення міського простору є бронзова скульптура учителю в Івано-Франківську (у сквері на розі вулиць Франка та Петрушевича). Скульптура уособлює образ жінки, берегині української мудрості. Це зібраний образ усіх українських вчителів, який символізує навчання, просвіту, виховання.

Однією з найважливіших функцій міської скульптури є творення сенсу місця. Незважаючи на зростання нефігуративного мистецтва, людська фігура продовжує залишатись актуальною в публічному мистецтві, визначаючи його історію, артикулюючи певні національно-культурні сенси та героїчні образи. Часто спрацьовує традиційне уявлення про те, що збереження пам'яті – це монументальна скульптура як символ, закарбований у бронзі або камені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фесенко Г. Г. Морфологія міських ландшафтів: культурно-філософські інтерпретації : монографія. Харків : ТОВ «ДІСА ПЛЮС», 2018. 282 с.
2. Фесенко Г.Г., Фесенко Т.Г. Дизайн архітектурно-просторових рішень в контексті сучасного урбанізму. Інноваційні культурно-мистецькі аспекти в сучасній картині світу: матеріали V Міжн. наук.-практ. конф. Херсон: ХНТУ, 2019. С. 199–201.
3. Anish Kapoor. Cloud Gate. 2004. Веб-сайт. URL: <http://anishkapoor.com/110/cloud-gate-2>.



*Гусар Катерина Дмитрівна
старший викладач кафедри
архітектури та будівництва
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ, Україна*

БІОФІЛЬНИЙ ДИЗАЙН – ЗАСТОСУВАННЯ В АРХІТЕКТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

За останнє століття, яке відзначилось бурхливим розвитком науки і технологій, людство створило багато засобів, які сприяли покращенню комфортності проживання.

Комфортне середовище – сукупність сприятливих умов середовища, в яких реалізація психічних та фізіологічних функцій людини відбувається без найменшого напруження [1]. Життя людини в урбаністичному світі проходить в штучно створеному забудованому середовищі, де не завжди задовольняються усі вимоги комфортності, біофілія в дизайні компенсує нестачу, задовольняючи вроджені потреби людини у спілкуванні з природою.

Причетність до довкілля залежить від того, як людина дивиться на світ, поводить ся і дбає про рослини, тварин, природні ресурси; це також залежить від того, наскільки людина знайома з навколишнім середовищем, а також від відчуття комфортності в такому середовищі.

Біофільний дизайн – концепція у архітектурі та дизайні, за якою створюються для людини природні умови, що оточували її сотні тисяч років від початку історії людства.

Біодизайн є не тільки конкретним напрямком в дизайні – це складна наука, основне завдання якої – пошук елементів, які можуть створити повну, цілісну, і гармонійну картину, для того, щоб створити прийнятний для психологічного здоров'я людини емоційний фон.

Найголовніші аспекти біофільного дизайну:

- Світло. Вплив природного світла є визначальним для здоров'я людини. Воно впливає не лише на функцію зору, а й на діяльність організму в цілому: посилюється обмін речовин, збільшується поглинання кисню і виділення вуглекислого газу. Крім інсоляційної



впливу, природне світло володіє естетичною функцією – взаємодія світла і тіні та інтеграція світла з просторовими властивостями.

- Повітря. Аерація повітря в приміщенні є важливим для комфорту проживання людини і продуктивності роботи на підприємствах. Чисте повітря в приміщенні – запорука здоров'я, а хороша вентиляція в будинку дозволить уникнути появи шкідливих мікроорганізмів, забезпечить здоровий і комфортний мікроклімат в приміщеннях, усуне надмірну вологість. Природна вентиляція забезпечується за рахунок коливань потоку повітря, температури, вологості та барометричного тиску. Цих умов можна досягти через доступ до зовнішнього простору такими простими засобами, як робочі вікна, або більш складними технологічними та інженерними стратегіями.

- Вода. Вода – колиска життя, без неї неможливе існування жодної з відомих форм живих істот – рослин, тварин, бактерій і інших. Людина також не може прожити без води. Наше тіло на 80% складається з цієї унікальної речовини, у водному середовищі відбуваються всі обмінні процеси в організмі. Вода – дивовижне джерело зорових і звукових вражень, її позитивний вплив в може зняти стрес, сприяти задоволенню, покращенню здоров'я та продуктивності. Різні стратегії дизайну, в першу чергу в ландшафтному дизайні, можуть задовольнити бажання контакту з водою, включаючи різні види водойм, струмки, фонтани, акваріуми, штучні озера, тощо.

- Рослинність. Найпростіший спосіб залучення природи в архітектурному середовищі – використання рослинних композицій. Наявність рослин, особливо квіткових, позитивно впливає на здоровий мікроклімат, сприяючи фізичному здоров'ю, підвищенню комфорту та продуктивності роботи, зменшує рівень стресу. Рослинності в будівлях і створених ландшафтах має бути багато і бажано щоб це були місцеві види рослин, а не екзотичні.

- Природні ландшафти. Поняття природнього ландшафту включає взаємне поєднання геоморфологічних форм рельєфу, ґрунтів, гірських порід, рослин, тварин, водних об'єктів. При виборі житла, більшість людей віддають перевагу краєвиду з вікна, що може тішити, надихати або заспокоювати, тому природні пейзажі, мають значну перевагу над



штучно утвореними.

Мультисенсорні зустрічі з природою в забудованому середовищі може значно сприяти комфорту, задоволенню, насолоді та когнітивній продуктивності [2].

Розглянуті аспекти утворюють засоби біофільного дизайну [3]:

- зображення природи;
- використання природних матеріалів;
- використання натуральних кольорів;
- симуляція природнього освітлення;
- використання природніх форм.

Зображення та репрезентація природніх образів (рослин, тварин, пейзажів) в інтер'єрі можуть бути як емоційно, так й інтелектуально впливовими.

Використання природніх матеріалів (дерева, природніх каменів, шкіри, вовни) впливає на позитивні візуальні та тактильні реакції. Натуральні будівельні та оздоблювальні матеріали, крім того сприятливо впливають на здоровий мікроклімат будівлі.

Біофільне використання кольорів надає перевагу приглушеним «землистим» відтінкам, які притаманні для природніх об'єктів: ґрунту, камінню, рослинності. Використання яскравих кольорів квітів, веселки, не завжди є доречними, через значний вплив на психо-емоційний стан, а штучних і контрастних кольорів рекомендується уникати.

Природнє світло в приміщенні на завжди можливо забезпечити використанням різноманітних архітектурних прийомів. Симуляція природного освітлення – використання штучного світла, яке влаштовується шляхом імітації спектральних і динамічних властивостей природного світла. Внутрішнє освітлення стало можливим завдяки розвитку будівельних технологій [4].

Успішне застосування біофільного дизайну вимагає постійного дотримання певних основних принципів. Ці принципи представляють фундаментальні умови для ефективної практики біофільного дизайну [3].

Вони включають:

1. Постійний зв'язок з природою.



2. Зосередження на адаптації людини до природного світу, що протягом еволюційного періоду сприяло покращенню здоров'я, фізичної форми та добробуту людей

3. Заохочення емоційної прив'язаності до певних умов і місць.

4. Біофільний дизайн сприяє позитивній взаємодії між людьми та природою, що заохочує розширене почуття взаємозв'язку та відповідальності за людські та природні спільноти.

5. Біофільний дизайн заохочує взаємо підсилювальні, взаємопов'язані та інтегровані архітектурні рішення.

Успішне застосування біофільного дизайну має також призвести до широкого спектру фізичних, психічних і поведінкових переваг. Фізичні наслідки включають покращену фізичну форму, зниження артеріального тиску, підвищення комфорт і задоволення та покращення здоров'я. Психічні переваги варіюються від збільшення задоволення та мотивації, зниження рівня стресу та хвилювання, покращення вирішення проблем та підвищення творчих здібностей. Позитивні зміни поведінки включають кращі навички справлятися з проблемами та майстерність, підвищену увагу та концентрацію, покращення соціальної взаємодії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. О. П. Яворовський, Н. Т. Музичук. Комфортне середовище. Енциклопедія Сучасної України: онлайн-версія/ редкол.: І.М.Дзюба та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2014. URL: <https://esu.com.ua/article-4434>

2. Kellert S., Calabrese E. The Practice of Biophilic Design : веб-сайт. URL: www.biophilic@design.com (дата звернення 19.04.2023).

3. What Is and Is Not Biophilic Design? Metropolis : веб-сайт. URL: <https://metropolismag.com/viewpoints/what-is-and-is-not-biophilic-design> (дата звернення 19.04.2023).

4. Capaldi C., Passmore H.-A., Nisbet E., et al. Flourishing in nature: A review of the benefits of connecting with nature and its application as a wellbeing intervention. International Journal of Wellbeing. 2015. Vol. 5 № 4. DOI: 10.5502/ijw.v5i4.449.



*Дяків Марія Володимирівна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри образотворчого і
декоративно-прикладного мистецтва та реставрації
Навчально-наукового Інституту мистецтв
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника
м. Івано-Франківськ, Україна*

ТВОРЧИСТЬ ЄФТИМОВСЬКОЇ ТЕТЯНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ІВАНО- ФРАНКІВСЬКУ

Динаміка світових тенденцій цифровізації мистецтва у всіх напрямках помітно змінила розвиток дизайну, і зокрема графічного дизайну. Історичні аспекти формування нової образної системи виникли від засобів комп'ютерної техніки, яка стала основним інструментом в руках митців. Якщо друга половина ХХ століття – це перший період розвитку пасивної комп'ютерної графіки (виконавець не міг керувати формуванням зображення), то вже на початку ХХІ ст. ілюстративна графіка дозволила художникам використовувати комп'ютер як інструмент для створення зображень. Дослідник комп'ютерної графіки Мацевко В.Г. виділяє основні прикладами систем, з якими працює сучасний дизайнер, а саме Illustrator, Corel Draw, Photoshop, Painter, 3DStudio MAX, Bryce 3D, Poser, PowerPoint, Hyper Method, Director, Free Hand, Premiere тощо [3, с. 23]. Наведені графічні редактори растрової та векторної комп'ютерної графіки з успіхом опановують івано-франківські дизайнери.

З початку 2000 років в Івано-Франківську виникають дизайнерські студії та фірми, що займаються розробкою продукції для поліграфії та реклами. Цьому сприяють низка факторів – освітні заклади міста випускають професійних дизайнерів, збільшується кількість замовників на продукцію графічного дизайну, поширюється екорух зі збереження сировини для виробництва паперу і тому цифрове зображення пріоритетно займає лідируючу позицію та презентується



у соціальних мережах та інтернетресурсах. Сучасна людина є першим користувачем продукції графічного дизайну, завдяки мобільним телефонам, планшетах і різноманітним персональним пристроям. Концепція цифрового зображення втілена у дизайні оформлення інтерфейсу, програмного забезпечення та сайтів.

Різноманітність цифрового зображення в наш час вражає динамікою появи все нових варіантів художніх образів. Цей процес розпочинався ще 20 років тому зі спроб талановитих митців втілити свої перші ідеї у новітньому виді мистецтва, що активно заповнив соціокультурний простір міста Івано-Франківська. На вилицях все частіше стали з'являтися яскраві, подекуди навіть занадто провокаційні реклами, стало модним замовляти цифрові ілюстрації до обкладинок сучасної літератури і навіть з'явився дизайн фото листівок. Мистецтво графічного дизайну стало необхідною умовою розвитку сучасного суспільства.

В дослідженні варто згадати про творчість Єфтимовської Тетяни Дмитрівни – івано-франківського графічного дизайнера та фотографа, яка родом селища Більшівці Галицького р-ну Івано-Франківської області (1974 р.н.). Зі спогадів дизайнерки дізнаємось, що захоплення мистецтвом виникло, коли вона отримала в подарунок від батька у 10 років фотоапарат.

Хоча мисткиня і не навчалась по спеціальності дизайн (Прикарпатському університеті ім. В. Стефаника, філологічний факультет, спеціальність «українська мова і література та німецька мова»), проте природжене відчуття композиції та колориту допомогли у її професійній діяльності дизайнера.

Працюючи в редакції газети «Нова влада», обласної газети «Тижневик Галичини» та видавництві «Лілея-НВ» Єфтимовська Тетяна здобула додаткові навички у роботі з оформлення друкованої продукції і тому з лютого 2007 року повністю перейшла на роботу у власній з чоловіком студії mAvik (www.mavik.com.ua) та займається дизайном поліграфії і розробкою веб-сайтів.

Єфтимовська Тетяна є автором візитних карток, логотипів, етикеток, календарів, ілюстрацій обкладинок книг, листівок,



графічного оформлення сайтів. Особливої уваги заслуговують логотипи, що «є не тільки результатом образного, семіотичного рішення проєктанта, але і складним з'єднанням ідеї з її матеріальним втіленням» [2, с. 74]. Логотипи авторки мають дві складові – це текст (назва) та візуальна фігура, що підтримує змістовне наповнення знаку. Ще й досі читачі журналу «Слово» мають змогу споглядати логотип за однойменною назвою цього видання спроектований Єфтимовською Тетяною. Концепція знаку закладена у смисловому поєднанні назви та символу Бога (хрест), що добре передає напрям видання. Світлі літери назви на червоному тлі фігуративно виділені та формують повздовжню композицію, в центрі якої в літеру «о» введено знак «хрест». Якщо розглянути інші логотипи авторки то знаходимо не менш цікаві рішення, наприклад логотип для Лілії Литвиненко (логотип музично-мистецької студії) являє собою різновид лінгвістичного логотипу, «що формується зі слів, літер, цифр чи з їх комбінацій» [1, с. 162]. В композиції цього логотипу окрім характерного прописного шрифту використано рослинний знак-символ (стилізовану лілію) в першій літері, форма якої нагадує також музичний інструмент (арфу). Хвилясті, дугоподібні з напливами лінії логотипу відповідають мистецькому означенню діяльності власниці. Графічна манера подачі лаконічно увиразнює шрифтову назву та концентрує увагу на найважливішій інформації цього зображення.

Графічні образи інших логотипів Єфтимовської Тетяни не менш цікаві. Відштовхуючись від тематичної назви, дизайнерка розпрацьовує графічні символи – трансформує зміст в модель реально існуючого об'єкта. Зокрема, так виконані логотипи для салону-ательє «Тавіта-успіх» (назва означена в символі лані) та для паломницького інформаційного порталу «Паломник» (назва означена у фігурці чоловіка-паломника). Усвідомлення теми веде до гармонійної та логічної візуалізації образного знаку, що передає основні смислові поняття та в стислій формі розповідає про власника та його професійну діяльність.

Мистецька харизма авторки виявляється в створених нею обкладинках до книг – ілюстрація охоплює все змістовне наповнення



тексту та покликана додатково зацікавити читача книгою. При цьому використовує два підходи – в першому створює образ за допомогою фото колажу, а в другому малює в графічному редакторі малюнок. З доробку Єфтимовською Тетяною знаємо такі її ілюстративні обкладинки, як «Von A bis Z», «Батурин», «Провінційне пекло», «Тільки Ісус», «Тримай мене, ковзанко» та інші. Дизайнер влучно подає асоціативні малюнки, що емоційно спрямовані на підсилення основних ідей літературних творів. Відчутна композиційна динаміка деяких ілюстрацій доповнена цікавими шрифтовими назвами та авторськими елементами.

Втілює авторські задуми в розробці етикеток, листівок, календарів, пропонуючи нестандартні художні рішення власного світобачення. Звертаючись до різноманітних тем індивідуалізує власну концепцію творчого ставлення до композиційного рішення.

Будучи однією з перших хто розвивав графічний дизайн у Івано-Франківську з початку 2000-х років, Єфтимовській Тетяні вдалось створити та реалізувати чимало вдалих проєктів пов'язаних не тільки з практикою в графічному дизайні, а й долучитись до теоретичного осмислення проблем цієї галузі сучасного мистецтва. Авторка долучилась у 2002 році до участі в Міжнародній конференції християнських засобів масової інформації з доповіддю на тему газетної верстки, а у 2013 році презентувала свої роботи на персональній виставці фото та графічного дизайну у виставковій залі «Арт на мур» фортечної галереї «Бастіон» у Івано-Франківську [4]. В продовження виставки було організовано семінар на тему графічного дизайну, головною метою якого стало живе спілкування з глядачем та обмін досвідом.

Висновки. У мистецькому просторі міста Івано-Франківськ початку ХХІ ст. розпочались процеси активізації та розвитку дизайнерських практик, зокрема одним з найзатребуваніших став графічний дизайн, адже область його застосування – це різноманітна поліграфічна продукція. Професійно працює в галузі графічного дизайну Єфтимовська Тетяна, що долучилась до чималої кількості проєктів реалізованих в межах не тільки нашого міста, а й України



в цілому. Твори авторки вирізняються креативними композиційними рішеннями, щодо розвитку ідейної образності завдяки шрифтовому та графічному зображенню. Використаний нею аналітичний підхід в розробці прикметних знаків-символів є ще однією прикметною ознакою в роботі над логотипами, етикетками, обкладинками для книг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕЛ:

1. Бистрякова В. Н., Оипчук М. В., Осадча А. М. Логотип у рекламі // Європейські перспективи. №1, 2017. С. 160 – 166.
2. Гніденко М. С., Колесніков В. В. Дизайн логопату як основи фірмового стилю // Вісник КНУТД. Серія «Технічні науки». №1 (82), 2015. №1 (82). С. 73–78.
3. Мацевко В. Г. Комп'ютерна графіка: Навчальний посібник. Чернівці: Рута, 2009. 343 с.
4. Тетяна Єфтимовська: «Графічний дизайн – як одяг для думок». Електронний ресурс. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rt=j&url=https://gk-press.if.ua/x8712/&ved=2ahUKEwjqkeGTm8D-AhWYhv0HHQMFDTSQFnoECBcQAQ&usg=AOvVaw0Knh3HEoIP7km5idVXzAIL>



*Дяків Олена Василівна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри образотворчого і
декоративно-прикладного мистецтва та реставрації
Навчально-наукового Інституту мистецтв
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника
м. Івано-Франківськ, Україна*

ОБРАЗНА ВИРАЗНІСТЬ СУЧАСНОГО ЦИФРОВОГО МИСТЕЦТВА

Цифрове мистецтво ХХІ ст. розвивається шляхом трансформації та інтеграції образотворчого мистецтва в сферу інноваційних комп'ютерних технологій. Освоєння людиною цифрової техніки відбувається в сучасному світі ще змалечку, коли дитині пропонуються різноманітні прилади для гри та навчання. Більш суттєві знання з роботи в графічних програмах здобуваються у професійних навчальних закладах, де розпочинається процес адаптації набутих вмінь з традиційних предметів, таких як «рисунок», «живопис», «композиція», «перспектива», «кольорознавство» в курси комп'ютерної графіки. Перехід до цифровізації у малюванні є на сьогоднішній день однією з важливих проблем у навчанні молодих митців.

Мистецькі образи, що створюються за допомогою комп'ютерних програм відмінні від малюнків виконаних вручну. Цифрове мистецтво застосовується насамперед в дизайні, де «твори традиційного мистецтва, перенесені на цифрову основу» [4, с. 83]. Процес створення цифрових зображень відбувається шляхом втілення ідеї реалізованої спочатку в ескізі на папері у площину растрової або векторної графіки. Мистецький задум покликаний розкрити образну виразність ідеї, яка у дизайні стає першоосновою для подальшої роботи над запланованим завданням.

Питаннями розвитку цифрового мистецтва в наш час цікавиться чимало дослідників і про технологічні можливості нового виду мистецтва дізнаємось з праці Вернигора М. О., в якій дослідниця



визначає основні властивості та можливості пропонувані митцям в графічних програмах для малювання [2, с. 83]. В іншій праці знаходимо поняття «цифрова доба» та «цифрова культура», якими автор означає загальні тенденції нашого часу [3].

Все більше митців в своїй творчості звертаються до створення зображень за допомогою планшетів або комп'ютерних програм. Ця тенденція розвинулась на тлі ринкової затребуваності цифрових малюнків, що наповнили не тільки мистецтво дизайну, але стали невід'ємною частиною віртуального світу, в якому перебуває людина користуючись сучасними цифровими пристроями. Можна стверджувати, що частково відбулась заміна візуальної картини, яку митець створював протягом тривалого часу на швидкі рефлекторні аналоги у вигляді цифрового малюнку. Постала проблема образної виразності цифрових зображень, адже у великій кількості та різноманітності пропонуваних в наш час цифрових творів спостерігається спрощення художньої системи візуалізації, тиражування та запозичення. Технологічні процеси використані митцем у роботі над цифровим зображенням потребують вмінь та навичок, так само як при роботі з олівцем та фарбами. Художникам цифрового мистецтва необхідні знання зі спеціальних наук, що розвивають абстрактне мишлення та формують творчий хист, тобто розкривають талант.

Сучасна образна виразність – це головний критерій, за яким глядач сприймає естетичну форму зображення. В більшості варіантів подачі цифрових зображень художники та дизайнери користуються тими ж методами та принципами роботи, що й в образотворчому мистецтві. Важливими є правила композиційної та колористичної побудови зображень та концептуальної реалізації авторського задуму. Імпровізуючи в процесі створення візуального образу цифрові художники надають несподіваних форм компонентам композиції, експериментують з кольоровою палітрою. Іншим не менш важливим чинником роботи над цифровим зображенням є стилізація, тобто як «свідоме наслідування формальних прикмет когось стилю» або ж як «один із прийомів візуальної організації



образного вираження, при якому виявляються найбільш характерні риси предмета і відкидаються непотрібні деталі» [1, с. 131]. Якщо простежити над чималою кількістю цифрових зображень, то можна виявити, що всі вони подані у стилізованій формі і наділені ознаками певної спрощеності та лаконічності. Досягнення реалістичного формотворення у цифровому мистецтві не є основною метою, хоча митців пропонують аналоги живописних експериментів – копіювання творів живопису методом малювання на планшеті. Усвідомлення значення впливу образної виразності цифрового мистецтва на ідентифікацію творчості митців полягає у розкритті нових граней розуміння підходів творення, а саме через інтерпретації – інноваційне тлумачення образотворчої картини світу.

Висновки. Цифрове мистецтво розраховане на залучення до проектно-дизайнерської діяльності молодих художників, що використовують сучасні технічно-інформаційні технології та задовольняють в художньо-естетичному плані різноманітні запити сучасних споживачів цифрової продукції. Виконання найскладніших завдань завжди розпочинається з поступових етапів, в яких виявляються уміння художника самореалізувати та поєднати ідею з практикою роботи над цифровим зображенням. Розкрити власний творчий потенціал у новому напрямку мистецтва – ось що є найголовнішим у творчості сучасних митців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕЛ:

1. Бядова М. В. Стилізація і основи композиції. Київ, 2010. 307 с.
2. Вернигора М. О. Цифрові технології у академічному живописі. С. 82 – 85. Електронний ресурс. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://mx.ogasa.org.ua/bitstream/>
3. Клековкін О. НОМО DIGITAL: Формула споживання (Малий Органон) // Художня культура. Актуальні проблеми. Вип. 15. Ч.1. 2019. С. 69 – 77.
4. Храмова-Баранова О. Л., Галенко А. В. Розвиток цифрових комп'ютерних технологій, їх вплив на мистецтво і дизайн України // Гуманітарний вісник. Число 27. Вип. 11, 2017. С. 82 – 87.



Жупник Ілона Тарасівна
студентка I курсу спеціальності «Дизайн»
ЗВО «Університет Короля Данила
Науковий керівник
Левицька Роксолана Романівна,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна

ЕМОЦІЙНИЙ ВПЛИВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ НА ЛЮДИНУ

Ми оточені дизайнами у нашому повсякденному житті, які ми підсвідомо сприймаємо. Зображення впливають на наші емоції і викликають реакцію. Це розумно використовується брендами для зв'язку з клієнтами через логотипи та медіа-дизайн.

Деякі популярні бренди, які досягли світової популярності - це Coca-Cola, Apple та Google. Незалежно від національності або навіть мови, ці дизайни брендів говорять самі за себе. Тоді як простота дизайну Google дозволяє відчувати знайомість, гострий та мінімалістичний дизайн логотипу Apple говорить про ексклюзивність.

Графічний дизайн використовується для передачі емоцій та впливу на настрій. Багато брендів використовують цей фактор для створення творчих візуальних ефектів, які мають глибокий вплив на нас.

1. Емоційні реакції

Емоційна реакція на графічний дизайн викликана естетикою самого дизайну: кольорами, шрифтами та образами. Оскільки емоційні реакції керуються стимулами з навколишнього середовища, потрібно використовувати емоції, щоб впливати на глядача правильно. В іншому випадку, повідомлення, яке ви хочете передати, може бути пропущено.

1.1 Фактори, які впливають на емоційну реакцію

Будь-що візуальне, якщо використовується правильно, буде сприйматися мозком як стимул. Подумайте про все, що ви бачите протягом дня і про те, які деякі елементи можуть тлумачитися як позитивні або негативні.



Ось деякі фактори:

- Форма
- Колір
- Шрифт[1].

1.2 Форма

Коли люди спостерігають за формами, виникає безліч психологічних явищ. Кожне з них пов'язується з різними емоціями, думками та сприйняттям, які співзвучні з нашим мозком - мозком глядачів. Форми є основною частиною графічного дизайну, вибираючи форми, які спричиняють бажану реакцію, дизайнери можуть впливати на спосіб, яким люди відчують дизайн і врешті-решт, як вони сприймають те, що стоїть за цими формами. Це означає, що ми можемо використовувати ці форми, щоб передавати різні почуття глядачам, оскільки люди можуть не помічати ці форми безпосередньо, але вони отримують важливий вплив на їхні почуття та поведінку після того, як побачили їх. Ми, як графічні дизайнери, можемо використовувати ці елементи, щоб підсилити повідомлення через наш дизайн.

Найпоширеніші форми у графічному дизайні - це квадрати та прямокутники. Ми завжди легко помічаємо їх у нашому повсякденному житті, оскільки ці форми є найпоширенішими в композиціях дизайну. Квадратні форми складаються з прямих ліній та прямих кутів, що надає глядачам відчуття надійності та безпеки, і ці атрибути змушують людей почуватися захищеними та в безпеці.

Якщо ви хочете передати стабільність, баланс та рух у своєму дизайні, трикутники - це вірна форма для використання. Трикутники зазвичай вважаються енергійними та динамічними, що дозволяє використовувати їх для зображення руху та напрямку.

Круги та інші колові форми, такі як овали та еліпси, є одними з найбільш класичних форм у дизайні. Круги, на відміну від інших геометричних форм, не мають кутів, тому вони виглядають м'якшими та приємнішими для сприйняття. Зазвичай вони символізують єдність та захист. Круглі форми набагато дружелюбніші для включення інших зображень у себе, тому що вони «запрошують» глядачів до своєї «цілісності».



Коли ви думаєте про п'ятикутники, шестикутники та восьмикутники, то всюди навколо нас можна знайти предмети, які використовують ці полігони. Найбільш типові предмети, що використовуються з полігонами, це гайки та болти. Вони мають особливість використовувати ці полігони в своїй формі. Полігони не використовуються дуже часто в проектах дизайну через їх складність, але ми можемо бачити полігони у формі іконок чи логотипів, що відображають реальні предмети з нашого повсякденного життя.

При використанні абстрактних форм, варто мати на увазі, що окремі аспекти, які ви використовуєте, зберігають свій символізм зі своїх початкових форм. Це може бути візуальний символ, який може бути абстрактними ідеями або спрощеними версіями органічної форми. У деяких випадках абстрактна форма може бути складно пов'язана з деякими ідеями через її абстрактну анатомію, а в інших випадках ідея знаходиться за малим деталем форми. Це означає, що якщо ви використовуєте верхню половину кола і нижню половину квадрата, ви створите абстрактну форму, яка демонструє як грайливість кола, так і серйозність квадрата.

Форми грають вирішальну роль у всіх проектах графічного дизайну, вони передадуть ваші цілі, те, що вони роблять і їхню філософію, використовуючи відповідну форму в дизайні. Форми впливають на те, як глядачі сприймають їх та реагують на них[2].

1.3 Колір, психологія кольору та «Колесо емоцій»

Колір відіграє дуже важливу роль у сприйнятті бренду, настільки важливу, що викликає багато сумнівів і страху при виборі. Психологія кольору використовується для створення сильного бренду, бренду, який також здатен підключатися до своєї аудиторії[3].

Створене психологом Робертом Плутчиком в 1980 році, колесо емоцій демонструє кольори та пов'язані з ними емоції. Ці емоції також показуються з їх протилежностями, такими як радість та сум, здивування та очікування, довіра та недовіра.

Використовуючи колесо емоцій, можна знайти способи поєднати кольори зі зображеннями та текстом, щоб викликати певну емоцію. Наприклад, на колесі емоцій ви побачите, що блакитні та фіолетові



кольори можуть використовуватися для відображення суму, співчуття та захоплення. Якщо ви намагаєтеся просунути продукт, який робить щось надзвичайне, ви можете використовувати блакитний колір як підсвітку. Якщо ви намагаєтеся просунути продукт продовольчого банку, ви можете використовувати фіолетовий колір як банер своєї рекламної кампанії[4].

Також до прикладу візьмемо німецький бренд засобів для догляду за шкірою Nivea, який приділяє велику увагу своєму темно-синьому відтінку, який добре підходить до їх «сніжно-білого» крему. Цей певний відтінок синього є насиченим, яскравим і символізує надійність, на якій бренд часто акцентує увагу. На подібну ноту, чи можете уявити яскравий червоний колір Coca-Cola замінений блідим рожевим або бежевим? Хоча продукт залишився би тим же самим, але його привабливість була б повністю втрачена[1].

1.4 Шрифт

Дизайнери використовують потужні шрифти, щоб надати дизайну певний настрій і відчуття протягом десятиліть, але сила психології шрифтів для формування емоційної реакції на бренд або логотип була повністю реалізована лише в останні роки. Шрифти, які викликають психологічну реакцію, можуть бути використані для того, щоб бренд виглядав більш надійним, дружнім або привабливим, з дизайнерами часто звертаються до емоційних шрифтів, щоб дати ідентичності бренду сильний психологічний вплив.

Для дизайнерів та бізнесів розуміння психології типографії є ключем до формування того, наскільки запам'ятовуваним є бренд і як сприймають його клієнти[5].

Коли людина бачить шрифт, вона створює асоціацію між шрифтом та якоюсь рисою. Наприклад, якщо хтось бачить бренд фітнесу, який ставить своєю метою збільшення сили, використовуючи жирний шрифт, клієнти побачать цей шрифт і подумают: грубий, масивний та важкий. Ця сприйняття буде пов'язана з брендом фітнесу[6].

Кожен шрифт впливає на наші емоції, коли ми пов'язуємо його з дизайном, і кожен шрифт емоційно пов'язує нас з інформацією, яку він повинен передавати. Тому потрібно обирати шрифти дуже ретельно і



враховувати контекст, оскільки це впливає на емоції вашої аудиторії[7].

Кожен графічний дизайн, з яким ми зіткнулися в нашому житті, будь то логотип відомого бренду або на випадковому веб-сайті, викликає у нас певні почуття. Цей емоційний фактор є тим приводом, який підштовхує дизайнерів та художників думати творчо і створювати оригінальні та ефективні медіадизайни[1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Nandita Kaushal. Edited by Olly Cox. The powerful impact that graphic design has on emotions. University of Europe for Applied Sciences. URL: <https://www.ue-germany.com/news-centre/blog/the-powerful-impact-that-graphic-design-has-on-emotions> (дата звернення: 22.04.2023).
2. Design G. Psychology of shapes in Design: how different shapes can affect people behavior. Medium. URL: <https://uxdesign.cc/psychology-of-shapes-in-design-how-different-shapes-can-affect-people-behavior-13cace04ce1e> (дата звернення: 22.04.2023).
3. Color psychology in graphic design – GMOL Solutions. GMOL Solutions – Agencia de Marketing OnLine. URL: <https://gmolsolutions.com/en/blog/color-psychology-in-graphic-design/> (дата звернення: 22.04.2023).
4. How do emotions affect graphic design? New Dimension Design. Ottawa Website Design & Graphic Designs | New Dimension Design. URL: <https://nddesign.ca/how-emotion-affects-graphic-design/> (дата звернення: 22.04.2023).
5. Fussell G. The psychology of fonts (fonts that evoke emotion). Design & Illustration Envato Tuts+. URL: <https://design.tutsplus.com/articles/the-psychology-of-fonts--cms-34943> (дата звернення: 22.04.2023).
6. The fundamentals of font psychology. 99designs. URL: <https://99designs.com/blog/tips/font-psychology/> (дата звернення: 22.04.2023).
7. Deep M. How fonts affect your emotions? Medium. URL: <https://uxplanet.org/how-fonts-affect-your-emotions-49e4a4d2beb5> (дата звернення: 22.04.2023).



Зінов'єв Андрій Іванович
Студент 1 курсу спеціальності дизайн
ЗВО "Університет Короля Данила"
Науковий керівник
Левицька Роксолана Романівна,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна

ДИЗАЙН У МИНУЛОМУ ЧАСІ

Взагалі у 70-х графічні дизайнери мали замовляти пристрої для створення шрифту. Вони не бачили шрифт, поки не отримували друковані на аркуші копії своєї роботи. Замість цього Джеймі Рід вирізав літери з газет і журналів, збирав їх разом у колажі і фотографував. Так він міг робити макети, пробувати різні стилі, розміри шрифтів і миттєво бачити результати. Ставлення до шрифту як до фотографії також давало звільнення від типографських обмежень. Рід розробив логотип Sex Pistols і багато обкладинок альбомів групи.



У той час DIY був чимось шокуючим та неконтрольованим. Стиль мав серйозний вплив на дизайн, з доволі довгостроковими наслідками. Його наслідували, де тільки можна.





Англійський художник Барні Бабблз (Колін Фалчер) також підривав канони модернізму. Для лейблу Stiff Records він створював обкладинки записів Elvis Costello, Ian Dury & the Blockheads та the Damned.

Деінде постмодернізм набув форми New Wave Design або швейцарської панк-типографіки. Ними займався в Швейцарії Вольфганг Вайнгарт, а в Голландії – Герт Думбар. Ідея дизайну DIY отримала новий імпульс з появою Apple Mac у 1980-х роках – у дизайнерів з'явився прямий доступ до шрифтів. Тоді ж було покладено початок дискусіям про «потворний» дизайн.

Вінілові платівки з частотою обертання 45 об/хв коштували близько 70 пенсів. Тоді вони випускалися масово. У той час ніхто не розумів, що обкладинки стануть настільки важливими роботами та початком великого художнього і дизайнерського руху, який змінить обличчя Британії.



Нижче: Модернізм проти Постмодернізму.



Модерністський дизайн 1950-х і 60-х років у чистому вигляді став досить поширеним в останнє десятиліття, особливо в світі типографіки. Зараз ми досягаємо точки, коли домінування мінімалізму або «стилю мобільних додатків» з шрифтом sans serif (без засічок) починає слабшати, натомість з'являється нова естетика.

Подивіться навколо – легко побачите безліч свідчень того, що історія повторюється. Курсивний шрифт 1970-х років з штрихами і лігатурами, натхненні Хербом Любалінім, стає все більш популярним. DIY ідеологія панку повертається, оскільки дизайн-інструменти стають все більш демократичними – від додавання «миттєвих» шрифтів в історії Instagram і Snapchat до Twitter і Insta за допомогою шрифтів, які були створені для користувачів. Це окрема велика тема[1].



Найбільш відомі дизайнери інтер'єру минулого століття не повинні залишатися невідомими для сучасного покоління. Це нідерландський творець **Жан-Анрі Янсен** (Jean-Henri Jansen), у 1881 році він створив знамениту надалі компанію «Будинок Янсена». Шикарні інтер'єри від **Елсі де Вулф** (Elsie de Wolfe) довгі роки чарували громадськість своєю неординарністю: бостонський декоратор і архітектор в своїх областях, не виключаючи дизайн, створював незрівнянні шедеври. Його колега, частини захоплення інтер'єром, і теж американка Франческа Адлер (Francesca Adler), була визнана найкращим дизайнером минулого століття – більшість своїх робіт вона створила у французькому стилі. Унікальні розробки та ідеї в декорі приміщень, інтер'єрі і проектуванні будинків належать відомим



мому у всьому світі Френку Ллойд Райту (Frank Lloyd Wright). Після того як у середині минулого століття телебачення блискавично завоювало правлячі позиції, дизайнери Лоренс Ллевелін Боуен (Laurence Llewelyn Bowen) і Лінда Баркер (Linda Barker) придбали шалену популярність завдяки американським телеканалам. На превеликий жаль, нічого дійсно стоїть і екстраординарного з тих пір придумано не було. Однак і в нашому столітті існує чимало справді талановитих «маєстро» світового визнання, не згадати імена яких, стане справжнім злочином з точки зору мистецтва інтер'єрного дизайну.

Дует англійських дизайнерів Едуарда Барбера (Edward Barber) і Джея Осгерби (Jay Osgerby) став результатом створення спільного бренду BarberOsgerby. Спільне вивчення архітектури в Лондонському коледжі мистецтв і заснування в 1996 році після його закінчення власної дизайн-біро дало поштовх до більш серйозних проєктів – перший стіл Loop входить в постійну колекцію Музею Вікторії і Альберта в столиці Великобританії.

Алвар Аалто (Alvar Aalto) прославився у світі дизайну спочатку як архітектор. Понад 37 проєктів, з 70-ти створених, були успішно реалізовані. Основоположник мінімалізму, фінська скульптор, архітектор і живописець, Alvar поєднував національні традиції з принципами функціоналізму. Його будівлі та речі до сих пір складають славу невичерпної скарбнички скандинавського дизайну та архітектури[2].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Панк та графічний дизайн: з 1970-х років разом: веб-сайт. URL: <https://telegraf.design/pank-ta-grafichnyj-dyzajn-z-1970-h-rokiv-razom/> (дата звернення: 20.04.2023).
2. Найвідоміші дизайнери інтер'єру: веб-сайт. URL: <https://remontu.com.ua/najvidomishi-dizajneri-interyeru> (дата звернення: 20.04.2023).



*Золотарчук Наталія Ігорівна,
кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри дизайну
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
Феценець Тарас Васильович
студент I курсу, групи МДс-2022
освітнього ступеня магістр
Факультет суспільних і прикладних наук,
ЗВО «Університет Короля Данила»,*

МУРАЛИ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МИСТЕЦТВІ

Війна в Україні спричина руйнівний вплив на мистецтво муралів. З одного боку, війна стала істотним стимулом для розвитку муралів в Україні, оскільки мурали стали формою експлікації солідарності та підтримки для військовослужбовців й українських громадян, які постраждали внаслідок війни в країні. З іншого боку, повномасштабне вторнення також має негативний вплив на вуличне мистецтво. Безліч муралів були пошкоджені або знищені під час бойових дій на Сході України. Крім того, війна детермінувала зменшення фінансування культурних проєктів, що може вплинути на розвиток мурального мистецтва. Воно залишається важливим інструментом візуалізації соціальних проблем [11, с. 242].

Мурали – це не просто філософське вуличне мистецтво, а спосіб наповнення міст автентичним забарвленням. Це також можливість привернути увагу до тих суспільних проблем, які художники висвітлюють широкому загалові. Тому так важливо створити інтерактивні карти муралів. Для цього необхідно провести тематичну екскурсію об'єктами стріт-арту та розширити горизонти стінопису [1].

Мета зазначеної публікації є висвітлення ролі муралів як форми вуличного мистецтва в Україні з аналізом їхнього впливу на українську культуру та суспільство.

Мета реалізується шляхом виконання таких завдань: охарактеризувати основні тенденції та напрями розвитку;



проаналізувати роль муралів, зокрема їхній вплив на мистецьку культуру та українське суспільство, зазначивши знищені мурали через вплив війни.

Міські арт-проекти давно стали звичайністю для містян. Вулиці та площі українських міст прикрасили різноманітні пам'ятники, скульптури та архітектурні групи. Однак, «малюнки на стіні» можуть викликати різні емоції – графіті, настінні написи та інші подібні арт-об'єкти можуть вважатись як позитивними, так і викликати обурення через свою якість та можуть бути визнані вандалізмом. Це зумовлює потребу окреслення межі між прийнятністю та неприйнятністю творчості в публічному просторі.

В Україні стріт-арт, який став частиною міського простору, набув великої популярності в 2000-х роках. Тепер мистецтво таких художників, як Гамлет Зіньковський або Роман Мінін, стало відомим, а їхні твори можна знайти на вулицях різних міст.

Здатність графіті та інших форм стріт-арту створювати нові орієнтири в середовищі, туристичні маршрути та міські символи означає, що вони відтворюють власний мета-простір, змінюючи та перевертаючи наявні диспозиції в просторі. Іншими словами, новий «графіті маршрут» може не тільки доповнити або перетворити історичний образ якогось району чи місцевості, але й повністю змінити його, замінити старий образ новим [3].

На сьогоднішній день багато стінних малюнків створюються в Україні, як відповідь на культурну агресію з боку Росії. Муралісти відтворюють символи боротьби проти російської агресії на стінах будівель українських міст. Однак, правило не зображувати на стінах воєнні конфлікти або зброю застосовується у більшості випадків. У деяких ситуаціях, як зазначає арт-критик, потрібно було особливо обережно працювати з місцевим контекстом [4].

Мурали входять до списків найкращих творів вуличного мистецтва світу, отримавши міжнародне визнання. Варто проаналізувати добірку найцікавіших муралів в різних містах України, зокрема постраждалих від воєнного вторгнення, таких як: Харків, Суми, Дніпро, Маріуполь, Мелітополь, Запоріжжя, Чернігів тощо [1; 2].



Мурал-рекордсмен «Кит» (м. Харків, проспект Людвіга Свободи, 58, 67). Є триптихом на 16-поверховому будинку, має зображення п'яти малих китів та одної косатки і площу 1375,74 кв.м. Він є найбільшим за площею в Україні і внесений до Національного реєстру рекордів. Унікальною рисою цієї роботи є те, що вона створена на трьох стінах будинку. Автори цього муралу позиціонують його як символ природної сили, який підіймає настрій та є цікавим для жителів і гостей міста [1].

Важливо відзначити також мурал «Лялька-мотанка» (м. Харків, вул. Полтавський шлях, 114), автором якого є Жюльєн Маллан. Він цікавий тим, що художник, прибувши до України у рамках фестивалю «Французька весна», у якості основного образу обрав українську ляльку-мотанку, котру побачив на виставці у Києві.

Багато муралів є пошкодженими або знищеними після вторгнення з боку Росії. Одним з прикладів таких пошкоджень є мурал у Маріуполі «На зустріч щастю». Стінопис, знищений окупантами, був створений українським художником Олександром Корбаном у червні 2020 року. Про це повідомив радник міського голови Маріуполя Петро Андрющенко: «Останній мурал на проспекті Будівельників, напроти муралу «Мілана» найближчими тижнями буде повністю знищено. За тією самою схемою, як і мурал «Мілана» [6].

Мурал «Назустріч щастю» (м. Маріуполь, проспект Миру, 107) започатковано Фондом Народонаселення ООН в Україні завдяки фінансуванню уряду Великобританії в рамках кампанії «Розірви коло у 2020 році». Цей мурал відображає проблему домашнього насильства над жінками, на ньому зображено жінку, яка з радісною усмішкою дивиться в майбутнє з відчуттям надії. Символом її виривання із ситуації, що склалася, є пташка, що вилетіла з клітки. Ілюстрація також містить мерехтливі постаті, що відображають ясне майбутнє жінки. Ідейне насаження муралу – надихати жінок не боятися та вірити в себе [1].

Слід згадати також мурал, **присвячений рятівникам** (м. Дніпро, вул. Князя Володимира Великого), авторами якого є Валерій Колор (ZDESROY) і Маргарита Усенко. На муралі зображено героя-рятувальника, що проходить крізь полум'я. Це співробітник пожежної



служби, якого обіймає ззаду ангел. Автор створив цей малюнок, щоб вшанувати сміливість та героїзм рятувальників. Слова, викарбувані на муралі, також висловлюють подяку героям: «І в небеса злітає птах, і сонце радісно сіяє. Герої! Небо присягає — Ваш подвиг житиме в віках». Такі мурали є важливою частиною відзначення і вшанування роботи рятувальників [2; 7].

Цікаві мурали «Дівчина-незнайомка» (м. Дніпро, Пр. Слобожанський, 108), а також «Кулик-довгоніг» (м. Дніпро, пр. Героїв, 12). Авторство першого належить Арт-студії «4 шлях». Тут художники наносили фарбу на будівлю за допомогою проєкції. Автором другого є Ілля Кудіненко. На муралі художник зобразив кулика-довгонога, занесеного до Червоної книги. Птах знаходиться на межі зникнення і гніздився в Слов'янському орнітологічному заказнику «Приозерний» [7].

У місті Суми нещодавно з'явився новий мурал «Енштейн» (студентський сквер Сумського державного університету за адресою: вулиця Герасима Кондратьєва, 18). У створенні муралу брали участь Римма Миленкова, Вадим Дубоделов, Ігор Шевченко, Оксана Сокол, Дмитро Симонов, Юрій Петрушенко та учасники АТО/ОСС у співпраці з «Art for Act», Центром освіти впродовж життя та громадською організацією «BureauArt» [8].

Мурал «Запорізькі козаки» (м. Запоріжжя, вул. Патріотична 58,а), **автор** – невідомий. Фасад цього будинку прикрашений зображенням із запорізькими козаками з однойменного мультфільму на фоні неба, квітів та зелені. На фасаді Запорізького центру науково-технічної і економічної інформації з 2014 року, де **автором** ескізу для муралу є Світлана Стрінадкіна, а художниками – Юлія Зінченко і Олексій Дрюченко, зображено оберіг для міста у вигляді двох ангелів. Основна мета – зробити місто більш яскравим, а настроїв мешканців – позитивним [10].

У м. Мелітополі росіяни зафарбовують новий мурал зі знаменитими музикантами (ямайського музиканта Боба Марлі, Віктора Цоя, Фредді Мерк'юрі, Кузьми, Децла та Майкла Джексона) [9].

Варто зазначити, що на муралі «Черешня», який вважається візит-



ною карткою Мелітополя (м. Мелітополь, проспект 30 років Перемоги), невідомого автора, на стіні зображене гроно темно-червоної черешні із зеленим листям, яку вгорі доповнює вишиванка. На трансформаторній будці (на перетині вулиць Покровської та Михайла Грушевського) студенти училища культури створили мурал «Кольорове диво», для якого оралі зображення птахів у традиційному українському стилі, української оселі, народних візерунків. За словами викладачів, процес створення муралу для студентів став гарною практикою і приводом зробити свій внесок у благоустрій міста [10].

У Бахмуті повністю знищено один із будинків з муралом «Община щасливих людей». *Один із символів Бахмута – багатоповерхівка на в'їзді до міста з муралом, на якому зображена щаслива родина: тато тримає на плечах сина, а поряд мати тримає доньку. Залишилися тільки тато і син. Будівлі із зображенням жінки та дівчинки більше не існує.* Але, натомість, в Ірпені скоро з'явиться новий мурал «**Артемсіль**», присвячений Бахмуту і Соледару.

Мистецтво та війна, здається, не можуть існувати поруч. Однак, упродовж останнього року світ занепокоєно стежить за подіями в Україні. Художники звідусіль об'єдналися задля того, щоб донести правду про війну в Україні. Вони роблять все можливе, щоб українці не відчували себе самотніми і знали, що більшість країн світу підтримують їх у цей важкий період. Твори багатьох авторів яскраво висвітлюють боротьбу українців з російськими окупантами, закликають до миру та припинення агресії [5].

Охарактеризувавши основні тенденції та напрями розвитку, ми проаналізували роль муралів, їхній вплив на мистецьку культуру та українське суспільство. Висвітлили мурали Харкова, Сум, Дніпра, Маріуполя, Мелітополя, Запоріжжя, які постраждали від воєнного вторгнення. Вони ввійшли до найкращих творів «стріт-арту» та отримали міжнародне визнання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вуличне мистецтво: найцікавіші мурали України. URL: <https://zruchno.travel/News/New/5521?lang=ua> (дата звернення:



18.04.2023)

2. Вуличне мистецтво: 10 найгарніших муралів України. URL: <https://shotam.info/vulychne-mystetstvo-10-nayharnishykh-muraliv-ukrainy/> (дата звернення: 18.04.2023)

3. Мурали – втілення символічної влади для зміни образу міста. URL: <https://mistosite.org.ua/ru/articles/muraly-vt%D1%96lennya-symvol%D1%96chnoyi-vlady-dlya-zm%D1%96ny-obrazu-m%D1%96sta> (дата звернення: 19.04.2023)

4. Мурали як реакція на війну з'являються в Україні та за кордоном. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/public-space/337689-murali-yak-reaktsiya-na-viynu-z-yavlyayutsya-v-ukrayini-ta-za-kordonom-yak-tse-vplivae-na-miskiy-prostr> (дата звернення: 19.04.2023)

5. Мистецтво прости війни URL: <https://library.vn.ua/news-and-events/novini/berezen-2022-news/mistecztvo-proti-vijni> (дата звернення: 19.04.2023)

6. У Маріуполі окупанти знищують останній український мурал URL: <https://suspilne.media/373829-u-mariupoli-okupanti-znisuut-ostannij-ukrainskij-stinopis/> (дата звернення: 19.04.2023)

7. Візуальне мистецтво на вулицях міст: 100 українських муралів. URL: <https://nachasi.com/city/2018/12/10/muraly-story/> (дата звернення: 21.04.2023)

8. Зацініть новий мурал у Сумах. URL: <https://cukr.city/city-news/2021/novu-mural/> (дата звернення: 21.04.2023)

9. Місто. URL: <https://mltpl.city/articles/211111/u-melitopoligrosiyani-zafarbovuyut-novij-mural-zi-znamenitimi-muzikantami> (дата звернення: 21.04.2023)

10. Навігатор по муралах Запоріжжя. URL: <https://rubryka.com/photo/navigator-po-muralah-zaporizhzhya/> (дата звернення: 21.04.2023)

11. Мурали та графіті в сучасній Україні: особливості та відмінності (PDF)

https://www.researchgate.net/publication/330327018_Murals_and_Graffiti_in_Modern_Ukraine_Features_and_Differences (дата звернення: 18.04.2023)



*Іванов Дмитро Іванович,
студент 3 курсу
спеціальності «Графічний дизайн»
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:
**Кухар Галина Михайлівна,
ст.викладачка кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ, Україна***

ВИДИ ВУЛИЧНОГО МИСТЕЦТВА

Вуличне мистецтво є однією з найцікавіших форм мистецтва, яка відображає дух міста та взаємодію між людьми і міським простором. Воно не обмежується традиційними малюнками на стінах та може бути різноманітним: від графіті до скульптури.

Однією з найбільш відомих форм вуличного мистецтва є графіті, яке є найпоширенішим видом вуличного мистецтва. Графіті – це малюнки, які наносяться на стіни, огорожі, бетонні блоки тощо з використанням спреїв або фарб. У світі існують вуличні художники, які стали відомими завдяки своїм графіті-шедеврам. Один з найбільш відомих художників графіті – Бенксі, який відомий своїми сюрреалістичними творами. [1,2]

Іншою формою вуличного мистецтва є стінний живопис. Ця форма мистецтва використовується для того, щоб надати певного настрою або передати ідеї, які змушують задуматися. Стінний живопис може бути виконаний різними способами: від класичного живопису до сучасних технік, таких як аерозольна фарба. [1,2]

Також вуличне мистецтво може бути втілене у формі скульптур. Скульптури можуть бути створені з різних матеріалів, таких як метал, дерево, бетон та інші. Вуличні скульптури можуть відображати різні теми та ідеї, від абстрактних форм до реалістичних зображень людей або тварин. [1,4]

Одним з цікавих прикладів вуличного мистецтва є так звана «інсталяційна» форма мистецтва, коли художники створюють



3D-мурали, які, за певним кутом, створюють ефект окулярів віртуальної реальності. Це дозволяє зробити міські простори ще більш привабливими та цікавими для фотографій. [1,4]

Інколи вуличне мистецтво може бути використане як інструмент соціальної зміни та активізму. Наприклад, у Колумбії художник-активіст Fernando Botero створив мурал на стіні в'язниці, який зображує в'язнів, що тримаються за вікном і дивляться на зовнішній світ. Це нагадує про проблему перевтілення і повторного включення в суспільство, яка є важливою темою для країни, що має високий рівень в'язниць та криміналу. Деякі художники використовують свої творіння, щоб привернути увагу до соціальних проблем, таких як дискримінація, насильство, екологічні проблеми тощо. [1,3]

У світі вуличне мистецтво поступово стає більш прийнятним та ціннісним. Багато міст по всьому світу проводять фестивалі вуличного мистецтва, які збирають тисячі глядачів і прихильників. Наприклад, фестивалі Street Art Fest в Монреалі та Urfest в Брістолі є найбільшими фестивалями вуличного мистецтва у світі та збирають художників з усього світу. [1,2]

Отже, вуличне мистецтво – це важлива частина сучасної культури, яка додає кольору та життєвої енергії до наших міст та вулиць. Воно може викликати різні емоції, стати засобом соціальної зміни або просто надихати на красу та креативність. Незважаючи на те, що вуличне мистецтво є нелегальним, воно все ще знаходиться на піку своєї популярності, а кількість людей, які цінують його твори, постійно зростає.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Street art. Wikipedia: веб-сайт. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Street_art (дата звернення 20.03.2023р.)
2. A Brief History of Street Art. Widewalls: веб-сайт. URL: <https://www.widewalls.ch/magazine/the-history-of-street-art> (дата звернення 01.04.2023 р.)
3. The Most Beautiful Murals of 2020 . Widewalls: веб-сайт. URL: <https://www.widewalls.ch/magazine/most-beautiful-murals-2020>



(дата звернення 03.04.2023р.)

4. 10 Cities Famous for Their Street Art. Culture Trip: веб-сайт. URL: <https://www.trip.com/blog/top-10-cities-for-street-art-in-the-world/> (дата звернення 10.04.2023р.)

*Віра Качмар,
канд. філол. н., доцент з реклами
та зв'язків з громадськістю
ЗВО «Університет
Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ*

ХАЙП НА ВІЙНІ. ЩО ЦЕ: ШАРОВАРЩИНА, КРІНЖ ЧИ ПАТРІОТИЗМ?

Тематика війни для українця є типовою та виправданою. Однак використання патріотичної символіки в брендингу сприймається аудиторією неоднозначно. Чимало громадян такий креатив сприймають з обуренням, але є й такі, які прихильно ставляться до воєнної тематики в рекламі. То ж що це: шароварщина, крінж чи патріотизм, коли, до прикладу, редис називають «Азовсталь», а сухарики флінт «ЗСУ», цитрусовий напій «Буча-камбуча» і подібних прикладів чимало.

За словами Дарії Глущенко: «Зараз, коли з назвою «Азовсталь» пов'язана героїчна оборона Маріуполя, трагічні долі захисників та жителів міста, в тому числі дітей, загибель і тортури полонених захисників в Росії та на окупованих територіях - називати на честь «Азовсталі» товари повсякденного вжитку – це експлуатація трагічного символу війни». Думка оглядачки Суспільного є слушною, так як подальша практика дозволу використання тематики



війни для ужиткових товарів й алкоголю заведе українців до культури «победобесія», як в Росії, де до дня перемоги 9 травня продають презервативи з георгіївською стрічкою, а слова «Великая победа» написані на скотчі, яким пляшка горілки клеїться до банки солодкого газованого напою.

На моє переконання, використовувати символи війни та державності біля продукту чи послуги – є прикладом дешевої реклами, яка принижує цінність проукраїнських поглядів і знецінює національну гідність. Прикладом є реклама послуги в мережі «Інстаграм», де майстерня рекламує *зпальнички, на якій вигравіруваний останній момент життя героя Олександра Мацієвського*. Тобто, подвиг, який вразив всю країну, неприпустимо використовується для оформлення ужиткового предмету. Таку рекламу варто назвати *хайпом*, тобто бажанням швидко заробити тут і зараз.

Чимало представників бізнесу виправдовують використання воєнної символіки для рекламування своїх продуктів донатами на ЗСУ. Це можна пояснити тим, що чимало українських компаній регулярно влаштовують розпродажі та акції, кошти з яких перераховують на потреби ЗСУ та постраждалого від бойових дій населення, переконаний Євген Образок, директор з маркетингу Rozetka. Цікаво, що під час повномасштабного вторгнення українські прапори на Rozetka стали купувати у чотири рази частіше.

Але в загальному правильному тренді підтримки українського виробника і захисника дедалі частіше виникають перегини. Головне, що надихає виробників товарів та послуг вдаватися до спекуляцій навколо воєнно-патріотичної тематики, - намагання виділитися й збільшити продажі. А подекуди навіть гарні наміри через елементарну відсутність смаку й відчуття такту можуть завести не туди. Юлія Айсіна, відома українська дизайнерка одягу створила камуфляжну колекцію вбрання, а щодо закиду журналістів про недоречність спекулювання на тему війни, відповіла: «Піксель носять дружини, сестри, вдови тих, хто загинув на війні. Тому що їм у тилу потрібно теж мати хоча б якусь можливість підтримати хлопців».



Недалеко пішла і відома українська співачка Тіна Кароль. Горе дизайнерка створила колекцію одягу з принтом ЗСУ, пояснюючи це тим, що частина вилучених грошей піде на потреби військових.

Але не всі ужиткові речі викликають обурення українців. Мовиться про патріотизм здорової людини, зокрема про браслет з Азовсталі та марка з кораблем. Пояснення є одне: патріотично-воєнна тематика в рекламі є доречною тільки в тому випадку, якщо вона є доречною, а не спекуляцією на якій намагаються тільки заробити.

На думку Ірини Метньової, **поняття, явища, наративи і меми, які принесла нам війна, як от «Буча», «Азовсталь», «Руській воєнний корабель, иди на**й», мають належати українському народові, а не комерційному сектору чи окремим підприємцям.** Подібних прикладів є чимало. Зокрема *пес Патрон як символ швидкого надання допомоги та відданості своїй роботі працівників ДСНС, також має терапевтичний ефект проти стресу і страху під час війни. Цифрові зображення, які створює Нікіта Тітов.* Ці образи дуже влучно і виразно переосмислюють героїчні, трагічні події війни й завдяки цьому блискавично розходяться соцмережами.

На сам кінець, зазначу, що кожний громадянин є особистістю, отже має право на думку, тому сприйняття реклами з воєнною тематикою залежить від освіти і освіченості, патріотичних переконань і духовного осмислення, світогляду і критичного мислення.

Якщо для більшості сучасна реклама із воєнною символікою викликає огиду та сором, бо вона є крінжовою, тому не варто спекулювати на тему патріотизму, адже – це громадянське почуття, змістом якого є любов до Батьківщини і готовність пожертвувати своїми інтересами заради неї, відданість своєму народові, гордість за надбання національної культури, особливе емоційне переживання своєї приналежності до країни та свого громадянства, мови, історії, традицій, готовність діяти в інтересах вітчизни та постати на її захист у разі необхідності.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антологія крінжі: де межа використання символів війни в маркетингу й рекламі. Пояснюємо на прикладах URL/ <https://suspilne.media/423540-antologia-krinzi-de-meza-vikoristanna-simvoliv-vijni-v-marketingu-j-reklami-poasnuemo-na-prikladah/>
2. «Високий сезон» під час війни: як змінились правила реклами URL <https://mixdigital.com.ua/blog/visokij-sezon-pid-chas-vijni-yak-zminilis-pravila-reklami/>
3. Запобіжників немає, або Реклама на війні URL <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/02/12/7388836/>

*Андрій Комарницький,
кандидат мистецтвознавства,
співголова іконописної майстерні «Аліній»*

ВІЗІЯ СУЧАСНОГО САКРАЛЬНОГО МИСТЕЦТВА У ТВОРЧОСТІ ІКОНОПИСНОЇ МАЙСТЕРНІ «АЛІПІЙ»

Ми живемо в епоху сучасності, у час пошуку нового і модерного в літературі, мистецтві, архітектурі. І, тому митці, що творять у ділянці сакрального мистецтва намагаються власною творчістю відповісти на питання – якою має бути сучасна ікона? Яким має бути сучасне трактування образу Святої Особи? І, зрештою, якою має бути візія сучасного храму? Проте, пам'ять про існування освяченої у віках авторитетної традиції, ставить перед нами, митцями завдання не нівелювати її, а осучаснити, зберігши і наповнивши її зміст новим формальним виразом.

Як показує аналіз сакральних творів нашого часу, митці знаходять відповіді на ці питання. У світовому контексті варто



відмітити творчість добре знаного нам українсько-польського митця Юрія Новосільського (+ 2011), о. Марко Рупніка, Маріо Поппе. Десятилітня традиція міжнародних іконописних пленерів у Новіці (Польща), виявила, що в Україні і Польщі є цікавий гурт митців, які осучаснюють сакральну традицію, даючи їй нове життя.

В Україні вже більш як двадцять років діє кафедра сакрального мистецтва ЛНАМ¹, що сприяло появі цікавих митців і творчих груп, які шукають відповіді на поставлені вище питання. Варто зазначити, що кафедра монументального живопису ЛНАМ також дала цікавих митців, серед них: І. Крип'якевич, К. Маркович, Ю. Вербовський, П. Біров. Очільник кафедри, Л. Медвідь плідно попрацював, оздоблюючи храми в Україні і Канаді. В Україні і закордоном працюють випускники заснованої професором Василюком Р. кафедри сакрального мистецтва ЛНАМ, який як завідувач кафедри реалізував низку сакральних проектів мозаїк та іконостасів до храмів. Серед випускників і викладачів кафедри виділяються насамперед: Л. Яцків, Х. Максимович (+ 2008), В. Сивак, Р. Кислий, К. Маркович, Д. Гордіца, С. Владика, О. Чередніченко, Д. Турецький. Вони згуртували навколо себе цікавих митців і працюють над оздобленням масштабних храмових комплексів.

Іконописна майстерня «Аліпій» розпочала творчу діяльність у 2010 році з виставки у Львівському Національному Музеї ім. Андрея Шептицького², шукаючи свій шлях до осучаснення сакрального мистецтва, рухаючись у загальному руслі творчих ідей, які сформували досить конкурентне середовище у львівському осередку. Особливість цього шляху майстерні, полягає передовсім у переосмисленні і осучасненні сакральної традиції киево-українського монументалізму княжої доби XI століття. У цьому плані доленосним виявився період з кінця 2016 – 2018 рр. Невипадково у грудні 2016 року, на другому поверсі південної галереї Софії Київської, вперше в історії цього славетного храму відбулася виставка сучасного іконопису. Митці

¹ Прим. Перший випуск кафедри у 1999 році у складі: Орест Городинський (+1999), Андрій Комарницький, Юрій Мисько, Маркіян Мартинюк.

² Прим. На виставці експонувались ікони трьох митців: Ореста Городинського (+ 1999), Андрія Комарницького і Юрія Вербовського.



іконописної майстерні «Аліпій» представляли виставку Богородичних ікон «Заступниця»³. Цікаво, що ця виставка Богородичних ікон тривала більше двох місяців, а ікони експонувалися неподалік від експозиційного відділу знаних Михайлівських мозаїк.

Упродовж цього періоду, автор цієї статті (Андрій Комарницький) разом з Юрієм Вербовським розробили основні принципи і засади осучаснення сакральної традиції на основі киево-українського монументального стилю, далі (неомонументалізм). Це такі митецькі якості у храмовій поліхромії:

1. Мінімалізм (мінімум деталізації, тільки головне).
2. Архітектонічність (зв'язок з архітектурою храму через її підкреслення, загальна архітектонічна виразність композицій).
3. Домінанта лінії, контуру (рисунок – первинне начало, акцент на контурі не тільки у пластиці драперій, але й у структурі деталей всієї композиції).
4. Декоративність (при загальній площинності, окремі партії драперій трактуються більш об'ємно).
5. Поєднання розпису і мозаїки.
6. Великі за розміром постаті, поєднання крупно-масштабних орнаментів та дрібної орнаментики у вигляді сітки.
7. Стриманий, монохромний колорит (монохромність, світла гама з домінантою золота).
8. Фактурність (мазки, текстурність, фактура, розшивка).

Згадані якості «неомонументалізму» були втілені митцями майстерні «Аліпій» у сакральному просторі храмів Львова, та за його межами, в Україні. Як висловився багатолітній завідувач кафедри сакрального мистецтва, професор, народний художник України Василик Р. Я.: «Серед творчих іконописних об'єднань та спілок в Україні розвивається об'єднання «Аліпій» – митецька група, яка займається іконописом та фресками у храмах. Зважаючи на те, що іконописне малярство має свої вимоги та канони, які виробились та узгоджувалися віками, Андрій Комарницький та Юрій Вербовський мають своє бачення, трактування форм, позначені індивідуальним

³ Прим. Основу виставки склали ікони Юрія Вербовського та подружжя Андрія та Марини Комарницьких.



стилем...».

Поліхромія та іконостас хрещальні Покрови Богородиці (висота до купола – 21 м.) 2010-2015 рр. стала «пробою пера» митців майстерні «Аліпій». Але вже у цьому храмі ними створено триярусний іконостас з поєднанням металу і дерева з виразними елементами сучасної стилістики. У поліхромії виділяються масштабні, стилізовані постаті Діви Марії та Святої Трійці, доповнені орнаментальною плетінкою, яка зображувалася на ювелірних виробках і прикрасах Княжої України. В іконографії цього храму використано чимало ідей святої пам'яті о. Олексія Васьківа (+2016р.).

У поліхромії храму св. Климента-папи 2017-2023 рр. ці принципи «неомонументалізму» максимально розвинулися. Автори: Юрій Вербовський і Андрій Комарницький, за погодженням з о. Юрієм Хамуляком – тодішнім настоятелем храму, спершу розробили детальні кольорові проекти, які втілили у поєднанні технік: акрилового розпису, мозаїки та використання плит МДФ (із зображенням центральних постатей нижнього регістру стін).

Наступний комплекс, де митці майстерні «Аліпій» змогли продовжити реалізовувати візію «неомонументалізму» став греко-католицький храм «Собор Пресвятої Богородиці» у Прилбичах, (літо 2019 р.). У селі Прилбичі, якраз навпроти згаданого храму, розташовувалася маєток-садиба, де народився і ріс майбутній Праведник і Мойсей українського народу – митрополит Андрей Шептицький. Тож місце, де розташований цей модерний храм, спроектований у неогуцульському стилі відомим архітектором проф. Боднаром О. Я. – надзвичайно благодатне. На даний час здійснено розпис вівтаря: масштабна півпостать Богородиці-Знамення (5, 6 м.) зі Спасом-Емануїлом в мандорлі, нижче зображені два Архангели (4 м.): Михаїл і Гавриїл із золотим волоссям.

Останньою працею іконописної майстерні «Аліпій» є п'ятирядний іконостас до храму «Воздвиження Чесного Хреста» у Львові. За площею ікон, цей іконостас є один із наймасштабніших у Львові. Його особливість – розвинений комплекс Деїсисного чину з акцентом на світлій постаті Спаса у славі.



З досвіду творчої праці майстерні «Аліпій» наведемо два протилежні випадки, у яких так багато залежало від позиції священника-замовника та його здатності підтримати, чи не підтримати цікаву, новаторську пропозицію сакрального оздоблення церкви. У процесі праці у вже згаданому храмі св. Климента-папи, якраз на початку оздоблення вівтаря композицією «Євхаристія», раптово було замінено настоятеля. Оскільки «Євхаристія» – центральна сцена поліхромії усього храму і мала стати підсумком і кульмінацією усіх творчих стилевих рішень, втілених у композиціях центральної частини, то від того, чи новий настоятель дозволить її втілення – залежала доля усього храму. Проте новопризначений о. Зеновій Завидівський підтримав досить революційну сучасну стилістику розпису цього храму і дозволив довести її до завершення. Цю працю майстерні «Аліпій» тепло сприйняли і парафіяни. Але, у більшості випадків священники займають досить обережну позицію. Це стало однією з причин брутального замалювання розпису центрального куполу та барабану церкви у селі Тяпче (Івано-Франківська область), який здійснювала майстерня «Аліпій» у 2011 р.

Далеко не усі з талановитих митців можуть витримати під тиском несприятливих умов, а це в Україні, зокрема – випадки непорозуміння із замовниками-священниками, острах парафіян, та їх загальне тенденційне сприйняття сакрального мистецтва у просторі християнських храмів через призму консерватизму, виключно як банального ремесла – знаряддя релігійного культу. Це – надзвичайно звужене, обмежене сприйняття сакрального мистецтва в оздобленні храмів ще досі є проявом анахронізму, адже вбиває все живе у сакральній традиції. У результаті, частина вишколених митців часто змушені йти на компроміси, розбавляючи чистоту стилістичного виразу у бік ремесла, чи чогось ближчого до реалізму.

Що ж маємо, у випадку, коли церковне мистецтво «не встигає за часом»? У такому разі, церковне мистецтво або ж, точніше сказати – ремесло, застигає в часі і перестає хвилювати сучасників. Воно перестає їх зворушувати, адже не промовляє мовою того часу, у якому створене. Проте і не кожен модерний, сучасний твір, який потрапляє до



простору храму є відповідним для цінностей церковного мистецтва. Адже, окрім сучасності, твір повинен мати також духовно-молитовну основу, відповідну до освяченої у часі традиції Церкви. Прикладом такої єдності мистецько-художньої та духовно-молитовної основи є давня українська ікона, історія якої почалася з XI століття, а також іконопис Візантії. Тому, як митці, ми покликані не до бездушного наслідування, чи копіювання давніх, прославлених зразків, але – давати їм життя. І, не важливо, чи це – хатня ікона, яка має призначення для виставкової галереї, громадського простору, чи це – розписи храмів: все має запрошувати людину до молитви, а не тільки до розглядання, і, водночас має «дихати» мистецтвом і новаціями нашого часу. Лиш тоді, сакральний твір буде мати повноту втілення.

Ідея осучаснення сакральної спадщини – це найперше розвиток богослов'я Церкви. Адже, Боже Вчення динамічне і живе, проте Його основа – незмінна, вона не підлягає перегляду, чи ревізії, на догоду сучасній кон'юктурі, чи ідеологіям. Сакральна традиція – важливий аспект Богослов'я Церкви. Тому, розвиваючи її, ми робимо важливий внесок у богословську традицію Церкви.



Іл. 1. Поліхромія вівтаря храму «Собору Пресвятої Богородиці» у Прилбичах, 2019 р.



Іл. 2. Поліхромія центрального купола храму с. Тяпче, «Спас», 2011р. (пізніше знищена і перемальована).



Іл. 3. Розпис на фасаді храму Климента-папи (Львів) «Покрова», 2017 р.



*Кухар Галина Михайлівна,
старша викладачка кафедри дизайну
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*

ТИПОГРАФІКА 70-Х РОКІВ 20 СТОЛІТТЯ

Типографіка кожного десятиліття минулого століття є яскравою ілюстрацією до його візуального образу. Не виключенням стала і типографіка 70-х років. Цей період насичений розвитком різних стилістичних напрямків в культурі, мистецтві, виробництві побутових товарів, моді. Саме в сімдесятих роках відбувся певний мікс, еkleктика різних культурних течій, які вражають своєю неповторністю, різноплановістю, антиконформізмом, значною свободою в проявах, формах, вираженні. Все це не могло не торкнутися і шрифтового мистецтва.

Культурні тренди цього періоду – від стилю хіпі, гламуру, хард-року, до глем-року та диско. Особливим явищем став панк, який дуже виразно проявився в графічному дизайні.

Панк став частиною великого постмодерністського руху, він був своєрідною рефлексією на модерністські обмеження кінця 60-х, мав бунтарський вигляд та проголошував девіз: «Зроби це сам!». Зміна соціальної та економічної парадигми цього періоду проявлялася в усіх аспектах культури, що відобразилося в типографіці афіш, плакатів, упаковок, обкладинок музичних вінілових альбомів, вуличній рекламі та навігації (в першу чергу у вивісках). Новаторство підходів та матеріалів не може не захоплювати.

Британський панк-гурт Sex Pistols (вперше дав концерт у 1975 році) прагнув висловити почуття незадоволеного та дещо розгубленого покоління, яке закликала до змін. Айдентикою для гурту займався студент-мистецтвознавець і анархіст Джеймі Рід. Він розробив власну унікальну типографіку – колажі в стилі записок з вимогою викупу. Вони були зроблені для радикального політичного журналу, в якому Рід був арт-директором [2].

Взагалі у 70-х графічні дизайнери працювали в технологічних



умовах класичної швейцарської набірної типографіки, тому мали замовляти пристрої для створення шрифту. Вони не бачили шрифт, поки не отримували друковані на аркуші копії своєї роботи. Замість цього Рід вирізав літери з газет і журналів, збирав їх разом у колаж і фотографував. Так він міг робити макети, пробувати різні стилі, розміри шрифтів і миттєво бачити результати. Ставлення до шрифту як до фотографії також давало звільнення від типографських обмежень. Рід розробив логотип Sex Pistols і багато обкладинок альбомів групи.

Слід сказати, що типографіка цього періоду розповсюдилася не лише у вигляді паперових носіїв. Звісно, афіші і плакати сімдесятих років легко впізнати за стилістикою тогочасних шрифтів. Активно шрифт проявляв себе і в анімації, кінематографі, музичних передачах та відеорядах. Виконання титрів теж належить до роботи графічних дизайнерів того часу, які пробували виразити себе через шрифт.

Яскравим в прямому розумінні цього слова став тренд епохи на неонові вивіски. Хоч історія неону є давнішою (перша зовнішня реклама з вогниками з'явилася на будівлі перукарні на півночі Парижу) [1], все ж міська навігація у вигляді вивісок, що сяють є характерною саме для сімдесятих років. Неонові вивіски склалися з скляних трубочок, які заповнені газом а на кінцях припаяні електроди. Оскільки трубкам можна надавати яку завгодно форму, то це давало можливість застосовувати різні види шрифтів, робити їх образними, застосовувати як прямі шрифти так і курсивні, як мало контрастні, так і високо контрастні, була можливість використання різноманітної кольорової гами. До слова – неонові вивіски знову актуальні і їх характер власне передає відчуття епохи диско.

Ще один цікавий аспект, який хотілося б розглянути – вивіски, викарбувані на листовому металі. За формою такі вивіски і застосовані шрифти виглядали досить монументально, масивно, але за рахунок технік карбування та поєднання металевих пластин, на яких викарбувані літери, з деревом чи обробленою площиною фасаду, сприймалися трохи полегшено. Також особливості образності, тематичності викарбуваним літерам надавало текстування їх площини при допомозі розхідників, карбівок-канфарників, давильни-



ків. Тут уже відбувався синтез декоративно-ужиткового і графічного мистецтв, оскільки як правило задіявалися майстри, які працювали з металом.

Отже, шрифтова культура сімдесятих років минулого століття багата не лише гарнітурами, кольоровими рішеннями, динамікою зображень і образністю форм, але й неповторною реалізацією в матеріалах та техніках. Досліджень на цю тему досить мало, матеріальні зразки цього періоду було знищено, замінено новими, технологічно цілком іншими, вони відносяться до постмодерної цифрової типографіки, але тема дуже об'ємна і заслуговує на увагу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Історія неонові реклами. Cowboy-art: веб-сайт. URL: <https://www.cowboy-art.com.ua/ua/blog/istoriya-neonovoj-reklamy> (дата звернення 20.04.2023р.)
2. Панк та графічний дизайн: з 1970-х років разом. Telegraf.design: веб-сайт. URL: <https://telegraf.design/pank-ta-grafichnyj-dyzajn-z-1970-h-rokiv-razom/> (дата звернення 18.04.2023р.)



Левицька Роксолана Романівна
Викладач кафедри дизайну
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна

ЧИМ КОРИСНИЙ ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

П'ятнадцять років тому, мало хто з дизайнерів боявся, що робот або алгоритм буде виконувати його роботу. Хоча “прикладну творчість принципово важко закодити”, як каже Роб Гірлінг з Artefact, штучний інтелект буде створювати нові можливості, тому AI (штучний інтелект) та алгоритми являють собою сферу, яка буде зростати дуже швидко [1].

Штучний інтелект (ШІ) – це технологія, яка дозволяє комп'ютерам самостійно виконувати завдання, на які раніше могли здійснюватися тільки люди. Сьогодні ШІ не є чимось новим, воно використовується вже десятиліттями в різних сферах нашого життя. Проте, зараз воно починає набувати особливого значення у галузі графічного дизайну [1].

Він може бути корисним в графічному дизайні на різних етапах роботи. Ось декілька прикладів:

1. Автоматична обробка зображень: може допомогти автоматично обробляти зображення, зменшуючи час, необхідний для редагування та оптимізації зображень.

2. Генерація контенту: може бути використаний для створення нового контенту, такого як дизайн логотипів, візитних карток, банерів та інших елементів дизайну.

Раніше графічний дизайн був складним та трудомістким процесом, який вимагав від дизайнерів великої кількості часу та зусиль. Тепер зустрічається нова ера, де штучний інтелект змінює підхід до графічного дизайну. Він дозволяє дизайнерам швидко та ефективно відшукати та використовувати відповідні елементи дизайну, що спрощує та прискорює роботу.

ШІ досить ефективно використовується в графічному дизайні



за допомогою програм які полегшують роботу дизайнеру, дає можливість створювати більш складніші та креативніші проекти. Існують програми які допомагають дизайнеру налаштовувати свої потреби за допомогою шаблонів ,але все ж таки штучний інтелект таки не в змозі замінити людський фактор ,дизайнер бере велику роль у створенні оригінального дизайну. Його ідеї та творчий підхід є невід’ємною частиною графічного дизайну.

Однією з переваг використання штучного інтелекту у графічному дизайні є об’єктивність та швидкість роботи. Комп’ютер може швидко обробити велику кількість інформації та досконало виконати задачу. Це дозволяє значно ефективніше виконувати рутинні та повторювані задачі, звільняючи час для більш творчої діяльності.

ШІ не створює ілюстрації, але може допомогти вам знайти різноманітні ресурси та інструменти для створення ілюстрацій.

Нижче наведено кілька інструментів та ресурсів, які можуть бути корисними у створенні ілюстрацій:

Adobe Illustrator - професійний векторний графічний редактор з великою кількістю інструментів та можливостей.

Canva - онлайн-інструмент для створення графічного дизайну, який має безкоштовні та платні версії.

Procreate - це додаток для iPad, який дозволяє створювати ілюстрації, малюнки та інші види графічного дизайну.

Unsplash - це безкоштовна бібліотека високоякісних фотографій та зображень, які можна використовувати для створення ілюстрацій.

Freerik - це платформа з безкоштовними та платними векторними зображеннями, іконками, фонами та іншими графічними елементами.

Ці інструменти та ресурси можуть бути корисними у створенні різних типів ілюстрацій, в залежності від ваших потреб та навичок.

ТОП-7 найкращих у світі програм зі штучним інтелектом, які вміють малювати

У світі з’являється все більше роботів зі штучним інтелектом, які вміють перетворити введені користувачем слова на реалістичну картину.



Так звані «розумні роботи» — це програми, які працюють на основі нейромережі, штучного інтелекту, що функціонує за принципом людського мозку. Система має «органи сприйняття», які зчитують текст чи завантажене зображення, після чого відбувається аналіз отриманої інформації та її обробка. А потім і створення унікального плоду творчої діяльності.

Впровадження цих програм вплинуло на робочий процес у багатьох творчих галузях. Набрана в текстовому вигляді концепція перетворюється на оригінальний витвір мистецтва, і все це завдяки алгоритму штучного інтелекту. На горизонті видно нову епоху розвитку творчості.

«Робот створює високоякісне цифрове мистецтво та NFT, користуючись кількома методами AI. Творці можуть повністю зберегти авторські права», — зазначають експерти[2].

Що розповідають про штучний інтелект експерти?

Пастка в таких експериментах полягає в тому, що автори або публіка замилюються самою технологією, перетворюючи її на атракціон, і це стає подібним до комп'ютерної гри.

«Щодо авторських прав – слід вважати що, будуть розроблені певні положення, але це буде подібним до використання матеріалів з соцмереж. Щодо художньої цінності – вважати, це просто один з інструментів, просто складний».

З штучним інтелектом те саме, тільки діапазон можливостей трохи збільшився. Художня цінність з'являється тоді, коли художник формулює особисте ставлення і, скажемо так, критичний підхід до технології, привносить філософію, рефлексію. Так само, як і з іншими художніми інструментами.

Тому ми не можемо розглядати ШІ як мистецтво або ні. Як, наприклад, проектор або плазмовий монітор. Якщо в штучного інтелекту з'явиться методологія аналізу історії мистецтва, то, можливо, його малюнки матимуть художню цінність», – розповідає Леся Хоменко.



Зараз ми перебуваємо у становищі early adopters - ранніх послідовників - нової технології. Цей час - це можливість проекспериментувати з нею, покрутити так і сяк, а після - зробити висновки про те, на що вона здатна, в чому корисна, а де навпаки створює проблеми, чи варто довіряти їй певну роботу, і якщо так - то в яких обсягах».

«Серед аргументів проти використання ШІ зокрема в ілюстрації — це юридична «чистота» тих зображень, які видає нейромережа. Але тут є декілька слизьких місць, на які треба зважати.

Часто можна почути що ШІ «краде» роботи художників і потім лише повторює те, що вже «бачив», іноді майже однаково. Дійсно, такі факти є, й ентузіастам навіть нещодавно вдалося «витягти» з нейромережі Stable Diffusion деякі взірці, які вона використовує для генерації зображення. Щоправда, це стосується тільки невеликої кількості промптів (текстових запитів до нейромережі), тобто поки це поодинокі випадки.

Треба розуміти що різні нейромережі під капотом працюють за різними технічними принципами. Вони здебільшого запам'ятовують не самі зображення, а скоріше їхні математичні, комп'ютеризовані «описи» власною мовою. Це віддалено нагадує, як ми уявляємо, наприклад, стілець, коли нам просять подумати про стілець.

Але будь-яка нейромережа спочатку «вчиться» на так званих базах даних. Грубо кажучи, це такі величезні бібліотеки, які заздалегідь складені людьми для нейромережі. Дивись, тут зображена кішка, а тут — собака. Коли таких прикладів збираються тисячі чи сотні тисяч, нейромережа стає здатною розрізнити або відтворити кішку і собаку. Але навіть тоді не можна казати що вона знає, розуміє цю різницю», – розповідає Саша Биченко.

Кіно не вбило театр, а інтернет — паперові книжки. Натомість ми отримали більше можливостей, з'явилися нові професії, нові технології, які принесли нам те, про що наші бабусі й помислити не могли.

«Так само, як етичні засади використання ШІ ми можемо вивести тільки після того, як побачимо ті проблеми й ту користь, яку він несе.



Цьому передуватиме суспільна дискусія, учасники якої — не тільки автори, але і бізнес, і держави. Сучасне авторське право писалося тоді, коли ми гадки не мали про те, що комп'ютер стане здатен малювати, писати, аналізувати настільки швидше та ефективніше за спеціаліста. І зараз ми перебуваємо на початку цієї широкої дискусії. У міру того, як ми станемо краще розуміти можливості та обмеження технології, голоси учасників також стануть менш поляризованими та радикальними, а тоді й сформується нові законодавчі та етичні норми.

Щодо художньої цінності – роль автора все ж залишається важливою складовою.

Ілюстраторка та принтмейкерка Женя Полосіна вважає, що малюнки, створені за допомогою штучного інтелекту, – це поки що експеримент[3].

«Художня і естетична цінність – трошки різні речі, і звісно, що добре навчена машина буде робити дуже естетичні речі. Щодо художньої цінності – роль автора все ж залишається важливою складовою. Адже ШІ не малює сам по собі, у нього немає амбіцій створювати зображення, його програмує людина. Отже, художня цінність зображення створеного в Midjourney та аналогах залежить виключно від задач, які ставив автор, що робив запит програмі та його художнього висловлювання. Штучний інтелект, ну принаймні поки, – це лише інструмент. І цей інструмент може бути вдалим, ефективним і помічним, а може бути грубою бездумною компіляцією. Я думаю, в найближчі роки нам доведеться досліджувати його можливості та вибудовувати правила та етичні норми його використання»[3].

Але чому ми розглядаємо ШІ як загрозу, а не як помічника? Навіть у своїй роботі дизайнера я часом покладаюся на допомогу алгоритму, який випадковим чином міксує частини зображення і видає безліч варіантів. Це навіть близько не штучний інтелект, а найпростіший рандомізатор. І от серед цих згенерованих випадкових варіантів часом трапляються такі цікаві варіанти композиції, сюжетів, прийомів, які я можу передивитися і взяти за основу для подальшої роботи. Якщо ШІ може допомогти мені знаходити більш нетривіальні й



цікаві рішення або просто спростити деякі частини роботи (особливо рутинні) — чого б мені його боятися, а не взяти в союзники?

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: ЯК ВІН ЗМІНЮЄ ГАЛУЗЬ? URL: <https://clickable.agency/ua/shtuchnij-intelekt-u-grafichnomu-dizajni/> (дата звернення 06.04.2023)

2. ТОП-7 найкращих у світі програм зі штучним інтелектом, які вміють малювати URL: <https://psm7.com/uk/technology/top-7-luchshix-v-mire-programm-s-iskusstvennym-intellektom-umeyushhix-risovat.html> (дата звернення 11.04.2023)

3. Штучний інтелект в ілюстрації: про обкладинку книги «ВСЛ», художню цінність та авторські права. URL: <https://suspilne.media/385007-stucnij-intelekt-v-ilustracii-pro-obkladinku-knigi-vsl-hudoznu-cinnist-ta-avtorski-prava/> (дата звернення 11.04.2023)



*Матоліч Ірина Яремівна,
кандидат мистецтвознавства,
завідувач кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*

БАУГАУЗ-СТИЛЬ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

На початку ХХ ст. у невеликому німецькому місті Веймар було відкрито вищий навчальний заклад Баугауз, який існував з 1919 р. до 1933 р. Школа була творчим осередком, ідейним центром європейського функціоналізму, що об'єднав навколо себе творчих осіб: архітекторів, художників та дизайнерів. Навчальний заклад існував всього 14 років, проте здійснив значний вплив не лише на формування різних концепцій мистецтва ХХ ст., але й вплинув на розвиток всього модерного мистецтва, архітектури й дизайну у цілому світі. Заснував школу німецький архітектор Вальтер Гропіус, об'єднавши Вищу школу образотворчого мистецтва (традиційного академічного напрямку) з Державним будівельним училищем.

Незабаром Баугауз став не лише архітектурною й художньо-промисловою школою, але цілою творчою лабораторією, ідейним центром руху європейського функціоналізму з концепцією єдності мистецтва. Процес створення речі став не просто прикладним, але й концептуальним актом. Процедура формоутворення об'єднала конструктивні, образотворчі, художні й соціально-філософські аспекти [1].

Цікаво, що до складу школи Баугауз входили творчі особистості різних національностей та зацікавлень, які в різний час викладали тут. Це Вальтер Гропіус, Людвіг Міс ван дер Рое, Йоганнес Іттен, Лайонел Файнінгер, Оскар Шлеммер, Анні Альберс, Василь Кандинський, Маріанна Брандт, Фред Форбат, Людвіг Гільберсаймер, Йозеф Альберс, Герберт Маркс, Адольф Меер, Ласло Могой-Надь, Наум Слущкий та ін. [1].

За весь час своєї діяльності школа кілька разів змінювала місце свого розташування: 1) з 1919 по 1925 рр. у місті Веймар; 2) з 1925



по 1932 рр. – Дессау; 3) 1932 по 1933 – у Берліні. Навчальний заклад також змінив своїх керівників: Вальтер Гропіус, Ханнес Меєр та Людвіг Міс ван дер Роє.

Саме в ідеях, які проголосила й реалізувала школа Баугауз міститься ген професії графічного дизайнера. Адже за більше, ніж сто років змінилося кілька стилевих парадигм, кілька разів принципово змінювались технології друку, але принципи, що лежали в основі дизайн проектування, залишилися незмінними, такими ж, якими вони були сформульовані ще на початку ХХ ст. в Дессау.

Одним з перших педагогів, які працювали у Баугаузі, яскравою особистістю, художником нової епохи був Йоганесс Іттен [4]. На початку своєї кар'єри він був успішним живописцем-абстракціоністом, а згодом заглибився в теорію. Зокрема, створив сучасну теорію кольору, на основі якої в кінці ХХ ст. написав і видав дві книги: «Мистецтво кольору» та «Наука дизайну та форми». Нещодавно ці праці було перекладено з німецької й видано українським видавництвом ArtHuss [3].

Після закінчення підготовчого відділення, студенти навчалися на прикладних факультетах, де знайомилися з різними матеріалами: склом, металом, деревом, каменем, текстилем та графічним дизайном. Саме тоді з'являються перші спеціалізовані факультети з графічного дизайну. Щоправда, у той час вони ще не називалися графічним дизайном, а мали назву типографії, а учні займалися поліграфічним дизайном. Саме у Баугаузі з'являються майстерні, які цілеспрямовано займалися друком і проблемами графічного дизайну. Їх організатором став угорський художник, теоретик Ласло Могой-Надь. Він відповідав за всі типографічні роботи (відповідно, і випуск славнозвісних книг Баугаузу), а також викладав теорію кольору. Сьогодні університет мистецтва і дизайну в Будапешті має ім'я цього діяча [4].

У Баугаузі впродовж 15 років видавали журнал «Vauhaus bücher», де педагоги могли ділитися власними поглядами на творчість. У виданні були присутні малюнки К. Малевича на тему супрематизму.

Вчителі школи Баугауз вважали, що «цінність речі не в її декоративності, а в її користі, наскільки ця річ покращує життя



людей» [4]. Саме тут були спроектовані перший корпусний будинок, корпусна кухня, характерні шрифти австрійського митця, графічного дизайнера Герберта Байера [6, с. 372]. У 1925 р. Герберт керував друкарсько-рекламним цехом школи Баугауз в Дессау, де відповідав за дизайн друкованих видань. Він був розробником нового шрифту, літери якого нагадують сталеву трубу (матеріал, з якого Марсель Браер спроектував крісло «Василій»). Сьогодні цей шрифт так і називається «Vauhaus».

Також у Баугаузі друкували буклети, плакати, колажі. Комбінація типографіки та фотографії, започаткована Л. Могой-Надем 1923 р., висунула концепцію функціональної графіки. Важливе значення у цей час має реклама, яка була визнана необхідним завданням тогочасного суспільства, її функція ретельно вивчена, а її дизайн став візуально організованим. Німецький художник, типограф Йост Шмідт систематично викладав студентам Баугаузу дизайну шрифтів та рекламної графіки, яке він також розповсюдив на виставковий дизайн. Це призвело до пошуків експериментальних форм в архітектурі, скульптурі та фотографії, які повинні були сформувати образ Баугаузу на пересувних виставках [4]. Багато експериментували митці й в техніці колажу, активно використовуючи такий підхід у графічному дизайні та рекламі. Цікаво, що тут використовували обмежену палітру кольорів та форм. Зокрема, улюбленими кольорами були червоний, синій і жовтий. У творах раннього модернізму проглядаються такі форми як квадрат, трикутник і круг.

Ще однією революцією в стінах Баугаузу була типографіка. Колосальний поштовх на розвиток дизайну здійснив Ян Чіхольд, який зумів абстрактні твори перевести на мову типографіки. Його книга «Нова типографіка» (1925) стала маніфестом нового підходу до дизайну друкованої продукції. У праці Чіхольд розглянув класичний період типографіки в Німеччині: історію німецької типографіки з виникнення книгодрукування в Німеччині у 15 ст. та декларував початок нового, що датується 1910–1915 рр., де з типографіки відійшла асиметричність й орнаментика [8]. Вона стала простою, лаконічною, світлою.



Таким чином, за більш ніж сто років змінилося кілька стилевих напрямів, кілька разів принципово мінялися технології друку, але принципи, що лежать в основі дизайн-проектування, залишилися незмінними, такими ж, які вони були сформовані в Дессау на початку ХХ ст. Саме тому школа Баугауз має надзвичайно велике значення для подальшого розвитку дизайну у всьому світі, у тому числі графічного дизайну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Баугауз. Сторінка з Вікіпедії: веб сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D1%83%D0%B3%D0%B0%D1%83%D0%B7> (дата звернення: 15.04.2023).
2. Баухауз графический дизайн (59 фото): веб сайт. URL: <https://bigfoto.name/18139-bauhauz-graficheskij-dizajn-59-foto.html> (дата звернення: 15.04.2023).
3. Видавництво ArtHuss. Цікаво і легко про візуальну культуру): веб сайт. URL: <https://www.arthuss.com.ua/> (дата звернення: 15.04.2023).
4. История дизайна 20-е годы. Стиль Баухауз в графическом дизайне и айдентике: веб сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ZbJcARPK3LM> (дата звернення: 15.04.2023).
5. Прищенко С. Художньо-образна система рекламної графіки: монографія. Київ: НАКККіМ, 2018. 512 с.
6. Чепелик О. «Ікона модернізму» – 80-та річниця спорудження Баухаузу в Дессау. Сучасні проблеми дослідження, реставрації та збереження культурної спадщини. Київ: Інст. проблем сучасного мистецтва НАМ України, 2007. Вип.4. С. 371–385.
7. Akker R., Vermeulen T. Notes on Metamodernism. Journal of Aesthetics and Culture. 2010. Vol. 2. P. 1–14.
8. Design is History. URL: www.designishistory.com (дата звернення: 15.04.2023).



Насадюк Тетяна Василівна,

(III курс)

студентка ДС-2020-1

факультет суспільних і прикладних наук,

ЗВО «Університет Короля Данила»,

Науковий керівник:

Золотарчук Н.І.

кандидат мистецтвознавства,

доцент кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»,

м. Івано-Франківськ, Україна

СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ

Графічний дизайн – це галузь мистецтва, що вивчає створення графічних комунікаційних рішень, які мають візуальний ефект. У сучасному світі графічний дизайн використовується майже в усіх сферах життя, від реклами та маркетингу до мистецтва й культури. Український графічний дизайн розвивається у контексті світових тенденцій та впливу національних традицій. Сьогодні українські дизайнери активно впроваджують інноваційні технології та елементи у свої роботи, а також створюють унікальні проекти, які відображають культурну спадщину та ідентичність нашої країни [6].

Обрана тема є актуальною, оскільки графічний дизайн є одним із ключових напрямів сучасного мистецтва та комунікації. Графічний дизайн в Україні пройшов довгий шлях від початкових етапів розвитку до сучасних досягнень, і він продовжує розвиватись і змінюватись під впливом нових технологій, тенденцій та вимог ринку [1].

Мета: висвітлити сучасний розвиток графічного дизайну в Україні як засіб візуальної ідентифікації.

Завдання: полягає в дослідженні традицій та інновацій розвитку графічного дизайну в Україні, виявленні основних викликів та можливостей, а також розгляді перспектив розвитку даної галузі.

Сучасний графічний дизайн у нашій країні розвивається швидко, і за останні роки ми можемо побачити багато нових тенденцій та



напрямок у дизайні. Одним з найбільш популярних напрямків є мінімалістичний дизайн, який характеризується простотою форм та мінімальним використанням кольорів. Цей напрямок став дуже популярним у світі та в Україні, завдяки своїй лаконічності та легкості сприймання [5].

Інший напрямок, який активно розвивається в Україні – це веб-дизайн. Завдяки стрімкому розвитку технологій та Інтернету, веб-дизайн став дуже важливим напрямком у графічному дизайні. Українські веб-дизайнери використовують сучасні технології та інструменти для створення привабливих та функціональних веб-сайтів [1].

Також варто зазначити, що в Україні з'явилася нова хвиля молодих та талановитих графічних дизайнерів, які активно експериментують з формами, кольорами та матеріалами. Ця нова хвиля дизайнерів розширює межі традиційного українського графічного дизайну та додає свіжих ідей та рішень.

Одним з прикладів інновацій в українському графічному дизайні є використання візуального мовлення в політичній та соціальній рекламі [5]. Це дозволяє привернути увагу до важливих питань та проблем та впливати на громадську думку за допомогою візуальних елементів та символів.

Українські дизайнери активно використовують інноваційні підходи та новітні технології для створення високоякісних та привабливих дизайнів, які конкурують зі світовими стандартами. Одним з прикладів інновацій у графічному дизайні в Україні є використання віртуальної реальності та аугментованої (доповненої) реальності. Ці технології дозволяють створювати інтерактивні та іммерсивні (віртуальні) дизайни, які забезпечують користувачам новий рівень досвіду та емоцій. Також важливо зазначити, що український графічний дизайн активно впливає на розвиток культурної ідентичності країни. Дизайнери використовують елементи національної культури та історії для створення оригінальних та визначних дизайнів, які відображають унікальний характер України [3].

Важливою складовою розвитку графічного дизайну в Україні



є взаємодія зі світовими трендами та новинками у галузі дизайну. Українські дизайнери беруть участь у міжнародних конкурсах та виставках, що дозволяє їм не лише ділитися досвідом з колегами з інших країн, але й знайомитися з останніми тенденціями та інноваційними рішеннями. Крім того, вони активно використовують медіа-технології, що дозволяє їм створювати не тільки статичні, а й динамічні проекти, такі як відеоролики, анімації, інтерактивні елементи та інше. Це дає змогу збільшити ефективність та залученість проектів, а також розширює можливості для креативного вираження дизайнерів [2, с. 57].

Важливо враховувати, що розвиток графічного дизайну в Україні потребує підтримки та сприяння держави, бізнесу та освіти. Для того, щоб український графічний дизайн зміг зайняти своє місце на міжнародному ринку, необхідно забезпечити високу якість та професійність у роботі дизайнерів, використовуючи новітні технології та інструменти. Також важливо залучати до цієї галузі талановитих та творчих молодих людей, надаючи їм можливість отримати високоякісну освіту та практичний досвід [1].

Отже, український графічний дизайн має великий потенціал для розвитку та конкуренції на міжнародному ринку, завдяки своїм унікальним традиціям та інноваційним підходам. Напрацювання у цій галузі можуть знайти використання в різних сферах, включаючи культиру, медіа, бізнес та багато інших галузей.

Дослідження традицій та інновацій розвитку графічного дизайну, виявило основні виклики та можливості розгляду перспектив сучасного становлення дизайну в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз структури ринку графічного дизайну в Україні. URL: http://4ua.co.ua/marketing/qb2bd68b5d43b88521316c26_0.html (дата звернення: 16.04.2023).
2. Даниленко В. Майбутнє європейського дизайну: Чехія, Польща, Україна. Харків: Колорит, 2007. 197 с.
3. Історія та походження графічного дизайну. URL: <https://>



articles.basov.com.ua/istoriya-i-proiskhozhdeniye-graficheskogo-dizayna.html (дата звернення: 17.04.2023).

4. Історія розвитку дизайну в Україні. URL: <http://mustetsvo.blogspot.com/p/1.html> (дата звернення: 15.04.2023).

5. Коріння народження дизайну в Україні. URL: <https://referatss.com.ua/work/korinnja-narodzhennja-dizajnu-v-ukraini/> (дата звернення: 15.04.2023).

6. Становлення та розвиток дизайну в Україні. URL: <https://student.zoomru.ru/etika/stanovlennya-ta-rozvitok-dizajnu-v/34381.258978.s2.html> (дата звернення: 15.04.2023).

Овчар Роман Юрійович

*студент 1 курсу магістратури,
спеціальності «Дизайн»,*

*ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ, Україна*

ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНІ ЗАСОБИ У ДИЗАЙНІ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Засобами мистецтвознавчого аналізу сформульовано основні аргументи щодо характеристики дизайну як особливого виду мистецтва, сформованого всередині процесів індустріалізації та технологізації, що притаманні сучасній культурі. Художній образ, створений талановитим дизайнером, виникає в процесі переосмислення тих структурних зв'язків, які надають предметному середовищу необхідної функціональної та композиційної єдності, що своєю чергою, сприяє культурному збагаченню всієї сукупності елементів соціотехносфери сучасного суспільства [1, с. 413].

Нову культурну епоху справедливо проголошено «добою техніки», науково-технічного прогресу. Найглибшим «виміром» всієї



сучасної культури можна вважати її всеосяжну проєктивність. Саме ця «технічна» доба призвела до необхідності виділення як окремої, так і самостійної ділянки творчої діяльності людини, яку називаємо «дизайн» [1, с. 413].

Дизайн займає особливе місце у сучасній культурі, існуючи ніби на стику її різних складових – культури матеріальної та духовної. Існуючи поміж мистецтвом і технікою, поміж сферами матеріального та духовного виробництва, дизайн перетворюється у своєрідний місток між ними. Така позиція породжує, з одного боку, деякі труднощі у розвитку внутрішніх процесів, певні закономірності власної організації, з іншого – примушує розглядати всі проблеми дизайну у широких культурних зв'язках, адже дизайн виступає дійовим інструментом соціального перетворення. Завдяки масовому виробництву, він створює принципову можливість вивести весь світ речей на рівень вищих досягнень художньої культури свого часу [1, с. 414].

Значення естетичної оцінки того чи іншого предмету, речі, явища зростає, що впливає на процес підвищення якості всіх складових предметно-просторового середовища, формування розумних потреб, естетичного смаку і загальної культури споживання. Свідчення цьому можемо бачити навіть на побутовому рівні [1, с. 414].

Естетична оцінка спирається перш за все на відчуття цілісності форми й визначається обрисами, устроєм частин та їх загальним розташуванням. Форма виступає матеріальним втіленням інформації, важливої для діяльності та духовного життя людини. У цьому випадку ми маємо на увазі форму предмета як результат процесів, що регулюються бажанням людей. Дизайн та мистецтвознавство регульованих процесів, коли форма залежить лише від дій фізичних або хімічних законів тощо. Наприклад, довершена форма кристалів криги або морської гальки [1, с. 414–415].

Оскільки предмети є витворами дизайнерського мистецтва, не просто «речима в собі», що живуть і формуються за своїми внутрішніми законами. Це «речі для багатьох», які включаються у певні соціальні процеси, взаємодіють з людьми й викликають



певні емоції. Завдання дизайнера – не просто задовольнити потреби функціонального призначення, а інтегрувати чисельні фактори, що впливають на форму певного предмета, виходячи з його естетичного та художнього осмислення [1, с. 415].

Методичні принципи графічного дизайну – фундамент, на який спирається фахівець у своїй роботі [2, с. 370].

Основні закономірності композиції у дизайні об'єктивні, оскільки віддзеркалюють загальні закони природи й суспільства та існують незалежно від особливостей тих чи інших шкіл, напрямів, течій, від суб'єктивних поглядів окремих митців [2, с. 34].

Поняття «закони», «правила» та засоби композиції належать до різних категорій [2, с. 50]. Закони композиції носять об'єктивний, загальний характер, стабільний впродовж тривалого періоду часу в історії розвитку образотворчого мистецтва. Композиційні правила та засоби, які допомагають створювати художній твір, відносять до менш постійних категорій [2, с. 50].

Ті правила та засоби, які давали можливість художникам досягти найкращих результатів у передачі явищ дійсності, у створенні художнього образу, як правило, мали величезне значення для наступного розвитку образотворчого мистецтва і дизайну. Досліджуючи відомі твори майстрів мистецтва, можна помітити, що одні правила та засоби композиції поступово зникали з творчості художників наступних поколінь. На зміну тим, що втратили своє значення з'явилися нові засоби, сформувалися нові правила [2, с. 50].

Художник, або дизайнер створює свій твір залежно від власного світобачення, тому з'являються відмінності в концепціях природи й людини, тому виникають правила, на які треба зважати у творчості [2, с. 50].

Перше правило – виконувати закони композиції. Друге правило – створювати композицію відповідно до змісту, логіки та законів здорового сприйняття [2, с. 51].

Правила та засоби композиції імпровізуються, використовуються залежно від конкретних умов творчого задуму автора і, мабуть, не можуть бути використані всі одночасно, бо симетрія виключає засоби



асиметрії, нюанс протилежний контрасту тощо [2, с. 51].

Лінія (штрих), пляма (тонова та кольорова), лінійна та повітряна перспектива – основні засоби композиції. Лінією користуються у короткочасних та довготривалих рисунках та ескізах композицій. Лінія лежить ніби на поверхні аркуша паперу і цим самим ніби утримує зображення в межах формату, підкреслюючи площину [2, с. 51].

Контурна лінія обмежує форму предмета. Попри те, що на площині проведені тільки тонкі лінії, створюється враження, що всередині контуру тон зображеного предмета темніший чи світліший, ніж навколишнє тло площини паперу. Виникає ілюзія силуету предмета світлим плямами на тлі, який здається темнішим, ніж насправді. Крім цього, лінійний рисунок може передати враження об'єму предмета. Це досягається тим, що лінія будує форму в пропорціях та в перспективі, крім цього, лінія змінюється за товщиною сили звучання. Навіть незакінчена лінія здатна виконувати одночасно кілька функцій: обмежувати форму, компоновати зображення, з'ясовувати характер і рух всієї форми тощо. Плавність, текучість і направленість ліній при нанесенні контуру дозволяє виявляти пластичні якості форми [2, с. 51].

Штрихові лінії здатні надавати зображенню об'ємно-просторові якості. Різноманітна товщина штрихових ліній у світловій та тіньовій частинах об'ємної форми дозволяє передавати глибину простору. Штрихові лінії можуть бути найрізноманітнішими від найтоншої "павутинки" до найтовстішої, дуже короткими й довгими. Пластичні якості динамічної штрихової лінії у разі вмілого користування відкривають багаті художньо-творчі та технічні можливості. Штрихові лінії використовуються у процесі початкової розробки композиції [2, с. 51].

Пляма (тональна та кольорова) має велике значення як у начерках та замальовках, так і в розробках ескізів композиції. Необхідність запровадження тональної плями як графічної виникає головним чином для виявлення або підкреслення об'ємності форми для передачі її освітленості, для показу сили тону та кольору форми, фактури її поверхні, з метою передачі глибини простору [2, с. 51–52].

Тональна пляма також використовується для того, щоб уже в



ескізі композиції виявити тональні контрасти, які закладають основу виразності. Важлива роль належить дії законів лінійної, повітряної та кольорової перспективи [2, с. 52].

Для передачі в композиції ілюзії простору використовуються закономірності повітряної та лінійної перспективи. Суть повітряної перспективи полягає в тому, що вираз різних видів контрастів (світлотіньових, кольорових тощо), на ближніх до нас об'єктах є найсильнішим, а із віддаленням предмета в глибину контрасти світла й тіні на його поверхні значно слабшають [2, с. 52].

Для поліграфічної продукції важливим аспектом також є тактильні відчуття. Новітні друкарські машини здатні імітувати фактуру різноманітних об'єктів на різних матеріалах. Завдяки тактильним ефектам можна створити оригінальне дизайнерське рішення. Маркетингові дослідження показують, що сім з десяти покупців виберуть товар, базуючись на своїх відчуттях і віддадуть перевагу продукції з приємною на дотик поверхнею. Ось чому споживачів приваблюють упакування та етикетки з тактильним ефектом [3, с. 1].

В наші дні нестача відчуттів спричинена масовим переходом у цифровий простір, викликає у багатьох людей потребу компенсації. І це одна з вагомих причин чому тактильний дизайн став справжнім трендом. Людина очікує звичних відчуттів від дотику до знайомих предметів. І якщо, наприклад, палітурка книги із рецептами печива буде м'якою і випуклою (нагадуватиме на дотик м'яку свіжу здобу), що матиме позитивний вплив на загальне враження від книги [3, с. 1].

За допомогою комбінації різних тактильних ефектів можна надати зображенню об'єм, підкреслити деталі [3, с. 1].

Таким чином, створення дизайнерського твору – це не окремий ізольований акт, а різноманітний та часто важкий процес, що містить кілька стадій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шлемкевич С.Л. Художній образ у дизайнерському мистецтві. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23 (18), С. 413-417.
2. Куленко М. Основи графічного дизайну. Київ: «Кондор»,



2006. 492 с.

3. Тактильний дизайн: ефект піску та інші тренди: веб-сайт.
URL: <https://tcd.kiev.ua/uk/taktilnij-dizajn-efekt-pisku-ta-inshi-trendi/>
(дата звернення: 22.04.2023).

*Підлуський Олександр Дмитрович,
студент 1 курсу магістратури спеціальності «Дизайн»,
науковий керівник:
Гребенюк Іван Васильович
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*

ЕТАПИ ДИЗАЙНУВАННЯ ДИТЯЧОЇ ПЛАСТМАСОВОЇ ІГРАШКИ

Іграшки відомі людству з глибокої давнини, вони були знайдені археологами під час розкопок залишків стародавніх цивілізацій. Найдавнішими зображеннями, знайденими на території України, які можна зарахувати до прототипів іграшки, є узагальнені фігурки тварин, жінок або птахів, вирізані з мамонтового бивня. Їх знайшли на місці палеолітичної стоянки в м. Мезині, на Десні (Чернігівщина) [1].

Технологічний прогрес вплинув і на різноманіття дитячих іграшок. Сьогодні іграшки виготовляються з різних матеріалів, в тому числі і з пластмаси. Якщо раніше іграшки були саморобними, то зараз існує ціла індустрія іграшок з масовим виробництвом й механізмами реалізації.

При створенні якісної іграшки виробнику важливо правильно дотримуватись етапів дизайнування. Розглянемо етапи дизайнування на прикладі дизайнування дитячої пластмасової іграшки на ТОВ «Інтелком» [2].



Перший етап це маркетингове дослідження ринку та прийняття рішення про випуск нової іграшки. На цьому етапі найголовніше уважно вивчити вже існуючі аналоги на вітчизняному та міжнародному ринку, визначити їх переваги та недоліки, тощо. Кінцевим результатом цього етапу є технічне завдання на дизайнування іграшки.

На наступному етапі «в гру вступають» дизайнери-художники. Мабуть кожен бачив картинки-концепти машин. Так і з іграшками. Завдання художника «накидати» кілька ескізів майбутньої іграшки. Серед цих ескізів Художня рада підприємства вибирає один і починається третій етап.

Третій етап найскладніший і мабуть найбільш важливіший. Це створення 3Д-графічної моделі майбутньої іграшки. Дизайнування 3Д-моделі можна виконувати в різних програмах, проте для 3Д моделювання у сфері промислового дизайну і проектування виробів найкраще підходять такі програми як INVENTOR, FUSION 360, SOLIDWORKS.

Після створення 3Д-моделі майбутнього виробу настає наступний етап – 3Д друк прототипу. Завдяки розвитку сучасних технологій 3Д друку, даний етап вже став буденністю. 3Д друк дає змогу перевірити «вживу» майбутній виріб, тримаючи в руках його прототип.

Якщо є зауваження до прототипу по дизайну 3Д-графічний дизайнер проводить корекцію (правки) і знову віддає на 3Д друк, до остаточного затвердження дизайну.

Наступний етап – це доопрацювання 3Д-моделі на технологічність. Мета даного етапу – удосконалення функціональних елементів виробу, підвищити їхню надійність і технологічність, покращити зовнішній вигляд, збільшити рентабельність усього виробництва в цілому. На даному етапі розглядається питання вибору матеріалів, особливості процесу лиття під тиском, експериментального аналізу напруг, визначення слабких місць в деталях, де вони можуть ламатись і усунення даних недоліків шляхом підсилення, та збирання виробу [3].

Важливим є дотримання стандартів. Зокрема безпечності іграшок. Цей стандарт має на меті зменшити, наскільки це можливо



неочевидні для користувача ризики, але він не охоплює неминучі ризики (наприклад нестійкість двоколісного самоката), які є явними для дітей чи осіб, які наглядають за дітьми. За умови, що іграшки використовуються у передбачуваний спосіб, вони не мають становити будь-якої небезпеки для дитини, для якої вони призначені. Припущення також потрібно робити на передбачуване використання, пам'ятаючи про поведінку дітей, які зазвичай мають інший ступінь обережності порівняно з дорослими [4].

Зазвичай іграшки розробляють та виготовляють для певного віку дитини. Їх характеристики пов'язані з віком і рівнем розвитку дитини, та їх використання передбачає певні навички.

Часто нещасні випадки трапляються через те, що або іграшку дали дитині, для якої її не призначено, або її використано за метою, для якої її не призначено. Особливу увагу потрібно приділяти під час вибору іграшки чи гри, враховувати розумовий та фізичний розвиток дитини, яка буде її використовувати. Перевіряти іграшку вимогам стандартів потрібно на усіх етапах – дизайнування 3Д-моделі, перевірка на надрукованому прототипі і на технологічній моделі.

Технологічна 3Д-модель передається на проектування інженерам-конструкторам, які по ній проектують технологічну оснастку (прес форми, еструзійні форми, штампи).

Паралельно відбувається етап дизайнування поліграфічної продукції на виріб. Це різновид графічного дизайну, в завдання якого входить розробка матеріалів під друковану продукцію. Найчастіше готовим продуктом є паперовий носій – коробка, етикетка. Крім того дизайнер поліграфії може розробляти дизайн наклейок. Етап дизайнування поліграфічної продукції також є дуже важливим. Коробка з хорошим чіпляючим дизайном і продуманими деталями – може зі звичайної людини зробити клієнта, який побачивши гарний дизайн, зупинить на ньому свій погляд, зацікавиться ним, і почне розглядати іграшку. Дизайн поліграфії дає можливість привернути увагу цільової аудиторії, продати іграшку, виділити її на тлі товарів конкурентів.

Також важливим етапом є підбір кольорової гами майбутньої



іграшки. Особливо коли іграшка складається з кількох деталей. Правильне поєднання кольорів, враховуючи сучасні тенденції та вимоги до колірної гами дитячої іграшки, має вигідно виділити виріб серед конкурентів.

Для затвердження остаточної кольорової гами іграшки дизайнер робить реалістичні рендери з різними варіантами поєднання кольорів деталей іграшки (Рис. 1). Художня рада серед представлених варіантів вибирає один або декілька.



Рис. 1.

На цьому етапі дизайнування завершено. Далі відбувається виготовлення форм, випробування, друк поліграфічної продукції, сертифікація і отримання нового виробу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Стародавні прототипи та прообрази української ляльки-мотанки: веб-сайт. URL: <https://web.archive.org/web/20160305115524/http://www.chasipodii.net/article/10916/> (дата звернення: 04.04.2023).
2. Інтелком - виробник пластмасових іграшок : веб-сайт. URL: <http://www.technoktoys.com>
3. Robert A. Malloy. Plastic Part Design for Injection Molding. Hanser Pub Inc (June 1, 1994), 460 p.
4. ДСТУ EN71-1:2016. Безпечність іграшок. Частина 1. Механічні та фізичні властивості.



Савчук Оксана Миколаївна
аспірантка кафедри архітектури та будівництва
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна

МЕТОДИ РЕФОРМУВАННЯ ТА РЕВІТАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ І ПІДПРИЄМСТВ НГК

Територія в історичних межах Східної Галичини тривалий час була промисловим центром нафтогазової галузі. Тут створювались об'єкти та комплекси, що формували виробничу інфраструктуру та впливали на архітектурно-просторовий, містобудівний, соціальний та економічний розвиток. На теперішній час велика кількість підприємств кін. ХІХ – поч. ХХ ст. втратили свою виробничу функцію, перебувають у частково чи повністю зруйнованому стані. Тому доцільно буде перепрофілювати неефективні виробничі комплекси та зберегти їх історико-культурну промислову спадщину. Підприємства, що були зведені починаючи з другої половини ХХ ст. також потребують застосування, в першу чергу, пріоритетних напрямів ландшафтної реорганізації територій, окремих будівель та споруд. Оскільки більша частина об'єктів виконують свою функцію та перебувають у добромум стані.

Обґрунтовуючи методи реформування та ревіталізації об'єктів та підприємств НГК запропоновано низку заходів, що сприяють збереженню архітектурно-містобудівної спадщини. Визначено основні методи архітектурної реорганізації та поділено їх на дві групи: методи збереження (включають методики реставрації, консервації, музеєфікації, ознакування) та ревіталізації (включають методики модернізації, реконструкції, регенерації, ревалоризації).

Суть методів збереження полягає в максимальному збереженні історично успадкованого середовища, основних властивостей і якостей будівель та їх пристосування до нових умов (Рисунок 1). Терміни та вимоги, що стосуються певного виду діяльності визначені у Законі України «Про охорону культурної спадщини» [1] та ДБНі А.2.2-14-2016 «Склад та зміст науково-проектної документації на реставрацію пам'яток архітектури та містобудування» [2].



Аналіз архівних матеріалів, літературних джерел і натурних обстежень дозволив визначити застосування методики фрагментарної реставрації для об'єктів та територій підприємств НГК. Відсутність необхідних матеріалів та відомостей про оригінальний вигляд для окремих об'єктів, що на теперішній час перебувають у занедбаному стані не дозволяє провести комплексну відбудову. Оскільки, вона передбачатиме цілісну систему реставраційних робіт, яка в конкретному випадку не є актуальною.

Методика консервації дозволить зберегти та провести консервацію елементів ландшафтного середовища та цінних об'єктів архітектурної спадщини нафтогазових комплексів. Велика кількість будівель та споруд дійшли до нас у вигляді руїн, які потребують консервації та ухвалення рішення про їх збереження в такому стані.

Методику музеєфікації варто застосовувати для підприємств та об'єктів НГК, що перебувають у занедбаному та руйнівному станах та для таких, що частково втратили свою функцію. Попередньо провівши необхідні санітарно-гігієнічні, протиаварійні, консерваційні та реставраційні заходи об'єкт стане придатним для екскурсійного відвідування в тому об'ємно-просторовому вигляді, який зберігся на час його освоєння. Музеєфікована територія цілого підприємства, яка передбачає облаштування стоянок для автомобілів, інформаційних пунктів, створення моделі автентичного середовища, формує музей-скансен під відкритим небом. Такі території будуть пристосовані під туристичну функцію, а також можуть слугувати для навчального процесу з

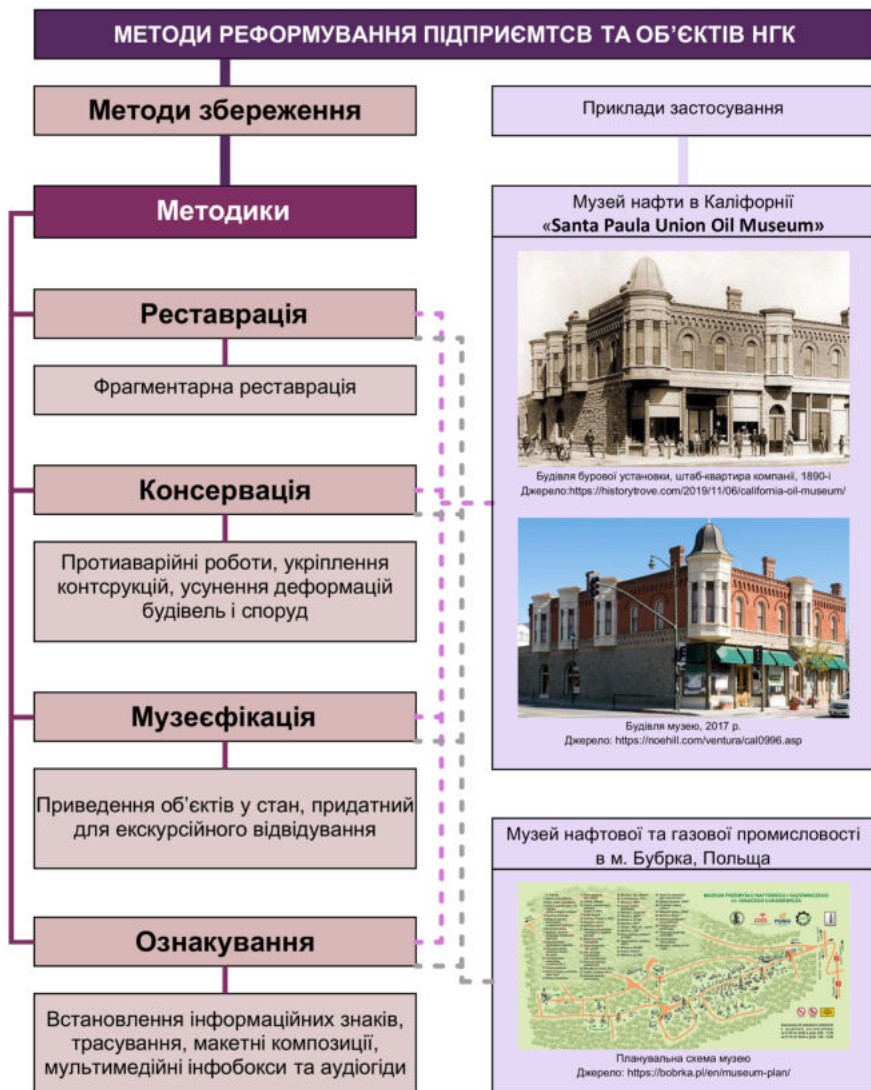


Рисунок 1 – Методи збереження під час реформування підприємств та об'єктів НГК



наочним відображенням не тільки архітектурного середовища, але й інженерно-технологічного обладнання. Такий вид туризму в Україні перебуває на етапі розвитку та дозволить туристів ознайомити з функціональним призначенням, технологічними процесами підприємств НГК та специфікою розпланувальної структури та архітектури будівель і споруд.

Важливим методом збереження історико-архітектурної спадщини нафтогазової галузі є ознакування. Він є найбільш доступним способом, який показує розуміння вигляду та масштабу зруйнованого об'єкта чи комплексу. Поширеним видом ознакування є встановлення знаків, що носять інформаційний характер і містять певну характеристику об'єкта. За допомогою трасування контурів втрачених будівель, виробничих споруд, ландшафтно-композиційних елементів визначається їх планувальна структура. Контрастні типи мощення, кам'яна чи цегляна кладка – основні складові цього виду робіт. Ще одним різновидом ознакування є встановлення макетних композицій у вигляді зменшеної копії з відтворенням автентичної об'ємно-просторової композиції. Найінформативнішим способом для уявлення первісного вигляду комплексів НГК слугують мультимедійні інфобокси та аудіогіди. Вони нададуть доступну інформацію про передісторію, загальний контекст середовища, місцезнаходження та архітектурний вигляд об'єктів та споруд.

Методи ревіталізації включають методики модернізації, реконструкції, регенерації, ревалоризації та реновації (Рисунок 2). Методи торкаються більш зруйнованих та покинутих територій, які мають на меті відновлення планувальної та ландшафтної структури зі збереженням цінних історичних і архітектурних об'єктів та комплексів НГК з можливою зміною функціонального призначення.

Реконструкція підприємств та об'єктів НГК проводиться на таких рівнях: локальна реконструкції (включає в себе реорганізацію окремих будівель та споруд); комплексна реконструкція (ефективне використання територій комплексу, в основі якого покладена організації містобудівних, архітектурних, композиційних та транспортних завдань); містобудівна



Рисунок 2 – Методи ревіталізації під час реформування підприємств та об'єктів НГК



реконструкція (проводиться у відповідності до розмірів забудови промислових вузлів). За основу визначення рівнів реконструкції взято дослідження науковців Ковальського В. П. та Варчука Р. В. [3].

Регенерація комплексів нафтогазової галузі забезпечує збереження промислової спадщини, адаптацію до сучасних умов, поширення своїх характеристик з метою індивідуальності даної галузі. Нафтогазові підприємства відносяться до містобудівних комплексів. Об'єкти, які перебувають в руїновому стані і мають на меті відновлення композиційно-планувальної структури за допомогою методики ознакування, можемо віднести до процесу регенерації.

Опрацювавши теоретичні напрацювання Ремешило-Рибчинської О. І. [4] та Бевза М. В. [5] встановлено заходи, які передбачаються під час ревалоризації об'єктів та комплексів НГК: проведення санації, рекультивациі, консервації та відновлення ландшафтної структури, окремих планувальних композицій та зелених насаджень; виявлення архітектурно-художньої організації містобудівного середовища в історично сформованій ландшафтній структурі; відбудова, перебудова, реконструкція, ознакування, реставрація, перебудова, нове будівництво об'ємно-просторової системи забудови.

Реновація промислових об'єктів та комплексів нафтогазової галузі передбачає зміну їх середовища із заміною непридатних (у зв'язку з моральним чи фізичним зношенням) його елементів та структур на нові, які адаптовані до сучасних вимог та таких, що підпорядковуються історичному середовищу.

Застосування методів збереження та ревіталізації для ефективної роботи промислових комплексів нафтогазової галузі надасть нову функцію та нове життя об'єктам та спорудам, які протягом певного часу не функціонували та були в занедбаному стані та збереже історико-архітектурну промислову спадщину. За допомогою гнучких архітектурних рішень підприємства продовжать або відновлять свою роботу з можливою зміною функціонального призначення, стануть економічно ефективними та суспільно корисними. Основними напрямками методів збереження та ревіталізації підприємств та об'єктів НГК визначено: збереження цінних історичних будівель, споруд та



елементів благоустрою; використання нефункціонуючих взаємозв'язків з оточуючим середовищем; використання архітектурно-ландшафтних прийомів під час реорганізації територій підприємств; надання нової чи збереження первісної функції об'єктам; будівництво нових комунікаційних зв'язків, будівель та споруд.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про охорону культурної спадщини: Закон України від 15.06.2023. № 2000. Відомості Верховної Ради України. 2023. № 39. Ст. 333. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 31.08.2023).
2. ДБН А.2.2-14:2016. Склад та зміст науково-проектної документації на реставрацію пам'яток архітектури та містобудування. [Чинний від 01.09.2022]. Київ: Мінрегіон України, 2022. 17 с.
3. Ковальський В. П., Варчук Р. В. Архітектурно-планувальні аспекти модернізації промислових об'єктів у сформованому міському середовищі. Збірник матеріалів Міжнародної науково-технічної конференції «Інноваційні технології в будівництві. Вінниця : ВНТУ. 2018. С. 207-208. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/25777/207-208.pdf?sequence=1> (дата звернення 30.08.2023).
4. Ремешило-Рибчинська О. І. Актуальність ревалоризації архітектурних ансамблів та збереження їхнього образу в історичному ландшафті України. Вісник Нац. ун-ту «Львів. політехніка». 2011. С. 228-233.
5. Бевз М.В., Методологічні основи збереження та регенерації заповідних архітектурних комплексів історичних міст: автореф. дис. ... д-ра арх.: 18.00.01. Харків, 2004. 32 с.



Сивоус Юлія Василівна

студентка I курсу спеціальності «Дизайн»

ЗВО «Університет Короля Данила

Науковий керівник

Левицька Роксолана Романівна,

ЗВО «Університет Короля Данила»,

м. Івано-Франківськ, Україна

ІСТОРІЯ, ВИДИ, АСПЕКТИ ТА ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНУ

Історія дизайну та її вплив на сучасний дизайн: перехід від ручного до цифрового процесу дизайну.

Від початку історії людство займалося дизайном різних об'єктів, від печива до будівель. З розвитком технологій дизайн також змінювався. Хоча ручний процес дизайну все ще існує, з появою комп'ютерів та програмного забезпечення дизайн перетворився на цифровий процес. Це дозволило дизайнерам працювати швидше та ефективніше, створювати більш складні та інноваційні дизайни[1].

Виходячи з вище сказаних слів дизайн поділяється на певні види, адже для кожної галузі є певні спеціалісти, які більш глибоко вивчають один вид дизайну

Види дизайну: графічний, веб, промисловий, модний тощо.

Існує багато різних видів дизайну, кожен з яких має свої характеристики та особливості. Графічний дизайн використовується для створення графічних елементів, таких як логотипи, постери та брендові матеріали. Веб-дизайн відповідає за створення веб-сайтів та веб-додатків. Промисловий дизайн займається створенням товарів, які мають естетичний та функціональний дизайн, таких як автомобілі, меблі та промислові обладнання. Модний дизайн відповідає за створення модного одягу та аксесуарів.

У кожному з цих видів дизайну використовуються різні інструменти та техніки. Наприклад, графічний дизайнер може використовувати векторні програми, такі як Adobe Illustrator, для створення графіки, тоді як веб-дизайнер може використовувати інструменти, такі як Adobe Photoshop та Adobe XD, для створення



веб-макетів та прототипів[2].

Кожен вид дизайну має свої техніки та прийоми, що дозволяють створювати ефективні та привабливі дизайни.

Наприклад, в графічному дизайні дуже важливо використовувати правильні кольори та типографію, тоді як веб-дизайні важливо бути свідомим про взаємодію користувача з веб-сайтом та забезпечувати йому зручність та легкість використання.

Отже, розуміння різних видів дизайну та їх особливостей може допомогти створити ефективний та привабливий дизайн для конкретної аудиторії та цілей.

Важливо, щоб професіонал зберігав і вмів втілював у реальність усі принципи дизайну[3].

Принципи дизайну: баланс, пропорції, контраст, ритм, єдність.

Для створення успішного дизайну важливо дотримуватись принципів дизайну, таких як баланс, пропорції, контраст, ритм та єдність. Баланс дозволяє розподілити вагу елементів на дизайні таким чином, щоб вони виглядали збалансовано. Пропорції дозволяють створити відношення між різними елементами дизайну. Контраст дозволяє створити візуальну привабливість та підкреслити важливі елементи. Ритм дозволяє створити рух на дизайні та додати елементу живості. Єдність дозволяє об'єднати всі елементи дизайну в одне ціле[2].

Коли дизайнер бере проект на замовлення, то проходить багато етапів, щоб досягти кінцевого результату.

Процес створення дизайну: від ідеї до реалізації.

Процес створення дизайну може бути досить складним та тривалим, але його можна розбити на кілька етапів. Першим етапом є збір ідеї, яка допоможе визначити, що саме потрібно створити. Другий етап - дослідження, коли дизайнер досліджує ринок, аудиторію та конкурентів, щоб знати, на що слід звернути увагу. Третій етап - створення концепту, коли дизайнер створює концепцію дизайну. Четвертий етап - реалізація, коли дизайнер перетворює концепт в реальний дизайн. Останній етап - тестування та налагодження, коли дизайнер перевіряє дизайн на дієвість та внесення необхідних



коректив[7].

Техніки дизайну:

Типографіка та шрифти

Кольори

Простір та композиція

а) Типографіка та шрифти є важливим елементом дизайну, оскільки вони не тільки передають інформацію, але й створюють настрій та враження. Важливо використовувати шрифти, які будуть відповідати тематиці дизайну та аудиторії. Також важливо правильно вибрати розмір та кольори шрифтів, щоб забезпечити їхню читабельність та зрозумілість.

б) Кольори є важливим елементом дизайну, оскільки вони можуть впливати на емоції та настрій аудиторії. Важливо вибрати кольори, які будуть відповідати тематиці та стилю дизайну. Також важливо правильно використовувати кольори для підкреслення важливих елементів та створення контрастів.

в) Простір та композиція є важливим елементом дизайну, оскільки вони визначають, як елементи дизайну будуть розташовуватись та взаємодіяти між собою. Важливо використовувати правильні пропорції та розміри елементів дизайну, щоб створити баланс та гармонію на дизайні. Крім того, важливо використовувати позитивний та негативний простір для створення ефекту відкритості та простору на дизайні[6].

Усі правильно використані техніки разом дають неймовірний результат праці, який у подальшому буде надавати бізнесу успіху на ринку конкурентів.

Дизайн та його вплив на бізнес

Дизайн має великий вплив на бізнес та може допомогти підвищити його ефективність. Успішні компанії використовують дизайн для створення бренду, який відображає їхні цінності та підвищує їхню конкурентоспроможність на ринку. Крім того, дизайн може впливати на продажі, створюючи ефектні та привабливі продукти, що привертають увагу клієнтів[5].

Дизайн та його роль у суспільстві



Дизайн не тільки важливий у бізнесі, але й відіграє важливу роль у суспільстві.

Дизайн може впливати на культуру та спосіб життя людей, а також на ставлення до різних проблем та викликів. Дизайн може бути інструментом для створення позитивних змін у світі[4].

Практичні аспекти дизайну

Практичні аспекти дизайну включають в себе розуміння потреб та очікувань аудиторії, аналіз конкурентів та створення ефективної стратегії дизайну. Важливо використовувати професійні інструменти та програми для створення якісного дизайну, а також відстежувати тренди та інновації в галузі дизайну[6].

Дизайн має великий вплив на наше життя та відіграє важливу роль у бізнесі та суспільстві. Розуміння теоретичних та практичних аспектів дизайну може допомогти створити якісний та ефективний дизайн. Використання правильних технік та інструментів дизайну може допомогти досягти успіху у різних галузях діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Aiga.org. (2021) The History of Graphic Design [online] url: <https://www.aiga.org/history-of-graphic-design> [6 квітня 2023].
2. Graphicdesign.com. (2021). What is Graphic Design? [online] url: <https://www.graphicdesign.com/what-is-graphic-design/> [8 квітня 2023].
3. Canva.com. (2021). What is Graphic Design? [online] url: <https://www.canva.com/learn/what-is-graphic-design/> [6 квітня 2023].
4. Bryson, M. (2011) Design and the question of history. Design Issues, 27(1), сторінка 3-14. [10 квітня 2023]
5. Lupton, E. and Phillips, J.C. (2014). Graphic Design: The New Basics. Princeton Architectural Press.[10 квітня 2023]
6. Heller, S. (2016). Graphic Design History. Pearson. [12 квітня 2023]
7. Lidwell, W., Holden, K. and Butler, J. (2010). Universal Principles of Design. Rockport Publishers.[10 квітня 2023]



Стельмах Валерія Володимирівна,
студентка I курсу спеціальності «Дизайн»
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник
Левицька Роксолана Романівна,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МЕДІАДИЗАЙНУ

Медіадизайн — це професійний напрямок у медіагалузі, у який включено художньо-технічне оформлення різних видів медіа та подання інформації з урахуванням ергономіки роботи з інформаційними джерелами та сервісами, функціональних можливостей подання інформації, естетики візуальних форм її представлення та психологічних критеріїв сприйняття її людиною[1].

Тож, сучасний медіадизайн включає багато елементів. Традиційні його канали об'єднують телебачення, радіо, газети, журнали, книги, кіно та музичні записи. Однак з розвитком нових технологій ця галузь розширилась і в наш час включає ще Інтернет, відео та комп'ютерні ігри, мобільні пристрої, такі як iPod, iPad, мобільні телефони. Нова медіагалузь характеризується високим рівнем інтерактивності. Таким чином, випускники спеціальності «Дизайн» за спеціалізацією «Медіадизайн» можуть створювати та удосконалювати дизайн у любому з напрямків:

- розробка концепцій для створення медіадизайну;
- організація середовища для відповідного спілкування;
- створення іміджевого ефекту при роботі з рекламою;
- робота зі ЗМІ, аудіо, відео та поліграфічною продукцією.

Студенти отримують ґрунтовні знання в галузі загального дизайну, фільмографії, графічних комунікацій, ілюстрації та анімації, тиражування матеріалів. В період навчання задіяні всі медіаплатформи та носії як в галузі публікацій, так і в маркетингу, рекламі, індустрії розваг.

В межах даної спеціалізації можливо об'єднати природний



креатив зі знаннями нових інформаційних технологій, що дозволить відкрити для себе новий напрям розвитку.

Після закінчення курсу випускники зможуть працювати в якості:

- дизайнера медіа (створення аудіо-, відео- та графічно-текстового контенту);
- креативного менеджера (продюсер, співпродюсер);
- ілюстратора (комікси, манги, флеш-анімація);
- художника ігрової індустрії (створення персонажів для ігор);
- вебдизайнера (дизайн сайту);
- блогера (створення відеоконтенту та його монетизація)[2].

А, з найновіших тенденцій сучасного дизайну, які були помітними в останні роки — це мінімалізм.

Простий і чистий дизайн, який акцентує на негативному просторі та основних елементах.

Темний режим: Оскільки все більше людей працюють і використовують технології пізно вночі, темний режим стає все більш популярним для зменшення навантаження на очі.

Розумний розвиток: Все більше дизайнерів зосереджуються на створенні екологічного та сталого дизайну.

Смілива типографіка: У сучасному дизайні набирає популярності більший і сміливіший шрифт, оскільки він допомагає створити сильний візуальний ефект і зробити текст більш розбірливим.

Ілюстрації на замовлення: Намальовані від руки ілюстрації стають дедалі популярнішими в сучасному дизайні, оскільки вони можуть створити унікальний та індивідуальний штрих.

3D-дизайн: Розвиток технологій зробив 3D-дизайн більш доступним, що призвело до збільшення кількості 3D-елементів у сучасному дизайні.

Абстрактні форми — тренд 2023 року лише з невеликими змінами: гострі кути та жорсткі краї поступилися місцем більш округлим формам. Також рекомендуємо додати яскраві кольори та фігури довільної форми. Абстрактні елементи підвищують рівень візуального інтересу завдяки принципу різноманітності та розмаїття[3].



Відеографіка : цьому напрямку в багато чому зобов'язана платформа Тік-ток , який впевнено задає тренди. 2023 року бренди продовжують створювати власну ідентичність за допомогою руху. Зараз ідеальний час для того, щоб замінити статичні зображення на короткий відеоконтент[3].

Мистецтво створене штучним інтелектом:

Цього року зображення, створені за допомогою технології штучного інтелекту, підкорили світ після запуску . Це онлайн-генератор зображень, що створює графіку на основі текстових описів. Можна сміливо стверджувати, що нас чекає нова ера реалістичних зображень.

Загалом, сучасні тенденції в дизайні надають перевагу простоті, сміливості та зручності для користувача, а також впровадженню нових технологій та сталих практик[3].

Сучасний дизайн часто залучає різні команди, до яких входять дизайнери, розробники, маркетологи та інші зацікавлені сторони, що працюють разом над створенням цілісних продуктів та досвіду.

Дизайн, орієнтований на користувача: Сучасний дизайн ставить користувачів у центр процесу проектування з акцентом на розумінні потреб, вподобань та поведінки користувачів для створення ефективного та цікавого дизайну.

А зі збільшенням різноманітності пристроїв і розмірів екранів сучасний дизайн часто охоплює принципи адаптивного дизайну, що дозволяє дизайну адаптуватися до різних розмірів і роздільної здатності екранів.

Сучасні дизайнери часто використовують дані та аналітику для прийняття дизайнерських рішень і вимірювання ефективності дизайну, допомагаючи покращити користувацький досвід і досягти бізнес-цілей.

Він часто передбачає використання інструментів і технологій для спільної роботи, що дозволяє дизайнерам працювати разом у режимі реального часу, обмінюватися ідеями та відгуками, а також оптимізувати робочі процеси дизайну.

Швидке створення прототипів: З розвитком технологій швидкого



прототипу сучасні дизайнери можуть швидко та ефективно тестувати дизайн, що дозволяє пришвидшити та зробити ефективнішим процес проектування.

Загалом, сучасний дизайн - це динамічна галузь, що постійно розвивається, дизайнери постійно розширюють межі та експериментують з новими технологіями та підходами, щоб створювати інноваційні та вражаючі дизайни.

Віртуальна реальність

За останні кілька років глобальний ринок віртуальної реальності (VR) продемонстрував нереальне зростання. У звіті Facts and Factors метавесвіт оцінюється у 210 мільярдів доларів США в 2021 році, а до 2028 року він зросте до 730 мільярдів доларів. Світ прагне зацифрувати все, що нас оточує.

Майбутнє графічного дизайну у 2023 році, це - провідні бренди, які вже почали впроваджувати стилі, щоби залишатися на крок попереду. Сміливо починайте експериментувати, підхоплюючи один із трендів графічного дизайну. Світ дизайну постійно розвивається, у чому його величезна перевага. Тут є можливість втілити будь-які шалені ідеї, креативність та фантазію. Частіше відкривайте соціальні мережі та надихайтеся сторінками компаній, які освоюють передові технології. Можливо в найближчому майбутньому ми будемо жити в іншому всесвіті й ностальгувати по далекому 2022 році[3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Медіадизайн - Юн-Прес. Інформаційно творче агенство URL: <http://yunpress.kiev.ua/class/medidesign/> (дата звернення 17-21 квітня 2023р).

2. Медіадизайн URL: <https://designkhnnra.wixsite.com/mysite/mediadzajn> (дата звернення 17-21 квітня 2023р).

3. Тренди графічного дизайну 2023 Іноваційні ідеї для натхнення URL: [//web-promo.ua/ua/blog/trendy-graficheskogo-dizajna-2023-innovacionnyye-idei-dlya-vdohnoveniya-ili-za-granyu-realnosti/](http://web-promo.ua/ua/blog/trendy-graficheskogo-dizajna-2023-innovacionnyye-idei-dlya-vdohnoveniya-ili-za-granyu-realnosti/) (дата звернення 17-21 квітня 2023р).



*Терехович Наталія Олександрівна,
студентка I курсу магістратури,
спеціальності «Дизайн»,
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:
Матоліч Ірина Яремівна,
доцент кафедри дизайну
кандидат мистецтвознавства, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ ЛЕТТЕРИНГУ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Використання леттерингу сьогодні є однією з тенденцій у дизайні. Він змушує дизайнерів визначати нові композиційні рішення, які б забезпечили можливість естетичного різноманіття. Леттеринг, або літерація – це єдині у своєму роді кілька букв, виготовлених (намальованих, вирізаних) для однієї конкретної ситуації. Його головна відмінність від шрифту або каліграфії – акцент на графічну складову: унікальні форми, які поєднуються один з одним в конкретному слові або фразі [2]. Якщо колись літераційні елементи часто використовувалися в монограмах, то в сьогоденні це ключові слова і слогани, візуально виразні та довгі фрази, з геометричним або пластичним характером, що виражають себе як композиційний центр або створюють ілюзію текстури, що зустрічаються у багатьох виробках: текстилі, одязі, взутті, аксесуарах для одягу, меблях, body-art, вебдизайні, кіномистецтві, деталях інтер'єру, автомобілях та ін.

Взявши книгу в руки, ми відразу розуміємо, що вона унікальна, це відбувається завдяки літерації. Чому? Леттеринг – це радше малювання, політ фантазії, ніж робота над естетичністю шрифтів. Ми бачимо крафтові написи на вивісках, у меню ресторанів, на обкладинках Time, Esquire, Vogue, Forbes, у логотипах найбільших компаній – погляньте хоча б на Disney чи постери «Зоряних воєн». Отже, як ми зрозуміли з вище сказаного, літерація оточує нас постійно впродовж нашого життя [4]. То в яких сферах сучасного



дизайну використовується леттеринг?

Графіті – це один із напрямів сучасного мистецтва. Для нас графіті – це пряма асоціація з написанням літер на стіні. Цей стиль використовують, коли потрібно створити атмосферу вулиці. Це вільний стиль у леттерингу, тут немає обмежень, якими мають бути літери чи фон в поєднанні з ними, єдине вагоме правило – контраст кольорів і контурів [3].

Реклама також є невіддільною сферою дизайну. У ній є багато літерації. Тут можливий і 3-D дизайн, креативний леттеринг, літерація в малюнку тощо. Прикладом може слугувати: креативна реклама постерів Summer Streets у Нью-Йорку, це написи й інші елементи: ілюстрації, текстура, гра слів, перспектива і так далі. Бренд Sabra використовував декор своїми руками у вигляді овочів та зелені, щоб привернути увагу до напису та показати склад нового смаку хумусу. Сама назва бренду була викладена за допомогою моркви, і обрамлена зеленню, помідорами й перцем на чорному фоні. А бренд Pedigree використав у рекламі кросівок 3-D та леттеринг в малюнку. На кросівках вони розмістили чотиривірш про те, що вночі собаки можуть їх покусати. Альтернатива – снеки для чищення зубів у собак, які вони можуть гризти замість взуття. Щоб таке зробити спочатку потрібно намалювати силует, а потім помістити в нього напис і додати 3-D ефект для виразності. Також прикладом комп'ютерної графіки є реклама Chupa Chups, де напис має текстуру та форму цукерки.

Ще одне можливе застосування леттерингу – використання як шрифту для заголовків та написів на сайті. На основі леттерингу створюється унікальний вебшрифт. Так зробила дизайнерка для свого сайту. Jennifer Xiao використала такий прийом як заголовки до розділів сайту. Логотип магазину Inflatable 3D Alphabet також виконаний у стилі леттерингу. Особливість цього сайту це надувний 3-D ефект логотипу, який супроводжує вас протягом всього перегляду сайту та створює єдину стилістику. Ще одним прикладом літерації є сайт про безхатків Philly House. Погодьтеся призначення сайту дуже серйозне, але леттеринг, який був використаний в цьому сайті не псує атмосфери допомоги людям. Леттеринг підходить далеко не



всім веб-проектам. Оскільки мета даного напряму – нести емоційне посилення, зробити акцент на фразі або зображенні, не всі бренди зможуть використовувати його у своїх цілях. Якщо головне завдання сайту – чітко подати інформацію, наголосити на серйозності ресурсу, леттеринг буде «не в тему».

Трендовий тип інтер'єру – це леттеринг. Таке оформлення як леттеринг, з'явилося досить давно, але використовувалося в основному в громадських місцях. Завдяки тому, що даний стиль створює особливу атмосферу, його останнім часом стали більше використовувати для оформлення житлових приміщень. Написання на стінах або стелі різноманітних слів, фраз, висловлювань – це візитна картка даного стилю. Такий підхід дозволяє дати волю своїй фантазії і створити саме те, що ви хочете бачити в своєму будинку. Використання великої кількості світлих кольорів позитивно впливає на загальний інтер'єр. Натуральні меблі або підлога також вносять в оформлення кімнати особливі риси, нехарактерні для інших стилів. Для світлого оформлення можна купити люстру світлодіодну або світлодіодні світильники. Світильник такого типу відмінно підходить для створення світлових акцентів, які є дуже доречними [5].

Таким чином, в еру комп'ютерних технологій та штучного інтелекту унікальність та майстерність предметів, що створені руками, набуває цінності, в особистості й леттеринг. За радянських часів мальований шрифт використовували здебільшого в книжковій графіці та плакатах. Але в сучасних реаліях літерація є невіддільним об'єктом сучасного дизайну. Завдяки леттерингу літери можуть бути не тільки намальовані, але й вирізані, виліплені, зроблені з незвичних матеріалів та сфотографовані тощо. Мальована літерація може бути виконана за допомогою пензлів, маркерів, лінерів, олівців, крейди та інших матеріалів, виконана на папері, стіні чи тканині. Цифрову літерацію, як правило, спочатку виконують на папері, потім сканують і доробляють в графічних програмах, і така літерація може бути і як відтворення мальованих форм, і на межі з типографікою.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Іваненко Т. Шрифтовий Дизайн. Харків. ХДАДМ. 2019. 143 с.
2. Мітченко В. Естетика українського рукописного шрифту. Грамота. Київ. 2007. 208 с.
3. Чепурко Г. Что такое леттеринг и как он помогает брендам продавать больше: веб-сайт. URL: <https://mc.today/что-такое-lettering-i-kak-on-pomogaet-brendam-prodavat-bolshe/> (дата звернення: 22.04.2023).
4. Леттеринг: як розпочати? 5 кроків до нового хобі: веб-сайт. URL: <https://shop.djournal.com.ua/blog/lettering-how-to/> (дата звернення: 22.04.2023).
5. Леттеринг – новий популярний тренд в дизайні інтер'єру веб-сайт. URL: <https://svetolux.com.ua/ua/101-lettering--novyy-populyarnyy-trend-v-dizayne-interera.html> (дата звернення: 22.04.2023).



Тютюнник Ірина Святославівна,
*кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри
образотворчого мистецтва, дизайну та методики їх навчання
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
м. Тернопіль, Україна*

Букало Катерина Ярославівна,
*магістр, 1-й курс
спеціальність 014 Середня освіта (Образотворче мистецтво)
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
м. Тернопіль, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ СКЕТЧИНГУ ЯК НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

В останні роки значно зросла популярність скетчу серед творчих людей. Сьогодні скетчбуки знайдуться чи не у кожного художника та дизайнера. З англійської слово «sketch» означає «швидкий малюнок», який допомагає відобразити головну ідею, задум художника [1]. Важливим для такого виду малюнків стає сам скетчбук – невеликий альбом чи блокнот, куди митець заносить свої ідеї, нариси, тренується малювати, робить потрібні позначки [4]. Суть роботи у цьому своєрідному записнику художника в тому, що ілюстрації не існують розпорошено, а зібрані в один блокнот, дозволяють розвивати тему, думати над композицією, технічними можливостями виконання малюнків, що розвиває уяву та дизайнерське мислення.

Скетчинг як вид творчої роботи може виконувати різну мету:

- Тренування окоміру, вдосконалення навичок передачі її тонального та лінійного трактування. Тут важливим стає темп виконання зарисовок, постійне вправлення у реалістичності передачі об'єктів, що досягається напрацюванням великої кількості малюнків.
- Підбір аналогів, пошук та опрацювання цікавої ідеї, її швидка фіксації. Мета таких зображень – практика попереднього тривалого ескізування, конструктивний аналіз плоских форм та об'ємів,



їхньої пластики. Тут важлива не стільки краса і правильність малюнка, скільки вміння стилізувати, деформувати, інтерпретувати, компоувати елементи натурних замальовок.

- Вивчення діапазону можливостей різних графічних технік та матеріалів, вміння бачити об'єкт зображення у різних пластичних варіаціях.

- Розвиток творчого мислення, художнього бачення та інтерпретації оточуючого середовища, аналіз об'єктів оточуючого світу як джерела художньої творчості, вміння реалізовувати власні ідеї.

- Звільнення від потреби зосереджуватись над ідеальністю малюнку, так званої «боязні білого листа», страху роботи на великому аркуші, адже формат скетчбуку, зазвичай, невеликого розміру, меншого за формат А4.

Вивчення скетчингу, згідно зі Стандартом вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн» [7], допоможе набуту студентам наступних результатів навчання: аналізувати, стилізувати, інтерпретувати та трансформувати об'єкти для розроблення художньо-проектних вирішень; відображати морфологічні, стильові та кольоро-фактурні властивості об'єктів дизайну. Окреслені результати навчання можуть сприяти формуванню низки фахових компетентностей: здатність здійснювати композиційну побудову об'єктів дизайну; здатність застосовувати навички проектної графіки у професійній діяльності; здатність здійснювати колористичне вирішення майбутнього дизайн-об'єкта; здатність зображувати об'єкти навколишнього середовища і постаті людини засобами пластичної анатомії, спеціального рисунка та живопису (за спеціалізаціями).

В українських вузах уже декілька років існує практика введення скетчингу у навчальний процес як основної чи вибіркової дисципліни. Зокрема у ЛНАМ, ХДАДМ, Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» та ін. Маємо змогу проаналізувати робочі програми, силабуси, методичні рекомендації з цієї дисципліни як нормативної



та вибіркової у Харківській академії дизайну та мистецтв [3; 4; 6]. Цінними стали також поодинокі фахові статті з цієї теми, які проте, повно розкривають основну ідею цього виду творчості [1; 2; 5].

Завдяки семетрові програмі академічної мобільності авторка статті мала можливість брати участь у стажуванні в Академії Яна Длугоша (м. Ченстохов) на спеціальності «Графіка». Тут на 2 курсі, 3-му семестрі ми вивчали предмет «Техніки графічного зображення» (лектор Марта Слівяк), де одним із трьох завдань було виконання замальовок у скетчбуці. Для кращого кінцевого результату та полегшення роботи студентів варто ставити перед ними конкретні вимоги та певні обмеження. Так, нам потрібно було обрати блокнот обов'язково квадратного формату, оформити обкладинку та намалювати не менше 20-ти розворотів. Основним було виконувати зображення на одну тему, показуючи тим самим її розвиток, тобто малювати один і той самий об'єкт. Нам порадили обирати щось органічне, тобто те, що з часом змінює свої форми, текстуру та вигляд, наприклад фрукти, овочі, тварину. Ми обрали тему «Піца». Для виконання завдання використовували спиртові кольорові та чорний маркери, акварельні фарби, гуаш. Комбінуючи ці матеріали, досягали різних ефектів. Так, поєднання акварелі з сіллю дало можливість створити цікаві текстури; витинання, паперопластика – легко варіювати композицію і додати зображенню невеликого об'єму; колажування – можливість колористично і фактурно збагатити композицію.

На відміну від інших видів скетчингу, де виконується набір часто не пов'язаних між собою зображень, тут відбувається розвиток однієї теми, що є важливим саме для графічних дизайнерів. Це дозволяє побачити різноманітність вирішення одного і того ж мотиву при різній колористиці, освітленні, зміні конфігурацій, графічній розробці, поміщенні об'єкту в різне середовище, різній дії з ним. Це розвиває уяву, а продумування варіацій комбінування графічних технік та матеріалів дає можливість технічно урізноманітнити зображення.



Іл. 1. Катерина Букало.
Сторінки зі скетчбуку на тему «Піца». 2022 р.

При колажуванні, перфоруванні, нашаровуванні елементів відшліфовується і практично застосовуються теоретичні знання основ композиції. Також це сприяє цінуванню своєї праці і підштовхує до розуміння скетчбуку як цілісного художнього твору, прототипу



так званого артбуку (або книги художника), де автор опрацьовує не тільки зміст та ілюстрації, але й усі інші елементи книги.

Висновки. Отже, виконання скетчів у наш час швидкої зміни візуальних образів може стати цінною практикою у навчанні на художніх спеціальностях. Так, виконання скетчбуку може бути окремою темою в складі низки навчальних дисциплін, таких, як «Оригінальна графіка», «Естамп», «Навчальна практика», «Біонічна практика», «Композиція», «Проектування», «Книжкова ілюстрація» та ін., які передбачають ескізування та створення ручних композицій. Також вбачаємо можливим виконання скетчбуків як виду самостійної роботи студента у складі предмету «Рисунок». Виведення скетчингу як окремої вибіркової дисципліни дозволить напрацювати базу прийомів та ескізів і використати їх згодом при наступній довготривалій роботі над завершеними композиціями та об'єктами дизайну.

Стажування у польському вузі і проходження завдання «Скетчбукінг» дозволило впевнитись у цінності цього виду творчої роботи та розглянути можливість його запровадження у навчальний процес ТНПУ ім. В. Гнатюка. Це дозволить створити перехідний місток між академічним малюванням та дизайнерським проектуванням, допоможе студентам розуміти цінність власноруч виконаних ескізів і важливість їх художніх якостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бородай А. С., Бородай Я. О., Маслій І. В. Техніка «скетчингу» в сучасній архітектурі та дизайні. Архітектурний рисунок: проблеми, методи, засоби. Суми.
2. Журовльова Н. Начерк у навчальній програмі з рисунка НАОМА: методичні й технічні особливості. Українська академія мистецтв. Мистецтвознавство. 2018. № 27. С. 105–110.
3. Задиранчук О. Комп'ютерний скетчинг. Силабус. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв, 2021.
4. Кутателадзе В., Філь О. Робоча програма навчальної диципліни скетчинг. 28 серп. 2020 р. Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв. URL: <https://ksada.org/pdf/PD-Sketch-RP-1k.pdf> (дата звернення:



11.04.2023).

5. Попова І. Сучасні тенденції скетчингу в дизайні предметно-просторового середовища. Актуальні проблеми сучасного дизайну. Київ, КНУТД, 2021. С. 262–265.
6. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Скетчинг» (для студентів денної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти зі спеціальності 022 – Дизайн) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад.: С. В. Вергунов, А. Г. Зінченко, Л. А. Звенігородський, К. С. Шевченко
7. Стандарт вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, галузі знань 02 «Культура і мистецтво» за спеціальністю 022 «Дизайн». Затверджено та введено в дію Наказом Міністерства освіти і науки України від 13.12.2018 р. № 1391. Київ, 2018. 15 с.



*Удріс-Бородавко Наталія Сергіївна,
кандидат соціологічних наук, доцент,
завідувачка кафедри графічного дизайну,
докторантка
Київський національний університет
культури і мистецтв
м. Київ, Україна*

СОЦІАЛЬНА І КОМУНІКАТИВНА АКТИВНІСТЬ ДИЗАЙНЕРІВ У ПІДВИЩЕННІ СУСПІЛЬНОЇ ВАГОМОСТІ СЕКТОРУ ДИЗАЙНУ

Підвищення статусності і вагомості дизайну в українському суспільстві є однією з пріоритетних задач розвитку цього сектору. Соціальна статусність проявляється у престижності цього виду діяльності, цінуванні якості проєктів, високому рівні фінансування дизайну, впливовості у вирішенні дискусивних суспільних ситуацій та виборі векторів культурної політики.

Згідно з нашою авторською моделлю, дизайн як соціальна система складається з 4х складових підсистем, серед яких проєктування (процес продукування нових проєктів); споживання проєктів; посередництво між проєктуванням та споживанням (технологічні процеси, організаційна логістика). В аспекті теми доповіді нас цікавить остання – сукупність культурних, комунікативних і законодавчих політик та наукове керівництво їхнім розвитком.

В зазначеній останній підсистемі можна виділити суб'єктів, таких як дизайнери, науковці, викладачі закладів формальної та альтернативної освіти, чиновники, юристи, медійники (журналісти).

Серед соціальних процесів виділяємо такі:

- проведення науково-практичних семінарів, симпозіумів, конференцій, з'їздів;
- опрацювання і поширення місій та цілей дизайну у суспільстві, концептуалізація дизайну;
- розробка і удосконалення законодавчої бази;
- видання якісної літератури про дизайн;



- медіапідтримка;
- соціалізація дизайну в широких колах (починаючи зі ранньої школи)

Для того, щоб дизайн як інституція мав свій голос суспільстві, дизайнерам і викладачам дизайну (нерідко це поєднується одними особами) необхідно проявляти себе активною спільнотою, взаємодіяти з різними громадськими об'єднаннями, проявляти соціальну позицію і комунікувати із суспільством.

Проаналізуємо деякі факти реальної ситуації по цьому питанню в українському суспільстві. За результатами опитувань і глибинних інтерв'ю, проведених серед практикуючих предметних і практичних дизайнерів у 2019 р., їхня соціальна включеність дуже низька. Зокрема, лише 13% співпрацювало з фондами підтримки та грантодавцями, також як і з органами державної і місцевої влади; 15% опитаних налагоджували партнерство з організаціями і платформами, що просувають дизайн, 39% дизайнерів співпрацювали із закладами неформальної освіти і лише 17% – з закладами формальної освіти. Найвищі показники партнерських контактів виявилися з організаторами професійних заходів (46%), професійною дизайн-спільнотою (42%), споживачами та замовниками (46%) [2]. Останні три показники говорять про замкненість сектору дизайну на самому собі, а загалом результати – про низький рівень соціальної і комунікативної активності.

Безумовно, за наступних 3 роки ситуація змінилася, але не на стільки кардинально, щоб можна було говорити про суттєві зрушення. Деякі із зазначених вище процесів впродовж останніх років почали набувати розвитку і цей рух не припиняється навіть в ситуації повномасштабного вторгнення рф (наприклад, видання якісної літератури про дизайн, що передусім пов'язано з діяльністю видавництва ArtHuss). Втім, більшість процесів знаходиться на малоактивному рівні. Науково-практичні семінари і конференції проводяться, але, на жаль, останнім часом вони дуже локалізувалися в межах одного навчального закладу, що є їхнім організатором. Опрацюванням і поширенням місій та цілей дизайну у суспільстві, за-



ймаються науковці в рамках своїх публікацій, але більшість з них залишаються на рівні формалізованих документів. Ініціативу концептуалізації дизайну проявляє громадська організація «Design4Ukraine», представники яких проводять тематичні семінари і презентації, хоча вони також локалізовані серед вузького кола зацікавлених фахівців.

Дизайнери в цілому – досить пасивна група в плані соціальної активності. Подібна ситуація спостерігається і в комунікативному аспекті. На ресурсі рейтингу україномовних YouTube-каналів Маніфест у рубриці «Дизайн» лише 35 позицій із загальної кількості 8023 [1]. Це менше 1%. І більшість з них малоактивні, останні пости датуються 2 або 3-річної давнини. У соціальних мережах є досить багато акаунтів дизайнерів і студій, але вони присвячені переважно демонстрації проєктів, створених цими дизайнерами. Це добре, але основна мета цього – створення власного іміджу, а не донесення до широкого загалу цінності дизайну як такого у повсякденному житті.

Позитивні комунікативні кейси, безумовно, є. Зразковим є ресурс Telegraf.design, на якому регулярно публікуються дописи і оглядові статті про дизайн в Україні та за кордоном. Цей ресурс ініційований і підтримується онлайн-інститутом дизайну Projector, який останніми роками вельми активно себе проявляє і в реалізації неформальної освіти, і в поширенні цінності дизайну як такого. На наш погляд, вельми вагомим є побічний ефект від комерційної реклами цієї організації, адже вже впродовж майже півроку, вуличний простір, принаймні, міста Києва, наповнений словом «дизайн» та спонуканнями до його вивчення. Це суттєво наповнює дискурс українського інформаційно-комунікативного поля. Позитивними також в плані комунікації є ресурси і сторінки соціальних мереж агенції Maino-дизайн. Але в цілому цього замало.

Треба зазначити, що суспільство в цілому відкрито до діалогу з дизайнерами та іншими суб'єктами цієї екосистеми, власне як і дизайнери все ж таки реагують на гучні події. За останніх 5 років можна навести кілька кейсів, де питання дизайну та його якості поставало дуже гостро і викликало громадські дискусії. Такими вважаємо обговорення айдентики Євробачення (2017), «Ukraine



Now» (2018), візуальної системи проєкту Міністерства культури та інформаційної політики «Мандруй Україною» (2020), бренд української культури в світі (2022), знак Міністерства освіти і науки (2023).

В процесі розробки айдентики до Євробачення-2017, яке проводилось в м. Київ, було запропоновано декілька різних концепцій, яких об'єднувала наявність української ідентифікації. Один проєкт базувався на естетиці петриківського розпису; другий варіант – на основі наївного мистецтва Марії Приймаченко, третій – на стилізації форми і декору традиційної української жіночої прикраси «намиста». Обговорення варіантів викликало неабиякий резонанс у соцмережах. На основі прихильності до кожного з проєктів стихійно сформувались угруповання, члени яких усвідомлювали та демонстрували свою причетність і доволі активно вступали в інформаційну взаємодію через дискусії. Активно себе проявляли і дизайнери, виступивши фахово на захист затвердженого третього варіанта.

Щодо айдентики державного рівня «Ukraine Now» дискусії точилися і серед дизайнерів, і між дизайнерами та нефакхівцями. Предметом суперечок стало питання складності запропонованого мінімалістичного дизайну, схожості візуалу на айдентичку іншого поширеного ресурсу, та вартості сплачених послуг. Активна комунікація, втім не зашкодила успіху розробки, яка і досі використовується як своєрідний дизайн-контейнер багатьма українськими організаціями та заходами.

Кейс візуалізації маркетингової програми Державного агентства розвитку туризму України «Мандруй Україною» можна охарактеризувати як «перемога над некомпетентністю». Знавці та непрофесіонали різко розкритикували розроблену стилістику символів. Природний світ України (коник, птах, ліс та інші об'єкти) візуалізовано в стилізації та кольорі, притаманним не українській культурі, а традиціям іншої країни (країни-агресора), хоча автори претендували саме на українську ідентифікацію. І лише завдяки активній реакції дизайнерів, ілюстраторів та інших небайдужих знавців цей проєкт не пішов в життя, його зняли з використання майже



впродовж 3х днів після виходу і залишили тільки вербальну складову – слоган «Мандруй Україною», який доволі швидко поширився у хештегах під численними світлинами українців-туристів.

У 2022 році дизайнерська спільнота активно висловлювала протест проти графічного втілення бренду української культури в світі. Досить жорсткі і негативні відгуки на адресу «соняшника-ока» обґрунтовані і низьким рівнем обраної семантики, і посередньою графікою, що її візуалізує. Втім, айдентика залишилася у використанні і «прикрашала» сценографію та рекламні матеріали, що супроводжували марафон на підтримку України. І хоча кейс виявився непереможним для дизайнерів, позитивно, що вони активно комунікували в соціальному просторі і отримували підтримку нефакхових спільнот.

Серед останнього резонансного прикладу можна вважати реакцію на бажання попереднього керівництва МОН України оновити знак, який був введений в обіг у 2017 році в рамках загального візуального стилю. Нагадаємо, що мінімалістичний типографічний знак і загальна айдентика була максимально схвалена дизайнерської спільнотою і додала міністерстві сучасної стильної презентабельності. На початку 2023 року з'явилися спроби змінити знак, що біло втілено у соціальних мережах, але реакція дизайн-спільноти була вельми рішуча та однозначно критична. Внаслідок цього, з призначенням нового міністра, була повернута айдентика 2017 р.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Маніфест – рейтинг ютуб-каналів українською мовою. URL: <https://manifest.in.ua/> (дата звернення : 30.04.2023).
2. Стан розвитку дизайну в Україні (2019). URL: https://www.ppv.net.ua/uk/works_categories/analytical-studies/works (дата звернення : 30.04.2023).

Наукове видання

Матеріали

Всеукраїнської науково-практичної конференції

ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Матеріали подані мовою оригіналу

У збірнику збережено авторську орфографію і пунктуацію

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, власних найменувань, статистичних та інших відомостей

Дизайн та верстка:

І. В. Гребенюк

Видано за авторською редакцією



УНІВЕРСИТЕТ
Короля Данила



вул. Є. Коновальця, 35
м. Івано-Франківськ, 76018
university@ukd.edu.ua