



ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Матеріали

VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(23 квітня 2026 року)



м. Івано-Франківськ
2026 рік

Міністерство освіти і науки України
Заклад вищої освіти «Університет Короля Данила»

ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції

(м. Івано-Франківськ, 23 квітня 2026 року)

Івано-Франківськ

2026

DOI 10.33098/2026.07.23.04

УДК 74.01/.09

T65

*Рекомендовано до друку та розміщення в електронних сервісах
ЗВО «Університет Короля Данила»
(протокол № 9 від 30 квітня 2026 р.)*

T65 Традиції та інновації в сучасному дизайні : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (23 квіт. 2026 р.). Івано-Франківськ : Редакційно-видавничий відділ ЗВО «Університет Короля Данила», 2026. 204 с.

Електронне видання вміщує тези доповідей учасників VII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Традиції та інновації в сучасному дизайні», яка відбулася 23 квітня 2026 року в Закладі вищої освіти «Університет Короля Данила»

Опубліковано в авторській редакції. Відповідальність за достовірність фактів, статистичних даних, точність викладеного матеріалу покладається на авторів.

УДК 74.01/.09

© ЗВО «Університет Короля Данила», 2026

© Автори, 2026

ЗМІСТ

Агеєнко Анастасія, Смикало Катерина

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ШУМУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОГО
ДИЗАЙНУ: СТРАТЕГІЇ ЗМЕНШЕННЯ ПЕРЕВАНТАЖЕННЯ 10

Басараба Василь

ТРИАДА ДЖЕРЕЛ НАТХНЕННЯ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІЗУАЛЬНОГО
ДИЗАЙНУ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ 13

Бойчук Анастасія, Матоліч Ірина

ТИПОГРАФІКА ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ГРАФІЧНОЇ КОМПОЗИЦІЇ 17

Бондар Діана, Ватаманюк Юрій

ВЗАЄМОДІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ФОРМ І ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У
ДИЗАЙНІ 20

Борисов Вячеслав

МЕТРОЕТНІЧНІСТЬ ЯК ПРОЄКТНА СТРАТЕГІЯ У ГРАФІЧНОМУ
ДИЗАЙНІ: МІЖ ЛОКАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА ГЛОБАЛЬНИМИ
ВІЗУАЛЬНИМИ КОДАМИ 23

Борисов Гліб

ОБ'ЄКТ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ У ЦИФРОВІЙ КУЛЬТУРІ:
ІНДИВІДУАЛЬНИЙ СТИЛЬ ЯК ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТРАДИЦІЇ 26

Борисова Світлана

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН В ЕПОХУ АЛГОРИТМІЧНОГО КАПІТАЛІЗМУ:
ЕТИКА, МАНІПУЛЯЦІЯ, UX 29

Василенко Лілія

ВІД АРХАЇЧНОГО ОРНАМЕНТУ ДО VR-ТЕРАПІЇ: ФРАКТАЛЬНІ
СТРУКТУРИ ЯК ДИЗАЙН-КОД ВІДНОВЛЕННЯ 34

Ватаманюк Юрій

ПРОЦЕДУРНА ТА ГЕНЕРАТИВНА ГРАФІКА В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ 37

Гаврилюк Роман

МИСТЕЦТВО ТАЄМНОЇ ТВОРЧОСТІ. ПРЕЗЕНТАЦІЯ АЛЬБОМУ ЯКОВА
ОЧЕРЕТЬКА40

Гілязова Наталія

МЕТОДИ СТИЛІЗАЦІЇ ПРИРОДНИХ ФОРМ НА ПРИКЛАДІ ОБ'ЄКТІВ
ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ42

Гладій Ольга, Ватаманюк Юрій

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ТРАДИЦІЙ У
ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ.....46

Гребенюк Іван

ЦИФРОВИЙ ДИЗАЙН У КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ.....49

Гузікова Яна, Мацишина Зоя

ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ НАСТІЛЬНОЇ ГРИ53

Діян Вікторія, Матоліч Ірина

МИСТЕЦТВО І ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК СПОСІБ ФОРМУВАННЯ
ВІЗУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА56

Дутка Павло, Маркович Марія

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЄКТУВАННЯ ПРОСТОРОВОГО ДИЗАЙНУ З
ВИКОРИСТАННЯМ ЕТНІЧНОГО ОРНАМЕНТУ ЯК СТИЛІСТИЧНОГО
МАРКЕРА.....60

Дядюх-Богатько Наталія

ВІЗУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ДОВІРИ: ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ
РАДИКАЛЬНОЇ ПРОЗОРОСТІ В СУЧАСНИХ PR-ТЕХНОЛОГІЯХ62

Заболотна Анна, Хараторська Юлія

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА
ДЛЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ65

Заліська Наталія, Кухар Галина

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ОРНАМЕНТІВ У ЦИФРОВОМУ
СЕРЕДОВИЩІ 68

Зінов'єв Андрій, Ватаманюк Юрій

МОВА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ: ВІД КЛАСИЧНИХ ФОРМ ДО ЦИФРОВИХ
ЕКСПЕРИМЕНТІВ..... 71

Коваль Христина, Левицька Роксолана

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНИХ БРЕНДІВ: ПОШУК
БАЛАНСУ МІЖ ЛОКАЛЬНИМ І ГЛОБАЛЬНИМ 73

Ковальова Юлія, Демесіє Мекурія

СИМБІОЗ СТИЛІВ – ПЕРСПЕКТИВНИЙ ТРЕНД У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРІВ . 77

*Коружинець Анастасія, Качанов Євгеній, Острогляд Євгеній, Агліуллін
Руслан,*

УНІВЕРСАЛЬНИЙ ДИЗАЙН ЯК ОСНОВА ІНКЛЮЗИВНОСТІ В
РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ЦЕНТРАХ 81

Костюк Ольга

БАГАТОМОВНІСТЬ ЯК ЧИННИК КОГНІТИВНОГО ТА ЕСТЕТИЧНОГО
РОЗВИТКУ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ..... 85

Кухар Галина

ТИПОГРАФІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО ТОНУ
БРЕНДУ 87

Левицька Роксолана

МІНІМАЛІЗМ ТА ФУНКЦІОНАЛІЗМ ЯК СТРАТЕГІЯ КОГНІТИВНОЇ
ЕФЕКТИВНОСТІ В СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ 91

Матоліч Ірина, Терешкун Анна

ЦИФРОВІ КОМІКСИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНКЛЮЗІЇ ТА РОЗВИТКУ ОСВІТИ В
УМОВАХ ВИМУШЕНОЇ МІГРАЦІЇ 93

<i>Матоліч Ірина</i>	
ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ БОРОТЬБИ З ФЕЙКАМИ В ДОБУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН	98
<i>Мацшина Зоя, Балан Наталія</i>	
ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: ПРИНЦИПИ, ІНСТРУМЕНТИ ТА ВПЛИВ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ	103
<i>Мацько Володимир, Матоліч Ірина</i>	
БРЕНДИНГ ВІЙСЬКОВИХ ПІДРОЗДІЛІВ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ «М'ЯКОЇ СИЛИ»	105
<i>Мельник Анастасія, Гребенюк Іван</i>	
ПРИНЦИПИ ACCESSIBILITY В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ЦИФРОВОГО ДИЗАЙНУ	108
<i>Мельник Катерина, Кухар Галина</i>	
ДЕФОРМАЦІЯ ЯК ХУДОЖНІЙ ІНСТРУМЕНТ У ЦИФРОВОМУ ВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ	112
<i>Молчанова Поліна, Кухар Галина</i>	
КРЕАТИВНІСТЬ ДИЗАЙНЕРА В КУЛЬТУРІ СОЦМЕРЕЖ	115
<i>Нестерчук Вероніка, Мацшина Зоя</i>	
АНІМАЦІЯ ЯК ЗАСІБ РОЗШИРЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	117
<i>Ноняк Христина, Ватаманюк Юрій</i>	
ТРАНСФОРМАЦІЯ НАРОДНИХ ОРНАМЕНТІВ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ.....	120
<i>Пасічник Софія, Косаревська Раддаміла</i>	
ПОЄДНАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ ДИТЯЧИХ РОЗВИВАЛЬНИХ ПРОСТОРІВ	123

<i>Перхулин Андрій, Матоліч Ірина</i>	
ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	126
<i>Пітус Марія, Борисова Світлана</i>	
ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ОРНАМЕНТИКИ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	130
<i>Радченко Юлія, Третяк Юлія</i>	
КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ІНТЕР'ЄРНИХ ПРОСТОРІВ ТА ОБЛАДНАННЯ РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ДЛЯ ЖЕРТВ ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ .	134
<i>Ракоча Аліна-Світлана, Борисов Вячеслав</i>	
ОСОБЛИВОСТІ СТИЛІЗАЦІЇ РОСЛИННИХ ФОРМ У КНИЖКОВІЙ ІЛЮСТРАЦІЇ	138
<i>Рогожкіна Олександра, Барабась Дмитро</i>	
ПОНЯТТЯ, ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ РОБОТИ ВІДДАЛЕНИХ (ВІРТУАЛЬНИХ) КОМАНД	141
<i>Русяновска Анастасія</i>	
ВПЛИВ РУКОПИСНИХ ШРИФТІВ НА СУЧАСНИЙ ДИЗАЙН	145
<i>Скуйбіда Олена</i>	
ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО БОЛГАР ПІВДНЯ УКРАЇНИ	148
<i>Стельмах Ольга, Басараба Василь</i>	
ІГРОВИЙ ДИЗАЙН У ХХІ СТОЛІТТІ: СИНТЕЗ ТРАДИЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙ У ПРОЄКТУВАННІ ІНТЕРАКТИВНОГО ДОСВІДУ	151
<i>Стеф'юк Роман</i>	
СТРАТЕГІЇ ТА ПРАКТИКИ ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНИХ НАДБАНЬ УКРАЇНИ: ВІДПОВІДЬ ІНСТИТУЦІЙ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ НА ЗАГРОЗИ ВІЙНИ	154

<i>Терешкун Лідія, Терешкун Анна</i>	
РОЛЬ МОНУМЕНТАЛЬНО-ГРАФІЧНИХ ТЕХНІК (СГРАФІТО, РЕЛЬЄФ, МОЗАЇКА) У ФОРМУВАННІ АРХІТЕКТУРНОГО ОБЛИЧЧЯ МІСТ ІВАНО-ФРАНКІВЩИНИ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХХ – ПОЧ. ХХІ СТ.)	158
<i>Ткачук Софія, Золотарчук Наталія</i>	
ЕСТЕТИКА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЯК ЗАСІБ У ВІЗУАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ	163
<i>Торконяк Вікторія, Гілязова Наталія</i>	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ДИЗАЙНІ ЕТИКЕТКИ	166
<i>Торконяк Ольга, Басараба Василь</i>	
УТРИМАННЯ УВАГИ КОРИСТУВАЧА ЯК ВИКЛИК СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПЕРЕВАНТАЖЕННЯ	171
<i>Фединчук Ольга</i>	
ХУДОЖНЯ ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕТАЛУ У ТВОРЧОСТІ ОЛЕГА ЖЕБЧУКА	174
<i>Фижделюк Віра</i>	
ЕТНОКУЛЬТУРНІ КОДИ БУКОВИНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ ОДЯГУ: ДОСВІД ВИЖНИЦЬКОГО КОЛЕДЖУ	176
<i>Фотуйма Віолетта, Левицька Роксолана</i>	
РЕТРО-СТИЛЬ ЯК НОСТАЛЬГІЯ АБО ІРОНІЯ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ	178
<i>Цідило Ірина</i>	
ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: НОВІ ВИМІРИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ.....	181
<i>Чиркова Дар'я, Хараборська Юлія</i>	
ВПЛИВ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРИЙОМІВ НА РІВЕНЬ КОМФОРТНОСТІ МАЛОГАБАРИТНИХ КВАРТИР	185

<i>Швирид Христина, Золотарчук Наталія</i>	
ІМІТАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ХУДОЖНІХ ТЕХНІК У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	
.....	187
<i>Kuznietsova Sofiia, Matolich Iryna</i>	
MODERN PROBLEMS OF MINIMALISM IN DESIGN	190
<i>Prokopchuk Inna, Kantarovskiyi Yurii, Prokopenko Viktor</i>	
BIO-INSPIRED APPROACHES IN CONTEMPORARY DESIGN: FROM	
FORMAL IMITATION TO STRUCTURAL AND FUNCTIONAL MODELING ..	194
<i>James Read</i>	
LESSONS FROM FAILED DESIGN SYSTEMS: WHAT GOES WRONG IN	
MAJOR REBRANDING AND VISUAL IDENTITY PROJECTS	196

*Агеєнко Анастасія,
студентка IV курсу спеціальності 022 Дизайн (В2.01),
Волинський національний університет ім. Лесі Українки*
Науковий керівник:
Смикало Катерина,
*старший викладач кафедри дизайну,
доктор філософії з технологій легкої промисловості,
Волинський національний університет ім. Лесі Українки,
м. Луцьк, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9670-6563>

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО ШУМУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОГО ДИЗАЙНУ: СТРАТЕГІЇ ЗМЕНШЕННЯ ПЕРЕВАНТАЖЕННЯ

У цифрову епоху кількість візуальної інформації стрімко зростає, що призводить до ущільнення її розміщення. Так, у навколишньому середовищі кількість зовнішньої реклами, різноманітних знаків, вивісок та банерів стає настільки високою, що стало необхідним регулювати чисельність та місце її розміщення. До прикладу, на рівні органів місцевого самоврядування прийняті рішення про розміщення банерів і вивісок таким чином, щоб зберегти зовнішній вигляд будівель і споруд, а також щоб не перешкоджати трансляції іншої візуальної інформації на кшталт дорожніх і попереджувальних знаків. Така політика позитивно відображається на атмосфері міст, однак у цифровому середовищі такі законодавчі норми складно імплементувати. Однак питання раціонального використання візуальної інформації органічно постало у сфері сучасного дизайну, який є дзеркалом соціальних змін. Явище перенасичення нерелевантною або неконтрольованою інформацією, яка переповнена повідомленнями та заважає споживачам зосередитися на важливих аспектах, отримало назву інформаційного шуму. Оскільки споживачі стикаються з великими потоками неважливої та беззмістовної інформації, виникає когнітивне навантаження. Людям доводиться докладати неабияких зусиль для розуміння постійних потоків даних. Інформаційний шум притуплює емоційну взаємодію потенційних користувачів, впливає на концентрацію і зацікавленість, що призводить до зниження ефективності реклами. Логічним висновком з цього є прагнення до мінімалістичного дизайну, чітких і лаконічних повідомлень; реклама зазнає видозмінень, вона вимушена адаптуватися до сучасних умов.

Успішність маркетингових кампаній переважно залежить від того, наскільки добре вони сприймаються та передають своє повідомлення. Однак із насиченням вмісту здатність користувачів сприймати інформацію знижується, і реклама часто зазнає невдач. Девід Шенк розглядає інформаційну перенасиченість в умовах інформаційного смогу, як такого, що створює образ браку ясності й точності сприйняття того, що взагалі є в наявному інформаційному просторі [1]. Таким чином, головним питанням є мінімалізація хаосу інформації, вивчення і розробка такої реклами, яка не буде складною для сприйняття, не міститиме зайвої інформації та елементів. Саме такий підхід до створення реклами допоможе споживачу зосередитися на головному посиленні оголошень і більше взаємодіяти з ними.

Термін інформаційного перевантаження вперше був використаний американським соціологом Бертамом Гроссом, який позначив ним стан, коли вхід інформації в будь-яку систему перевищує можливості її обробки [2]. В рекламному дизайні дуже легко прийти до цього стану, адже сама реклама являє собою нав'язування інформації і переконання споживача у необхідності послуги чи товару. Саме через цю специфіку створення комерційних оголошень вимагає делікатного ставлення, із детальним планом і стратегією, що не призведе до втоми від постійного потоку контенту.

Сьогодні можна виділити декілька аспектів реклами, що призводять до інформаційного перевантаження, як-от великий обсяг інформаційних повідомлень. Чим більшим є скупчення різних повідомлень на простір, тим ймовірніше, що вони не будуть прочитані, прослухані або переглянуті до кінця [3]. Причина цього криється у дефіциті часу на осмислення інформації або відсутності можливості її ефективного аналізу.

Сьогодні текст не є основним ресурсом донесення інформації, з часом він почав відходити на другий план і став більш супроводжуваним елементом, на його заміну прийшли легші для розуміння і комфортніші для сприйняття ілюстрації. Самі ж вони потребують менших зусиль для аналізу і створюють більший ефект на довготривалу пам'ять. Проте, якщо картинка містить в собі багато графічних елементів, брудних кольорів, різноманітних шрифтів, градієнтів та ефектів, вона буде незрозумілою. Таке зображення ускладнюватиме розуміння повідомлення, що хотіли донести рекламодавці. Згідно з дослідженням [4], розсіяний дизайн ускладнює обробку зорових подразників мозку, що призводить до зниження ефективності спілкування.

Аналіз причин насичення реклами зайвою інформацією дозволяє визначити стратегії вирішення проблеми через мінімалістичний збалансований дизайн з використанням спрощених форм та включення якомога меншої кількості кольорів та шрифтів. Такий підхід дозволяє зосередитися на основній ідеї та зрозуміти її. Наприклад, компанія Lego (Рис. 1), в якій рекламодавці зробили акцент на тому, що відчують діти під час взаємодії та ігор з іграшками, що не потребувало ні великих текстів, ні великої кількості кольорів, адже на меті було викликати емоцію.



Рис. 1. Приклад успішної мінімалістичної реклами Lego

Правильне використання простору: усі елементи реклами повинні гармонійно поєднуватися між собою і залишати достатньо простору між об'єктами, щоб зберегти впорядкованість, легкість та підвищити читабельність і візуальну привабливість оголошень.

Ясність і конкретика: кожна реклама має на меті досягнути підвищення популярності продукту. Для цього має бути чіткий план дій і заклик до них, аудиторія одразу зрозуміє, які послуги пропонуються, якщо реклама буде зроблена якісно. Хорошим прикладом може слугувати рекламний слоган компанії Nike *“Just do it”* (Рис. 2). У цій рекламі є чіткий заклик до дії, що і приніс таку популярність цій рекламній кампанії.



Рис. 2. Приклад успішної реклами компанії «Nike» із закликом до конкретної дії

Отже, щоб уникнути впливу інформаційного шуму і зробити рекламу якомога ефективнішою, дизайн і стратегія поширення інформації мають

бути чітко продуманими, використовувати прості і зрозумілі психологічні та дизайнерські прийоми. Саме така стратегія дозволить вирішити проблему перевантажень і підвищить ефективність реклами.

Список використаних джерел:

1. Shenk D. Data smog: Surviving the information glut. London : Abacus, 1997.
2. Häubl G., Trifts V. Consumer decision making in online shopping environments: The effects of interactive decision aids. *Marketing Science*. 2000. Vol. 19, No. 1. P. 4–21.
3. Gross B. M. The management of organizations: The administrative struggle. 1964.
4. Крутій К., Зданевич Л. Інформаційний шум у закладах освіти: причини виникнення і способи подолання. *Учитель*. 2020. № 3–4. С. 5.
5. Karwowski W. Cognitive Ergonomics; Requisite Compatibility, Fuzziness and Nonlinear Dynamics. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*. SAGE Publications, 2000. P. 580–583.

УДК 7.05 : 7.01 : 81`22 : 316.7

Басараба Василь,
викладач кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9996-7351>

ТРИАДА ДЖЕРЕЛ НАТХНЕННЯ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ВІЗУАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ ОБ'ЄКТ

У сучасній архітектоніці смислів візуальна стратегія еволюціонує з декоративного придатку в потужний соціокультурний барометр, що картує колективне несвідоме. Для візуального стратега дизайн постає не просто естетичною категорією, а інструментом дешифрування складних культурних кодів. Ми спостерігаємо фундаментальний парадигмальний зсув: від поверхневого «маніпулювання формою» до створення цілісного інтелектуального продукту з високою семіотичною щільністю.

Цей перехід базується на діахронічному підході – методології, що розглядає візуальну культуру як безперервний еволюційний потік, де кожне сучасне рішення є когнітивною рефлексією на історичний досвід. Глибоке мистецтвознавче занурення дозволяє фахівцю не просто копіювати артефакти, а проектувати майбутні візуальні парадигми на фундаменті вже існуючих антропологічних констант. Фундаментом цієї трансформації є усвідомлення того, що будь-яка актуальна стратегія

базується на інтелектуальному переосмисленні минулого через призму його неминучої циклічності [3].

Спадкості смислів є стратегічним анкером, що утримує дизайн від розпаду в умовах інформаційної ентропії. Філософська установка «Все нове – це добре забуте старе» сьогодні виступає аксіологічним орієнтиром. Вона артикулює не механічне повернення моди, а глибинну потребу суб'єкта в пошуку семантичного комфорту серед знайомих архетипів, адаптованих до технологічного ландшафту нової епохи.

Інтелектуальне переосмислення історії формує необхідний аналітичний інструментарій для деконструкції трьох первинних стимулів натхнення, що трансформують візуальний ряд у маніфест.

Перший елемент триади: Соціально значущі події як генератор метафор.

Дизайн незмінно функціонує як дзеркало тектонічних соціальних зсувів. Соціально-політичний контекст, виражений через конкретний вчинок або подію, стає найпотужнішим імпульсом для створення візуального маніфесту. Коли дизайн рефлексує над реальністю, він перетворюється на медіум фіксації колективної пам'яті [5].

Творчість Олександра Грехова є еталонним кейсом швидкої інтелектуальної рефлексії, де дизайн виступає як форма оперативного філософського коментаря.

Аналіз семіотичної трансформації на прикладі роботи О. Грехова (Іл. 1):

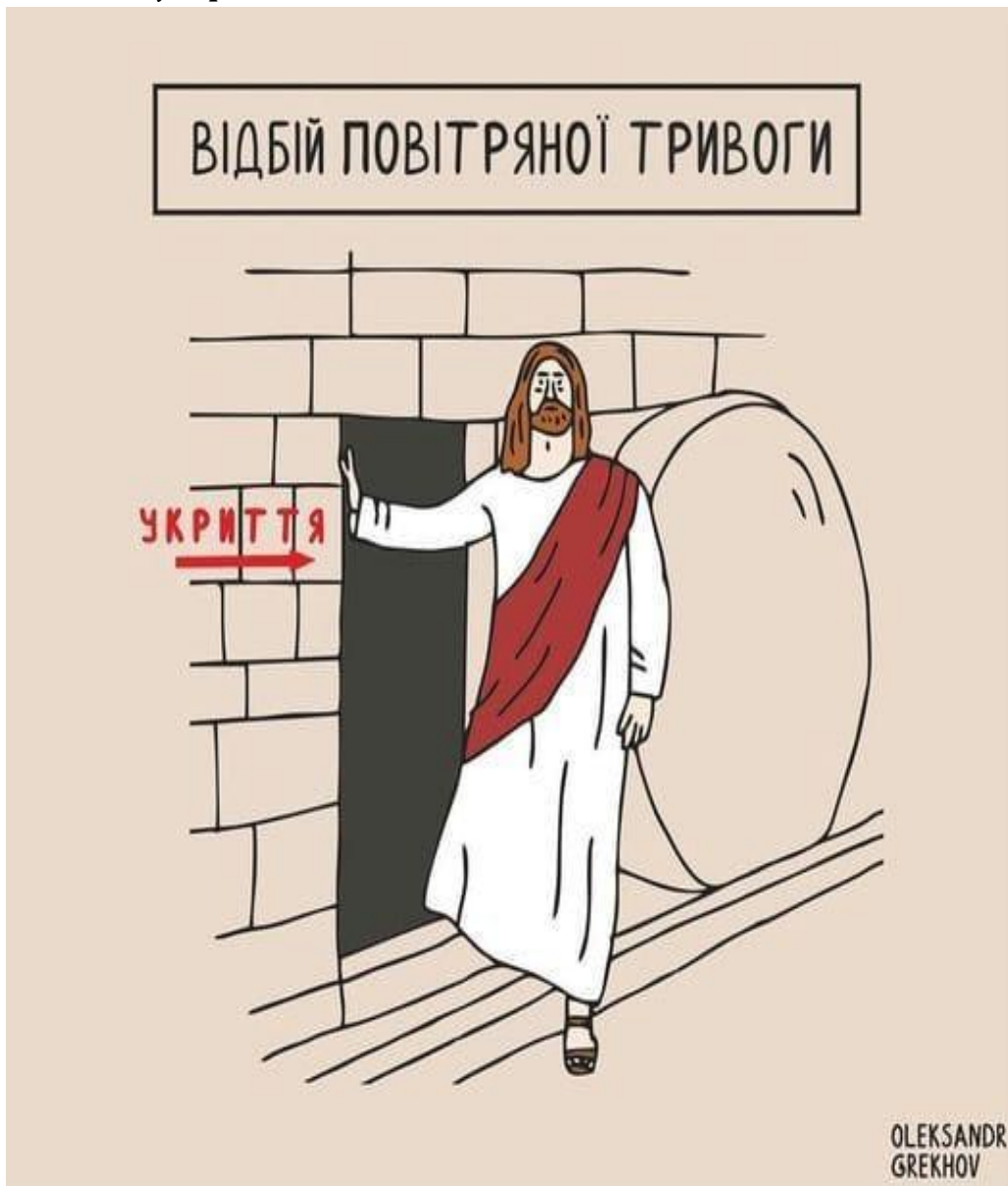
Первинний код / Сюжет	Сучасна трансформація (Інтелектуальна рефлексія) [5]
Сюжет Воскресіння: Канонічне зображення Ісуса, що виходить із гробу.	Укриття: Деконструкція сакрального для актуалізації інстинкту виживання. Напис «УКРИТТЯ» перетворює метафізичне спасіння на прагматичну вимогу безпеки.

Ці приклади ілюструють, як дизайн фіксує соціальні зсуви, перетворюючи плінний досвід на стійкі символічні структури. Від гострої соціальної рефлексії ми закономірно переходимо до природного контексту як базису фізичного та ментального гомеостазу.

Другий елемент триади: Природні явища та принципи біоморфізму.

Природа виступає «первинним архітектором», чиї структури є еталонном ергономічної доцільності. У ситуації глобальної нестабільності,

що загострилася у 2022 році, біоморфний дизайн став стратегічною відповіддю на запит щодо «примітивної безпеки». Органічні форми діють як антидот до цифрової відчуженості, повертаючи людині відчуття тактильного зв'язку з реальністю.



Іл. 1. Семіотична трансформація О. Грехова

В умовах зовнішнього тиску та дезорієнтації, еко-стилістика (зокрема напрямок шале) набула особливої актуальності через свою здатність генерувати відчуття стабільності:

- Використання автентичних фактур дерева та каменю як матеріальних носіїв спокою.
- Апеляція до природних палітр, що сприймаються лімбічною системою як безпечні.

– Наслідування органічних ритмів, що протистоять хаотичній дискретності цифрового світу.

Ці форми сприймаються як гармонійні на рівні підсвідомих архетипів, створюючи надійний емоційний фундамент. Природна гармонія стає тим візуальним текстом, який згодом збагачується через семіотичний діалог усередині професійної спільноти.

Третій елемент триади: Професійна комунікація як семіотичний діалог.

Завершальним елементом триади є інтеракція всередині професійної екосистеми. Важливо розрізняти стерильний плагіат та інтертекстуальність – здатність вступати в діалогічні відносини з візуальними текстами інших авторів. Професійна комунікація – це не просто споглядання чужих робіт, а їхнє семіотичне декодування [2; 4].

Аналіз рішень колег постає як складний синтез візуальних мов, де кожна композиція чи колористична схема розглядається як набір знаків, що підлягають переосмисленню. Візуальний стратег не копіює форму, а аналізує авторські конвенції, створюючи на їхньому перетині нові семантичні конструкції. Такий «діалог майстрів» дозволяє індустрії еволюціонувати, перетворюючи окремі знахідки на стійкі культурні коди.

Підсумовуючи, ми стверджуємо, що дизайн є онтологічним продовженням великого мистецтва, а мистецтвознавча екосистема – його «генетичним кодом». Саме здатність до інтелектуального синтезу дозволяє трансформувати графічне рішення на інтелектуальний об'єкт.

Список використаних джерел:

1. Грехов О. Укриття : серія ілюстрацій. 2022. URL: https://www.instagram.com/unicorn_and_wine/ (дата звернення: 28.03.2026).
2. Еко У. Роль читача. Дослідження з семіотики текстів / пер. з іт. М. Прокопович. Львів : Літопис, 2004. 384 с.
3. Клочко Д. 65 українських шедеврів. Визнані й неявні. Київ : ArtHuss, 2019. 256 с.
4. Крістева Ю. Полілог / пер. з фр. П. Таращука. Київ : Юніверс, 2004. 480 с.
5. Папанек В. Дизайн для реального світу / пер. з англ. Д. Цепкова. Київ : ArtHuss, 2020. 440 с.

Бойчук Анастасія,
*студентка III курсу спеціальності «Дизайн»,
ЗВО «Університет Короля Данила»*

Науковий керівник:

Матоліч Ірина,
*завідувач кафедри дизайну,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-7372>*

ТИПОГРАФІКА ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ ГРАФІЧНОЇ КОМПОЗИЦІЇ

Типографіка – це система використання шрифтів і способів їх організації, яка спрямована на покращення читабельності та візуального сприйняття тексту. Вона охоплює вибір шрифтів, налаштування міжлітерних і міжрядкових інтервалів, структурування текстових блоків і формування загальної композиції тексту на площині. Завдяки цим елементам типографіка допомагає не лише передавати інформацію, а й створювати естетично привабливий та функціональний дизайн.

Правильно підібраний шрифт здатний значно підвищити загальну привабливість і ефективність дизайнерського проєкту. Водночас він повинен гармонійно поєднуватися з іншими елементами композиції та не відволікати увагу від основного змісту. Саме тому дизайнер має враховувати як функціональні, так і естетичні характеристики шрифтів [2, с. 55].

У сучасному графічному дизайні типографіка виконує роль не лише носія інформації, а й важливого візуального елемента композиції. Вона допомагає привертати увагу глядача та структурувати інформацію відповідно до принципів візуальної ієрархії. Візуальна ієрархія визначає порядок, у якому людина сприймає елементи композиції. Її формують за допомогою розміру шрифту, товщини літер, кольору, контрасту та розташування тексту.

Важливим елементом роботи з текстом є кернінг – регулювання відстані між окремими літерами. Правильно налаштований кернінг забезпечує гармонійність слова та покращує читабельність. Окрім цього, значну роль відіграють міжрядкові інтервали та пропорції текстових блоків, які впливають на зручність сприйняття інформації [2, с. 55].

Через розмір шрифту, міжрядкові інтервали та товщину літер типографіка формує ритм і баланс у композиції. Наприклад, великі заголовки можуть виступати акцентними елементами, які привертають увагу та структурують інформацію, тоді як основний текст забезпечує наповнення та підтримує композиційну рівновагу [1, с. 48; 4].

Основними принципами типографіки є чіткість, читабельність і естетична виразність. Чіткість забезпечує зрозумілість тексту, читабельність полегшує його сприйняття, а естетика створює гармонійний і привабливий вигляд композиції.

У сфері брендингу типографіка відіграє важливу роль у формуванні візуальної ідентичності бренду. Характер шрифту, пропорції літер, наявність або відсутність засічок, товщина та колір тексту допомагають передати стиль і характер бренду. Багато компаній створюють власні фірмові шрифти або адаптують існуючі, щоб підвищити впізнаваність і сформувати унікальний візуальний стиль.

Шрифти у брендингу також передають емоційний настрій бренду. Наприклад, шрифти без засічок часто асоціюються з сучасністю, технологічністю та мінімалізмом, тоді як шрифти із засічками створюють відчуття стабільності, довіри та професійності. Рукописні шрифти можуть підкреслювати індивідуальність і дружелюбність, тоді як масивні геометричні шрифти передають силу, впевненість і надійність [3].

Розрізняють чотири основні класифікації шрифтів:

1. **Шрифти із засічками (антиква)** – *Times New Roman, Courier New, Garamond, Baskerville, Georgia*.

2. **Рубані шрифти без засічок (гротески)** – *Futura, Helvetica, Arial, Verdana, Roboto, Open Sans*.

3. **Рукописні шрифти** – *Snell Roundhand, Vivaldi Regular, Amadeus AP Regular, Hamilton Signature, Alana Regular*.

4. **Акцидентні або декоративні шрифти** – *Marvin Visions, SK Primo, Postertoaster, Pitcrew* [4, с. 5–6].

Найчастіше у графічному дизайні використовують шрифти антиква та гротеск, оскільки вони забезпечують високий рівень читабельності. Рукописні та декоративні шрифти переважно застосовують для заголовків або акцентних елементів, адже вони привертають увагу та підсилюють виразність композиції.

Дизайнер також може створити власний шрифт, що дозволяє максимально адаптувати його до стилю, композиції та загального настрою проєкту. У графічному дизайні літери сприймаються не лише як текст, а і як окремі графічні елементи. Їх можна масштабувати, накладати одна

на одну, трансформувати та поєднувати з ілюстраціями або іншими графічними елементами [4].

Важливу роль у типографічній композиції відіграє також **вільний простір** (*white space*). Простір навколо тексту допомагає структурувати інформацію, підсилює акценти та робить композицію більш зрозумілою і візуально збалансованою.

Отже, типографіка є одним із ключових інструментів графічного дизайну, що поєднує функціональність і естетичну виразність. Вона не лише забезпечує ефективну передачу інформації, а й формує візуальну структуру композиції, впливає на емоційне сприйняття та підсилює загальну концепцію дизайнерського проєкту [1, с. 47].

Окрім цього, типографіка тісно пов'язана з розвитком сучасних цифрових технологій. У цифровому середовищі дизайнери мають можливість використовувати адаптивні шрифти, які змінюють свої параметри залежно від формату екрана, розміру пристрою або особливостей інтерфейсу. Завдяки цьому текст залишається зручним для читання як на комп'ютерах, так і на мобільних пристроях.

Сучасні дизайнерські програми надають широкі можливості для роботи з типографікою. За допомогою спеціалізованих інструментів дизайнер може регулювати міжлітерні інтервали, міжрядкову відстань, масштабування, нахил та інші параметри шрифту. Це дозволяє створювати складні композиції, у яких текст органічно поєднується з іншими графічними елементами.

Типографіка також відіграє важливу роль у створенні друкованої продукції, зокрема плакатів, книг, журналів, рекламних матеріалів та упаковки. У таких випадках шрифт не лише передає інформацію, а й формує загальний стиль і атмосферу дизайнерського проєкту. Вдале поєднання різних шрифтів може підсилити виразність композиції та зробити її більш привабливою для глядача [3].

Важливою складовою роботи з типографікою є гармонійне поєднання різних шрифтів у межах одного дизайну. Зазвичай дизайнери використовують не більше двох або трьох шрифтів, щоб уникнути перевантаження композиції. Один шрифт може використовуватися для заголовків, інший – для основного тексту, а третій – для додаткових акцентів або підписів [3].

Таким чином, типографіка є невід'ємною частиною графічного дизайну. Вона поєднує в собі функціональність, естетику та комунікативну складову. Завдяки правильному використанню шрифтів дизайнер може ефективно організувати інформацію, створити виразну композицію та сформулювати потрібний емоційний вплив на глядача.

Список використаних джерел:

1. Гребенюк С. Сучасні шрифтові системи: огляд технологій. *Дизайн. Теорія та практика*. 2019. № 3. С. 45–52.
2. Костенко І. О. Типографіка як естетико-функціональний елемент вебінтерфейсів. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 3. С. 54–59.
3. Роль типографіки в дизайні. *Adobe*. URL: <https://www.adobe.com/ua/creativecloud/design/discover/typography.html> (дата звернення: 09.03.2026).
4. Рудер Е. Типографія. Київ : ArtHuss, 2025. 276 с.

УДК 7.05:004.9

Бондар Діана,
студентка IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:
Ватаманюк Юрій,
асистент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4799-125X>

ВЗАЄМОДІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ФОРМ І ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДИЗАЙНІ

У ХХІ столітті дизайн як галузь творчої діяльності зазнає глибокої трансформації під впливом стрімкого розвитку цифрових технологій. Інтенсивна діджиталізація суспільства, поява нових медіа та інтерактивних платформ суттєво змінюють підходи до виробництва візуального контенту. Водночас зростає інтерес до культурної спадщини та народних мистецьких практик, що обумовлює актуальність вивчення їхнього співвідношення в сучасному дизайні. Така динаміка пов'язана з прагненням зберегти національну ідентичність в умовах глобалізації та уніфікації візуального простору [2; 4].

До традиційних форм належать народні орнаменти, символіка, декоративно-ужиткове мистецтво, а також класичні художні техніки – рисунок, живопис і каліграфія. Вони служать носіями культурної пам'яті, історичних цінностей та національної ідентичності. Кожен елемент традиційного мистецтва несе певну символіку, яка передається між поколіннями. Як зазначається у наукових дослідженнях, традиційні художні практики формують базові професійні навички дизайнерів і залишаються фундаментом їхньої професійної діяльності навіть у цифрову епоху, розвиваючи відчуття композиції, гармонії, пропорцій і кольору [1].

Окрім цього, традиційні форми виконують значну комунікативну роль, оскільки через них транслуються культурні коди, цінності та суспільний світогляд. У сучасних дизайнерських практиках ці мотиви набувають нового смислу, що підтверджується дослідженнями семіотики етномотивів у візуальній комунікації [2]. Це дозволяє формувати унікальні візуальні образи, які вирізняються на тлі масового продукту, а звернення до традицій виступає одним із засобів індивідуалізації дизайну на глобальному ринку.

Цифрові технології відкривають додаткові можливості для створення візуального контенту. Застосування графічних редакторів, тривимірного моделювання, а також інтерактивних цифрових середовищ значно розширює межі дизайнерської діяльності. Впровадження штучного інтелекту сприяє автоматизації процесів та виникненню нових форм творчості, зокрема генеративного дизайну, що дозволяє експериментувати з формою, кольором і композицією [5].

Слід відзначити, що цифрові технології не тільки полегшують процеси створення дизайну, але й змінюють самі підходи до нього. Дизайн стає більш інтерактивним, адаптивним і орієнтованим на користувача. З'являються нові формати комунікації, такі як анімація, відеодизайн і цифрові інтерфейси, які значно розширюють можливості впливу візуального повідомлення [4].

Однією з ключових тенденцій є інтеграція традиційних форм у цифрове середовище. Цей процес передбачає творче переосмислення культурної спадщини, а не її буквально відтворення. Як показують дослідження трансформації етнічних мотивів у графічному дизайні, народні орнаменти трансформуються у сучасні графічні компоненти, що відповідають принципам мінімалізму, простоти та функціональності [3].

Завдяки цифровим технологіям такі компоненти легко адаптуються до різних форматів – від поліграфічної продукції до вебдизайну та мобільних застосунків, що свідчить про їхню універсальність у сучасному візуальному середовищі [3].

Сучасні дизайнери широко застосовують цифрові інструменти для створення нових інтерпретацій традиційних мотивів. Це проявляється у стилізації орнаментів, їхній геометризації або комбінуванні з сучасною типографікою. У підсумку формується оновлена візуальна мова, яка поєднує елементи спадщини та інноваційні підходи [3].

Варто також підкреслити, що інтеграція традиційних форм у сучасні дизайнерські практики сприяє налагодженню культурного діалогу між поколіннями. Завдяки цьому відбувається не лише збереження мистецької спадщини, а і її адаптація до сучасних потреб суспільства. Дизайнери

виступають посередниками між минулим і сьогоденням, що підтверджується дослідженнями впливу цифрового мистецтва на традиційні практики [4].

У контексті глобалізації особливого значення набуває проблема втрати унікальних культурних ознак. Масова культура часто уніфікує візуальні образи, що загрожує вимиранням локальних традицій. Тому використання етнічних елементів у сучасному дизайні має не лише естетичний сенс, а і є свідомою стратегією збереження культурної самобутності [2; 4].

Окремої уваги заслуговує застосування цифрових технологій у підготовці дизайнерів. Сучасні навчальні програми поєднують традиційні художні дисципліни з опануванням цифрових інструментів, забезпечуючи комплексний підхід до підготовки фахівців [1].

Розвиток цифрових платформ також суттєво вплинув на поширення дизайнерських рішень. Значна частина візуальних продуктів сьогодні швидко набуває популярності та отримує широке визнання, що відкриває нові можливості для популяризації етнічного дизайну [2].

Не менш важливим є питання естетики сучасного дизайну, яка формується під впливом як традиційних, так і цифрових чинників. Сучасні дослідження підкреслюють поєднання класичних принципів композиції з новими цифровими засобами створення образу [3; 4].

Слід також відзначити роль інноваційних технологій у створенні персоналізованого дизайну. Завдяки алгоритмам та штучному інтелекту з'являється можливість виробляти індивідуалізовані візуальні продукти, що враховують запити користувача [5].

Важливим аспектом є також екологічність і стійкість сучасного дизайну. У сучасних дослідженнях і практиках підкреслюється значення відповідального використання технологій та ресурсів, що частково перегукується із традиційними уявленнями про гармонію з довкіллям [5].

Отже, аналізуючи взаємодію традиційних форм і цифрових технологій, слід визнати, що цей процес має багатовимірний характер і охоплює культурні, технологічні, естетичні та соціальні аспекти.

Таким чином, подальший розвиток дизайну залежатиме від здатності до гармонійного поєднання традицій і інновацій, що забезпечує створення змістовних і конкурентоспроможних візуальних продуктів.

Список використаних джерел:

1. Васильєва К., Колосніченко О. Морфологічні та семантичні трансформації етнічних мотивів у сучасному українському графічному дизайні. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2026. № 95 (1). С. 134–140.
2. Варивончик А. В. Синтез традиційного дизайну та інноваційних технологій у створенні сучасного театрального простору. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2024. №1 (2). С. 33–42.
3. Капустін П. Р. Цифрове мистецтво та його вплив на традиційне мистецтво початку ХХІ століття. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2024. №1 (2). С. 61–65.
4. Сиваш І. О. Семіотика етномотивів у рекламі: мистецтвознавчий погляд на традицію і сучасність. *Art and Design*. 2024. № 4. С. 223–229.
5. Штучний інтелект vs дизайнер-фрилансер. *Freelancehunt*. URL: <https://freelancehunt.com/blog/shtuchnii-intieliekt-vs-dizainier-frilansier/> (дата звернення: 28.03.2026).

УДК 004.8:378:74.01/.09

Борисов Вячеслав,
професор кафедри дизайну і медіавиробництва,
доктор педагогічних наук, професор,
Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка,
м. Полтава, Україна
ORCID: orcid.org/0000-0002-3117-2118

МЕТРОЕТНІЧНІСТЬ ЯК ПРОЄКТНА СТРАТЕГІЯ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: МІЖ ЛОКАЛЬНОЮ ІДЕНТИЧНІСТЮ ТА ГЛОБАЛЬНИМИ ВІЗУАЛЬНИМИ КОДАМИ

Сучасний графічний дизайн розвивається в умовах глобалізаційних процесів, які, з одного боку, сприяють уніфікації візуальних мов, а з іншого – посилюють інтерес до локальних культурних ідентичностей. Наднаціональні культури, реалізуючи моделі культурної ідентичності, порушують питання про проблему вибору, тим самим розширюючи уявлення про існуючі сучасні культурні конфлікти [1]. За таких умов особливої актуальності набуває пошук підходів, що дають змогу не лише репрезентувати етнічні й національні мотиви, а й органічно вводити їх у сучасні системи візуальної комунікації без втрати змістової насиченості [2; 3].

Наразі більшість сучасних дослідників дизайну погоджуються з тим, що дизайн не дорівнює мистецтву або техніці. Сучасний дизайн доцільно розглядати як напрям проєктної творчої діяльності у співіснуванні різних етнічних, національних, культурних спільнот, які прагнуть до взаємозба-

гачення культур та одночасного збереження власної ідентичності. «...відбувається оновлення візуальних символів, що вміщують у собі інформаційні пласти, набагато більші й змістовніші, ніж початкове трактування кожного окремого символу. Разом з тим, сукупне використання різних символів та нівелювання уніфікації візуальної стилістики призводять до несподіваних і не завжди очікуваних авторами результатів «декодування» графічних звернень» [4, с. 172]. Метроетнічність є універсальною стратегією, що дозволяє коректно «декодувати» графічні звернення представниками різних культур [5, с. 269].

Водночас у більшості досліджень метроетнічність описується передусім як стилістична риса або культурний феномен. Такий ракурс звужує її потенціал і майже не зачіпає проектний вимір. У межах цього дослідження пропонується інший підхід – розглядати метроетнічність як алгоритм формоутворення, тобто як послідовність дій, що визначає, яким чином етнокультурні елементи трансформуються у сучасну візуальну форму.

За такого підходу проектування постає як процес, що охоплює аналіз, відбір і перетворення візуального матеріалу. Спочатку відбувається робота з локальними формами (орнаментом, ритмікою, характером лінії, кольоровими співвідношеннями) з метою виявлення їх внутрішньої логіки. Далі ці елементи проходять етап узагальнення: другорядні деталі відсікаються, натомість фіксується структурна основа форми. Завершальним етапом стає адаптація до умов сучасного візуального середовища, передусім цифрового, із його вимогами до ясності, швидкості сприйняття та масштабованості. У цьому контексті метроетнічність уже не зводиться до стилізації, а виступає як проектна процедура, що задає принципи формування образу. Це узгоджується з уявленнями про дизайн як когнітивну практику, у якій поєднуються інтуїтивні та аналітичні способи мислення [5].

Принципово важливим є те, що метроетнічний підхід не передбачає прямого цитування етнічних мотивів. Натомість відбувається їх структурне переосмислення. Це дозволяє уникнути декоративної поверховості й водночас зберегти внутрішню логіку форми. У такому випадку етнічний елемент функціонує не як готовий образ, а як система формотворчих принципів.

Окрему увагу слід приділити співвідношенню локального та глобального. Сучасні візуальні коди, значною мірою сформовані цифровими платформами, задають певні стандарти сприйняття. Метроетнічний підхід не заперечує ці стандарти, а використовує їх як інструмент адаптації локального змісту. У результаті виникають гібридні візуальні системи, здатні працювати в різних культурних середовищах [5].

У цьому контексті по-новому постає проблема автентичності. Йдеться не про точність відтворення форми, а про збереження її структурної логіки та смислового навантаження [3]. Саме алгоритмічний підхід дозволяє уникнути як механічного копіювання, так і надмірного спрощення.

На практиці метроетнічність реалізується у різних сферах графічного дизайну – від айдентики й типографіки до пакування та цифрових інтерфейсів. У цих проєктах локальні культурні коди не відтворюються буквально, а проходять етап трансформації, у результаті чого виникають цілісні стилістичні системи. Вони поєднують культурну специфіку з універсальністю сприйняття: локальні елементи не ізолюються, а вбудовуються у ширший комунікативний контекст. При цьому універсальність досягається не через спрощення, а через узагальнення і структурне переосмислення форм. Це дозволяє створювати візуальні моделі, що здатні адаптуватися до різних медіа, зберігаючи зв'язок із культурним походженням. У підсумку формується мова, що функціонує на межі локального досвіду та глобальних стандартів і розширює можливості дизайну як інструменту міжкультурної взаємодії.

Отже, розгляд метроетнічності як алгоритму формоутворення дає змогу вийти за межі її традиційного розуміння як стилістичної ознаки. У такому трактуванні вона постає як інструмент проєктування, що відкриває можливості для аналізу трансформації культурних кодів у графічному дизайні та окреслює перспективи подальших досліджень у напрямі впливу цифрових і алгоритмічних середовищ на формування сучасних візуальних стратегій.

Список використаних джерел:

1. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі : монографія / М. В. Колосніченко та ін. Київ : КНУТД, 2022. 226 с.
2. Мосендз О., Касьяненко К., Красильникова І. Роль національних мотивів у сучасному українському дизайні та їхній вплив на глобальні тренди. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 6. С. 97–108. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2024.6.12>
3. Шостачук Т., Піддубна О., Максимчук А., Погосьян Д. Сучасний графічний дизайн як специфічна творчість особистості. *Вісник науки та освіти*. 2024. № 5 (23). С. 1827–1839. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-5\(23\)-1827-1839](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2024-5(23)-1827-1839)
4. Божко Т. Знаково-символічні системи як культурні коди: упізнаваність та взаємодія символів. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2022. № 5 (2). С. 171–187. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.5.2.2022.266900>
5. Борисов В., Борисова С. Принципи метроетнічності у сучасному графічному дизайні. *Теорія та практика дизайну*. 2025. № 37. С. 263–271. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.37.25>

Борисов Гліб,
асистент кафедри образотворчого
мистецтва, дизайну та методики їх навчання,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4700-0492>

ОБ'ЄКТ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ У ЦИФРОВІЙ КУЛЬТУРІ: ІНДИВІДУАЛЬНИЙ СТИЛЬ ЯК ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТРАДИЦІЇ

Цифрова культура трансформує онтологічний статус об'єкта графічного дизайну, переводячи його з площини стабільної матеріальної форми у вимір процесуальної, адаптивної та концептуально залежної системи. Якщо в модерністській парадигмі дизайнерський об'єкт мислився як завершений артефакт із чітко окресленими формальними характеристиками, то сучасне медіальне середовище надає йому властивостей варіативності, інтерактивності та мережевої динаміки. У цьому сенсі феномен «речі» у дизайні набуває нової інтерпретації. Він більше не зводиться до матеріального носія, а функціонує як структура взаємодії і смислових відношень [1].

Водночас із цими трансформаціями зростає кількість практик стилістичного цитування та реміксу історичних кодів. Візуальні тренди ХХІ століття демонструють активне переосмислення модернізму, бруталізму, аналогових та *handmade* технік у цифровому середовищі [2; 3]. Історичні стилі інтегруються у сучасні айдентики, комунікаційні системи та креативні індустрії як відкритий ресурс, що доступний для інтерпретації [4].

Така ситуація формує нову конфігурацію професійного середовища, у якому графічний дизайнер працює в умовах постійного доступу до візуальної інформації, що орієнтована на різні культурні традиції.

У цьому контексті постає проблема формування індивідуального стилю діяльності графічного дизайнера. За умов відкритого архіву стилів і глобальної цифрової циркуляції образів індивідуальність вже не може ґрунтуватися виключно на формальному новаторстві. Розгортається дискусія: чи є індивідуальний стиль результатом винаходу принципово нової форми, чи він формується через концептуальну інтерпретацію та системну трансформацію традиції. Від зайнятої позиції в дискусії залежить не лише

теоретичне розуміння авторства у дизайні, а й методологія професійної підготовки в умовах цифрової культури.

Якщо в традиційній культурі об'єкт графічного дизайну поставав як матеріально фіксований артефакт-плакат, книга, упаковка, логотип у завершеній формі, то сьогодні його статус визначається адаптивністю та динамікою функціонування. Дизайнерський об'єкт більше не обмежується стабільною композицією. Він існує як візуальна система, що здатна до варіацій залежно від платформи, середовища і сценарію використання.

Ця трансформація проявляється у версійності, коли айдентика або графічна система має множинні варіанти, що співіснують у різних медіальних форматах. Модульність дозволяє структурувати елементи як гнучкі компоненти, які можуть комбінуватися відповідно до конкретного завдання. Інтерактивність вводить у структуру об'єкта змінну поведінку, що активізується користувачем. У результаті об'єкт набуває характеристик відкритої системи, здатної до оновлення й адаптації без втрати концептуальної цілісності. Отже, сучасний графічний дизайн працює не з окремою формою, а з організованим набором принципів, що забезпечують узгодженість у мінливому середовищі. Об'єкт стає носієм логіки, а не лише зображенням.

Зміна структурних характеристик об'єкта зумовлює необхідність розглядати його як результат взаємодії кількох чинників. Передусім ідеться про позицію дизайнера, який формує концептуальну рамку та систему візуальних рішень. Проте в цифровому середовищі ця діяльність не є автономною. Вона інтегрована в технологічні можливості програмного забезпечення, алгоритмів і платформ. Технологія перестає бути нейтральним інструментом і стає активним учасником створення форми. Параметричні структури, адаптивні шаблони, генеративні механізми впливають на логіку проєктування та визначають потенціал варіативності. Водночас користувач вступає у взаємодію з об'єктом, змінюючи його конфігурацію через сценарії використання, навігацію, поведінку інтерфейсу. Таким чином, кінцева форма є результатом не одноразового авторського акту, а тривалого процесу функціонування.

Також важливим є культурний контекст, у якому об'єкт інтерпретується. Візуальні коди набувають значення в межах конкретних соціальних і комунікативних умов. Отже, об'єкт графічного дизайну в цифровій культурі доцільно розуміти як процесуальну конструкцію, що формується на перетині дизайнерської концепції, технологічної платформи, користувачької взаємодії та культурної інтерпретації. Саме така модель дозволяє

пояснити зміну його статусу від статичної форми до динамічної системи у цифровому середовищі.

У сучасному графічному дизайні традиція дедалі частіше постає не як канонічний зразок для наслідування, а як відкритий культурний ресурс. Історичні стилі – модернізм, конструктивізм, швейцарська типографія, постмодерна еkleктика – функціонують у цифровому середовищі як системи принципів, що можуть бути переосмислені й інтегровані у нові контексти. Такий підхід змінює сам характер роботи з історичною спадщиною. Вона перестає бути моделлю для копіювання і стає матеріалом для інтерпретації.

Розмежування між зразком і ресурсом має принципове значення. Зразок передбачає відтворення усталених формальних ознак з орієнтацією на відповідність первинному прототипу. Ресурс навпаки передбачає аналітичне прочитання структури стилю – його композиційної логіки, типографічних принципів, просторової організації – з подальшим їх трансформуванням відповідно до сучасних умов. У цьому випадку дизайнер працює не з поверхневими атрибутами стилю, а з його внутрішньою системою.

У цифровій культурі, де існує постійний доступ до інформації, здатність до інтерпретації візуальної традиції стає визначальною ознакою професійної зрілості. Індивідуальний стиль діяльності дизайнера формується не через механічне відтворення історичних кодів, а через вибіркову інтеграцію та концептуальне переосмислення традиції. Саме в цій площині традиція виконує продуктивну функцію – вона не обмежує творчість, а структурує її, забезпечуючи історичну глибину й культурну аргументованість дизайнерських рішень.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що в умовах цифрової культури об'єкт графічного дизайну змінює свою онтологічну природу: він перестає бути завершеним матеріальним артефактом і функціонує як процесуальна, адаптивна система. Його цілісність забезпечується не стабільністю форми, а узгодженістю концептуальних принципів, які реалізуються в різних медіальних і технологічних контекстах. Таким чином, сучасний дизайнер працює не з окремим зображенням, а з логікою організації візуальної структури.

У цифровому середовищі традиція виступає відкритим культурним ресурсом, що потребує аналітичного прочитання й трансформації. Індивідуальний стиль формується не через механічне наслідування історичних ознак і не через декларативне прагнення до формальної новизни, а

через системну інтерпретацію структурних принципів стилю та їх адаптацію до сучасних умов. Саме рівень концептуальної роботи з традицією визначає міру професійної самостійності дизайнера.

Наукова новизна дослідження полягає у запропонованому поєднанні процесуальної концептуалізації об'єкта графічного дизайну з теорією формування індивідуального стилю як інтерпретаційної практики. Обґрунтовано, що індивідуальний стиль доцільно розглядати не як сукупність унікальних формальних прийомів, а як результат системної організації історичних візуальних кодів у цифровому середовищі. Такий підхід уточнює сучасне розуміння авторства в дизайні та створює підстави для перегляду методології професійної підготовки графічних дизайнерів.

Список використаних джерел:

1. Борисов В. Феномен речі у дизайні. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. № 41 (1). С. 48–54. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/41-1-8>
2. Савченко В. Г. Культурологічні аспекти практик handmade як форм декоративно-ужиткового мистецтва : дис. д-ра філософії з культурології. *Харківська державна академія культури*. Харків. 2023. 169 с. URL: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/specrada/specrada/Savchenko/dis_Savchenko.pdf
3. Сбітнева Н. Ф., Виноградова М. К. Візуальні тренди XXI століття у графічному дизайні: інтерпретація атрибутів віртуального простору. *Bulletin of Kharkiv State Academy of Design and Arts*. 2022. № 1. С. 20-28. DOI: <https://doi.org/10.33625/visnik2022.01.020>
4. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн в системі культурних і креативних індустрій. *Věda a perspektivy*. 2025. № 3 (46). DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2025-3\(46\)-108-117](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2025-3(46)-108-117)

УДК 766:74:004.9:316.7:378

Борисова Світлана,
доцент кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики їх навчання,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0610-644X>

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН В ЕПОХУ АЛГОРИТМІЧНОГО КАПІТАЛІЗМУ: ЕТИКА, МАНІПУЛЯЦІЯ, UX

У XXI ст. графічний дизайн функціонує в принципово новому

економічному середовищі, де ресурсом постає не інформація як така, а людська увага. Платформені екосистеми формують новий тип капіталізму, який S. Zuboff визначає як наглядний капіталізм, модель, що перетворює поведінкові дані користувачів на товар [1]. У цій системі дизайн перестає бути нейтральним інструментом візуальної комунікації та інтегрується в механізми збору, аналізу й монетизації поведінки, а дизайнер стає учасником інфраструктури впливу.

У контексті алгоритмічного капіталізму графічний дизайн неможливо трактувати як нейтральну естетичну практику, технічний інструмент візуального оформлення: візуальні системи наразі несуть у собі структурні передумови, що формують поведінку, увагу й інтерпретацію. Дизайн не просто «відображає» зміст: він задає межі можливого бачення, формує траєкторії сприйняття й блокує інші [2]. Таким чином, графічна композиція визначає способи руху погляду, ієрархію значень і пріоритети інтерпретації. Алгоритмічний капіталізм підпорядковує дизайн логіці максимізації прибутку через утримання уваги [3]. Як зазначає Т. Wu, боротьба за увагу постає визначальною економічною моделлю медіа-індустрії [4]. Візуальні рішення оцінюються не за критеріями культурної цінності, етичної відповідальності чи соціальної користі, а за показниками клікабельності, часу перегляду й рівня залучення. Соціальні блага, які може породжувати дизайн (ясність, емпатія, діалогічність), стають побічним ефектом. Графічний дизайн перетворюється на інструмент поведінкового стимулювання: кольори, контраст, типографіка, ритм і композиція налаштовуються на провокування імпульсивної реакції. Емоційно загострені образи, поляризовані візуальні коди, спрощені бінарні опозиції сприяють швидкому залученню.

Поняття алгоритмічного капіталізму пов'язане з автоматизованим аналізом поведінки користувачів і прогнозуванням їх дій. Алгоритм визначає, який контент буде показано, скільки часу він перебуватиме на екрані, які акценти стимулюватимуть взаємодію, досягаючи зворотного зв'язку між користувачем і алгоритмом. J. Samine в описі культури безперервної доступності, в якій цифрові середовища прагнуть мінімізувати паузи та відволікання, підкреслює [5], що візуальна мова інтерфейсів спрямована на підтримку постійної стимуляції, що підсилює залежність від платформи, нормалізує режим безперервної залученості.

Дизайн платформ, у межах яких функціонує сучасна візуальна комунікація, структурно обмежує можливості користувача через попередньо встановлені шаблони. Інтерфейс задає наперед визначені сценарії взаємодії, а варіативність висловлювання зводиться до вибору з наявного набору опцій. Стандартизація UX має глибші наслідки: вона одночасно

оптимізує процес і нормалізує спосіб мислення. Коли дизайн зводиться до роботи в межах жорстко регламентованих систем, користувач поступово звикає до того, що будь-який досвід має вкладатися в заздалегідь визначені категорії, що сприяє формуванню бінарних моделей сприйняття. У межах теорії *persuasive design* особливого значення набувають *dark patterns* (інтерфейсні рішення, які маніпулятивно спрямовують поведінку користувача) [6]. Питання їх етичності активно обговорюється у професійному середовищі, зокрема йдеться про такі практики, як приховані кнопки відмови, візуальне підсилення платних опцій, нескінченний скролінг або ігрові механіки, що підтримують поведінкову залежність (елементи мають продуману візуальну форму, яка підсилює їх вплив, демонструють, що сучасний дизайн перетинається з поведінковою економікою та когнітивною психологією).

Водночас алгоритмічне середовище руйнує спільність інтерпретації. Візуальний контент циркулює в різних контекстах, алгоритмічно персоналізованих стрічках, де кожен користувач бачить унікальну конфігурацію повідомлень. У результаті одна й та сама графічна робота набуває різних значень залежно від оточення, в якому вона з'являється, а відсутність стабільних меж інтерпретації посилює поділ публічного простору. Значущості набуває автоматизація прийняття рішень, у межах якої дизайн функціонує без безпосередньої людської участі. Візуальні інтерфейси опосередковують доступ до послуг, ресурсів, можливостей, але водночас можуть виключати тих, хто не вписується в передбачені моделі поведінки. Попередньо визначені формати подання даних, рекомендації створюють структури, які впливають на життєві траєкторії користувачів. Графічний дизайн, який залучений до виробництва соціальної реальності і функціонує як елемент ширшої системи влади, поєднує економічні інтереси, технологічні алгоритми та психологічні механізми впливу.

У більш широкій перспективі дизайн перетворюється на поле боротьби за формування суб'єктивності: через візуальні коди, повторювані шаблони, алгоритмічно керовану видимість конструюються нові типи ідентичності, способи самопрезентації та моделі поведінки. Відбувається трансформація ролі дизайнера від автора повідомлення до архітектора поведінкових сценаріїв [7]. У логіці алгоритмічного капіталізму вона має прояв на рівні візуальних рішень і професійних ролей: дизайнер інтегрований у складну інфраструктуру даних, платформ і фінансових потоків, виступаючи одночасно організатором інформаційних потоків, інженером інтерфейсів, оператором метрик залученості та учасником

економіки видимості. У цьому контексті особливо продуктивною є аналогія між алгоритмічними системами та ігровим дизайном: і алгоритм, і гра є системами правил, що визначають допустимі дії, винагороди та стратегії. Інтерфейс функціонує як «ігрове поле», задаючи сценарії взаємодії й механіку залучення. Маніпуляція увагою вибудовується через продуману механіку, вбудовану в архітектуру середовища. Як і в грі, візуальні та алгоритмічні системи базуються на неявних цінностях їх творців: через композицію, структуру інтерфейсу, систему візуальних підсилювачів дизайн матеріалізує світогляд (конкуренцію, продуктивність, прискорення, видимість як форму капіталу).

Таким чином, актуалізується необхідність розвитку критичної візуально-алгоритмічної грамотності (здатності читати інтерфейси, розпізнавати механізми спрямування поведінки й усвідомлювати, що технологічні системи насичені «регуляторами»). Прозорість алгоритмів є недостатньою без критичної аудиторії; етично декларований дизайн не гарантує справедливості без розуміння механіки.

Проблема полягає ще в тому, що професійна освіта дизайнерів часто зосереджується на функціональності, ергономіці та естетиці, залишаючи поза увагою питання етики алгоритмічної взаємодії. Адже якщо увага стала новою «валютою», то дизайнери фактично проєктують механізми її обігу і несуть відповідальність за маніпулятивні практики. У практичному вимірі відповіддю на виклики алгоритмічного капіталізму може стати впровадження принципів етичного дизайну, що передбачають прозорість інтерфейсу, усвідомлене використання поведінкових тригерів та відмову від *dark patterns*, забезпечення рівнозначності візуальних опцій і зрозумілих механізмів інформованої згоди. В освітньому процесі ЗВО під час опанування інтерактивних платформ прототипування [8] доцільно інтегрувати модулі з *digital ethics* та аналізу алгоритмічних систем; використовувати емпіричні приклади UX-патернів та маніпулятивних інтерфейсів для формування критичної алгоритмічно-візуальної грамотності (ідентифікувати та класифікувати *dark patterns* у соцмережах і вебсервісах, аналізувати маніпулятивні UX-патерни у мобільних додатках, оцінювати їх вплив на автономію та поведінку користувачів) [9; 10].

Отже, графічний дизайн в епоху алгоритмічного капіталізму є одночасно інфраструктурою уваги, системою правил поведінки, інструментом регулювання соціальної взаємодії. Етика, увага й маніпуляція виявляються внутрішніми структурними характеристиками дизайну. Усвідомлення цього забезпечує можливість переходу від відтворення логіки монетизації до її критичного переосмислення, формування

рефлексивних, інклюзивних і відповідальних моделей візуальної комунікації.

Список використаних джерел:

1. Zuboff S. The Age of Surveillance Capitalism. *Social Theory Re-Wired* (3rd ed.). Routledge, 2023. P. 203–213. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781003320609-27>
2. Борисов В., Борисов С. Психо-візуальні механізми керування сприйняттям засобами графічного дизайну в умовах інформаційного перевантаження. *Деміург*. 2025. № 8 (2). С. 188-206. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347373>
3. Wizinsky M. Design after Capitalism Transforming Design Today for an Equitable Tomorrow. The MIT Press, 2023. 352 p.
4. Wu T. The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads. Faculty Books, 2016. № 64. URL: <https://scholarship.law.columbia.edu/books/64>
5. Samine J. The Specter of Representation: Computational Images and Algorithmic Capitalism. Dissertation. Claremont Graduate University, 2024. 184 p.
6. Kollmer T., Eckhardt A. Dark Patterns. Business & Information Systems Engineering. 2023. № 65. P. 201–208. DOI: <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00783-7>
7. Pater R. CAPS LOCK: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It. Valiz, 2021. 552 p.
8. Borysova S., Borysov V., Kochergina S., Spasskova O., Kushnarova N. Involvement of interactive educational platforms in the training of graphic design students using the Figma platform as an example. *International Journal of Education and Information Technologies*. 2024. № 18. P. 119–132. DOI: <https://doi.org/10.46300/9109.2024.18.12>
9. Mildner T., Savino G. Ethical User Interfaces: Exploring the Effects of Dark Patterns on Facebook. *Extended Abstracts of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York, 2021. Article 464. P. 1–7. DOI: <https://doi.org/10.1145/3411763.3451659>
10. Hidaka S., Kobuki S., Watanabe M., Seaborn K. Linguistic Dead-Ends and Alphabet Soup: Finding Dark Patterns in Japanese Apps. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York, 2023. Article 3. P. 1–13. DOI: <https://doi.org/10.1145/3544548.3580942>

Василенко Лілія,
викладачка кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики їх навчання,
Тернопільський національний педагогічний
університет ім. Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-9182-6785>

ВІД АРХАЇЧНОГО ОРНАМЕНТУ ДО VR-ТЕРАПІЇ: ФРАКТАЛЬНІ СТРУКТУРИ ЯК ДИЗАЙН-КОД ВІДНОВЛЕННЯ

В умовах повномасштабної війни в Україні дизайн постає не лише як інструмент створення естетичного продукту, а і як засіб когнітивної та психологічної реабілітації. Травматичний досвід руйнує відчуття цілісності, тому критично важливим є пошук нових дизайн-стратегій, здатних реконструювати внутрішній наратив людини через мульти-сенсорне сприйняття.

Теоретичне підґрунтя такого підходу формується на перетині нейроестетики, психології сприйняття та теорії мистецтва, де досліджується взаємозв'язок між сенсом, формою та емоційною реакцією. Д. Ніколіч є автором терміну «ідеастезія», його дослідження фокусуються на тому, як мозок створює сенс, коли активація певних концептів (понять) викликає сенсорні переживання (наприклад, сприйняття кольорів через літери або числа) [2]. Ефективність такого підходу підтверджується сучасними емпіричними дослідженнями. Р. Тейлор досліджує фрактальну природу мистецтва (зокрема, через призму картин Джексона Поллока) і те, як ці структури знижують рівень стресу в людей. С. Зекі вивчає, як біологічні механізми мозку реагують на художні форми [6]. Сюзан Мегзамен та Айві Росс у книзі «*Your Brain on Art: How the Arts Transform Us*» («Ваш мозок про мистецтво: як мистецтво нас змінює») виявляють, як мистецтво змінює біологію мозку та допомагає при травмах [4, с. 251–256]. Питання взаємодії форми, кольору та звуку досліджували теоретики Баухаузу (Й. Іттен, В. Кандинський), а також представники модернізму (О. Архипенко, Г. Мур) [8, с. 75–79; 9, с. 62–97]. Психологічне підґрунтя фрактальності та архетипів закладено у працях К. Г. Юнга та А. Бергсона [7, с. 213–242; 10, с. 546–550].

Таким чином, сучасні дослідження підтверджують, що візуальні та просторові структури здатні безпосередньо впливати на психоемоційний стан людини. Це відкриває можливість переосмислення ролі дизайну не

лише як естетичної практики, а і як інструменту відновлення. У сучасному дизайні постає виклик: як перетворити естетичний об'єкт на інструмент когнітивної реабілітації. В умовах травматичного досвіду війни дизайн має виходити за межі декорування, стаючи «сенситивною інженерією» – методом проектування простору, що відновлює внутрішню цілісність людини через фрактальну природу сприйняття.

У пошуку таких відновлювальних механізмів доцільно звернутися до вже існуючих культурних форм, які історично виконували стабілізуючу та структуроутворюючу функцію. Архаїчну традицію можна розглядати як першоджерело дизайн-коду. Традиційне українське мистецтво (орнамент, вишивка, вертеп) розглядається не просто як спадщина, а як фрактальна матриця. Традиція може бути осмислена як алгоритм, що проявляється через ритм.

Отже, традиційні форми можуть бути інтерпретовані не лише як культурна спадщина, а як універсальні моделі організації досвіду. Дизайн-архетип є новим методом творення дійсності сучасної людини. Традиційні форми працюють як «невидиме коріння» свідомості, пропонуючи впорядковану структуру там, де травма створила хаос. Дизайнер, інтегруючи ці коди, створює середовище, яке сприймається на інтуїтивному рівні як безпечне та автентичне.

Традиційне мистецтво (наприклад, вишивка, вертеп) володіє фрактальною структурою, яка є «архетипною ДНК» людського світобачення [11, с. 11–18]. Дизайн, що базується на цих кодах, апелює до підсвідомого відчуття порядку. Автентичне виступає як ДНК дизайну. Вишивка в цьому контексті виступає не декором, а «тілесною ідеастезією» – актом проектування власного світу наново через ритм голки та нитки.

Концепція «сенситивної інженерії» в дизайні як засіб подолання травматичного досвіду війни являє собою дослідження взаємозв'язку між архаїчними фрактальними структурами народного мистецтва та сучасними технологіями імерсивного дизайну.

У цьому контексті наукова новизна дослідження полягає у запропонуванні підходу «ідеастезійної інженерії» як способу інтеграції фрактальних структур традиційного мистецтва та імерсивних технологій у дизайн-практику відновлення.

Пропонується термін «ідеастезійна інженерія» – підхід, де ідеї та смисли викликають сенсорний досвід. Використовуючи ефект «Кікі-Буба», дизайнер може створювати об'єкти, де форма не є нейтральною [2]. Як зазначав Анрі Бергсон, життя є спіралічною зміною, і дизайн має відображати цю нелінійність через складні контрформи та просторові резонатори [7, с. 10–26].

Ідеастезія у цьому випадку виступає як проектування мульти-сенсорного досвіду. Інноваційність підходу полягає у використанні ідеастезійної логіки – коли не зовнішній стимул, а сам сенс (ідея) викликає сенсорну реакцію. Це дозволяє встановлювати стабільні відповідності між звуком, формою та кольором, що дозволяє створювати «сенсорні резонатори», де кожна лінія чи вигин (як у скульптурах О. Архипенка) провокує емоційний резонанс.

Дослідження Р. Тейлора «*Aesthetics and Psychological Effects of Fractal Based Design*» («Естетика та психологічні ефекти фрактального дизайну») показують, що фрактальні патерни знижують стрес на 60 % [5]. С. Хасан, К. Узун, Е. Сонмез у «*Fractal geometry in hospital design: Enhancing healing environments using fractal fluency*» («Фрактальна геометрія в дизайні лікарень: покращення середовища для одужання за допомогою фрактальної плавності») досліджують застосування фракталів для створення «цілющих середовищ» [3]. М.-Т. Ку, Ш.-Ч. Чіоу та С.-Т. Чан у статті «Імерсивний досвід у дизайні: партисипативні практики культурної ідентичності та конструювання пам'яті аудиторії» пишуть, що формування культурної ідентичності виникає в результаті переплетення дизайнерських стратегій, афективних тригерів та участі в наративі [1].

У цьому контексті особливого значення набуває організація простору як середовища взаємодії людини з формою. Простір у дизайні має не обмежувати, а народжуватися з взаємодії форм, де «порожнеча» працює на рівні з матеріальним об'єктом, надаючи нові можливості для становлення особистості людини.

Найбільш повно такі принципи можуть бути реалізовані у цифрових та імерсивних середовищах. Зростання усвідомленості на основі занурювальної віртуальної реальності (VR) покращує психічне здоров'я, що підтверджують дослідження останніх років.

Практичне застосування дослідження вбачається у створенні VR-терапевтичних середовищ. Це цифрові платформи, де звук набуває форми, а колір – ритму. Гра у такому середовищі дозволяє суб'єкту перезапустити внутрішні структури, де імерсивні практики стають формою посттравматичного відновлення.

Таким чином, поєднання традиційних структур і новітніх технологій формує нову парадигму дизайну. Дизайн-код відновлення поєднує архаїчні фрактальні структури з інноваційністю віртуальних технологій. Це дозволяє перетворити дизайн на «нервову систему» та системний механізм підтримки ідентичності й психічної стійкості суспільства в екстремальних умовах і водночас відкриває можливість їх подальшого переосмислення.

Список використаних джерел:

1. Ku M.-T., Chiou S.-C., Chan H.-T. Immersive Experience in Design: Participatory Practices of Audience Cultural Identity and Memory Construction. URL: <https://surl.li/zwjtey> (дата звернення: 28.03.2026).
2. Nikolić D. Synesthesia/Ideasthesia. URL: <https://www.danko-nikolic.com/synesthesia-ideasthesia/> (дата звернення: 30.03.2026).
3. Hasan S., Uzun C., Sonmez E. Fractal geometry in hospital design: Enhancing healing environments using fractal fluency. URL: <https://ui.adsabs.harvard.edu/abs/2025AIPC.3292f0034H/abstract> (дата звернення: 28.03.2026).
4. Magsamen S., Ross I. Your Brain on Art: How the Arts Transform Us. Edinburg : Canongate Books, 2023. 304 p.
5. Taylor R. et al. Aesthetics and Psychological Effects of Fractal Based Design. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8416160/> (дата звернення: 29.03.2026).
6. Zeki S. Art and the Brain. *Journal of Consciousness Studies*. 1999. Vol. 6 (6-7). P. 76–96. URL: <https://philpapers.org/rec/ZEКААТ> (дата звернення: 29.03.2026).
7. Бергсон А. Творча еволюція. Київ : Видавництво Жупанського, 2010. 318 с.
8. Іттен Й. Мистецтво кольору. Київ : ArtHuss, 2021. 96 с.
9. Іттен Й. Наука дизайну та форми. Київ : ArtHuss, 2021. 139 с.
10. Юнг К. Г. Архетипи і колективне несвідоме. Львів : Астролябія, 2018. 608 с.
11. Кара-Васильєва Т. Історія української вишивки : книга-альбом. Київ : Мистецтво, 2008. 464 с.

УДК 7.05:004.92

Ватаманюк Юрій,
викладач фахового коледжу,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4799-125X>

ПРОЦЕДУРНА ТА ГЕНЕРАТИВНА ГРАФІКА В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Сучасний етап розвитку дизайну характеризується переходом від традиційних методів створення візуального контенту до цифрових, алгоритмічно керованих підходів. У цьому контексті особливого значення набувають процедурна та генеративна графіка, які виступають не лише інструментами, а й новою методологією проектування. Їх використання зумовлене необхідністю оптимізації процесів створення складних візуальних систем, підвищення варіативності рішень та адаптивності дизайну до змінних умов середовища.

Процедурна графіка розглядається як метод створення зображень на основі алгоритмів, математичних моделей та параметричних залежностей, що дозволяє формувати візуальні об'єкти без прямого ручного

втручання у кожен елемент композиції [4]. Вона базується на принципі опису процесу, а не кінцевого результату, що принципово відрізняє її від традиційних підходів у дизайні. Застосування процедурних методів дозволяє створювати складні структури, такі як текстури, патерни, 3D-об'єкти або анімації, шляхом зміни вихідних параметрів.

Генеративна графіка, своєю чергою, є логічним продовженням процедурного підходу та передбачає автоматизоване створення візуального контенту на основі заданих правил або алгоритмів, часто із використанням випадкових величин або систем штучного інтелекту [1]. У наукових дослідженнях підкреслюється, що генеративний дизайн дозволяє отримувати множинні варіації одного й того ж об'єкта, що значно розширює можливості пошуку оптимального рішення [2].

Однією з ключових характеристик процедурної та генеративної графіки є їх здатність до масштабування та адаптації. Наприклад, у сфері UX/UI-дизайну алгоритмічні системи можуть генерувати адаптивні інтерфейси, які змінюються залежно від поведінки користувача, типу пристрою або контексту використання [3]. Це дозволяє створювати персоналізований досвід взаємодії, що є важливим чинником у сучасному цифровому середовищі.

Інтеграція генеративних підходів із технологіями штучного інтелекту значно розширює їх функціональні можливості. Сучасні інструменти, такі як Midjourney, Runway, Figma AI або інші системи автоматизованого дизайну, дозволяють створювати складні візуальні композиції на основі текстових описів або мінімального набору параметрів [3]. У цьому випадку дизайнер виступає не як безпосередній виконавець, а як постановник задачі, який визначає правила, обмеження та критерії генерації.

Важливо зазначити, що процедурна та генеративна графіка активно застосовуються у різних сферах дизайну. У графічному дизайні вони використовуються для створення айдентики, постерів та візуальних систем, які мають змінну структуру. У motion-дизайні – для генерації анімаційних ефектів, симуляцій та динамічних композицій. У 3D-дизайні та архітектурі – для створення складних форм і структур, які важко реалізувати традиційними методами [2]. Зокрема, використання процедурних систем у таких середовищах, як Blender (*Geometry Nodes*) або Houdini, дозволяє створювати високодеталізовані сцени з мінімальними затратами часу.

З точки зору теоретичного обґрунтування, процедурна та генеративна графіка формують новий підхід до розуміння дизайну як системи. Дослідження показують, що дизайн у цьому контексті розглядається як

процес побудови алгоритму, який генерує візуальний результат, а не як створення статичного об'єкта [4]. Це означає, що ключовим стає не сам продукт, а логіка його формування.

Міждисциплінарний характер процедурної та генеративної графіки проявляється у поєднанні знань з галузей математики, програмування та мистецтва [5]. Такий підхід формує новий тип дизайнерського мислення, який передбачає здатність працювати з абстрактними структурами, алгоритмами та системами. У цьому контексті формується поняття *computational design*, що охоплює процеси алгоритмічного проектування та автоматизованого створення візуального контенту.

У вітчизняному науковому просторі також відзначається активне впровадження цифрових технологій у дизайн-практику, що пов'язано із загальними процесами цифровізації суспільства [6]. Це зумовлює необхідність перегляду підходів до підготовки дизайнерів, зокрема включення до навчальних програм основ програмування, алгоритмічного мислення та роботи з генеративними системами.

Разом із перевагами, процедурна та генеративна графіка мають і певні виклики. Зокрема, існує ризик втрати індивідуальності дизайну через надмірну автоматизацію процесів, а також залежність від програмних інструментів. Крім того, виникають питання авторства та етики використання штучного інтелекту у творчій діяльності. Проте ці аспекти не зменшують значущості генеративного підходу, а лише підкреслюють необхідність його критичного осмислення.

Автор цього дослідження пропонує розглядати процедурну та генеративну графіку не як окремі інструменти, а як єдину систему, що формує нову парадигму дизайну. У цій парадигмі дизайнер виступає як архітектор процесу, який створює умови для генерації візуального контенту, а не як безпосередній виконавець. Такий підхід дозволяє значно розширити межі творчості, забезпечуючи можливість створення складних, адаптивних та інтерактивних систем.

Наукова новизна дослідження полягає у систематизації підходів до розуміння процедурної та генеративної графіки як взаємопов'язаних складових єдиного процесу алгоритмічного дизайну, а також у визначенні трансформації ролі дизайнера в умовах цифровізації та автоматизації творчої діяльності. На відміну від існуючих досліджень, де ці явища розглядаються фрагментарно, у цій роботі вони інтегруються у цілісну концепцію сучасного дизайну.

Таким чином, процедурна та генеративна графіка виступають ключовими елементами інноваційного розвитку дизайну, визначаючи

нові підходи до створення візуального контенту, розширюючи можливості дизайнерів та формуючи нові стандарти професійної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Геренко С. Штучний інтелект у графічному дизайні. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. № 7 (1). С. 1 – 14.
2. Завальнюк Є. Романюк О. Використання штучного інтелекту в тривимірній графіці. *Збірник матеріалів міжнародної наукової конференції*. 2024. С. 364–366.
3. Марченко І. С. Комп'ютерна графіка як художньо-виражальний компонент нових медіа. Наукове обґрунтування творчого мистецького проекту. 2025. 142 с.
4. Откидач А. Генеративний дизайн як сучасна парадигма в архітектурі та дизайні: роль спеціалістів і перспективи розвитку. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. № 84 (2). С. 132–137.
5. Стрижова О. Горний П. Базилюк Е. Класифікація візуальних ефектів для комп'ютерної графіки, анімації та мультимедіа. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. № 85 (3). С. 69–76.
6. Генеративний дизайн та штучний інтелект: 15 основних інструментів для web та UI/UX у 2025 році. *Genius.Space*. URL: <https://genius.space/lab/ai-dlya-dizajneriv-15-must-have-instrumentiv-dlya-web-ta-ui-ux-u-2025> (дата звернення: 27.03.2026).

УДК 75(477.85)(092):7.071.1

Гаврилюк Роман,
кандидат мистецтвознавства,
заслужений діяч мистецтв України,
директор Вижницького фахового коледжу
мистецтв та дизайну імені Василя Шкрябляка,
м. Вижниця, Україна
ORCID: 0000-0002-7667-1922

МИСТЕЦТВО ТАЄМНОЇ ТВОРЧОСТІ. ПРЕЗЕНТАЦІЯ АЛЬБОМУ ЯКОВА ОЧЕРЕТЬКА

У сучасному мистецтвознавчому дискурсі особливої актуальності набуває осмислення творчих постатей, які формували регіональні художні школи та забезпечували тяглість культурної традиції. У цьому контексті постать Якова Очеретька (1916–1996 рр.) постає як цілісне мистецьке явище, органічно вписане у розвиток буковинського образотворчого мистецтва ХХ століття в загальноукраїнському культурному просторі.

Альбом «Мистецтво таємної творчості» виступає не лише зібранням творів митця, а й своєрідним культурним документом, у якому відобра-

жено його життєвий шлях, художнє мислення та образно-пластичну мову. У цьому контексті видання виконує функцію актуалізації творчої спадщини та її введення у сучасний науковий і мистецький обіг.

Життєвий шлях Якова Очеретька сформувався в умовах складних історичних трансформацій ХХ століття. Народжений на Полтавщині, він пройшов через досвід соціальних потрясінь, репресій та війни, що суттєво вплинуло на формування його світогляду та художнього бачення. Професійне становлення митця відбулося у Харкові та Києві, де той здобув фахову освіту та сформував основи художнього мислення.

Творчість митця характеризується цілісністю композиційної організації, вираженістю колористичних рішень та глибиною образно-сміслового наповнення. У його роботах простежується уважне ставлення до природи, прагнення до узагальнення форми та створення художнього образу, що поєднує різні емоційні стани.

Особливе місце у творчості Якова Очеретька займає історична тематика, яка проявляється у зверненні до постатей народних героїв, а також у композиціях, пов'язаних із соціально-історичними процесами. У цих творах відчутна тенденція до драматургічного розгортання образу, що підсилює їхній емоційний та смисловий потенціал.

Пейзажні та етюдні роботи митця, зокрема акварельні зображення Буковини, демонструють тонке відчуття простору, світла та краєвиди місцевої природи. Вони формують образ регіону як цілісного культурного ландшафту, у якому поєднуються природні та історичні чинники.

Вагомим компонентом діяльності Якова Очеретька є педагогічна практика. Як художник-педагог, він формував професійні навички та художнє мислення студентів, виховуючи повагу до природи, композиції та традиції. Його діяльність сприяла формуванню мистецького середовища, що забезпечує спадкоємність художніх традицій.

Отже, творчість Якова Очеретька постає як цілісна система художнього мислення, у якій органічно поєднуються особистий досвід, історична реальність і педагогічна діяльність. Альбом «Мистецтво таємної творчості» є важливим способом збереження пам'яті про митця та відкриття його творчості для сучасного глядача.

Список використаних джерел:

1. Гаврилюк Р. М. Декоративно-ужиткове мистецтво вижницької школи : монографія. Вижниця : Черемош, 2023. 148 с.
2. Козубовський Д. О. Вижницький коледж прикладного мистецтва ім. В. Ю. Шкрібляка. Чернівці : Митець, 1997. 120 с.
3. Очеретько Я. О. Мистецтво таємної творчості художника-педагога : альбом-каталог / вст. ст., уклад. Р. М. Гаврилюк. Вижниця : Черемош, 2025. 46 с.
4. Ханко В. М. Очеретько Яків Омелянович. *Енциклопедія Сучасної України* : електронна версія [онлайн] / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк та ін. ; НАН України, НТШ. Київ : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2022. URL: <https://esu.com.ua/article-77364> (дата звернення: 24.03.2026).

УДК 7.05:766

Гілязова Наталія,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
доцент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7054-2089>

МЕТОДИ СТИЛІЗАЦІЇ ПРИРОДНИХ ФОРМ НА ПРИКЛАДІ ОБ'ЄКТІВ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

У процесі створення дизайн-об'єктів автор застосовує комплекс взаємопов'язаних етапів і творчих методів. Одним із найбільш відповідальних і змістовних етапів у роботі дизайнера є дослідження живої природи як джерела формотворення, кольорових рішень та композиційних принципів. Саме природа виступає невичерпним джерелом ідей, оскільки в ній поєднуються гармонія, функціональність і естетична досконалість.

На цьому етапі перед дизайнером неминуче постає питання: що саме обирати в природі та за якими принципами здійснювати цей вибір. Важливо не лише спостерігати природні об'єкти, а й аналізувати їхню будову, пропорції, ритм, текстуру та взаємозв'язок елементів.

Найчастіше природна форма, застосована в графічному образі, зазнає певних змін під впливом стилізації. Стилізація дає можливість досягнути декоративності, лаконічності та чіткості через узагальнення, спрощення й абстрагування форми, кольору та деталей об'єкта [1, с. 36].

Важливою особливістю стилізації є те, що вона не руйнує сутність природного об'єкта, а навпаки підкреслює його основні риси та художню цінність. Завдяки цьому форма стає зрозумілішою для сприйняття, а

композиція набуває чіткості та гармонійності. У результаті природна форма перетворюється на графічний символ, який поєднує естетичну виразність і функціональність.

Сучасні дослідники виокремили основні методи стилізації, які відіграють важливу роль у творчій діяльності дизайнера. Ці методи ґрунтуються на аналізі природних форм і передбачають їх творче переосмислення відповідно до художнього задуму автора. Розглянемо більш ґрунтовно основні методи стилізації природних форм, що широко застосовуються у графічному дизайні, а також наведемо приклади їхнього застосування у логотипах українських брендів.

Метод аналогій полягає у зміні зовнішнього контуру зображення за умови збереження його основного силуету [4, с. 107]. Така зміна здійснюється за допомогою конструктивних або пластичних засобів, що дозволяє змінити форму об'єкта, не втрачаючи його впізнаваності. При цьому дизайнер може змінювати силует як загальної форми, так і окремих її деталей, підкреслюючи характерні особливості об'єкта або надаючи йому нової художньої виразності (Іл. 1, 1а).



Іл. 1. Логотип закладу «Koza Dereza»



Іл. 1а. Логотип ТМ «Добре молоко»

Метод трансформації полягає у свідомому перетворенні природної або реалістичної форми відповідно до художнього задуму автора. Найчастіше цей метод передбачає перехід від об'ємної форми до площинної, що є характерним для графічного дизайну та декоративного мистецтва. У процесі трансформації дизайнер може змінювати пропорції об'єкта, деформувати окремі елементи, узагальнювати форму або, навпаки, підкреслювати окремі деталі.

Важливою ознакою методу трансформації є свідомість і цілеспрямованість змін. Деформація форми не є випадковою, а підпорядковується загальному стилю композиції та художньому задуму автора. У результаті об'єкт може набувати гротескних рис, ставати більш декоративним і виразним, але водночас зберігати свою образну основу та впізнаваність (Іл. 2).



Іл. 2. Логотип бренду доглядової та декоративної косметики

Метод асоціацій полягає у створенні графічних і колористичних рішень, які викликають у глядача асоціації з природним зразком-аналогом [3, с. 123]. У цьому випадку дизайнер не відтворює природну форму безпосередньо, а передає її характер через колір, ритм, фактуру, силует або композиційне розміщення елементів. Завдяки цьому виникає образ, який лише нагадує природний об'єкт, але водночас має самостійне художнє значення.

Особливістю методу асоціацій є його образність і символічність (Іл. 3, 3а). Він дає можливість створювати більш узагальнені й емоційно виразні композиції, у яких важливу роль відіграє сприйняття глядача та його уява. Наприклад, за допомогою певних кольорових поєднань або графічних форм можна передати асоціації з рослинами, природними явищами або живими організмами, не зображуючи їх буквально.



Іл. 3. Логотип міської лікарні м. Моршин



Іл. 3а. Логотип «Український центр сімейної стоматології»

Метод комбінування полягає у використанні природних принципів поєднання форм та елементів у процесі створення дизайн-об'єкта. Його сутність полягає в частковому включенні до дизайн-розробки окремих елементів біоформи, які творчо поєднуються між собою або з іншими графічними складовими композиції (Іл. 4, 4а). Застосування методу комбінування передбачає свідоме використання природних прийомів комбінаторики, тобто різних варіантів поєднання форм, деталей, силуетів і кольорових рішень. Дизайнер може поєднувати елементи різних природних об'єктів, змінювати їх масштаб, розташування та пропорції, створюючи при цьому цілісну й гармонійну композицію.



Іл. 4. Логотип ТМ «Біола»



Іл. 4а. Логотип ТМ «ЕКО»

Метод формалізації полягає у відтворенні природних форм на основі геометричних фігур або узагальнених абстрактних плям [3, с. 108]. У процесі формалізації складна реалістична форма спрощується та підпорядковується чіткій композиційній структурі. Дизайнер може використовувати геометричні елементи, умовні контури, ритмічні повторення форм, що дозволяє створити більш лаконічне й виразне зображення (Іл. 5, 5а).

Особливістю цього методу є свідоме відхилення від реалістичного відтворення об'єкта та пошук альтернативних композиційних рішень. При цьому складна природна форма перетворюється на узагальнений художній образ, який ґрунтується на простих геометричних закономірностях. Також важливим елементом формалізації є заміна складної реалістичної колірної гами на більш спрощену, умовну або навіть одноколірну, що підсилює декоративність і стильову цілісність композиції.



Іл. 5. Логотип ТМ «VitaminClub»



Іл. 5а. Логотип будівельної компанії

Отже, методи стилізації відіграють важливу роль у створення дизайн-об'єктів. Завдяки використанню різних методів стилізації природний об'єкт набуває нових графічних якостей і стає основою для створення оригінальної композиції.

Список використаних джерел:

1. Гілязова Н. М. Природні форми в об'єктах графічного дизайну: методи створення. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2024. № 6. С. 35–40.
2. Михайленко В. Є., Кащенко О. В. Основи біодизайну : навч. посібник. Київ : Каравела, 2011. 224 с.

3. Михайленко В. Є., Прищенко С. В. Стилізація природних форм у графічному дизайні та рекламі: формотворчі аспекти. *Технічна естетика і дизайн*. 2012. Вип. 11. С. 121–129.

4. Пічкур М. Метод стилізації як засіб творчого розвитку майбутнього дизайнера на заняттях композиції. *Збірник наукових праць УДПУ*. 2014. № 10 (Ч. 3). С. 105–110.

УДК 7.05:004.9:745.52

Гладій Ольга,
студентка IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:
Ватаманюк Юрій,
асистент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4799-125X>

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ТРАДИЦІЙ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

У сучасному культурному та інформаційному просторі графічний дизайн стрімко трансформується під впливом цифрових технологій. Вони змінюють не тільки інструментарій та підходи до роботи дизайнерів, але і сприяють переосмисленню традиційних художніх принципів, що формувалися протягом довгого історичного розвитку мистецтва. У цьому контексті важливо досліджувати взаємозв'язок між традиціями і новаторськими ідеями, який визначає теперішній стан графічного дизайну [5].

Проблематика теми набуває актуальності через те, що сучасний дизайнер працює на стику класичного мистецтва і передових цифрових технологій. Це вимагає не тільки вдосконаленої технічної підготовки, але й глибокого осмислення культурних традицій, які адаптуються та змінюються в умовах цифрового середовища [2].

Традиції графічного дизайну сформувалися під впливом класичних видів мистецтва, таких як живопис, графіка, типографія та декоративно-прикладне мистецтво. Основи композиції, принципи кольорознавства, ритму та балансу залишаються ключовими й у сучасному дизайні [3].

Дослідники зазначають, що традиційні художні підходи слугують міцною основою для розвитку сучасної дизайнерської практики. Знання

академічного рисунка, уміння працювати з формою і кольоровою палітрою є важливими складовими створення якісного візуального продукту [7].

Окрім того, традиції мають вагомим культурним значенням, адже вони відображають національну ідентичність, історико-культурний досвід та естетичні цінності суспільства. У цьому контексті графічний дизайн стає одним із засобів збереження та передачі культурної спадщини наступним поколінням.

Цифровізація змінює процес графічного дизайну, впливаючи на його технічні та творчі складові. Сучасне програмне забезпечення, онлайн-платформи і штучний інтелект суттєво оптимізують робочі процеси, автоматизуючи рутинні завдання та покращуючи продуктивність проєктів.

Цифрові інструменти відкривають нові можливості для роботи з візуальними елементами. Дизайнер може легко змінювати композицію, експериментувати з кольорами, шрифтами та графічними формами, що стимулює креативність і дозволяє створювати складніші та багатошарові візуальні рішення. Крім того, цифрові технології забезпечують швидке редагування й адаптацію дизайну для різних форматів і платформ [5].

Значний вплив має поширення генеративного дизайну та використання інструментів штучного інтелекту, які здатні генерувати варіанти візуальних рішень за заданими параметрами. Це розширює межі дизайнерської діяльності, але змінює роль фахівця: з виконавця він переходить до куратора або інтерпретатора результатів роботи алгоритмів [1].

Втім, цифровізація супроводжується певними викликами. Надмірна залежність від технологій може негативно вплинути на розвиток ручних навичок і призвести до втрати індивідуального стилю. У такій ситуації важливим є пошук балансу між використанням цифрових та традиційних художніх методів, адже саме вони додають глибини та унікальності кожному дизайнерському проєкту [4].

Цифровізація не знищує традицій, а сприяє їхньому переосмисленню і модифікації відповідно до сучасних реалій. Сучасні дизайнери активно інтерпретують класичні художні техніки, впроваджуючи їх у цифровий контекст. Це знаходить свій вияв у використанні традиційної типографіки, декоративних орнаментів та ілюстративних підходів, інтегрованих із цифровими інструментами [2].

Значний інтерес викликає тенденція до поєднання технік ручної графіки з засобами цифрової обробки, що відкриває можливості для створення унікальних і неповторних візуальних образів. Такий метод забезпечує збереження автентичності дизайнерських рішень і водночас відповідає вимогам сучасного цифрового середовища [7].

Окрім цього, цифрові технології виступають ефективним засобом для відтворення та популяризації культурної спадщини в інноваційних формах, що сприяє її доступності для широких верств суспільства. Це набуває особливого значення в умовах глобалізаційних процесів, які актуалізують завдання збереження і підтримання національної ідентичності [5].

Попри значні переваги цифровізації сучасний графічний дизайн стикається з цілою низкою викликів, що впливають як на професійну діяльність дизайнерів, так і на якість візуальної комунікації. Одним з основних таких викликів є збереження авторської унікальності в умовах широкого застосування цифрових інструментів і генеративних технологій. Автоматизація процесів створення дизайну нерідко сприяє стандартизації візуальних рішень, що може призводити до втрати індивідуального почерку [1].

Етичні аспекти використання штучного інтелекту в галузі дизайну становлять ще одну суттєву проблему. Серед них особливо актуальним є питання авторських прав, адже творіння, створені за допомогою алгоритмів, не завжди мають чітко визначеного автора. Це ускладнює правове регулювання та вимагає розробки нових підходів до концепції авторства в цифрову епоху [1].

Ще одним викликом є явище інформаційного перевантаження, яке зумовлене величезними обсягами візуального контенту в цифровому середовищі. У таких умовах від дизайнерів очікується створення робіт, які не лише виглядають естетично привабливо, а й ефективно виконують комунікативну функцію, здатні привертати увагу та чітко передавати необхідний зміст [7].

Водночас цифрові технології відкривають перед графічним дизайном значні перспективи. Завдяки їм виникають нові формати візуальної комунікації, такі як інтерактивний дизайн, анімація, мультимедійні проекти та доповнена реальність. Ці інновації дозволяють глибше взаємодіяти з аудиторією та створювати емоційно насичений досвід сприйняття.

Крім того, цифровізація відкриває доступ до світового інформаційного простору, що сприяє обміну ідеями, збагачує креативні індустрії та забезпечує інтеграцію національних дизайнів у глобальний контекст. Це створює сприятливі умови для подальшого розвитку графічного дизайну як ключового елемента сучасної культури [6].

Отже, майбутнє графічного дизайну ґрунтується на гармонійному поєднанні традиційних методів із сучасними інноваціями, що дає змогу створювати якісний, змістовний і конкурентоспроможний візуальний продукт.

Цифрові технології стали ключовим фактором у трансформації традицій графічного дизайну. Вони не лише змінюють технічні підходи в професії, а й впливають на естетику та культурну складову самого дизайну.

Сучасний графічний дизайн постає як поєднання класичних художніх принципів із передовими технологічними рішеннями. Така синергія гарантує його релевантність у цифровому світі та сприяє подальшому розвитку візуальної комунікації.

Список використаних джерел:

1. Безугла Р., Тіхонова Є. Графічний дизайн в Україні: актуальні проблеми та сучасні тенденції. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*. 2025. № 7 (2). С. 247–249.
2. Ворона Н., Слівінська А. Тенденції сучасного графічного дизайну. *Young Scientist*. 2024. № 6 (130). С. 13–18.
3. Іванова О. Трансформація графічного дизайну під впливом доповненої реальності: історія та сучасність. *Fine Art and Culture Studies*. 2023. № 4. С. 141–146.
4. Колісник О., Чугунов Р. Графічний дизайн: сучасні тенденції. *Актуальні проблеми сучасного дизайну*. 2024. № 5 (2). С. 262–265.
5. Кротевич О. С., Москаль О. Сучасні тенденції графічного дизайну *Актуальні проблеми сучасного дизайну*. 2025. № 7 (2). С. 286–288.
6. Чжюань Ч., Чуботіна І. Еволюція та інновації в графічному дизайні. *Art and Design*. 2025. № 8 (2). С. 74–81.
7. Шостачук Т. В., Петухова Т. А., Денисенко А. О., Трегуб А. М., Піддубна О. М. Сучасні тенденції графічного дизайну у світі та Україні. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 11 (39). С. 1602–1611.

УДК 7.05:004.9:502.131.1

Гребенюк Іван,
доктор філософії,
доцент кафедри дизайну
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1562-9464>

ЦИФРОВИЙ ДИЗАЙН У КОНТЕКСТІ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ

У сучасному інформаційному суспільстві цифровий дизайн відіграє важливу роль у формуванні комунікаційного середовища, культурних практик та візуальних моделей взаємодії людини з інформацією [4]. Стрімкий розвиток цифрових технологій, масове поширення онлайн-сервісів, мобільних застосунків та інтерактивних платформ спричиняє

суттєві трансформації соціокультурних процесів, а також формує нові моделі виробництва та споживання інформації [6].

Разом із цим розвиток цифрової інфраструктури супроводжується зростанням екологічного навантаження. Функціонування дата-центрів, серверних мереж та обчислювальних систем потребує значних енергетичних ресурсів, що безпосередньо впливає на глобальні екологічні процеси [6]. У зв'язку з цим актуалізується проблема формування відповідальних підходів до цифрового проектування, у межах яких дизайнер розглядається не лише як творець візуального контенту, а як учасник ширшої системи культурної, технологічної та екологічної взаємодії [4].

Проблематика екологічного та сталого дизайну посідає важливе місце у сучасному науковому дискурсі. Теоретичні засади екологічно орієнтованого дизайну були сформульовані у працях різних дослідників, як зарубіжних, так і вітчизняних, які розглядали проектну діяльність у контексті взаємодії людини, технологій та природного середовища [4; 5].

Окремий напрям сучасних досліджень пов'язаний із концепцією *sustainable design* (сталого дизайну), що передбачає оптимізацію використання ресурсів, мінімізацію негативного впливу на довкілля та формування відповідального ставлення до процесу проектування [5]. У контексті цифрової культури активно використовується поняття *digital sustainability*, яке охоплює питання енергоефективності цифрових продуктів, оптимізації інформаційних систем та раціоналізації цифрового середовища [6].

Разом із тим у сучасному науковому дискурсі взаємозв'язок між екологічними принципами цифрового дизайну та формуванням культурної відповідальності дизайнерів досліджений недостатньо повно. Це зумовлює необхідність комплексного аналізу ролі екологічно орієнтованого проектування у контексті сучасної дизайнерської практики.

У сучасних умовах цифровий дизайн виходить за межі традиційного розуміння візуальної комунікації. Він стає складовою більш широкої системи цифрового середовища, що впливає на інформаційні процеси, культурні практики та поведінкові моделі користувачів [1].

Зростання обсягів цифрового контенту спричиняє значне збільшення обсягів даних, що зберігаються та обробляються у глобальних мережах. Це, своєю чергою, призводить до збільшення енергоспоживання цифрової інфраструктури та посилення екологічного навантаження на технологічні системи [6]. У цьому контексті формується поняття цифрової екології, що передбачає усвідомлення екологічних наслідків функціонування цифрових технологій та відповідальне ставлення до процесів цифрового виробництва.

Дизайнери, які працюють у сфері цифрових продуктів, беруть участь у створенні інтерфейсів, вебплатформ, мультимедійного контенту та цифрових сервісів. Їхні проектні рішення впливають не лише на естетичну якість цифрових продуктів, а й на ефективність використання технологічних ресурсів та енергетичних систем [3].

Екологічні принципи цифрового дизайну спрямовані на оптимізацію цифрових процесів та зменшення енергетичного навантаження на технологічну інфраструктуру.

Оптимізація цифрового контенту. Раціональне використання графічних елементів, оптимізація зображень, зменшення обсягу файлів та обмеження надлишкових анімацій сприяють зниженню обсягів переданих даних і підвищенню ефективності функціонування цифрових систем [7].

Енергоефективність цифрових інтерфейсів. Архітектура інтерфейсу може впливати на рівень енергоспоживання електронних пристроїв. Використання оптимізованих кольорових схем, темних режимів та спрощених структур інтерфейсу сприяє підвищенню енергоефективності цифрових продуктів [6].

Мінімалізм і функціональність. Застосування принципів мінімалістичного дизайну дозволяє скоротити кількість надлишкових візуальних елементів, що сприяє оптимізації роботи цифрових систем та підвищенню ефективності інформаційної комунікації [3].

Довготривала актуальність дизайну. Проектування цифрових продуктів з орієнтацією на тривалий життєвий цикл сприяє зменшенню потреби у частому оновленні та повторному створенні цифрових ресурсів, що позитивно впливає на екологічний баланс цифрового середовища [5].

Етична відповідальність дизайнерів. Проектна діяльність у сфері цифрового дизайну передбачає усвідомлення соціальних, культурних та екологічних наслідків дизайнерських рішень. У цьому контексті формується нова модель професійної етики дизайнера, що ґрунтується на принципах сталого розвитку та культурної відповідальності [4].

Поняття культурної відповідальності у дизайні передбачає усвідомлення соціального та культурного впливу дизайнерських рішень. У цифровому середовищі це означає формування не лише естетично якісних інтерфейсів, а й відповідального інформаційного простору, що сприяє гармонізації взаємодії між технологіями та суспільством [1].

Крім того, цифровий дизайн може виконувати просвітницьку функцію, формуючи екологічну свідомість користувачів. Через інструменти візуальної комунікації, цифрові платформи та інформаційні сервіси дизайнери здатні популяризувати принципи сталого розвитку та екологічно відповідальної поведінки [4; 5].

Подальший розвиток цифрових технологій потребує інтеграції екологічних принципів у практику проектування. Це передбачає міждисциплінарну співпрацю дизайнерів, програмістів, інженерів та дослідників у сфері сталого розвитку з метою створення більш ефективних та екологічно збалансованих цифрових систем [6; 7].

Таким чином, екологічний цифровий дизайн постає не лише як технологічний або естетичний феномен, а як важлива складова сучасної культурної парадигми, що формує нові стандарти професійної відповідальності дизайнерів.

Проблема впровадження екологічних принципів у цифровий дизайн має міждисциплінарний характер, поєднуючи дизайнерські, технологічні, культурологічні та етичні аспекти. У цьому контексті екологічні принципи цифрового дизайну виступають важливим чинником формування культурної відповідальності сучасної дизайнерської практики.

Зростання ролі цифрових технологій у суспільстві зумовлює необхідність усвідомлення їхнього екологічного впливу та впровадження відповідальних підходів до проектування. Запровадження принципів оптимізації цифрового контенту, енергоефективності інтерфейсів, мінімалістичного дизайну та довготривалої актуальності цифрових продуктів сприяє зменшенню негативного впливу цифрової інфраструктури на довкілля.

Список використаних джерел:

1. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ХХ–ХХІ століть. Харків : ХДАДМ, 2005. 244 с.
2. Косів В. М. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945–1989 років. Київ : Родовід, 2019. 480 с.
3. Мигаль С. П. Дизайн середовища: проблеми та перспективи розвитку. Львів : Львівська політехніка, 2014. 304 с.
4. Papanek V. Design for the Real World: Human Ecology and Social Change. Chicago : Academy Chicago Publishers, 2005. 394 p.
5. Fry T. Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice. Oxford : Berg Publishers, 2009. 272 p.
6. Hilty L. M., Aebischer B. ICT for Sustainability: An Emerging Research Field. ICT Innovations for Sustainability. Cham : Springer, 2015. P. 3–36.
7. Hilty L. M., Aebischer B. (eds.). ICT Innovations for Sustainability. Cham : Springer, 2015. 478 p.

Гузікова Яна,
студентка I курсу магістерського рівня
спеціальності В2.01 Графічний дизайн,
Тернопільський національний
педагогічний університет ім. В. Гнатюка
Науковий керівник:
Мацшишина Зоя,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Тернопільський національний
педагогічний університет ім. В. Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-7229-760X>

ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУ НАСТІЛЬНОЇ ГРИ

Сучасний дизайн постійно розширює сферу свого застосування, охоплюючи нові напрями творчої та проектної діяльності. Одним із таких напрямів є дизайн настільних ігор, який поєднує елементи графічного дизайну, ілюстрації, типографіки та проектування користувацького досвіду. Настільні ігри є важливою складовою сучасної культури дозвілля, а також ефективним інструментом комунікації, навчання та соціальної взаємодії. У зв'язку з цим зростає потреба у створенні якісних дизайн-проектів настільних ігор, що відповідають сучасним естетичним і функціональним вимогам.

Одним із важливих аспектів розробки дизайн-проекту настільної гри є формування цілісної системи візуальної навігації. Під час ігрового процесу гравці постійно взаємодіють із різними елементами гри – ігровим полем, картками, фішками, жетонами та іншими компонентами. Тому дизайн повинен забезпечувати швидко та інтуїтивно сприйняття інформації. Для цього використовуються різні графічні засоби: піктограми, кольорові маркери, графічні символи та спеціальні позначення. Вони допомагають структурувати інформацію та спрощують взаємодію користувача з ігровим середовищем [3, с. 44]. Структуру основних елементів дизайн-проекту настільної гри та їх взаємозв'язок представлено на рисунку 1.

Важливою складовою дизайн-проекту є розробка системи іконографіки. Піктограми дозволяють передавати інформацію у візуальній формі без використання великої кількості тексту. Це особливо важливо для настільних ігор, оскільки під час ігрового процесу гравці повинні швидко

орієнтуватися у правилах та ігрових діях. Чітко продумана система іконографіки сприяє зменшенню когнітивного навантаження на гравців і робить гру більш зрозумілою та доступною для широкої аудиторії.

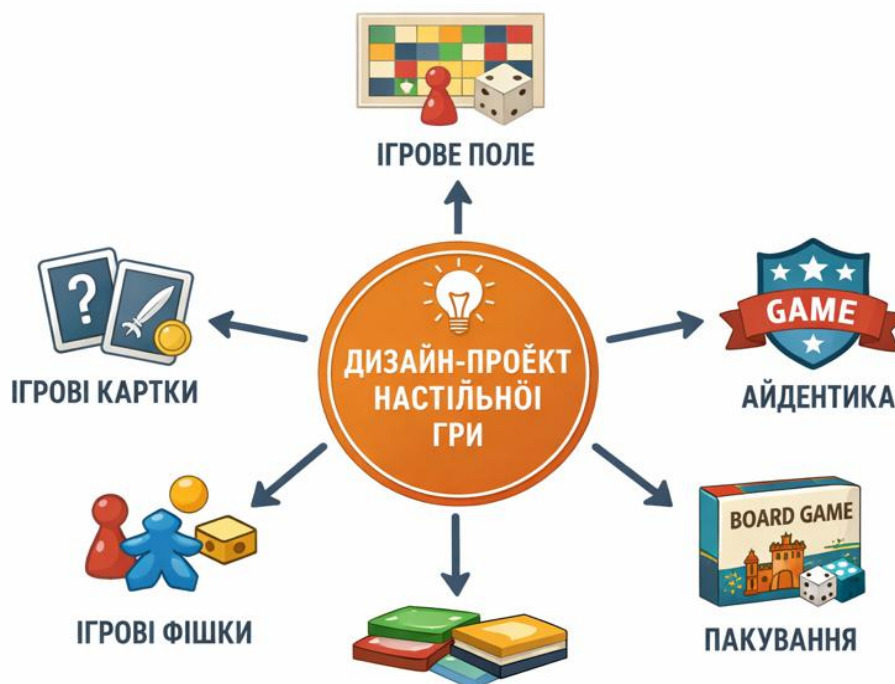


Рис. 1. Основні елементи дизайн-проекту настільної гри

Ще одним важливим принципом є баланс між естетикою та функціональністю. Дизайн настільної гри повинен бути не лише привабливим, а й практичним у використанні. Надмірна кількість декоративних елементів або складні графічні композиції можуть ускладнювати сприйняття інформації та знижувати зручність користування грою. Тому дизайнер повинен знаходити оптимальне поєднання художньої виразності та функціональної чіткості. Візуальні елементи повинні підтримувати ігрову механіку, а не відволікати від неї.

Особливу увагу під час розробки дизайн-проекту настільної гри слід приділяти матеріальності та фізичним характеристикам ігрових компонентів. На відміну від цифрових ігор, настільні ігри мають фізичну форму, що передбачає безпосередню взаємодію користувачів з предметами. Розмір елементів, товщина карток, форма фішок, текстура матеріалів та якість друку впливають на загальний досвід використання гри. Тому дизайнер повинен враховувати не лише візуальну складову проекту, а й ергономічні характеристики ігрових компонентів.

Важливим аспектом сучасного геймдизайну є також створення емоційного досвіду для гравців. Настільна гра повинна викликати інтерес, підтримувати увагу та формувати позитивні емоції під час взаємодії.

Візуальна стилістика, ілюстрації, кольорова атмосфера та загальна художня концепція гри безпосередньо впливають на емоційне сприйняття продукту. Саме тому дизайн настільної гри розглядається не лише як інструмент організації інформації, а і як засіб формування унікальної ігрової атмосфери [2, с. 244].

Суттєвим етапом у процесі створення настільної гри є розробка прототипу. Прототипування дозволяє перевірити ефективність запропонованих дизайнерських рішень та оцінити зручність взаємодії гравців з ігровими елементами. На цьому етапі можуть використовуватися спрощені варіанти ігрових компонентів, що дозволяє швидко тестувати різні варіанти композиції, графічного оформлення та структури ігрового поля. Прототипування допомагає виявити недоліки у дизайні та внести необхідні зміни до фінального варіанту проєкту.

Крім того, важливо враховувати принцип послідовності візуальної комунікації. Усі елементи настільної гри повинні бути пов'язані між собою єдиною графічною системою. Це стосується не лише кольорової гами та ілюстративного стилю, а й використання однакових графічних символів, шрифтів та композиційних рішень. Послідовність у візуальному оформленні допомагає гравцям швидше засвоювати правила гри та формує цілісне сприйняття ігрового продукту.

Ще одним важливим аспектом є дизайн пакування настільної гри. Пакування виконує не лише функцію зберігання ігрових компонентів, а і є важливим елементом візуальної комунікації з потенційним користувачем. Саме упаковка часто створює перше враження про продукт і привертає увагу споживачів. Тому її дизайн повинен відображати основну концепцію гри, передавати її атмосферу та містити зрозумілу інформацію про ігровий процес.

Також слід враховувати роль сучасних цифрових технологій у процесі розробки дизайн-проєкту настільної гри. Використання графічних редакторів, програм для створення ілюстрацій та 3D-моделювання значно розширює можливості дизайнерів. Завдяки цифровим інструментам можна створювати складні графічні композиції, експериментувати з кольоровими рішеннями та швидко вносити зміни у структуру ігрових елементів.

Крім того, сучасні тенденції розвитку дизайну настільних ігор демонструють активне використання інноваційних графічних підходів та експериментальних стилістичних рішень. Дизайнери все частіше поєднують різні художні стилі, використовують авторську ілюстрацію, нестандартну типографіку та оригінальні композиційні рішення [4, с. 52].

Це дозволяє створювати унікальні ігрові продукти, які виділяються на ринку та привертають увагу користувачів.

Таким чином, розробка дизайн-проекту настільної гри є складним багатокомпонентним процесом, який поєднує художні, функціональні та комунікаційні аспекти. Дизайнер повинен враховувати особливості ігрової механіки, потреби користувачів, принципи візуальної комунікації та сучасні тенденції розвитку графічного дизайну. Комплексний підхід до проектування дозволяє створити якісний продукт, який поєднує зручність використання, естетичну привабливість та захопливий ігровий досвід.

Список використаних джерел:

1. Заболоцький А. Ю. Сучасний стан практико-орієнтованого навчання у вищій школі. *Педагогіка і психологія*. 2016. № 2 (12). С. 19–23.
2. Лугова Т. А. Геймдизайн орієнтований підхід до розробки навчальних дисциплін закладів вищої освіти. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2021. 81 с.
3. Лупак О. Дизайн у сучасній візуальній культурі. Київ : Видавництво КНУ, 2020.
4. Пометун О. І. Інноваційні педагогічні технології у вищій освіті. Київ : Освіта, 2018.
5. Пономаренко І. Основи графічного дизайну. Київ : Ліра-К, 2019.
6. Salen K., Zimmerman E. *Rules of Play: Game Design Fundamentals*. Cambridge : MIT Press, 2004.
7. Schell J. *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. Boca Raton : CRC Press, 2019.

УДК 7.05:74:316.77

Діян Вікторія,
студентка II курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»

Науковий керівник:
Матоліч Ірина,
завідувач кафедри дизайну,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-7372>

МИСТЕЦТВО І ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК СПОСІБ ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Візуальне середовище – це сукупність усіх візуальних елементів, що оточують людину у просторі та впливають на її сприйняття. До нього

належать архітектурні форми, інтер'єри, оформлення громадських просторів, рекламні матеріали, цифрові інтерфейси, упаковка продуктів та інші об'єкти візуальної комунікації. Воно формується під впливом культурних, соціальних і технологічних факторів та виконує функцію передачі інформації, емоцій і смислів.

Головною особливістю візуального середовища є його комунікативний потенціал: через кольори, форми, композицію та символіку людина отримує інформацію не лише раціонально, а й емоційно. Воно впливає на настрій, поведінку та взаємодію людини з простором, визначає естетичний досвід та рівень комфорту. Таким чином, інтеграція мистецтва у формування візуального середовища дозволяє досягти гармонії між функціональністю, естетикою та емоційним впливом.

Мистецтво – це особливий спосіб духовно-практичного освоєння світу крізь призму людських цінностей, життєвих смислів і значень. Воно відображає життя в образно-емоційній, інтуїтивній формі, на відміну від категорій науки [1].

Сучасне мистецтво зазнало значної трансформації порівняно з традиційним. Якщо раніше воно існувало переважно як самостійна сфера – живопис, скульптура чи архітектура, – то сьогодні воно активно інтегрується в інші галузі, зокрема у графічний дизайн. Відбулося своєрідне «переродження»: творчість стала більш доступною, функціональною і спрямованою на комунікацію з глядачем. Сучасні дизайнери все частіше використовують художні прийоми, стилі та образи під час створення логотипів, реклами, цифрових продуктів і візуальних айдентик. Це свідчить про те, що межа між ними поступово стирається. У результаті тема взаємозв'язку двох близьких галузей є надзвичайно актуальною, адже саме через візуальність формується сприйняття інформації загалом [3].

Одним із перших яскравих прикладів поєднання мистецтва і графічного дизайну є роботи Анрі де Тулуз-Лотрек наприкінці XIX століття. Його плакати для паризьких кабаре, зокрема «Мулен Руж», стали новим етапом розвитку візуальної комунікації. Художник використовував виразні силуети, обмежену кольорову гаму та динамічну композицію, що дозволяло легко привертати увагу глядача. Фактично, він перетворив рекламний плакат на витвір мистецтва, заклавши основи сучасного графічного дизайну. Його роботи доводять, що навіть комерційні зображення можуть мати високу художню цінність.



Рис. 1. Анрі де Тулуз-Лотрек Рис. 2. «Moulin Rouge, La Goulue» (1889)

Не менш важливу роль у становленні графічного дизайну відіграв Баугауз – німецька школа мистецтва і дизайну, заснована у 1919 році. Представники цього руху прагнули поєднати мистецтво з промисловістю та повсякденним життям. Вони розробили нові підходи до композиції, типографіки та використання форми і кольору, зробивши дизайн більш функціональним і зрозумілим. Основний принцип Баугаузу – «форма слідує за функцією» – саме цей рух остаточно закріпив ідею того, що мистецтво може і повинно бути частиною практичної діяльності людини [2].



Рис. 3. Будівля Баугаузу у м. Дессау (1919)

Важливим етапом у розвитку графічного дизайну стало винайдення друкарського верстата у XV столітті. Винахід Йоганна Гутенберга дозволив масове відтворення тексту і створив перші стандартизовані шрифти, що заклало основи типографіки. Це був перший приклад системного підходу до оформлення інформації: правильне розташування букв, розмір шрифту та використання пробілів стали інструментами візуальної комунікації. Крім того, з'явилася можливість поєднувати текст і декоративні елементи, що робило книги не лише інформативними, а й естетично привабливими [2].

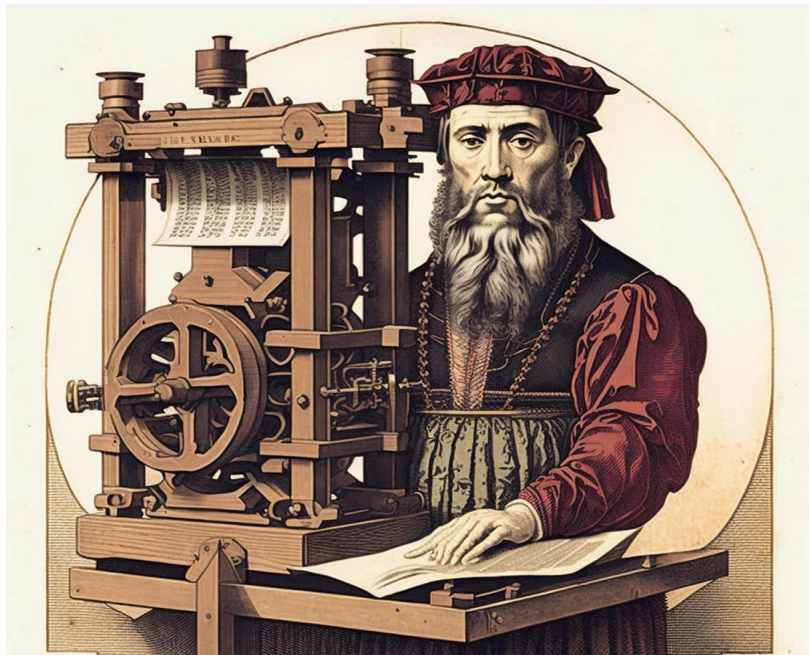


Рис. 4. Йоганн Гутенберг

Винахід Гутенберга мав колосальний вплив на розвиток освіти, богослів'я, економіки, культури Європи та став каталізатором для інформаційної революції. Завдяки книгодрукуванню кількість книг зросла на порядок, їх створення стало простішим, швидшим і доступнішим для широких мас [3].

Винаходи та ідеї минулих століть створили основу для подальшого розвитку творчого мислення і візуальної культури. Класичні прийоми роботи з формою, кольором, композицією та шрифтом стали відправною точкою для експериментів та новаторських рішень у створенні зорових образів. Саме завдяки цим фундаментальним здобуткам сучасні автори можуть поєднувати естетику та функціональність, втілюючи у життя сміливі та креативні концепції, що впливають на сприйняття та емоції людей. Таким чином, історичний досвід став джерелом натхнення і платформою для розвитку нових візуальних ідей.

Список використаних джерел:

1. Баухаус – німецька школа мистецтва і дизайну. *Wayup*. URL: <https://wayup.in/ua/blog/the-bauhaus-school> (дата звернення: 28.03.2026).
2. Винахід та становлення Йоганна Гутенберга. *C4U*. URL: <https://c4u.org.ua/media/calendar/2391> (дата звернення: 28.03.2026).
3. Мистецтво як спосіб духовно-практичного освоєння світу. *Megalib*. URL: http://megalib.com.ua/content/6788_53_Specificni_risi_mistectva_yak_dyhovnoi_sferi_sypilnogo_jittya.html (дата звернення: 28.03.2026).

*Дутка Павло,
магістр I курсу спеціальності В2 Дизайн,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені В. Гнатюка*

Науковий керівник:
Маркович Марія,
*доцент кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики їх навчання,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені В. Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна*

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПРОЄКТУВАННЯ ПРОСТОРОВОГО ДИЗАЙНУ З ВИКОРИСТАННЯМ ЕТНІЧНОГО ОРНАМЕНТУ ЯК СТИЛІСТИЧНОГО МАРКЕРА

У сучасному глобалізованому світі зростає потреба у збереженні культурної ідентичності, що знаходить своє відображення у дизайні простору. Одним з ефективних засобів репрезентації культурного коду є етнічний орнамент, який виступає не лише декоративним елементом, а й носієм символічної інформації, та є акцентом будь-якого предметного середовища. Актуальним є питання гармонійного поєднання традиційних етнічних мотивів із сучасними дизайнерськими рішеннями [3, с. 60].

Сучасні дослідження у галузі дизайну акцентують увагу на ролі культурної спадщини у формуванні предметного середовища. Науковці розглядають орнамент як систему знаків, що відображає історичний досвід, світогляд і естетичні цінності певного народу. Окремі роботи присвячені адаптації етнічних мотивів у цифровому дизайні, архітектурі та інтер'єрах. Серед них праці Нікішенко Ю. («Орнамент як етнокультурна категорія»), Петровської Ю. («Етнічні українські мотиви як джерела інспірації у предметному дизайні»). Герус Л. досліджує прояв етнічності у творчих практиках українських митців XXI ст.

Метою дослідження є визначення сучасних підходів до використання етнічного орнаменту в просторовому дизайні як стилістичного маркера та виявлення принципів його ефективної інтеграції у сучасне середовище. Етнічний орнамент є складною візуальною системою, яка поєднує символіку, ритм, композицію та колористику. Він виконує функцію передачі культурної пам'яті та формує унікальну ідентичність простору. У сучасному дизайні орнамент трансформується, зберігаючи при цьому

свою семантичну основу [5, с. 418]. Орнамент застосовується як засіб підкреслення локальної ідентичності простору (наприклад, у громадських інтер'єрах, музеях, туристичних об'єктах).

Сучасні дизайнери часто спрощують традиційні орнаменти, адаптуючи їх до мінімалістичних або сучасних стилів. Це дозволяє уникнути перевантаження простору та зробити орнамент універсальним.

Застосування цифрових технологій (параметричне моделювання, лазерне різання, 3D-друк) відкриває нові можливості для інтерпретації етнічних мотивів у дизайні.

Використання натуральних матеріалів та традиційних технік (ткацтво, різьблення, кераміка) сприяє створенню автентичного та екологічно сталого середовища.

Сучасний просторовий дизайн тяжіє до синтезу традиційних форм із новітніми технологіями; поєднання народних мотивів із сучасними матеріалами (скло, метал, композити); інтеграції орнаменту в мультимедійні інсталяції; використання генеративного дизайну для створення нових орнаментальних структур.

Отже, етнічний орнамент у сучасному просторовому дизайні виступає важливим інструментом формування культурної ідентичності та стилістичної виразності. Сучасні підходи до його використання базуються на поєднанні традиційних знань і новітніх технологій, що дозволяє створювати унікальні, функціональні та естетично цілісні простори. Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому вивченні цифрових методів генерації орнаментів та їх адаптації до різних типів середовища.

Список використаних джерел:

1. Дяченко А. Естетичні складники українського національного стилю формотворення та декорування. *Збірник наукових праць «Українська академія мистецтва»*. 2023. Вип. 34. С. 85–91.
2. Михайлова Р., Плисюк Ю. Українські етнічні елементи в дизайні сучасного готельного інтер'єру: витоки та особливості. *Art and Design*. 2019. Вип. 4. С. 58–67.
3. Рихліцька О., Косик О. Орнаментальні мотиви в сучасних дизайн-практиках. *Українські культурологічні студії*. 2021. Вип. 1 (8). С. 59–65.
4. Руль О. Виразні можливості етностилістики в сучасному дизайні інтер'єру. *Гуманітарний вісник*. 2020. Вип. 33. С. 82–91.
5. Сиваш І. Концептуальні засади етнодизайну в Україні. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2018. Вип. 3. С. 416–420.

*Дядюх-Богатько Наталія,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
доцент кафедри графіки та мистецтва книги,
ЗВО Національний університет «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6822-7488>*

ВІЗУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ ДОВІРИ: ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ РАДИКАЛЬНОЇ ПРОЗОРОСТІ В СУЧАСНИХ PR-ТЕХНОЛОГІЯХ

Сучасний інформаційний простір характеризується радикальною трансформацією механізмів формування суспільної довіри, де традиційні вербальні PR-стратегії поступаються місцем візуальним інструментам переконання. В умовах епохи метамодерну, що визначається постійним коливанням між технологічним прагненням до досконалості та щирим пошуком автентичності, графічний дизайн перестає бути лише естетичним доповненням комунікації. Він перетворюється на стратегічну технологію управління репутаційним капіталом, стаючи матеріальним втіленням етичних цінностей та прозорості інституції. Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю переосмислення ролі візуальних комунікацій у контексті «нової щирості», де складність цифрового інструментарію поєднується з навмисною недосконалістю форм для побудови горизонтальних зв'язків із аудиторією.

Праці Альберто Каїро [1] та Еллен Лаптон [2] закладають фундамент для розуміння дизайну не як декоративного елемента, а як складного інструмента нарративу та верифікації даних, де візуальна подача інформації безпосередньо впливає на її достовірність у сприйнятті аудиторії. Цей підхід доповнюється концепціями Аліни Уїлер [4] та авторів теорії економіки вражень Джозефа Пайна та Джеймса Гілмора [6], які переносять акцент із суто естетичних категорій у площину капіталізації довіри та формування репутації через якість користувацького досвіду. Український науковий сегмент, представлений дослідженнями Вікторії Шевченко [3], гармонійно поєднує ці глобальні тенденції з локальним медіа-контекстом, аналізуючи механізми ідентифікації та впливу візуальних образів на суспільну свідомість. Водночас праці Лева Мановича [5] та теоретиків візуальної риторики Чарльза Хілла і Маргеріт Хелмерс [7] дозволяють осмислити технологічну природу сучасного дизайну як софтокультурного феномену, де програмні інструменти стають мовою переконання. Аналіз представлених джерел свідчить про глибоку інтеграцію

теоретичних засад візуальної грамотності та стратегічного менеджменту в сучасний дискурс графічного дизайну.

У світі, перенасиченому «дипфейками» та маніпуляціями, PR-технології зміщують акцент із текстових переконань на візуальні докази. Це візуальний фактчекінг та архітектура довіри. Дизайн у цьому контексті виконує роль «адвоката правди»: використання складної дата-візуалізації, інтерактивних звітів та інфографіки в реальному часі створює ефект прозорості. Глобальним трендом є естетика «сирих даних» – коли бренди та інституції не приховують внутрішні процеси за глянцевиими картинками, а виставляють їх на загальний огляд у структурованому, зрозумілому вигляді. Це формує репутацію відкритої системи, де дизайн слугує фільтром, що очищує інформацію від маніпулятивного шуму.

В українському PR-просторі цей підхід став домінуючим у комунікації державних та волонтерських інституцій. Проекти цифрової трансформації, такі як «Дія», будують свій PR-капітал саме на дизайні: лаконічність, зрозумілість інтерфейсу та відкритість алгоритмів комунікують «державу як сервіс» краще за будь-які лозунги. Візуальна мова звітів фонду «Повернись живим» або платформи UNITED24 також працює на радикальну прозорість: чітка інфографіка витрат та надходжень створює ефект співпричетності та довіри, що є критичним для репутації в умовах кризового менеджменту.

Сучасний PR відходить від ідеально вилізаних рекламних образів на користь візуальної мови, що імітує реальне життя. Репутаційна автентичність та естетика «залаштунків» – це стратегія «недосконалого дизайну», яка свідомо використовує елементи чернеток, аматорської зйомки чи рукописних нотаток у офіційних комунікаціях. Така технологія створює ілюзію прямого доступу до «залаштунків» бренду, знімаючи бар'єр між корпорацією та споживачем. У метамодерністському розумінні це акт «нової щирості», де репутація будується не на силі та бездоганності, а на вразливості та людяності.

Українські креативні агенції (наприклад, Banda або Fedoriv) часто використовують цей прийом для брендів, що прагнуть стати «своїми» для аудиторії. Рекламні та PR-кампанії для Comfy чи Rozetka часто базуються на побутовій естетиці, використанні мемів та візуального стилю соцмереж, що робить комунікацію живою. Це перетворює PR-повідомлення з нав'язливої пропаганди на дружню пораду, де дизайн своєю «непричесаністю» сигналізує: «ми такі ж як ви, нам можна вірити».

UX-PR дизайн взаємодії як головний репутаційний аргумент. У цифрову епоху репутація бренду формується не тим, що він про себе каже, а тим, як він працює. Дизайн користувачького досвіду (UX) став

потужною PR-технологією: якщо мобільний застосунок банку чи державний портал працює безшовно, це створює позитивний імідж надійного партнера. Навпаки, поганий дизайн інтерфейсу сьогодні сприймається як неповага до клієнта і стає причиною репутаційних криз. Отже, інвестиції у якісний дизайн продукту сьогодні є ефективнішими за пряму PR-рекламу.

Яскравим українським прикладом є кейс Monobank. Його PR-успіх лише на 20 % складається з креативної реклами, а на 80% – з ідеально відшліфованого дизайну взаємодії. Швидкість переказу, іронічні сповіщення, ігрові елементи (нагороди, коти) – все це елементи дизайну, які працюють на формування образу прогресивного та лояльного до клієнта банку. В такому контексті дизайн стає матеріальним втіленням PR-стратегії, де кожна кнопка та кожен колір підтверджують обіцянку бренду бути зручним та чесним.

Водночас дизайн користувацького досвіду (UX) стає головним мірилом реальної репутації, де якість та безшовність взаємодії з цифровим продуктом важать більше за будь-які декларативні PR-заяви. Повага до часу та комфорту людини через інтуїтивно зрозумілий інтерфейс є вищим проявом лояльності, що конвертується у довгостроковий капітал довіри. Для українського вектора розвитку характерним є унікальний синтез високотехнологічних рішень із глибоким етно-модерністським кодом, що дозволяє одночасно комунікувати інноваційність та нерозривний зв'язок із національною традицією. Таким чином, сучасний дизайн у синергії з PR-технологіями перестає бути лише оболонкою, стаючи матеріальним втіленням етики та стратегічних цінностей інституції у глобальному візуальному полі.

Підсумовуючи дослідження взаємодії PR-технологій та графічного дизайну в епоху метамодерну, можна стверджувати, що візуальна мова остаточно трансформувалася з допоміжного інструмента оформлення у самостійний репутаційний актив. У сучасному комунікаційному просторі дизайн виконує роль фундаменту довіри, де радикальна прозорість, втілена через відкриту архітектуру даних та експресивну інфографіку, стає головним засобом боротьби з дезінформацією та маніпуляціями. Естетика щирості приходить на зміну стерильному глянцю, що проявляється у свідомій відмові від ідеальних образів на користь крафтових елементів, імітації ручної роботи та візуалізації «залаштунків». Така стратегія дозволяє брендам та державним інституціям, зокрема в українському контексті, будувати горизонтальні та емоційно глибокі зв'язки з аудиторією, базуючись на вразливості та відкритості.

Список використаних джерел:

1. Каїро А. Як графіки брешуть: посібник з візуальної грамотності / пер. з англ. О. Асташова. Київ : ArtHuss, 2021. 256 с.
2. Луптон Е. Дизайн – це історія. Майстерність візуальної оповіді / пер. з англ. Ю. Гірич. Київ : ArtHuss, 2021. 160 с.
3. Шевченко В. Е. Візуальна комунікація : монографія. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2012. 440 с.
4. Уілер А. Дизайн бренду. Повний посібник зі створення, просування та підтримки сильних брендів / пер. з англ. О. Капустян. Харків : Фабула, 2019. 320 с.
6. Манович Л. Теорія софткультури / пер. з англ. О. Купріян. Київ : Медуза, 2017. 248 с.
7. Пайн Д. Д., Гілмор Д. Х. Економіка вражень: битва за час, увагу та гроші клієнта / пер. з англ. Т. Дитина. Київ : Наш Формат, 2021. 368 с.
8. Hill C. A., Helmers M. Defining Visual Rhetorics. Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 2004. 352 p.

УДК 74.37.01

Заболотна Анна,
студентка I курсу магістратури спеціальності «Дизайн»,
Київський національний університет будівництва і архітектури
Науковий керівник:
Хараборська Юлія,
доцент, кандидат архітектури,
Київський національний університет будівництва і архітектури,
м. Київ, Україна
ORCID: 0000-0002-0308-1753

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Сучасний розвиток суспільства та трансформація освітніх підходів зумовлюють необхідність переосмислення принципів проектування освітнього середовища для дітей дошкільного віку. Умови глобалізації, цифровізації та зростання уваги до індивідуальних потреб дитини формують нові вимоги до організації предметно-просторового середовища, яке повинно не лише відповідати функціональним нормам, а й виступати активним чинником розвитку особистості [3].

Проблематика формування такого середовища розглядається у контексті міждисциплінарних досліджень, що поєднують *дизайн, педагогіку та психологію*. У сучасних наукових підходах середовище трактується як цілісна система, яка впливає на когнітивний, емоційний та соціальний розвиток дитини. І як система освітнє середовище є дуже чутливе до

змін. Тобто зміна якогось одного параметру впливає на зміну всіх інших параметрів. Відтак особливого значення набуває впровадження інноваційних дизайнерських рішень, спрямованих на створення адаптивного та стимулюючого простору.

Одним із ключових аспектів інноваційного проектування є орієнтація на *принципи гнучкості, трансформативності та варіативності середовища*. Використання модульних систем, мобільних меблів та трансформаційних конструкцій дозволяє забезпечити швидку зміну функції та предметного наповнення простору відповідно до освітніх потреб [2]. Такий підхід сприяє формуванню динамічного середовища, що підтримує різні види діяльності та стимулює активну участь дитини у взаємодії з простором.

Не менш важливим є *впровадження інтерактивних елементів*, які активізують сенсорний досвід та сприяють розвитку творчого мислення. Інтерактивні поверхні, ігрові модулі та тактильні елементи формують умови для дослідницької діяльності, що є важливою складовою раннього розвитку. При цьому особливої уваги потребує забезпечення гармонійного поєднання технологічних рішень із природними компонентами середовища.

Суттєвим напрямом сучасного дизайну є також *екологізація освітнього простору*. Використання природних матеріалів, організація природного освітлення, інтеграція зелених зон та біофільних елементів сприяє створенню комфортного та безпечного середовища [1]. Такий підхід не лише покращує фізичні умови перебування дітей, а й формує основи екологічної культури та відповідального ставлення до навколишнього середовища.

Окрім інновацій, в дизайні середовища важливу роль відіграють також новітні освітні концепції, такі як методика Монтесорі, STEAM-освіта, підхід Реджіо Емілія, а також Вальдорфська педагогіка. Кожна з них формує специфічне бачення середовища як інструмента розвитку дитини, що суттєво впливає на дизайнерські рішення.

Зокрема, підхід Монтесорі орієнтується на створення структурованого, впорядкованого середовища, яке забезпечує дитині свободу вибору та самостійну діяльність. Простір організовується за принципом доступності, де всі елементи адаптовані до зросту дитини та розташовані у логічній послідовності. Це сприяє розвитку автономності, концентрації та відповідальності [4].

STEAM-освіта, своєю чергою, акцентує увагу на інтеграції різних сфер знань через практичну діяльність. У дизайні це проявляється у

створенні відкритих, гнучких просторів, що включають зони для експериментування, конструювання та творчих досліджень. Таке середовище стимулює критичне мислення, інноваційність і здатність до вирішення комплексних завдань [5].

Підхід Реджіо Емілія розглядає середовище як «третього вчителя», що взаємодіє з дитиною через естетику, світло, матеріали та просторову організацію. Значна увага приділяється відкритості простору, візуальній прозорості, використанню дзеркал, натуральних текстур і композиційній цілісності. Такий підхід формує середовище, що сприяє комунікації, дослідженню та самовираженню [6].

Особливе місце займає Вальдорфська педагогіка, яка базується на гармонійному розвитку дитини через взаємодію з природою, мистецтвом і ритмом. У дизайні це проявляється у використанні природних матеріалів, м'яких форм, теплих кольорових рішень та відсутності жорсткої геометрії. Простір у вальдорфських закладах має бути емоційно комфортним, спокійним і таким, що підтримує уяву дитини, а не переважуватиме її стимуляцією [7].

Таким чином, інноваційні підходи до проектування середовища для дітей дошкільного віку базуються на інтеграції гнучких просторових рішень, інтерактивних технологій та екологічних принципів. Сучасні освітні концепції, своєю чергою, також здійснюють суттєвий вплив на формування предметно-просторового середовища дошкільних закладів. Поєднання інноваційних концепцій в дизайні та освіті дозволяє створити сучасний освітній простір, який відповідає актуальним викликам суспільства та забезпечує всебічний розвиток дитини.

Список використаних джерел:

1. ДБН В.2.2-4:2018. Заклади дошкільної освіти. [Чинний від 2018-10-01]. Київ : Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, 2018. 40 с.
2. Бондар К. М., Дорошенко Л. В., Жукова Л. В., Склянська О. В., Смехньова Т. В., Трушик О. В., Шестопалова О. П. Теорія і практика інклюзивної освіти : навч.-метод. посіб. / упор. К. М. Бондар. Кривий Ріг : Проект «Підтримка інклюзивної освіти у м. Кривий Ріг», 2019. 170 с.
3. Савельєва О. В., Артемьєва І. С., Кальчева І. О., Руцька В. П. Ергономічні особливості проектування середовища для дітей. *Перспективні технології для забезпечення безпеки життєдіяльності та довголіття людини* : тези доповідей Другої Міжнар. наук.-техн. конф. Одеса : ОНМУ, 2019. С. 108–112. URL: <https://surl.li/fkteij> (дата звернення: 30.03.2026).
4. Montessori M. The Montessori Method / trans. by A. E. George. New York : Frederick A. Stokes Company, 1912. 306 p. URL: <https://www.arvindguptatoys.com/arvindgupta/montessori-new.pdf> (дата звернення: 29.03.2026).

5. Вдовченко В. В., Поліхун Н. І. Реалізація освітнього підходу STEAM в технологічній освіті Нової української школи. *Освітня траєкторія*. 2024. № 3 (94). С. 55–61. URL: <https://otr.iod.gov.ua/ojs/index.php/otr/article/view/171> (дата звернення: 30.03.2026).

6. Баліка Л., Філоненко Р. Створення сучасного освітнього простору в закладах загальної середньої освіти на основі педагогіки Реджо Емілія. *Інноватика у вихованні*. 2023. Вип. 17. С. 141–147. URL: <https://ojs.itup.com.ua/index.php/iiu/article/view/544> (дата звернення: 30.03.2026).

7. Edwards C. P. Three Approaches from Europe: Waldorf, Montessori, and Reggio Emilia. *Early Childhood Research and Practice*. 2002. Vol. 4, no. 1. URL: <https://ecrp.illinois.edu/v4n1/edwards.html> (дата звернення: 29.03.2026).

УДК 76:004.9:745.52

Заліська Наталія,

студентка III курсу спеціальності 022 Дизайн,

ЗВО «Університет Короля Данила»

Науковий керівник:

Кухар Галина,

старший викладач кафедри дизайну,

ЗВО «Університет Короля Данила»,

м. Івано-Франківськ, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3305-4246>

ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ОРНАМЕНТІВ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

У сучасному світі графічний дизайн швидко розвивається під впливом цифрових технологій. Разом із цим зростає інтерес до використання традиційних елементів культури, зокрема орнаментів, які допомагають зберегти національну ідентичність у сучасному візуальному середовищі [2]. Українські орнаменти є важливою частиною культурної спадщини, адже вони містять символіку, що формувалася протягом багатьох поколінь. Сьогодні ці елементи активно використовуються у графічному дизайні, зокрема в айдентиці брендів, рекламі та цифрових ілюстраціях [3].

Актуальність теми зумовлена необхідністю поєднання традиційної культури з сучасними технологіями, що сприяє не лише збереженню культурної спадщини, а й її популяризації в глобальному інформаційному просторі. Метою цієї роботи є дослідити особливості інтерпретації традиційних орнаментів у цифровому середовищі та їх використання у графічному дизайні.

Орнамент – це не лише декоративний елемент, а й важливий засіб передачі інформації. Він складається із символів, які відображають світогляд, традиції та уявлення людей про навколишній світ [1]. Дослідники зазначають, що орнамент виконує комунікативну функцію, адже за допомогою візуальних форм передається культурний досвід та історична пам'ять народу [4].

Українські орнаменти часто мають геометричні або рослинні мотиви, які символізують природні явища, гармонію та розвиток. Саме тому вони залишаються актуальними і сьогодні, адже легко адаптуються до сучасного дизайну [1]. Крім того, орнамент виступає своєрідною мовою знаків, яка має здатність передавати глибокі сенси без використання тексту. Це дозволяє розглядати його як універсальний інструмент візуальної комунікації.

У сучасному графічному дизайні орнаменти виконують не лише естетичну, а й комунікативну функцію. Вони допомагають створити унікальний стиль та передати ідею бренду або продукту [3]. Завдяки розвитку дизайну орнаменти зазнають змін: їх спрощують, стилізують і поєднують із сучасними графічними елементами. Це дозволяє зробити їх більш зрозумілими та привабливими для сучасного користувача [2].

Також важливо, що використання орнаментів сприяє збереженню культурної ідентичності. У багатьох сучасних проектах дизайнери свідомо звертаються до традиційних мотивів. В умовах цифрового середовища ця інтерпретація стає ще сміливішою: старовинні візерунки перетворюються на піксельні структури, 3D-моделі або анімовані фони для вебсайтів. Окрім цього, орнаменти активно використовуються в рекламі, поліграфії та цифровому маркетингу. Вони допомагають створювати емоційний зв'язок з аудиторією, підсилюючи впізнаваність бренду. Традиційні символи тепер адаптуються під інтерфейси мобільних додатків та соцмереж, де вони стають лаконічними графічними кодами. Замість складних ручних переплетень дизайнери використовують чисту геометрію та яскраві кольори, що робить народні мотиви актуальними для екранів смартфонів. Така діджиталізація традиції дозволяє орнаменту залишатися живим інструментом, який поєднує історію народу з вимогами сучасного цифрового світу.

Цифрове середовище відкриває нові можливості для використання орнаментів. Завдяки сучасним програмам дизайнери можуть створювати складні композиції, які раніше було важко реалізувати вручну [5]. Орнаменти широко використовуються як патерни, декоративні елементи або частина інтерфейсів у цифрових продуктах.

Використання векторної графіки дозволяє масштабувати традиційні мотиви без втрати якості, що важливо для адаптивного дизайну. Орнамент перестає бути просто статичним зображенням і перетворюється на гнучку графічну систему, яка легко підлаштовується під різні формати – від іконок мобільних додатків до масштабних веб-банерів.

Важливо, що у цифровому дизайні відбувається саме інтерпретація орнаментів, їх адаптація до сучасних умов зі збереженням символіки. Дизайнери не просто копіюють давні зразки, а переосмислюють їх через призму мінімалізму, змінюючи колірну гаму на більш сучасну або комбінуючи етнічні мотиви. Сучасні технології дозволяють також створювати анімовані орнаменти, що додає дизайну динамічності та інтерактивності. Таким чином, цифрове середовище значно розширює можливості використання традиційних мотивів.

Отже, орнамент є важливим елементом української культури, який виконує як декоративну, так і символічну функцію. У сучасному графічному дизайні орнаменти активно використовуються та трансформуються відповідно до нових технологічних умов. Вони допомагають створювати унікальний стиль, передавати ідеї та формувати візуальну ідентичність. Особливо важливу роль у цьому процесі відіграє цифрове середовище, яке відкриває нові можливості для творчості, експериментів та поєднання традицій із сучасністю. Крім того, використання українських орнаментів у дизайні сприяє популяризації національної культури, формує інтерес до історичної спадщини та зміцнює культурну самобутність.

Список використаних джерел:

1. Орнамент як символічна форма культури. *Вісник НАКККиМ*. URL: <https://journals.uran.ua/visnyknakkkim/article/view/277644> (дата звернення: 26.03.2026).
2. Осадча А. М. Українська символіка в дизайні. *Південноукраїнські мистецькі студії*. URL: <https://artstudies.pdpu.edu.ua/index.php/artstudies/article/view/215> (дата звернення: 26.03.2026).
3. Рихліцька О. Д., Косик О. І. Орнаментальні мотиви в сучасному дизайні. *Вісник КНУКиМ*. URL: <https://ucs.knu.ua/uk/article/view/2301> (дата звернення: 26.03.2026).
4. Нікіщенко Ю. І. Орнамент як джерело дослідження етнічної культури. *Електронна бібліотека*. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/handle/123456789/3127> (дата звернення: 26.03.2026).
5. Чернявський К. В., Чернявська Т. В. Еволюція візуальних образів у цифровому мистецтві. *Ukrainian Art Science*. URL: <https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/361> (дата звернення: 26.03.2026).

Зінов'єв Андрій,
*студент IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»*
Науковий керівник:
Ватаманюк Юрій,
*асистент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4799-125X>

МОВА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ: ВІД КЛАСИЧНИХ ФОРМ ДО ЦИФРОВИХ ЕКСПЕРИМЕНТІВ

Графічний дизайн у сучасному науковому вимірі визначається як комплексна система візуальної комунікації, що поєднує художні, технологічні та соціокультурні чинники. Основною функцією графічного дизайну є передача інформації за допомогою візуальних образів, символів та знакових систем, що формують ефективний комунікаційний простір [1].

Дослідники відзначають, що мова графічного дизайну формується на основі базових принципів композиції, серед яких важливе місце займають пропорція, масштаб, контраст, ритм та нюанс. Саме ці категорії забезпечують цілісність візуального повідомлення та його зрозумілість для цільової аудиторії [1; 2].

Історичний розвиток графічного дизайну демонструє тісний зв'язок із класичним мистецтвом. Зокрема, принципи «золотого перетину», модульних сіток та гармонійних співвідношень, які застосовувалися у живописі та архітектурі, сьогодні активно використовуються у проектуванні поліграфічної продукції та цифрових інтерфейсів [3].

Вагомий внесок у формування сучасної дизайн-мови здійснила школа Баухауз, яка заклала основи функціонального підходу до проектування. Концепція єдності форми та функції стала ключовою для розвитку мінімалістичних тенденцій у графічному дизайні [4].

Значну роль у розвитку сучасної візуальної культури відіграє типографіка. Науковці підкреслюють, що правильне використання шрифтових композицій дозволяє не лише структурувати інформацію, а й створювати емоційний настрій та формувати ідентичність бренду [5].

Цифрова трансформація суспільства сприяла появі нових інструментів графічного проектування. Використання сучасного програмного

забезпечення дозволяє автоматизувати частину процесів, підвищити точність виконання та розширити можливості творчого експерименту [1].

Особливої актуальності набуває генеративний дизайн, який базується на використанні алгоритмів та штучного інтелекту. Такі технології дозволяють створювати численні варіанти композиційних рішень та обирати найбільш ефективні з них.

Не менш важливим напрямом є UX/UI-дизайн, який орієнтується на дослідження поведінки користувачів. Основною метою такого підходу є створення інтуїтивно зрозумілих інтерфейсів, що забезпечують позитивний користувацький досвід [2].

У наукових працях також акцентується увага на психологічних аспектах кольору. Колір здатний викликати певні асоціації, впливати на рівень довіри та навіть визначати поведінкові реакції користувачів. Саме тому грамотне використання кольорових схем є важливим інструментом дизайнера [2].

Сучасні тенденції розвитку графічного дизайну демонструють зростання ролі анімації та *motion design*. Динамічні елементи дозволяють підвищити рівень залученості аудиторії та зробити комунікацію більш ефективною.

Важливим аспектом є також інтеграція національних мотивів у сучасний дизайн. Українські графічні дизайнери активно переосмислюють традиційні орнаменти, шрифтові форми та символіку, адаптуючи їх до сучасних вимог візуальної комунікації [1].

Розвиток цифрових платформ сприяв популяризації дизайну серед широких верств населення. Онлайн-сервіси для створення графіки дозволяють навіть непрофесіоналам реалізовувати власні творчі ідеї, що свідчить про демократизацію дизайну як сфери діяльності.

Перспективним напрямом розвитку є використання технологій доповненої та віртуальної реальності. Вони дозволяють формувати новий рівень взаємодії користувача з інформаційним середовищем.

Важливо наголосити, що попри активний розвиток цифрових технологій, класичні принципи дизайну залишаються актуальними. Саме їхнє поєднання із сучасними інноваціями дозволяє досягти найбільш ефективних результатів у візуальній комунікації.

Отже, мова графічного дизайну є динамічною системою, яка реагує на технологічні, культурні та соціальні зміни. Її розвиток демонструє постійний пошук нових форм виразності та засобів комунікації.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що сучасний графічний дизайн виступає важливим чинником формування інформаційного суспільства. Його роль полягає не лише у створенні естетичних образів, а й у забезпеченні ефективної передачі інформації.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів у навчальному процесі дизайнерських спеціальностей, а також у практичній діяльності графічних дизайнерів.

Перспективи подальших досліджень пов'язані із вивченням впливу штучного інтелекту на трансформацію дизайнерського мислення, а також з аналізом нових форм взаємодії людини та цифрового середовища.

Список використаних джерел:

1. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті. Львів : Львівська національна академія мистецтв, 2006. 36 с.
2. Косів В. М. Українська ідентичність у графічному дизайні : кваліфікаційна наук. праця на правах рукопису. 2019. 645 с.
3. Костенко І. О. Типографіка як естетико-функціональний елемент вебінтерфейсів. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2025. № 1 (3). С. 54–59.
4. Потапенко М. В., Демиденко О. І., Потапенко Г. М. Використання цифрових інтерактивних технологій в освітньому середовищі спеціальності 022 Дизайн. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2023. № 1 (3). С. 85–90.
5. Потрашкова Л. В. Основи композиції та дизайну : навч. посібник. 2007. 150 с.

УДК 339.138:659.127.4:766

Коваль Христина,
*студентка IV курсу спеціальності «Дизайн»,
Фаховий коледж ЗВО «Університет Короля Данила»*
Науковий керівник:
Левицька Роксолана,
*асистент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6115-1582>

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНИХ БРЕНДІВ: ПОШУК БАЛАНСУ МІЖ ЛОКАЛЬНИМ І ГЛОБАЛЬНИМ

Історичні витоки графічних символів: від печерного мистецтва до піктограм

Літери алфавіту були винайдені майже чотири тисячі років тому в Месопотамії, щоб пришвидшити спілкування: малювання предметів, які

продавалися або обмінювалися, забирало дорогоцінний час для торгівлі. Протягом останніх тридцяти років ми знову почали вводити піктограми в наше письмо. Цього разу головним чином для вираження емоцій і почуттів.

Емодзі можуть допомогти створити більш співчутливий світ для всіх нас, йдеться в звіті Adobe про світові тенденції в області емодзі за 2021 рік. Адже кожному зрозуміло, що написання «Не можу дочекатися, щоб піти» означає все, що завгодно, але не буквально «Не можу дочекатися, щоб піти».

Улюблені як бумерами, так і міленіалами понад 3000 емодзі рясніють у нашому повсякденному спілкуванні. Іконки, що зображують їжу, природу та різні предмети стали більш поширеними в останні роки, але фаворитами все ще залишаються обличчя. У тому ж звіті Adobe вказано, що категорії, яких користувачі хотіли б бачити більше – це насамперед «емоції та почуття», а потім «стосунки».

Перша поява «смайликів» датується, ймовірно, березнем 1881 року, коли чотири стилізовані обличчя були опубліковані в американському сатиричному журналі Puck як демонстрація типографічних навичок.

Вісімдесят років потому, в 1963 році, комерційний художник Харві Болл створив перший великий жовтий смайлик, який ми всі знаємо: його використовувала страхова компанія для внутрішньої комунікаційної кампанії [1].

Трансформація піктограм у цифрову комунікацію: смайли та емоджі як новий візуальний код

Що спонукало до збільшення використання неалфавітних символів в англійській (та інших мовах) в останні роки? Деякі з них мають довгу історію, як показує погляд на будь-яку клавіатуру – &, %, £, @, +, = тощо – але в кінці 1980-х років сталося щось інше.

Ми стали свідками появи смайликів або усміхнених облич. Перше зафіксоване використання в Оксфордському словнику англійської мови датується 1987 роком, хоча явище малювання усміхнених облич у письмі є набагато давнішим. Приблизно в той же час було придумано альтернативний термін: емодзі. Перші спроби використовували символи клавіатури, які, якщо дивитися на них збоку в англійському контексті, мали на меті передати емоційне відчуття або тон.

Як впливає з оригінальної назви, передбачувана емоція була пов'язана із задоволенням або гумором, що зазвичай виражалося за допомогою :), але незабаром з'явилися варіації, що виражали цілий ряд інших значень. Почуття доповнювалися творчими комбінаціями, що відображали реальних персонажів та інші події. У мене є словник смайликів,


опублікований у 1993 році, що містить понад 650 варіацій. Лише деякі з них використовувалися досить часто, а після піку популярності в 1990-х роках їх використання різко скоротилося. Інтерес до них відновився, коли технологія еволюціонувала і дозволила замінити символи на клавіатурі більш реалістичними обличчями.

Спочатку вони були жовтими та однорідними. Згодом вони почали відображати різні кольори шкіри та статі. Це є відповіддю на еволюцію клімату визнання та поваги до соціальної різноманітності.

Ці символи були введені, щоб обійти проблему, яка, на думку деяких, існувала в графічному (друкованому) характері електронного спілкування.

Бракувало індивідуальності почерку, кінесики спілкування (міміки та жестів) та просодичної динаміки мови, зокрема інтонації, за винятком натяків, що передавалися за допомогою знаків питання та знаків оклику. Вважалося, що нові символи будуть однозначно виражати емоційні наміри [2].

Кроскультурні відмінності у використанні емоджі: глобальні та локальні особливості

У різних культурних контекстах один і той самий смайлик може мати абсолютно різне тлумачення. Наприклад, смайлик , який зазвичай означає силу, може мати дуже різне значення залежно від культурного контексту. У Канаді люди можуть тлумачити його як символ біцепсів; в арабському регіоні його можуть тлумачити як ознаку неприємного запаху тіла; а для німців цей смайлик може означати: «Мовчання – це сила».

Майже всі учасники (98 %) згодні з тим, що значення емоджі може відрізнятися в різних культурах, що є цілком логічним, оскільки це схоже на жести, які мають різне значення в різних культурних контекстах. Це призводить до їхніх думок про основні недоліки використання емоджі в міжкультурній комунікації: 76 % учасників вважають, що емоджі можуть призвести до непорозумінь у міжкультурній комунікації через різницю в інтерпретації, а 53 % вважають, що це може призвести до культурних конфліктів [3].

Вплив емоджі на UX

З точки зору користувача, емоджі забезпечують миттєве впізнавання. Вони ефективно передають емоції, враховуючи інтереси як відправника, так і одержувача, тим самим заощаджуючи час усіх учасників спілкування. Те, що може вимагати кількох слів, можна передати одним зображенням, миттєво передаючи бажану емоцію. Але емоджі не є лише

декоративним елементом; вони відіграють важливу роль у підвищенні зацікавленості користувачів, формуванні довіри та розвитку емпатії. Емодзі використовують психологію звичності, бо людей приваблює те, що їм знайоме, тому емодзі надзвичайно легко прийняти та використовувати [4].

Ефективне використання емодзі

Далі розглянемо, як емодзі можна ефективно використовувати в дизайні продукту, забезпечуючи при цьому інклюзивність:

– Не замінюйте слова емодзі: емодзі повинні доповнювати текст, а не замінювати його. Екранні зчитувачі в першу чергу покладаються на альтернативні текстові описи, і використання лише емодзі може призвести до неправильного тлумачення.

– Уникайте перевантаження емодзі: менше означає більше. Використання занадто великої кількості емодзі може захарастити повідомлення і послабити його вплив. Текст на першому місці: завжди розміщуйте текст перед емодзі, а не навпаки. Це гарантує, що повідомлення буде чітким і доступним для всіх користувачів. Уникайте емодзі посередині слів: вставлення емодзі в слова може створити плутанину. Найкраще використовувати емодзі окремо. Вибирайте чіткі емодзі: вибирайте широко визнані емодзі, щоб уникнути двозначності. Не всі емодзі мають однаково зрозуміле значення.

– Уникайте смайликів: емодзі мають вбудовані альтернативні текстові описи, що робить їх доступними для програм-читачів екрану. На відміну від них, смайлики є лише комбінаціями символів і розділових знаків, що не підходить для всіх користувачів.

– Враховуйте фон: переконайтеся, що вибрані емодзі добре виглядають як на світлому, так і на темному фоні, дотримуючись правил контрасту доступності [4].

Отже, графічні символи та емодзі відіграють важливу роль у сучасному цифровому спілкуванні, допомагаючи швидко передавати емоції та настрої. Водночас кроскультурні відмінності показують, що одні й ті самі символи можуть мати різне значення в різних країнах. Візуальна ідентичність брендів повинна поєднувати локальні традиції та глобальні тенденції, щоб бути зрозумілою всім користувачам. Емодзі покращують UX та UI, роблячи спілкування більш доступним і емоційним. На мою думку, правильне використання цих символів робить цифровий простір більш інклюзивним та ефективним.

Список використаних джерел:

1. Returning to the origins of writing – with emoji. *Eurac Research*. URL: https://www.eurac.edu/en/magazine/returning-to-the-origins-of-writing-with-emojis?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 06.03.2026).
2. The past, present, and future of emojis. *Cambridge University Press*. URL: https://www.cambridge.org/elt/blog/2021/07/02/the-past-present-and-future-of-emojis/?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 06.03.2026).
3. Li Lingfeng, Zheng Xiangwen. Cross-Cultural Communication in the Digital Age: An Analysis of Cultural Representation and Inclusivity in Emojis. *arXiv*. URL: <https://arxiv.org/pdf/2409.07475> (дата звернення: 06.03.2026).
4. The UX Impact of Emojis. *UX Playbook*. URL: https://uxplaybook.org/articles/how-to-use-emojis-in-ux-design?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 06.03.2026).

УДК 72.01

Ковальова Юлія,
студентка III курсу спеціальності 022 Дизайн,
Черкаський державний технологічний університет
Науковий керівник:
Демессіє Мекурія,
доцент кафедри дизайну,
кандидат технічних наук, доцент,
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5015-4820>

СИМБІОЗ СТИЛІВ – ПЕРСПЕКТИВНИЙ ТРЕНД У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРІВ

Процес поєднання (симбіоз) елементів різних художніх, архітектурних або дизайнерських напрямків для створення унікального, гармонійного образу інтер'єру розвивався від запозичень в епоху Античності та Відродження до еkleктики XIX століття та сучасного змішування, де функціональність поєднується з естетикою [1].

Симбіоз стилів у дизайні інтер'єрів – це гармонійне поєднання елементів різних напрямків для створення унікального, комфортного та функціонального простору. Це не просто творчий безлад, а усвідомлений мікс, де загальні риси (колір, форма, текстура) пов'язують різні деталі до купи, створюючи цілісну картину. Одним із вдалих симбіозів у дизайні інтер'єрів є «Джапанді».

«Джапанді» набув популярності на початку ХХІ століття як відповідь на зростаюче прагнення до збалансованого й екологічного простору. В епоху, коли домінував швидкий спосіб життя та цифрова насиченість, актуальним стилем стає стиль, що відображає простоту, функціональність і зв'язок з природою [2]. Стиль «Джапанді» з його поєднанням японських та скандинавських принципів художньо-технічного проектування став ідеальним рішенням у дизайні інтер'єрів.

У зв'язку з цим в останні десятиліття у формуванні сучасних інтер'єрів найпопулярнішим став симбіоз японського та скандинавського стилю (Джапанді (*Japandi*)).

«Джапанді» (*Japan + Scandi = Japandi*) – це гібридний стиль, що поєднує скандинавський затишок (сканді) та японський мінімалізм. Цей стиль ґрунтується на принципах функціональності, естетичності, екологічності та філософії вабі-сабі (знаходження краси в недосконалості, простоті та природному старінні речей) [3]. Тренд увібрав у себе найкраще з двох світів дизайну: японську невибагливу простоту – вабі-сабі та датський стиль затишку – хюгге, втілені за допомогою натуральних матеріалів та акценту на майстерності виготовлення. Для інтер'єру, оформленого в стилі «Джапанді», важливим є мінімалізм з акцентом на високоякісні натуральні матеріали та палітри нейтральних відтінків, що дозволяє створити ауру спокою.



Рис. 1. Ключові аспекти стилю «Джапанді»

Основні риси стилю «Джапанді»: натуральні матеріали (дерево, камінь, кераміка), нейтральна палітра (бежевий, сірий, білий, чорний), вільні простори, лаконічні меблі, функціональність і зв'язок з природою, що створюють атмосферу спокою та затишку.

Стиль «Джапанді» створює заспокійливу атмосферу, вільну від зайвого декору. «Джапанді» робить акцент на затишок (хюгге) та чистоту ліній, створюючи спокійний, гармонійний простір для життя або роботи. До ключових аспектів дизайну інтер'єрів у стилі «Джапанді» належать (Рис. 1).

Стиль дизайну інтер'єрів «Джапанді» є свідченням краси, що виникає в результаті культурного обміну та поєднання філософії дизайну. Зростання його популярності можна пояснити колективним прагненням до просторів, що пропонують перепочинок від хаосу зовнішнього світу. Поєднуючи найкращі елементи японського та скандинавського стилів, «Джапанді» створює гармонійну естетику, яка не тільки приваблює око, а й створює почуття спокою та рівноваги.

Отже, говорячи про використання стилю «Джапанді» у дизайні інтер'єрів, слід виділити такі ключові канони (Рис. 2):



Рис. 2. Ключові канони стилю «Джапанді»

Освітлення інтер'єрів у стилі «Джапанді» – не просто світло, а важливий емоційний і функціональний елемент простору.

Основні принципи освітлення при використанні стилю «Джапанді» (Рис. 3):



Рис. 3. Принципи освітлення в стилі «Джапанді»

Стиль – це не лише дизайн, а й філософія, що поєднує найкращі елементи японського та скандинавського стилів.

Загалом стиль «Джапанді» в інтер'єрі прагне створення спокійної та затишної атмосфери, де простота і функціональність є головними принципами. Він відрізняється від інших стилів своєю елегантністю та прагненням до природності.

Список використаних джерел:

1. Laila Rietbergen & Marlous Snijder. Japandi Living: Japanese Tradition. Scandinavian Design. *Lannoo Publishers*. 2022. 256 p. URL: <https://www.britishbook.ua/ru/authors/detail/laila-rietbergen/>; <https://www.britishbook.ua/ru/catalog/publisher/lannoo-publishers/all/> (дата звернення: 20.03.2026).
2. Skou N. & Munch A. New Nordic and Scandinavian Retro: reassessment of values and aesthetics in contemporary Nordic design. *Journal of AESTHETICS & CULTURE*. 2016. Vol. 8. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.3402/jac.v8.32573> (дата звернення: 22.03.2026).
3. Toromanoff A., Toromamoff P. Japandi style. When Japanese and Scandinavian design blend. London, New York : Merrell, 2022. 160 p. (дата звернення: 22.03.2026).

*Коружинець Анастасія, Качанов Євгеній,
Острогляд Євгеній,
студенти IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
Київський національний університет технологій і дизайну*
Науковий керівник:
*Агліуллін Руслан,
доктор філософії, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів,
Київський національний університет технологій та дизайну,
м. Київ, Україна*

УНІВЕРСАЛЬНИЙ ДИЗАЙН ЯК ОСНОВА ІНКЛЮЗИВНОСТІ В РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ЦЕНТРАХ

Дослідження принципів універсального дизайну, яке має значення для створення безбар'єрного середовища та інтеграції людей з інвалідністю у суспільне життя, дозволяє глибше зрозуміти потреби маломобільних груп населення та забезпечити їм рівний доступ до простору. Аналіз інклюзивних рішень є корисним для розробки ефективних моделей реабілітації, вивчення впливу інтер'єру на психоемоційний стан пацієнтів та подолання соціальної ізоляції. Провідні архітектори та дизайнери використовують концепції універсального проектування для створення інноваційних центрів, де архітектурна доступність стає частиною терапевтичного процесу та засобом підвищення якості життя.

Метою роботи є дослідження принципів універсального дизайну, основних чинників формування інклюзивного середовища та специфіки потреб маломобільних груп населення, а також визначення актуальних архітектурно-планувальних рішень для розробки дизайн-проекту сучасного реабілітаційного центру.

У ході проведеного дослідження було встановлено, що проектування сучасного реабілітаційного центру для людей з інвалідністю вимагає докорінного переосмислення традиційних підходів до організації простору. Основним вектором формування такого середовища є сім базових принципів універсального дизайну.

Формування безбар'єрного середовища в реабілітаційних центрах базується на принципах універсального дизайну, які спрямовані на створення доступного, безпечного та комфортного простору для всіх користувачів, незалежно від їхніх фізичних можливостей:

1. Рівноправне використання передбачає створення середовища, яке є доступним і зручним для всіх користувачів без поділу на основні та

спеціальні рішення. У реабілітаційних центрах це реалізується через безбар'єрні входи, доступні ліфти та універсальні санітарні приміщення.

2. Гнучкість у використанні – дизайн повинен враховувати різні потреби та можливості користувачів. Це передбачає використання регульованих меблів, універсального обладнання та багатофункціональних приміщень.

3. Простота та інтуїтивність використання – простір має бути зрозумілим для орієнтації незалежно від досвіду користувача. Важливу роль відіграють логічне зонування приміщень, зрозуміла навігація та використання піктограм.

4. Легко сприймана інформація – інформація повинна бути доступною для людей з різними сенсорними можливостями. Це досягається завдяки використанню контрастних написів, тактильних елементів навігації та комбінування візуальних і звукових сигналів.

5. Толерантність до помилок – дизайн має мінімізувати ризик небезпечних ситуацій. У реабілітаційних центрах це реалізується через антиковзкі покриття, поручні, добре освітлені проходи та безпечні меблі.

6. Низьке фізичне зусилля – простір повинен забезпечувати можливість користування без значного фізичного навантаження. Для цього застосовують автоматичні двері, зручні ручки, доступні вимикачі та пандуси.

7. Розмір і простір для доступу та використання – передбачає достатній простір для пересування людей, зокрема тих, хто користується інвалідними візками або допоміжними засобами. Це включає широкі проходи, зручні коридори та достатню площу для маневрування, які дозволяють створити інтер'єр, однаково зручний та безпечний для всіх категорій користувачів без потреби у додатковій спеціалізованій адаптації чи окремих входах для маломобільних груп [2].

Аналіз світового досвіду та актуальних архітектурних рішень підтверджує, що інклюзивність медичних та реабілітаційних закладів сьогодні досягається не лише через виконання технічних нормативів доступності, а й через глибоку інтеграцію терапевтичних функцій безпосередньо в архітектурну форму та дизайн інтер'єру [3].

Особливу увагу в проєктуванні реабілітаційних центрів необхідно приділити зонам першого контакту, де відкритість та світла колористика холів сприяють психологічному розвантаженню відвідувачів (Рис. 1).



Рис. 1. Приклад безбар'єрних зон очікування (ресепшен/хол)

Світовий досвід демонструє активне впровадження принципів універсального дизайну в архітектурі громадських будівель, медичних закладів та міського середовища. У країнах Європи, Північної Америки та Азії концепція безбар'єрності інтегрується у державні будівельні норми та стандарти проектування. Реалізація універсального дизайну проявляється у створенні безбар'єрних входів до будівель, систем навігації, доступних санітарних приміщень, а також адаптованих просторів для людей з обмеженою мобільністю.

Перший принцип – рівноправне використання – передбачає створення умов, за яких усі користувачі можуть користуватися простором однаковим способом без дискримінації або ізоляції. Другий принцип – гнучкість у використанні – орієнтований на адаптацію середовища до різних потреб та індивідуальних можливостей людей. Третій принцип – простота та інтуїтивність використання – передбачає зрозумілу організацію простору незалежно від досвіду або рівня підготовки користувача [3].

Створення повноцінного терапевтичного середовища базується на поєднанні сенсорного дизайну та безбар'єрності, а також застосування безпорогових переходів між різними типами підлогового покриття як в приміщенні, так і між будівлями комплексу (Рис. 2).



Рис. 2. Приклад терапевтичного середовища та сенсорного дизайну в екстер'єрі

Використання екологічних матеріалів у поєднанні з пастельною колористикою інтер'єру сприяє зниженню рівня стресу та позитивно впливає на психоемоційний стан пацієнтів, що є критично важливим у процесі тривалої реабілітації. Таким чином, результати дослідження доводять, що універсальний дизайн у реабілітаційному центрі виступає не лише як засіб забезпечення архітектурної доступності, а і як активний компонент лікування, що стимулює соціальну активність та самостійність особистості [3]. Створене інклюзивне середовище нівелює відчуття фізичних обмежень, перетворюючи простір на гуманну та відкритую платформу для фізичного та ментального відновлення кожної людини незалежно від рівня її мобільності.

Аналіз інклюзивних рішень у проектуванні реабілітаційних просторів визначає ефективні підходи до створення безбар'єрного середовища. Дослідження доводять, що продумане архітектурне середовище позитивно впливає на психоемоційний стан пацієнтів, знижує стрес і сприяє відновленню. Важливими є доступність, ергономіка, природне освітлення, зрозуміла навігація та умови для соціальної взаємодії.

Інклюзивний дизайн виступає інструментом подолання соціальної ізоляції та підтримки активної участі пацієнтів. Прикладом є *Veterans Village of San Diego* – автономна спільнота для ветеранів із ПТСР, що поєднує житло, терапевтичні та соціальні простори, формуючи безпечне середовище з акцентом на приватність і поступову соціалізацію.

Загалом, сучасний універсальний дизайн відображає гуманістичні цінності та інклюзивність сучасного суспільства, є важливим елементом архітектурної культури, відображенням соціальних впливів та тенденцій, що формують доступне середовище для всіх груп населення. Проведене дослідження принципів безбар'єрності та аналіз потреб людей з інвалідністю допоможуть в розробці реабілітаційних та медичних центрів.

Список використаних джерел:

1. Довідник безбар'єрності: посібник з інклюзивної взаємодії / за ред. О. Зеленської. URL: <https://bf.in.ua/>

2. Приймак Д., Антонюк Д. Аналіз закордонного досвіду об'ємно-просторової організації реабілітаційних центрів для осіб із посттравматичним стресовим розладом. *Українська академія мистецтва* : збірник наукових праць. 2025. № 37. С. 74–82. DOI: <https://doi.org/10.32782/2411-3034-2025-37-9>

3. Романюк Н. Універсальний дизайн: принципи, приклади та впровадження в Україні. *Універсальний дизайн*. URL: <https://ud.org.ua/universalnij-dizajn-princzipi-prikladi-ta-vprovadzhennya/>

*Костюк Ольга,
завідувач кафедри дизайну і медіавиробництва,
кандидат філософських наук, доцент,
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
м. Полтава, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5309-2816>*

БАГАТОМОВНІСТЬ ЯК ЧИННИК КОГНІТИВНОГО ТА ЕСТЕТИЧНОГО РОЗВИТКУ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ

Сучасна система підготовки майбутніх дизайнерів формується в умовах глобалізації, активної міжкультурної взаємодії та інтенсивного обміну інформацією. У цих умовах особливої актуальності набуває проблема формування естетичної свідомості здобувачів освіти, здатних до творчої інтерпретації культурних смислів і художніх образів. Важливим чинником такого розвитку виступає багатомовність, яка розширює можливості міжкультурної комунікації та сприяє когнітивній трансформації освітнього середовища.

Дослідники підкреслюють, що опанування кількох мов позитивно впливає на розвиток когнітивних процесів людини, сприяє формуванню гнучкого мислення, розвитку пам'яті та здатності до аналізу складної інформації [1; 2]. Багатомовність не лише збагачує особистість культурно та соціально, а й стимулює когнітивні процеси, сприяючи розвитку пам'яті, аналітичних навичок і критичного мислення, а також підвищує здатність адаптуватися до різних культурних середовищ. Як соціокультурний феномен багатомовність відображає широту інтересів особистості та прагнення до усвідомленого пізнання, що є фундаментом сучасної освіти, і її інтеграція у навчальний процес забезпечує формування комплексних компетентностей для успішної професійної, академічної та соціальної діяльності в умовах глобалізованого світу [5].

У контексті професійної підготовки дизайнерів процеси когнітивного та естетичного розвитку набувають особливого значення. Дизайнерська діяльність пов'язана з творчим переосмисленням культурних символів, образів і візуальних кодів, що функціонують у різних культурних традиціях. Саме тому дизайнер повинен володіти здатністю до міжкультурної інтерпретації та розуміння різноманітних художніх систем. Як зазначає Н. Кросс, дизайнерське мислення ґрунтується на поєднанні аналітичних і творчих підходів, передбачаючи високий рівень когнітивної гнучкості та здатність до синтезу різнорідної інформації [3], що

дає можливість майбутнім дизайнерам інтегрувати різні культурні, естетичні та візуальні коди у процес створення нових художньо-проектних рішень.

Багатомовність сприяє розширенню культурного світогляду студентів та формуванню мультикультурного мислення. Опанування різних мов відкриває доступ до різних культурних традицій, художніх практик і естетичних концепцій, що сприяє більш глибокому розумінню мистецтва та дизайну. У цьому контексті мова виступає не лише засобом комунікації, а й носієм культурних смислів і символів, через які передається естетичний досвід суспільства. Як підкреслює У. Еко, культурні коди функціонують у межах певних семіотичних систем, а їхнє розуміння потребує врахування мовного та культурного контексту [4]. Це, своєю чергою, сприяє розвитку естетичного сприйняття майбутніх дизайнерів і формуванню здатності осмислювати мистецькі явища в ширшому культурному контексті.

Варто підкреслити, що у процесі професійної підготовки майбутніх дизайнерів багатомовність сприяє розвитку естетичної чутливості та художньої рефлексії. Взаємодія з різними мовними та культурними системами формує здатність до порівняльного аналізу культурних явищ, сприяє розвитку творчої уяви та стимулює пошук нових художніх рішень. У результаті студенти отримують можливість ширше осмислювати візуальну культуру та інтегрувати різні культурні елементи у власну дизайнерську практику.

Крім когнітивного та культурного аспектів, важливим є також комунікативний потенціал багатомовності. У сучасному глобалізованому середовищі дизайнери часто працюють у міжнародних командах, беруть участь у міжкультурних проектах та взаємодіють із представниками різних культур. Володіння кількома мовами дозволяє ефективно презентувати дизайнерські ідеї, брати участь у професійних дискусіях і інтегруватися у міжнародний творчий простір.

Таким чином, багатомовність виступає важливим чинником когнітивного та естетичного розвитку майбутніх дизайнерів. Її інтеграція у систему професійної освіти сприяє розвитку когнітивної гнучкості, формуванню мультикультурного мислення, розширенню культурного світогляду та поглибленню естетичної рефлексії майбутніх фахівців. У сучасних умовах багатомовність стає не лише інструментом комунікації, а й важливим ресурсом формування естетичної свідомості особистості дизайнера, здатного до творчої діяльності у глобальному культурному просторі.

Список використаних джерел:

1. Bialystok E. Bilingualism in Development: Language, Literacy, and Cognition. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. https://assets.cambridge.org/97805216/32317/frontmatter/9780521632317_frontmatter.pdf
2. Cummins J. Language, Power and Pedagogy: Bilingual Children in the Crossfire. Clevedon : Multilingual Matters, 2000. DOI: 10.1080/15235882.2001.10162800
3. Cross N. Designerly Ways of Knowing. London : Springer, 2006. DOI: 10.1007/1-84628-301-9
4. ECO U. A Theory of Semiotics. Bloomington, IN : Indiana University Press, 1976. Vol. 217. DOI: 10.1007/978-1-349-15849-2
5. Рожкова М. Багатомовність як когнітивна трансформація освітнього середовища. *Наука і перспективи*. 2025. № 4 (44). С. 1367–1377. DOI: 10.52058/2786-5274-2025-4(44)-1367-1377

УДК 7.05:655.

Кухар Галина,
старша викладачка кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3305-4246>

ТИПОГРАФІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО ТОНУ БРЕНДУ

У сучасному комунікативному просторі бренд функціонує не лише як економічна чи маркетингова категорія, а і як комплексна система знаків, що формує емоційний та ціннісний досвід споживача. Візуальна айдентика відіграє ключову роль у процесі конструювання цього досвіду, а типографіка виступає одним із її найбільш впливових інструментів.

Шрифтові рішення здатні транслювати характер бренду, його позиціонування, тональність комунікації та навіть світоглядні орієнтири. Вибір гарнітури, ритму, інтерліньяжу, насиченості та композиційної організації тексту безпосередньо впливає на емоційне сприйняття повідомлення, створюючи асоціативні зв'язки між формою та змістом. Таким чином, типографіка виходить за межі суто функціональної ролі та перетворюється на засіб емоційного програмування аудиторії.

Бренд рідко виходить на ринок, спираючись виключно на візуальний образ логотипу без сформованих шрифтових констант, через що шрифти є одним із перших візуальних сигналів, які сприймає аудиторія під час взаємодії з брендом. До того, як буде осмислено зміст повідомлення,

споживач інтуїтивно реагує на його форму – характер літер, їхню пластику, пропорції, ритм і композиційну організацію. Саме тому шрифт виступає не лише носієм текстової інформації, а й потужним засобом формування першого враження.

Психологія візуального сприйняття свідчить, що типографічні характеристики здатні викликати стійкі емоційні асоціації. Класичні антиквені гарнітури з виразними зарубками часто асоціюються зі стабільністю, традиційністю та авторитетністю, тоді як гротескні шрифти – із сучасністю, функціональністю та мінімалізмом. Рукописні або декоративні шрифти можуть створювати відчуття індивідуальності, емоційності чи неформальності. Таким чином, вибір шрифту задає емоційний тон комунікації ще до прочитання тексту [2].

Перше враження формується протягом кількох секунд і має довготривалий вплив на подальше сприйняття бренду. Якщо типографіка узгоджена з позиціонуванням і цінностями бренду, вона підсилює довіру та цілісність образу. Натомість невідповідність між шрифтовим рішенням і змістом повідомлення може викликати когнітивний дисонанс та знизити ефективність комунікації.

Дизайнеру важливо розуміти, що типографіка є інструментом невербальної комунікації, через який бренд транслює певні емоційні характеристики та формує очікування аудиторії. Параметри шрифту (форма літер, контраст штрихів, пропорції, ритм, насиченість і композиційна структура) впливають на психологічне сприйняття та асоціативний ряд споживача. Відчуття «дружності» часто формується за допомогою шрифтів із м'якими, округлими формами, відкритими апертурами та помірною товщиною штрихів. Такі гарнітури знижують візуальну напругу, створюють ефект доступності та невимушеності комунікації. Рукописні або гуманістичні шрифти додатково підсилюють відчуття персоналізації та емоційної близькості [1].

Так, наприклад, шрифтовий логотип для гіпотетичного фестивалю ремесл ЕтноВир (семестрове завдання для студентів з дисципліни «Шрифти і типографіка») побудований на поєднанні двох характерів: ЕТНО – більш структурований, декоративно-етнічний, із виразними формами та характерними засічками, натомість ВИР – рукописний, пластичний, динамічний (Іл. 1). Таке поєднання створює баланс між традиційністю та живою емоційністю. Перша частина формує відчуття ґрунтовності й культурної спадкоємності, тоді як друга додає руху, експресії та сучасного звучання. Спіраль, яка повторюється у графічному патерні та логотипі, виконує кілька функцій: вона символізує безперервність традиції, асоціюється з природними формами (вода, вітер, вир), створює відчуття динаміки та

енергії. Повторення спіралі у патернах посилює впізнаваність бренду та формує цілісну візуальну систему.



Іл. 1. Шрифтовий логотип для фестивалю ремесл. Проект ст. Ольги Торконяк

Надійність, добротність продукту асоціюється зі стабільністю форм і врівноваженістю композиції. Антиквені гарнітури з чіткими зарубками або масивні гротески з рівномірним ритмом створюють відчуття структурованості та авторитетності. Чітка ієрархія, симетрія та достатній інтерліньяж підсилюють враження контролю й професійності.

Престиж часто конструюється через високий контраст штрихів, витончені пропорції, стриману композицію та значну кількість вільного простору. Класичні антикви або елегантні модернові гарнітури формують асоціації з традицією, статусністю та культурним капіталом. Мінімалістичне використання типографіки в поєднанні з ретельно вивіреною деталізацією посилює відчуття ексклюзивності.

Інноваційність, сучасність бренду передається через чисті геометричні форми, нестандартні пропорції, експериментальні лігатури або варіативні шрифтові рішення. Геометричні гротески, асиметрична верстка та активна робота з масштабом і контрастом сигналізують про технологічність, динамічність і орієнтацію на майбутнє.

Прикладом інноваційності є дуже вдалий гротеск, який застосовано в ще одному проєкті фестивалю ремесл ЕтноВир (Іл. 2). Шрифтовий логотип стилізований під орнамент через геометризовану кирилицю –

це дуже влучно для тематики етно, але не архаїчно, сучасно. Лаконічна, впізнавана форма шрифту створює символ, який добре масштабується (видно по носіях) та створює відчуття бренду: сучасний етно, не «фольклорний музей», а стильний фестиваль.



Іл. 2. Шрифтовий логотип для фестивалю ремесл. Проект ст. Христини Ноняк

Таким чином, типографіка функціонує як семіотичний механізм, що кодує емоційні смисли через формальні ознаки шрифту. Завдяки цим характеристикам вона стає інструментом стратегічного формування емоційного тону бренду, який через шрифтові форми, пропорції та образність впливає на споживача, наближує його до цінностей бренду, знижує комунікативні бар'єри та підкреслює актуальність продукту. У результаті типографіка забезпечує не лише естетичну виразність, а й смислову цілісність брендової комунікації, формуючи стійкий емоційний зв'язок між брендом і його аудиторією.

Список використаних джерел:

1. Типографіка в дизайні етикеток: як шрифт може змінити сприйняття бренду. *Print-orange* : вебсайт. URL: https://print-orange.ua/typografika-v-dyzaini-etyketok-yak-shryft-mozhe-zminyty-spryiniattia-brendu/?srsltid=AfmBOoqOquItWwLn8rGhA_mX2fU3IZMxhnqRaVyYKh4ZCnxhamrLSfn (дата звернення: 15.02.2026).
2. Типографіка для бренду: як шрифт впливає на сприйняття компанії? *Webtop* : вебсайт. URL: <https://web.24magaz.in.ua/brenbuk/typografika-dlya-brendu-yak-shryft-vplyvaye-na-spryjnuyattya-kompaniyi/> (дата звернення: 18.02.2026).

*Левицька Роксолана,
асистент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6115-1582>*

МІНІМАЛІЗМ ТА ФУНКЦІОНАЛІЗМ ЯК СТРАТЕГІЯ КОГНІТИВНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Мінімалізм і функціональність. Ця тенденція є відповіддю на переваженість інформацією. Дизайнери відмовляються від зайвих деталей на користь чистого, простого дизайну, який легко сприймається. Це фокус на просторі, чітких шрифтах та обмеженій палітрі кольорів.

В умовах тотальної інформаційної гіперстимуляції та «цифрового шуму», що характеризують сучасне медіа-середовище, домінування дизайнерської парадигми, заснованої на мінімалізмі та функціональності, є не просто естетичним трендом, а необхідною стратегією когнітивної оптимізації. Сучасний графічний дизайн свідомо відмовляється від надмірної декоративності (*adornment*) та зайвих візуальних елементів на користь чистоти композиції, ясного простору (*whitespace*), ієрархії шрифтів і контрольованої палітри кольорів. Це забезпечує зменшення когнітивного навантаження на користувача (або глядача), підвищує швидкість сприйняття та ефективність комунікації ключового повідомлення, перетворюючи дизайн на потужний інструмент фокусованої навігації в умовах інформаційного перевантаження.

Мінімалістичний дизайн безпосередньо спрямований на зниження когнітивного навантаження (*mental strain*), що є прямим наслідком інформаційного перевантаження.

Мінімізація когнітивного навантаження. Добре продуманий UX-дизайн (*User Experience*) зводить до мінімуму когнітивне навантаження, дозволяючи користувачам взаємодіяти природно. Чистий, мінімалістичний дизайн зменшує візуальний шум, допомагаючи користувачам зосередитися на основних завданнях [1].

Простота проти складності. Мінімалізм є підходом для передачі концепції в простий спосіб, усуваючи непотрібні компоненти. Він прагне зрозуміти суть речей, пропонуючи простий спосіб боротьби зі складністю (*complexity*) [2].

Психологія простоти. При зіткненні зі складністю наш мозок часто відчуває себе перевантаженим. Мінімалізм впливає на сприйняття користувача, дозволяючи йому зосередитися на основному контенті, що знижує когнітивний тягар (*cognitive burden*) [3].

Функціональність у мінімалізмі підкреслюється стратегічним використанням порожнього простору та ієрархічною типографікою, а не декором.

Білий простір (*Whitespace*) виступає як візуальний простір для дихання (*visual breather*), запобігаючи візуальному безладу і дозволяючи користувачам зосередитися на одній ідеї за раз. Він підвищує читабельність (*readability*) та покращує UX [4]. Функціональний мінімалізм зосереджується на зведенні елементів до їхньої основної мети, усуваючи надмірність для підвищення юзабіліті та ефективності. Він відповідає Закону Гіка (*Hick's Law*), зменшуючи кількість виборів для користувача.

У мінімалістичному дизайні типографіка є «основою», передаючи задумане повідомлення без додаткової графіки. Використання чітких шрифтів без зарубок (*sans-serif*) і чіткої візуальної ієрархії (розмір, товщина) є ключовим для ясності [5]. Мінімалістична стратегія полягає у спрощенні інтерфейсів шляхом видалення елементів і контенту, які не підтримують завдання користувача, акцентуючи увагу на єдиній точці фокусу на екрані [6]. Мінімалізм є прямою відповіддю на сучасну проблему сенсорного перевантаження у цифрову епоху.

В епоху, коли користувачі постійно бомбардуються інформацією, мінімалізм пропонує спосіб спрощення складної інформації, роблячи її більш засвоюваною та зрозумілою [7].

Цифровий мінімалізм є філософією, що пропонує свідомий, цілеспрямований підхід до технологій. Дослідження в області нейроестетики показують, що простота візуальних образів активує зони мозку, пов'язані із задоволенням і релаксацією, тоді як хаотичні композиції провокують стрес. Мінімалізм є прямою відповіддю на сучасну проблему сенсорного перевантаження у цифрову епоху.

Отже, у сучасних умовах тотальної інформаційної гіперстимуляції та «цифрового шуму» мінімалізм і функціональність у графічному дизайні стали не просто естетичним трендом, а необхідною стратегією когнітивної оптимізації. Ця дизайнерська парадигма свідомо відмовляється від зайвих декоративних елементів і візуальної складності на користь чистого простору, чіткої ієрархії шрифтів і обмеженої палітри кольорів, що безпосередньо спрямовано на зниження когнітивного навантаження на користувача.

Завдяки стратегічному використанню порожнього простору та фокусу на основній меті кожного елемента, мінімалістичний підхід підвищує швидкість сприйняття, покращує читабельність і юзабіліті, перетворюючи дизайн на ефективний інструмент фокусованої комунікації та навігації в умовах інформаційного перевантаження.

Список використаних джерел:

1. Cognitive Load in UX: The Hidden Factor Affecting User Engagement. *The Alien Design*. URL: <https://www.thealien.design/insights/cognitive-load-in-ux-design> (дата звернення: 14.10.2025).
2. Minimalism in Design: A Trend of Simplicity in Complexity. *ResearchGate*. URL: https://www.researchgate.net/publication/376798535_MINIMALISM_IN_DESIGN_A_TREND_OF_SIMPLICITY_IN_COMPLEXITY (дата звернення: 14.10.2025).
3. Psychology of Minimalism in Design. *Psychologs*. URL: <https://www.psychologs.com/psychology-of-minimalism-in-design> (дата звернення: 14.10.2025).
4. The Power of White Space in Design. *Think Design*. URL: <https://think.design/blog/the-power-of-white-space-in-design> (дата звернення: 15.10.2025).
5. Minimalism and Typography: The Power of Less in Modern Design. *Immehedu*. URL: <https://immehedu.com/minimalism-and-typography> (дата звернення: 15.10.2025).
6. Functional Minimalism for Web Design. *Adobe Blog*. URL: <https://blog.adobe.com/en/publish/2017/10/03/functional-minimalism-for-web-design-2> (дата звернення: 15.10.2025).
7. Minimalism in UI/UX Design: Role and Importance for Design Career. *GUVI*. URL: <https://www.guvi.in/blog/minimalism-in-ui-ux-design> (дата звернення: 15.10.2025).

УДК 7.05:659.3:004.77

Матоліч Ірина,

завідувач кафедри дизайну,

кандидат мистецтвознавства, доцент,

ЗВО «Університет Короля Данила»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-7372>

Терешкун Анна,

асистент кафедри архітектури та будівництва,

ЗВО «Університет Короля Данила»,

м. Івано-Франківськ, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9072-9283>

**ЦИФРОВІ КОМІКСИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНКЛЮЗІЇ
ТА РОЗВИТКУ ОСВІТИ В УМОВАХ ВИМУШЕНОЇ МІГРАЦІЇ**

Проект «Цифрові комікси міграції» (*Erasmus+ KA220*) спрямований на підтримку європейських освітніх систем у відповідь на виклики, спричинені війною та вимушеною міграцією. У партнерстві беруть участь

шість інституцій із п'яти країн, а реалізація триває у 2023–2026 роках. Проект об'єднує освітній, соціокультурний та мистецький підходи, спрямовані на формування інклюзивного освітнього середовища.

Актуальність ініціативи визначається загостренням проблем адаптації дітей і підлітків, які пережили досвід війни та вимушеної міграції. Освітні втрати, мовні бар'єри, соціальна ізоляція та труднощі інтеграції в нове культурне середовище потребують нових педагогічних інструментів, здатних поєднати навчальний процес із психологічною підтримкою та розвитком емпатії.

Методологічною основою проекту є використання цифрових коміксів як міждисциплінарного інструмента, що поєднує візуальне мистецтво, наратив і цифрові технології. Комікс як форма сучасного образотворчого мистецтва виступає ефективним засобом комунікації, що дозволяє транслювати складні соціальні досвіди через візуальні образи та історії [1, с. 36]. Створення коміксів базується на інтерв'ю з родинами, які пережили вимушену міграцію, що забезпечує автентичність і соціальну значущість художнього матеріалу.

У межах проекту передбачено розробку 10 освітніх модулів, що інтегрують мистецькі практики, цифрові інструменти та інклюзивні підходи до навчання. Зміст модулів базується на поєднанні візуального наративу, сторітелінгу та елементів медіаосвіти, що дозволяє залучати учнів до активного осмислення тем війни, міграції, культурної ідентичності та соціальної взаємодії.

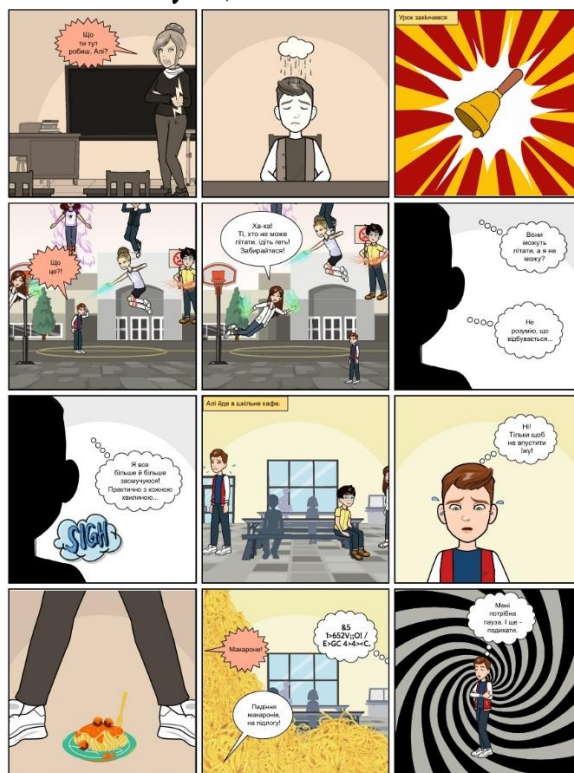
Зокрема, модуль 1 «**Міграція властива всім живим істотам**» підкреслює, що міграція – це природне явище, яке стосується не лише людей, а й тварин, птахів та навіть деяких видів комах. Через комікси можна показати, як різні істоти змінюють місце проживання у пошуках кращих умов: їжі, безпеки чи клімату. Такий підхід допомагає учням зрозуміти універсальність міграції та зменшити упередження щодо мігрантів, показуючи її як природну частину життя на Землі.

Модуль 2 «**Культурне різноманіття**» присвячений багатству культур, які виникають унаслідок міграції. Через історії персонажів можна показати різні традиції, мови, кухню, одяг і спосіб життя. Комікси допомагають візуалізувати, як культурне різноманіття збагачує суспільство, водночас піднімаючи питання толерантності, взаємоповаги та боротьби зі стереотипами.

У центрі модуля 3 «**Міграційні подорожі**» – сам процес переїзду. Це можуть бути як добровільні, так і вимушені подорожі, сповнені труднощів, небезпек і надій. Через комікси можна показати емоційний стан людей під час міграції: страх, невизначеність, але й надію на краще життя. Важливо також звернути увагу на різні маршрути та способи пересування.

Модуль 4 «Міграційна політика» знайомить із тим, як держави регулюють міграцію. Через сюжетні історії можна пояснити складні поняття: візи, кордони, притулок, права мігрантів. Комікси можуть показати, як політичні рішення впливають на життя конкретних людей, роблячи абстрактні закони більш зрозумілими та близькими.

Модуль 5 «Вимушена міграція» фокусується на людях, які змушені залишати свої домівки через війну, переслідування, бідність або стихійні лиха. Комікси дозволяють делікатно передати складні емоції: втрату, травму, страх, але й силу духу. Це допомагає розвивати емпатію та розуміння складних життєвих ситуацій.



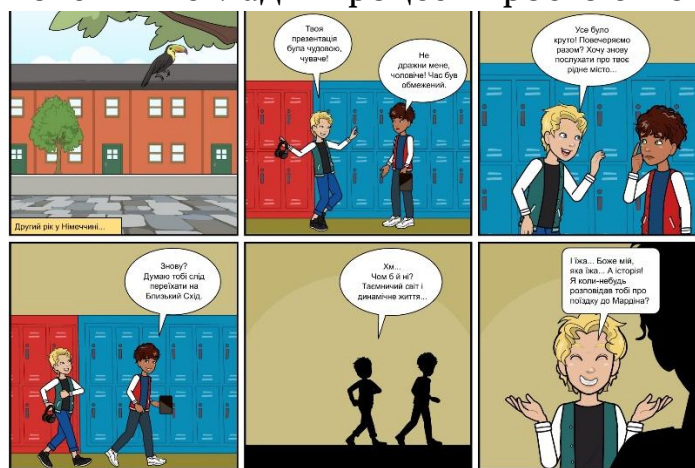
Іл. 1. Фрагмент модуля 7 проєкту «Цифрові комікси міграції»

У модулі 6 «**Інтеграція та відчуття приналежності**» розглядається процес адаптації мігрантів у новому середовищі. Комікси можуть показати, як люди намагаються знайти своє місце в новому суспільстві, будують

нові зв'язки, зберігаючи водночас власну ідентичність. Важливо підкреслити, що інтеграція – це двосторонній процес, який вимагає відкритості як від мігрантів, так і від приймаючого суспільства.

Модуль 7 «**Міграція і школа: мова та друзі**» (Іл. 1) орієнтований на досвід дітей і підлітків. Комікси можуть показати труднощі з вивченням нової мови, адаптацію до нової школи, пошук друзів. Водночас вони можуть підкреслити важливість підтримки, дружби та взаєморозуміння у шкільному середовищі.

Модуль 8 «**Розвиток і міграція**» (Іл. 2) досліджує зв'язок між міграцією та економічним і соціальним розвитком. Через історії можна показати, як мігранти впливають на розвиток як країни походження, так і країни призначення: через роботу, обмін знаннями, культурні контакти. Комікси можуть пояснити складні процеси простою мовою.



Іл. 2. Фрагмент модуля 8 проекту «Цифрові комікси міграції»

Модуль 9 «**Множинна ідентичність / приналежність**» розглядає ідею того, що людина може належати до кількох культур одночасно. Комікси можуть показати персонажів, які поєднують різні культурні традиції, мови та ідентичності. Це допомагає зрозуміти, що ідентичність не є чимось фіксованим, а може бути багатозоровою та динамічною.

Останній 10 модуль «**Міграція та зміна клімату**» присвячений сучасній проблемі кліматичної міграції. Через комікси можна показати, як зміна клімату (посухи, повені, підвищення рівня моря) змушує людей залишати свої домівки. Це допомагає усвідомити глобальний характер проблеми та її вплив на майбутнє людства.

Впровадження модулів у школах п'яти країн сприятиме розвитку ключових компетентностей учнів віком 9–17 років, зокрема навичок читання, письма, цифрової грамотності, критичного мислення та міжособистісної комунікації, а також формуванню емпатії, толерантності та міжкультурної чутливості.

Особливістю модулів є їхня адаптивність до різних освітніх контекстів і можливість інтеграції у навчальні програми гуманітарного та мистецького циклів. Використання цифрових коміксів як навчального матеріалу стимулює візуальне мислення, креативність і здатність до інтерпретації складних соціальних явищ через художні образи. Крім того, модулі передбачають інтерактивні завдання, групову роботу та обговорення, що сприяє формуванню навичок співпраці та комунікації в мультикультурному середовищі.

Водночас проєкт передбачає проведення серії онлайн- і офлайн-тренінгів для вчителів, спрямованих на підвищення їхньої професійної компетентності у сфері інклюзивної освіти, використання цифрових інструментів та інтеграції мистецьких практик у навчальний процес. У межах цих тренінгів педагоги ознайомлюються з методикою роботи з коміксами, підходами до викладання чутливих тем, а також із принципами створення безпечного та інклюзивного освітнього середовища. Це сприятиме не лише впровадженню інноваційних методик навчання, а й формуванню сталих професійних спільнот, орієнтованих на обмін досвідом і розвиток сучасної педагогічної практики.

Важливим аспектом є осмислення коміксу як форми сучасного візуального мистецтва, здатної інтегрувати художній образ і соціальний наратив у цифровому середовищі. У цьому контексті проєкт актуалізує роль візуальної культури в освітньому процесі та розширює традиційні уявлення про дидактичні засоби, вводячи мистецькі практики у сферу шкільної освіти [3, с. 121].

Структурно проєкт реалізується через п'ять робочих пакетів, що охоплюють управління, створення цифрових коміксів, розробку навчальної програми, формування рекомендацій для освітньої політики та комунікацію результатів. Такий комплексний підхід забезпечує системність реалізації та орієнтацію на довготривалий ефект.

Очікуваними результатами є підвищення ефективності освітніх систем у роботі з дітьми, які пережили міграцію, посилення соціальної згуртованості, розвиток інклюзії та недискримінації, а також формування рекомендацій для освітньої політики. Важливим є також внесок проєкту у диджиталізацію освіти та інтеграцію мистецтва у навчальний процес.

Таким чином, проєкт «Цифрові комікси міграції» демонструє потенціал синтезу образотворчого мистецтва, цифрових технологій та педагогіки як ефективного інструмента реагування на сучасні соціокультурні виклики та формування нових моделей інклюзивної освіти.

Список використаних джерел:

1. Ольшанський Д. Комікс як засіб формування мовленнєвих механізмів у молодших школярів під час вивчення іноземної мови. *Педагогіка і психологія*. 2000. № 3 (28). С. 36–44.
2. Підпригора С. Українська графічна проза на шляху до популярності. *Ideo-Grafika*. URL: <https://www.ideo-grafika.com/ukrainian-grafik-novels> (дата звернення: 21.03.2026).
3. Почепцов Г. Комікси як засіб трансляції соціальних смислів. *Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі*. Київ, 2013. 288 с.
4. Dittmar J. *Comic-Analyse*. GmbH. 2008. 220 p.
5. Duncan R. *The Power of Comics: History, Form and Culture*. 2015. 360 p.

УДК 7.05:659.3:004.77

Матоліч Ірина,
завідувач кафедри дизайну,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-7372>

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ БОРОТЬБИ З ФЕЙКАМИ В ДОБУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВОЄН

Графічний дизайн у сучасному світі виступає не лише естетичною практикою, а й потужним інструментом комунікації, який здатен впливати на суспільні настрої та формувати світоглядні орієнтири. В умовах інформаційних воєн, які супроводжують збройні конфлікти, саме візуальна культура стає одним із найвразливіших і водночас найефективніших каналів впливу. Фейки, маніпулятивні зображення та підроблені інфографіки поширюються значно швидше, ніж тексти, адже людська свідомість реагує на зображення миттєво, часто без критичного аналізу. У цьому контексті графічний дизайн набуває значення засобу боротьби з дезінформацією, здатного не тільки передавати правду, а й формувати довіру до джерела.

Серед ключових завдань дизайну в інформаційній війні варто виокремити створення якісної інфографіки та дата-візуалізації. Візуальні карти, схеми та статистичні діаграми допомагають швидко й доступно донести факти, руйнуючи пропагандистські міфи. Не менш важливим є

формування впізнаваної візуальної ідентичності офіційних та незалежних медіа: єдині шрифти, логотипи, кольорові рішення підсилюють довіру та дозволяють відмежувати перевірені джерела від фейкових [1].

Окрім логіки, графічний дизайн апелює й до емоцій, адже образи здатні викликати співпереживання, солідарність та почуття причетності, що є надзвичайно важливим у час війни. Саме через емоційні візуальні кампанії дизайнери в Україні змогли створити впізнавані символи спротиву, які поширилися світом і стали маркерами культурної дипломатії.

Етичний аспект роботи дизайнера в умовах інформаційної війни також виходить на перший план. Від того, яку позицію займає творець візуального продукту, залежить, чи буде дизайн сприяти поширенню маніпуляцій, чи навпаки стане бар'єром проти них. Дизайнер сьогодні – це не лише фахівець із комунікацій, а й активний учасник інформаційного фронту [1].

Івано-Франківськ як місто з активним мистецьким середовищем стає лабораторією сучасних візуальних стратегій. Тут дизайнери працюють із локальними символами, історією, культурними кодами й водночас відповідають на виклики глобальної інформаційної війни.

Прикладом такого підходу є діяльність івано-франківської дизайн-агенції «**Брендари**», яка спеціалізується на створенні айдентики та комплексних візуальних рішень для бізнесу, культурних і соціальних проєктів. Їхня робота демонструє, що дизайн сьогодні – це не лише про комерційний продукт, а й про суспільну відповідальність. У межах інформаційної війни саме такі агенції здатні формувати впізнавані й довірливі візуальні системи, які допомагають відрізнити правдивий контент від маніпулятивного, посилюють комунікацію громадських організацій, освітніх і культурних платформ [2].

Дизайн-агенція «**Брендари**» заснована в 2015 році в Івано-Франківську. Студія створила понад 200 проєктів для різних куточків України, і налічує сьогодні в команді 11 спеціалістів [2]. Вони працюють у сфері брендингу та візуальної ідентичності, орієнтуючись на простоту та естетику як ключові цінності, адже люди природно віддають перевагу зрозумілим і привабливим рішенням.

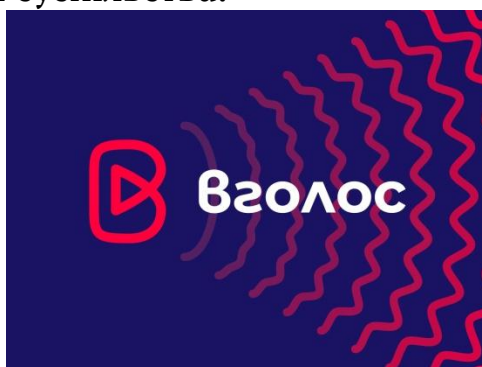
Проєкт «Франківськ, який треба берегти» (Іл. 1), реалізований агенцією «**Брендари**», є яскравим прикладом того, як графічний дизайн може стати інструментом боротьби з дезінформацією та формування довіри в умовах інформаційних воєн. Логотип і візуальна айдентика цього проєкту створюють чітку і впізнавану систему символів, яка транслює ідею відповідальності, турботи та цінності міста для його мешканців. Простота й мінімалізм графічного знака забезпечують швидке сприйняття, а чисті

контури та контрастна кольорова палітра підкреслюють надійність і відкритість комунікації. Така візуальна мова дозволяє аудиторії миттєво відрізнити достовірний контент від потенційно маніпулятивного, підсилює довіру до місцевих ініціатив і формує стійкий позитивний імідж міста. У контексті інформаційної війни цей проєкт демонструє, що дизайн здатний виконувати функцію своєрідного інформаційного щита, надаючи громаді інструменти для критичного сприйняття і захисту від фейкових меседжів, одночасно зміцнюючи локальну ідентичність та підкреслюючи цінності солідарності та взаємоповаги.



Іл. 1. Проєкт «Франківськ, який треба берегти»

Агенція розробила візуальний стиль для медіакомпанії «Вголос» (Іл. 2), включаючи логотип, графічні елементи та анімації. Візуальна мова бренду базується на простоті та символічності: стилізована літера «В» у формі знака «Play» асоціюється з динамікою та сучасними медіа, а хвилеподібні лінії нагадують звукові коливання й втілюють поширення голосу та правдивої інформації. Поєднання насиченого синього тла з червоно-рожевими акцентами формує відчуття довіри, енергії й актуальності, тоді як чиста й зрозуміла типографіка підкреслює відкритість і доступність ресурсу. Завдяки такому дизайну бренд набуває впізнаваності й водночас демонструє цінності прозорості та чесності, що принципово важливо в умовах масових маніпуляцій і дезінформації. «Вголос» ілюструє, як через візуальні рішення можна протистояти хаотичності й агресивності фейків, створюючи відчуття стабільності, надійності та відкритої комунікації для суспільства.



Іл. 2. Проєкт «Вголос»

Ще одним прикладом є айдентика телеканалу **NTA** (Іл. 3), створена «Брендарями», яка демонструє, як графічний дизайн може стати інструментом боротьби з дезінформацією. Мінімалістичний логотип із червоною діагоналлю у формі «N» символізує бар'єр проти неправди, а контраст червоного й білого на чорному тлі втілює силу та принциповість. Чіткість і строгість візуальної мови формують відчуття довіри й надійності, що особливо важливо в умовах інформаційних воєн.

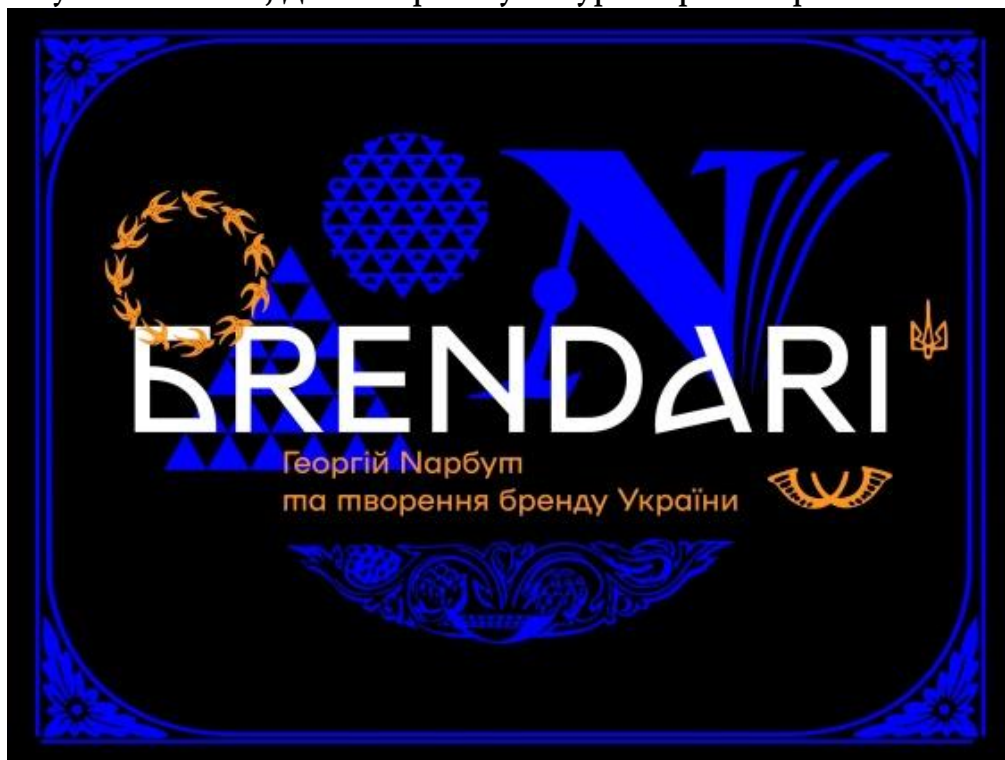


Іл. 3. Проєкт «NTA»

Агенція «Брендарі» також брала участь у створенні документального фільму «Brand Makers», який досліджує еволюцію візуальної ідентичності України від часів Георгія Нарбута до сьогодення (Іл. 4). Фільм підкреслює важливість візуального брендингу в формуванні національної ідентичності та протидії інформаційним викликам. Використання стилістики, що перегукується з нарбутівською графікою – орнаменти, геометричні форми, поєднання шрифтових рішень та символіки – формує місток між культурною традицією та сучасністю. Чорне тло з акцентами синього й помаранчевого створює відчуття урочистості та глибини, водночас наголошуючи на ідентичності та силі українського візуального коду.

Проєкт демонструє, що звернення до власної культурної спадщини може стати дієвою відповіддю на спроби знецінення чи викривлення української ідентичності. Через візуальну мову дизайн підкреслює, що Україна має потужну історію брендування себе як нації ще з початку

XX століття. Такий підхід формує альтернативу імперським міфам і дає суспільству впізнавані, достовірні культурні орієнтири.



Іл. 4. Проєкт «Brendari. Георгій Нарбут»

Отже, Івано-Франківськ через призму діяльності «Брендарів» стає прикладом того, як локальні дизайн-ініціативи відповідають глобальним викликам інформаційної війни. Від них залежить, наскільки ефективно візуальна мова протистоятиме дезінформації й послужить інструментом правди та солідарності.

Таким чином, графічний дизайн у добу інформаційних воєн постає не лише як сфера творчості, а і як інструмент стратегічної комунікації, що забезпечує захист суспільства від фейків та формує візуальні наративи правди. Досвід українських дизайнерів, зокрема й тих, хто працює в Івано-Франківську, доводить, що візуальна мова здатна бути не менш переконливою, ніж політичні чи військові аргументи, і має вагоме значення у формуванні міжнародного іміджу держави.

Список використаних джерел:

1. Мицко Л. Медіаклони й дезінформація. Лайфхаки та інструменти для боротьби з фейками. *Mediamaker*. URL: <https://mediamaker.me/mediaklony-j-dezinformacziya-lajfhaky-ta-instrumenty-dlya-borotby-z-fejkamy-5540/> (дата звернення: 03.03.2026).
2. Офіційний сайт дизайн-агенції «Брендарі». 2025. URL: <https://www.brendari.com/> (дата звернення: 03.03.2026).

Мацшина Зоя,
доцент кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики їх навчання,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7638-6729>

Балан Наталія,
асистент кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики їх навчання,
магістр дизайну,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-0088-7588>

ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ: ПРИНЦИПИ, ІНСТРУМЕНТИ ТА ВПЛИВ НА СПРИЙНЯТТЯ ІНФОРМАЦІЇ

У сучасному інформаційному суспільстві обсяг візуальної інформації постійно зростає, що зумовлює необхідність ефективної її організації та подачі. Графічний дизайн виступає важливим засобом передачі повідомлень, формування бренду та взаємодії з аудиторією. Однак проблема полягає у забезпеченні балансу між естетичною привабливістю та функціональністю візуальних рішень.

Питання візуальної комунікації широко досліджувалося як зарубіжними, так і українськими науковцями. Зокрема, роботи Д. Нормана акцентують увагу на емоційному дизайні та взаємодії користувача з продуктом [1]. Р. Арнгейм досліджував психологію візуального сприйняття [2]. Українські дослідники, такі як О. Федоренко та В. Даниленко, розглядають особливості розвитку графічного дизайну в умовах цифровізації [3, с. 4].

Метою статті є дослідження принципів візуальної комунікації у графічному дизайні та визначення їх впливу на ефективність передачі інформації.

Важливим аспектом сучасного графічного дизайну є візуальна ієрархія, яка забезпечує структурованість інформації та спрямовує увагу користувача. Ієрархія досягається за допомогою варіювання розміру елементів, насиченості кольору, контрасту та розташування на площині.

Завдяки цьому користувач може швидко ідентифікувати ключові повідомлення та другорядну інформацію [6].

Окрім того, значну роль відіграє принцип гештальту, що пояснює закономірності сприйняття візуальних об'єктів. Зокрема, принципи близькості, подібності, замкненості та безперервності дозволяють дизайнеру формувати цілісні образи навіть за умов фрагментарного подання інформації. Це сприяє підвищенню зрозумілості та ефективності комунікації [2].

У контексті цифрового середовища особливого значення набуває адаптивність дизайну. Сучасні користувачі взаємодіють із контентом через різноманітні пристрої – від смартфонів до великих екранів, що вимагає гнучких дизайнерських рішень. Адаптивний дизайн передбачає масштабування елементів, зміну композиційної структури та оптимізацію навігації відповідно до формату пристрою [1].

Не менш важливим є інтерактивний компонент візуальної комунікації, який реалізується через анімацію, мікровзаємодії та динамічні елементи. Вони не лише покращують естетичне сприйняття, а й виконують функціональну роль, допомагаючи користувачу орієнтуватися в інтерфейсі та отримувати зворотний зв'язок у процесі взаємодії.

Слід також звернути увагу на роль брендингу у графічному дизайні. Візуальна ідентичність бренду формується через системне використання кольорової палітри, типографіки, графічних елементів і композиційних рішень. Узгодженість цих компонентів забезпечує впізнаваність бренду та формує довіру аудиторії [4].

У сучасних умовах активно розвивається напрям дизайн-мислення, який орієнтований на потреби користувача. Цей підхід передбачає глибоке розуміння цільової аудиторії, тестування прототипів та постійне вдосконалення дизайнерських рішень. Таким чином, графічний дизайн перестає бути лише засобом візуалізації та перетворюється на інструмент вирішення комунікаційних і соціальних завдань [1].

Окремо варто відзначити вплив соціокультурних факторів на формування візуальних образів. Символіка, кольорові асоціації та стилістичні рішення можуть суттєво відрізнитися залежно від культурного контексту. Тому дизайнер повинен враховувати особливості цільової аудиторії для уникнення комунікаційних бар'єрів. Таким чином, сучасний графічний дизайн є багатокомпонентною системою, що поєднує художні, технологічні та психологічні аспекти. Його ефективність визначається здатністю інтегрувати ці елементи в єдине цілісне візуальне повідомлення.

Отже, візуальна комунікація є фундаментальним елементом графічного дизайну. Вона визначає ефективність передачі інформації, впливає на емоційний стан користувача та формує загальне враження від

продукту. Використання принципів композиції, кольору та типографіки у поєднанні з сучасними цифровими технологіями дозволяє створювати конкурентоспроможні дизайнерські рішення.

Список використаних джерел:

1. Norman D. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. New York : Basic Books, 2004.
2. Arnheim R. Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye. Berkeley : University of California Press, 1974.
3. Федоренко О. В. Основи графічного дизайну. Київ : КНУТД, 2018.
4. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті. Харків : ХДАДМ, 2015.
5. Heller S., Vienne V. Color in Graphic Design. New York : Allworth Press, 2012.
6. Bringhurst R. The Elements of Typographic Style. Vancouver : Hartley & Marks, 2013.

УДК 7.05:659.1:316.7

Мацько Володимир,

студент II курсу магістратури

спеціальності 022 Дизайн,

ЗВО «Університет Короля Данила»

Науковий керівник:

Матоліч Ірина,

завідувач кафедри дизайну,

кандидат мистецтвознавства, доцент,

ЗВО «Університет Короля Данила»,

м. Івано-Франківськ, Україна

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-7372>

**БРЕНДИНГ ВІЙСЬКОВИХ ПІДРОЗДІЛІВ
ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ «М'ЯКОЇ СИЛИ»**

У сучасній парадигмі глобальної безпеки характер збройних конфліктів зазнав фундаментальних трансформацій, де інформаційно-психологічний вплив став невід'ємним складником воєнних операцій. Військова ідентичність сьогодні виходить за межі суто прикладної геральдики, перетворюючись на потужний інструмент стратегічних комунікацій (*StratCom*) та «м'якої сили» (*soft power*). Згідно з концепцією Джозефа Ная, *soft power* визначається як здатність держави або інституції досягати цілей через привабливість і довіру, а не через примус. В умовах повномасштабного вторгнення професійно розроблений бренд військового підрозділу стає «символічною зброєю», яка легітимізує спротив,

мобілізує ресурси та формує міжнародний репутаційний капітал України.

Військовий маркетинг у 2025–2026 роках розглядається як стратегічний процес управління символічним капіталом сил оборони. Візуальна ідентичність виконує роль медіатора між військовою інституцією та цивільним середовищем, де кожен шеврон, шрифт чи колірна гама є носіями ідеологічного нарративу [1].

Професійний дизайн маркує підрозділ як дисципліновану державну структуру, що відповідає західним стандартам інституційної зрілості.

Візуальні образи діють як емоційні тригери, перетворюючи пасивне спостереження на активну підтримку у формі рекрутингу або волонтерських донатів.

У конкурентному інформаційному просторі унікальна айдентика дозволяє підрозділу виокремити свій бойовий шлях та цінності серед інших формувань.

Ефективність військового брендингу в Україні демонструється через діяльність підрозділів-лідерів, які сформували власні медійні екосистеми (Табл. 1).

Таблиця 1

Військовий брендинг в Україні, діяльність підрозділів-лідерів, які сформували власні медійні екосистеми

Підрозділ	Візуальна стратегія	Ключові інструменти комунікації	Ефект <i>Soft Power</i>
3-тя ОШБр	Агресивний маркетинг та субкультура	Формат «Двіж», рп-ур естетика, колаборації з митцями	Інтеграція військового образу в молодіжну масову культуру
Хартія	«Інтелектуальне мілітарі» та системність	Концепція «Залізна людина», кастомна типографіка, орієнтація на НАТО	Формування образу високотехнологічної армії західного зразка
12-та Бр Азов	Елітарність, впевненість та спадковість	Кампанія «Я сказав мамі», модель «підписки» на донати	Високий рівень довіри через репутацію незламності та професіоналізму

Для міжнародних партнерів візуальна професіоналізація українського війська є маркером остаточного розриву з радянськими візуальними кодами та переходу до євроатлантичних стандартів. Станом на листопад 2025 року Україна уклала 28 двосторонніх угод про безпеку, де репутація ЗСУ як сучасної та інноваційної сили стала ключовим фактором [2].

Використання офіційної типографіки (*UAF Sans*), церемоніального шрифту «*Volja*» (на основі графіки Ніла Хасевича) та впровадження нового камуфляжу ММ-25 (*Multicam-style*) забезпечують візуальну сумісність (*interoperability*) з силами Альянсу. Це сприяє успіху таких ініціатив, як запуск спільного виробництва озброєння в країнах «Рамштайну», де довіра до українського бренду конвертується у реальну військову допомогу [3].

Особливе місце в системі військового дизайну посідає територіальна оборона, де зв'язок із локальною громадою є екзистенційним. Розробка комплексної дизайн-системи для 102-ї окремої бригади ТрО (Прикарпаття) стала прикладом трансформації регіонального патріотизму у стратегічний актив.

Трансформація герба Галичини – Галки – у бойового птаха з мечем символізує перехід територіальних громад від мирного життя до активного спротиву. Використання локальних символів (корона Данила Галицького) зменшує психологічну дистанцію між військом і цивільними. Соціологічні дослідження станом на листопад 2025 року підтверджують, що 75 % українців відчують гордість за ЗСУ, а волонтерська активність є другою точкою національної гордості (55 %) [4]. Професійна айдентика підрозділу, розроблена спільно з дизайн-агенцією «Brendari», забезпечує системність комунікації в Instagram, TikTok та на outdoor-носіях, що посилює відчуття причетності громади до захисту своєї землі.

Аналіз візуальних стратегій провідних підрозділів ЗСУ та НГУ доводить, що військовий дизайн у 2026 році перестав бути другорядним елементом забезпечення і став повноцінною складовою національної стійкості. Професійна айдентика військової частини – це репутаційний актив, що забезпечує:

1. **Довіру цивільного населення**, демонструючи армію як дисципліновану та ціннісно об'єднану структуру.
2. **Довіру міжнародних партнерів**, сигналізуючи про інституційну трансформацію та інтеграцію у західний безпековий простір.
3. **Ефективність рекрутингу**, апелюючи до сучасних психологічних тригерів та професійної гідності.

Отже, кейс 102-ї окремої бригади ТрО демонструє, що інтеграція історичної спадщини та регіональних кодів у сучасну дизайн-систему є найефективнішим шляхом формування автентичного військового бренду, здатного виконувати завдання стратегічних комунікацій у тривалій гібридній війні.

Список використаних джерел:

1. Pysarenko N. Military Branding: Shaping The Image of the Army and the State by Means of Digital Marketing. *Bulletin of the Academy of Labor, Social Relations and Tourism. Series: Economics, Psychology and Management*. 2025. No. 3.
2. Вони показують, як візуальна ідентичність стає медіаплатформою. Digital 2025: Ukraine : звіт / Kemp. 2025. 14 с. URL: https://fszmk.dnu.dp.ua/uploads/files/Science/MCGND_2025_14.pdf (дата звернення: 28.01.2026).
3. Спадок Хасевича: «Воля» стала офіційним шрифтом ЗСУ. *Район.Культура*. 2023. URL: <https://kultura.rayon.in.ua/news/577860-spadok-khasevicha-volya-stala-ofitsiynimshriftom-zsu> (дата звернення: 28.01.2026).
4. Україна 2035: сила, вразливість і потенціал країни: результати дослідження. *Gradus Research*. Листопад 2025. URL: <https://marketer.ua/ua/gradus-study-identified-three-pillars-of-ukrainian-national-pride/> (дата звернення: 28.01.2026).

УДК 004.9:7.05

Мельник Анастасія,
студентка I курсу магістратури
спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»

Науковий керівник:

Гребенюк Іван,
доктор філософії,
доцент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1562-9464>

ПРИНЦИПИ ACCESSIBILITY В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ЦИФРОВОГО ДИЗАЙНУ

Цифровий простір давно став середовищем, де відбувається освіта, робота, соціальна взаємодія та доступ до критично важливих послуг. Проте попри стрімкий розвиток технологій та задекларовані принципи інклюзивності (доступності), значна частина користувачів досі стикається з бар'єрами, які роблять цифрові продукти частково або повністю недоступними. Велика кількість людей у світі живуть з тією чи іншою формою інвалідності – і для цієї аудиторії проблема доступності цифрових інтерфейсів набуває характеру системної соціальної нерівності.

Питання доступності цифрових продуктів активно досліджується як у науковому, так і в професійному середовищі. Зокрема, ґрунтовний аналіз цієї проблематики представлений у працях практиків галузі UI/UX-дизайну. У статті «Важливість доступності та інклюзивності в UI/UX-

дизайні» («The Importance of Accessibility and Inclusiveness in UI/UX-Design», 2023) експерти компанії Apriorit визначили важливість доступного дизайну, а також ролі інклюзивності в досягненні доступності.

Автори визначають інклюзивний дизайн як методологію, спрямовану на розширення доступності програмних продуктів для різних категорій користувачів. При цьому вони наголошують на поширеній хибній уяві: інклюзивний дизайн нерідко помилково зводять виключно до потреб людей з психофізичними обмеженнями, тоді як насправді він охоплює значно ширший спектр характеристик – вік, географічне розташування, економічний статус, етнічне походження та мовне середовище користувача [4].

Окрему увагу команда Apriorit приділяє розмежуванню суміжних понять. Так, *inclusiveness* трактується як спрямованість на створення відкритого середовища, що враховує різноманіття користувацьких потреб; *inclusivity* як активна та цілеспрямована практика залучення історично маргіналізованих груп із забезпеченням рівних можливостей; *inclusion* як принцип, що акцентує на відчутті належності та рівноправної участі для всіх без винятку. Автори роблять висновок, що у контексті UI/UX-дизайну найбільш релевантним є поняття *inclusivity*, оскільки воно відображає не настанову, а безперервний проєктний процес: врахування різноманітних перспектив користувачів, інтеграцію функцій доступності та прагнення до рівного і зручного досвіду для кожного [4].

Елізабет Ешлі Фокс-Дженсен з Університету Мальме у своїй презентації «Доступність у рамках користувацького досвіду (UX): розробка кращих продуктів» («Accessibility within User Experience (UX) Designing Better Products», 2023) також розкриває поняття доступності в контексті UX як сукупність принципів і практик створення проєкту, що забезпечують можливість використання цифрових та фізичних продуктів людьми з різними фізичними і когнітивними характеристиками. Ключовою ідеєю, яку підкреслює авторка, є створення інклюзивного користувацького досвіду, в якому жодна категорія користувачів не опиняється виключеною. Фокс-Дженсен також акцентує на ширшому соціальному вимірі проблеми: доступність розглядається не лише як технічна вимога, а як відображення права кожної людини на повноцінну участь у житті суспільства – і цифровий простір, на думку автора, не є винятком цієї ідеї [2, с. 3].

Отже, обидві роботи розглядають доступність як інклюзивний підхід до дизайну, спрямований на рівний досвід для всіх користувачів. А також наголошують, що доступність стосується широкого кола людей,

а не лише тих, що мають обмежені можливості. Проте актуальним залишається питання методів досягнення цієї доступності в цифрових продуктах.

Спираючись на досвід роботи у відомій компанії Сейлсфорс, Сакхі Аггравал – інженерка програмного забезпечення та прихильниця доступності у вебпродуктах, відповіла на це питання у своїй доповіді під назвою «Долучаємо всіх: практичний посібник зі створення доступних продуктів» («*All Aboard: Practical Guide for Developing Accessible Products*», 2025).

Авторка розглядає ключові технічні аспекти доступності цифрових інтерфейсів, виокремлюючи кілька проблемних зон. Наприклад, щодо кольорового контрасту авторка наголошує на необхідності забезпечення достатньої розбірливості кольорів у всіх інтерактивних та текстових елементах. А зображення, на думку Сакхі Аггравал, обов'язково мають супроводжуватися альтернативним текстовим описом, що зчитується допоміжними технологіями або відображається у разі технічних збоїв. Згадуючи форми, авторка робить висновок, що повідомлення про помилки не можуть передаватися виключно через колір, а мають супроводжуватися текстовим або іконографічним позначенням. Відео та аудіо не повинні відтворюватися автоматично й мають супроводжуватися субтитрами або транскриптами, а елементи, що можуть спровокувати фотосенситивні реакції, слід уникати. Завершуючи розділ про анімацію, інженерка рекомендує обмежуватися стриманими ефектами з можливістю паузи та застерігає від використання GIF-зображень через їхнє автоматичне й безперервне відтворення [1].

Цікавий підхід пропонує Рубі Чжен у статті під назвою «Розуміння соціальних потреб доступності в UX-дизайні» («*All Aboard: Practical Guide for Developing Accessible Products*», 2025). Авторка наголосила на важливості створення дизайнером «персон» потенційних користувачів. Адже, на її думку, саме персони є інструментами інтеграції принципів доступності в UX-процес. Зокрема, авторка вважає, що включення до складу персон представників з різними формами інвалідності є одним із найефективніших методів формування відповідного дизайн-мислення [5].

Спираючись на класифікацію Центрів із контролю та профілактики захворювань США, Рубі Чжен окреслила широкий спектр труднощів, з якими можуть стикатися люди з інвалідністю – від порушень зору, слуху та моторики до когнітивних, комунікативних і ментальних обмежень. Для ілюстрації автор наводить три приклади персон: літня жінка з порушенням зору внаслідок діабету, молодий чоловік із м'язовою слабкістю через розсіяний склероз, а також жінка-іммігрантка, для якої англійська є другою мовою і яка потребує більше часу для сприйняття

текстової інформації. Автор робить висновок, що подібне розширення персон полегшує осмислення доступності в контексті реальних проєктів та готує підґрунтя для подальшого розгляду різних моделей інвалідності та їхнього впливу на практику дизайну [5].

Можна зробити висновок, що підхід Рубі Чжен є більш емпатійно орієнтованим. Авторка пропонує починати не з технічних специфікацій, як пропонувала Сакхі Аггравал, а з розуміння людського досвіду. Але не можна сказати, що ці підходи суперечать одне одному. Вони радше є взаємодоповнювальними: перший відповідає на питання «як саме реалізувати доступність?», а другий – «як навчитися про неї думати?».

Зважаючи на специфіку доступності у цифровому дизайні, не можна не зазначити про важливість таких рішень для бізнесу в цілому. Адже, як зазначає Андрій Кондратюк у статті «UX-дизайн для цифрової інклюзивності: як забезпечити доступність для всіх користувачів» («*UX-design for digital inclusion: how to ensure accessibility for all users*», 2025), доступність має безпосередній вплив на бізнес-показники. Зокрема, автор стверджує, що впровадження інклюзивного дизайну корелює з підвищенням фінансової ефективності, продуктивності команд і задоволеності користувачів, а також зі скороченням витрат на підтримку та розробку. Спираючись на досвід великих корпорацій, Андрій Кондратюк вважає, що інтеграція принципів доступності в дизайн-процеси дозволяє розширити аудиторію, зміцнити лояльність користувачів і сформувати соціально відповідальну корпоративну культуру [3, с. 21].

Отже, *accessibility* у сучасному цифровому дизайні – це значно більше, ніж набір технічних вимог. Аналіз розглянутих підходів показує, що справжня доступність починається з правильного мислення: розуміння того, хто є користувачем продукту і з якими труднощами він може стикатися. Саме тому інструменти на кшталт персони користувача є не менш важливими, ніж технічні стандарти кольорового контрасту чи семантичної розмітки.

Варто також підкреслити, що доступність давно вийшла за межі суто етичного питання. Досвід великих компаній переконливо демонструє, що продукти, розроблені з урахуванням потреб різних категорій користувачів, показують кращі результати і з точки зору бізнесу. Таким чином, інклюзивний дизайн – це не поступка на користь меншості, а свідомий стратегічний вибір, що зрештою покращує досвід для всіх.

Список використаних джерел:

1. Aggrawal S. A Practical Guide for Developing Accessible Products. *Salesforce Engineering*. 2021. URL: <https://engineering.salesforce.com/a-practical-guide-for-developing-accessible-products-8df62387d137/> (дата звернення: 24.03.2026).
2. Fox–Jensen E. A. Accessibility within User Experience (UX) Designing Better Products. *Product Design Conference, Chişinău*. 2023. P. 3. URL: https://www.researchgate.net/publication/375161513_Accessibility_within_User_Experience_UX_Designing_Better_Products (дата звернення: 24.03.2026).
3. Kondratyuk A. UX-design for digital inclusion: how to ensure accessibility for all users. *European Journal of Interdisciplinary Issues*. 2025. Vol. 2, no. 2. P. 17–22. URL: <https://euji.org.pl/index.php/journal/article/view/27> (дата звернення: 24.03.2026).
4. The Importance of Accessibility and Inclusiveness in UI/UX-Design / K. Zaika et al. *Apriorit Software Development Blog*. URL: <https://www.apriorit.com/dev-blog/design-accessibility-in-ui-ux> (дата звернення: 24.03.2026).
5. Zheng R. Understand the Social Needs for Accessibility in UX Design. *Interaction Design Foundation*. URL: <https://ixdf.org/literature/article/understand-the-social-needs-for-accessibility-in-ux-design> (дата звернення: 24.03.2026).

УДК 7.05:004.738.5

Мельник Катерина,
студентка III курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:
Кухар Галина,
старший викладач кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3305-4246>

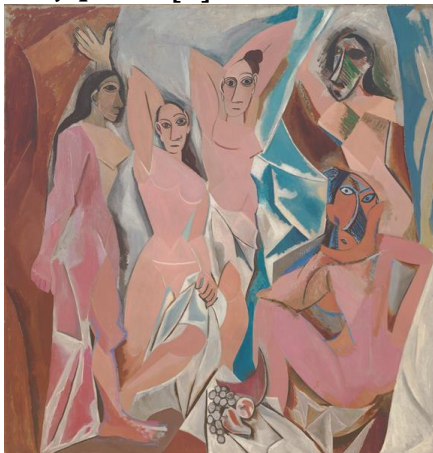
ДЕФОРМАЦІЯ ЯК ХУДОЖНІЙ ІНСТРУМЕНТ У ЦИФРОВОМУ ВІЗУАЛЬНОМУ МИСТЕЦТВІ

Деформація у візуальному мистецтві є свідомим викривленням від реалістичної форми, що використовується для підсилення виразності ідеї. У процесі стилізації вона виступає одним із ключових інструментів трансформації зображення, що дозволяє узагальнювати форму, змінювати пропорції та створювати умовні, образні рішення. Часто деформація поєднується зі спрощенням і геометризацією, формуючи нову візуальну мову [1].

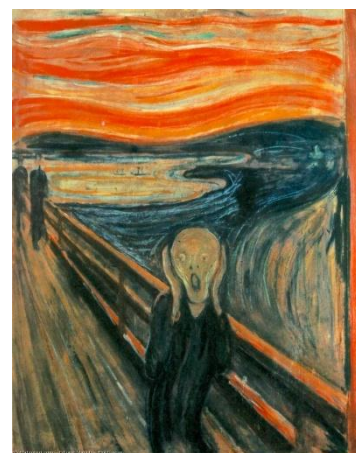
Цей прийом набуває особливого значення в сюрреалізмі, адже митці цього напрямку зверталися до підсвідомості, формуючи образи, що

перебувають на тонкій грані між реальністю та уявою. У подібних роботах деформація слугує засобом порушення звичних форм і логіки візуального відтворення, що відкриває шлях до створення метафоричних та фантастичних образів. У сучасному цифровому мистецтві сюрреалістичні підходи знаходять нове переосмислення та розвиток [2]. Сучасні цифрові інструменти відкривають дизайнерам більше простору для творчих експериментів із формою, дозволяючи поєднувати несподівані образи, деформовані об'єкти та символічні елементи.

Яскравим прикладом творчого використання деформації форм можна вважати роботи Пабло Пікассо. У картині "Les Femmes d'Alger (O. J. R. M.)" (Іл. 1) художник радикально переосмислює традиційні уявлення про перспективу та анатомію. Зображені фігури набувають спотворених і фрагментованих форм, що дозволяє передати об'єкт із кількох точок зору одночасно. Деформація також часто використовується для передачі емоційного стану [3]. Наприклад, у знаменитій картині "The Scream" Едварда Мунка (Іл. 2) хвилясті, перекручені лінії та деформована фігура людини передають почуття глибокої тривоги й екзистенційного страху. У цьому випадку простір та форма підпорядковуються панівній емоції, демонструючи здатність деформації активно впливати на сприйняття глядача на психологічному рівні [4].



Іл. 1. Картина "Les Femmes d'Alger (O. J. R. M.)"



Іл. 2. Картина "The Scream"

Цікаві приклади такого підходу можна знайти в творах художника, створених під впливом змінених станів свідомості. Один із них, переживаючи лихоманку, виконав масштабну фігуративну композицію (Іл. 3), засновану на власних галюцинаціях. У інших роботах художник свідомо експериментує з деформацією за допомогою технологічних інструментів, змінюючи перспективу та образи для досягнення потрібного ефекту. Так твір стає прикладом деформації як наслідку зміненого стану свідомості.



Іл. 3. «Мрія історії мистецтва», олія на полотні, Ф. С. Гесс (2018)

У сучасному цифровому мистецтві деформація набуває нового технологічного виміру. Використання алгоритмічних інструментів, таких як *warp*, морфінг, дозволяє художникам у режимі реального часу створювати складні трансформації форм. У цьому контексті деформація стає не лише естетичним прийомом, а й потужним засобом експериментального дослідження візуальних структур. Вона широко застосовується у графічному дизайні – зокрема в постерах, айдентиці та шрифтових композиціях, де спотворення форми чи літер допомагає привертати увагу глядачів і створювати унікальний стиль [1].

Таким чином, деформація постає як універсальний інструмент художньої виразності, що охоплює як формальні, так і змістовні аспекти мистецтва. Вона надає митцю можливість не лише змінювати зовнішній вигляд об'єктів, а й переосмислювати їхнє значення, наповнюючи їх новим смисловим контекстом.

Список використаних джерел:

1. Деформація як художній прийом. *Studfile*. URL: <https://studfile.net/preview/2266716/page:30/> (дата звернення: 10.03.2026).
2. Сюрреалізм. *Osvita.ua*. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/10890/> (дата звернення: 15.03.2026).
3. Стилізація природних форм у декоративному мистецтві. *Dspace*. URL: <https://dspace.vspu.edu.ua/items/0dc8de22-e616-4aff-b063-46e0e29f8f24> (дата звернення: 16.03.2026).
4. Тан Ю., Місрі І. Дослідження сюрреалістичних підходів у мистецтві цифрових медіа. *ResearchGate*. URL: https://www.researchgate.net/publication/390261577_Exploring_surrealist_approaches_in_digital_media_art_for_enhancing_graphic_and_visual_communication_design (дата звернення: 25.03.2026).

*Молчанова Поліна,
студентка III курсу
спеціальності «Графічний дизайн»,
ЗВО «Університет Короля Данила»*

*Науковий керівник:
Кухар Галина,
старша викладачка кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7761-1677>*

КРЕАТИВНІСТЬ ДИЗАЙНЕРА В КУЛЬТУРІ СОЦМЕРЕЖ

Соціальні мережі об'єднують велику кількість людей з різних сфер діяльності для створення, редагування, обміну та обговорення контенту в цифровому середовищі. У цих умовах вони стають важливим простором формування візуальної культури, що безпосередньо впливає на діяльність графічного дизайнера. Візуальний контент відіграє ключову роль у приверненні уваги аудиторії, формуванні сприйняття бренду та підвищенні зацікавленості користувачів [1].

Досягнення конкурентоспроможності в цифровому середовищі передбачає створення контенту, адаптованого до особливостей конкретних платформ і цільової аудиторії. Графічний дизайн виступає не лише естетичним елементом, а й інструментом впливу, який визначає рівень залученості користувачів. Розвиток інтернет-платформ сприяє поєднанню технологій і творчості, що значно спрощує процес створення візуального контенту та розширює можливості для самовираження дизайнерів.

Водночас соціальні мережі формують специфічну візуальну культуру, для якої характерні швидкість сприйняття, орієнтація на тренди та стандартизація візуальних рішень. У таких умовах креативність дизайнера набуває нових особливостей і розглядається як здатність адаптувати власні ідеї до вимог цифрового середовища. Дизайнер змушений враховувати не лише власне творче бачення, а й алгоритми платформ, популярні формати та очікування аудиторії [2].

Особливої актуальності набуває проблема збереження індивідуальності в умовах постійного потоку візуальної інформації. Велика кількість референсів, доступність чужих робіт і швидке поширення трендів усклад-

нують процес створення оригінальних ідей. У багатьох випадках виникає відчуття, що «все вже було створено», а нові роботи часто є варіаціями вже існуючих рішень.

Платформи надають можливість не лише демонструвати власні роботи, а й отримувати зворотний зв'язок, аналізувати чужі проекти та переймати досвід інших митців. Така взаємодія сприяє швидшому професійному розвитку, однак водночас підсилює ефект наслідування, коли популярні стилі та рішення активно відтворюються іншими користувачами. Наслідком цього стає поступова уніфікація візуального середовища, де значна частина дизайнерських робіт набуває однотипних рис і втрачає виразну індивідуальність.

Крім того, креативність у соціальних мережах тісно пов'язана з показниками популярності – вподобаннями, переглядами, підписками. Це формує залежність творчого процесу від реакції аудиторії та стимулює дизайнерів орієнтуватися на тренди, навіть якщо вони не відповідають їхньому власному стилю чи інтересам. Таким чином, виникає суперечність між прагненням до самовираження та необхідністю відповідати вимогам цифрового середовища для досягнення видимості та успіху.

Отже, соціальні мережі мають подвійний вплив на креативність графічного дизайнера. З одного боку, вони створюють сприятливі умови для розвитку творчого потенціалу через доступ до великої кількості ідей, інструментів і можливостей для самопрезентації. З іншого – формують обмеження, пов'язані зі стандартизацією візуальної культури, залежністю від трендів та алгоритмів. У цих умовах важливим завданням дизайнера є збереження власної індивідуальності та пошук балансу між унікальністю і вимогами цифрового середовища.

Список використаних джерел:

1. Графічний дизайн як інструмент цифрового маркетингу. *Academy Vision*. URL: https://academyvision.org/index.php/av/article/view/653?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 23.03.2026).
2. Соціально-культурна роль візуальних комунікацій у графічному дизайні та рекламі. *Українські культурологічні студії*. URL: <https://humstudies.com.ua/article/view/299853> (дата звернення: 26.03.2026).
3. Вплив соціальних мереж на графічний дизайн. *Мое Рівне*. URL: <https://my.rv.ua/your-health/vplyv-soczialnyh-merezh-na-grafichnyj-dyzajn/> (дата звернення: 27.03.2026).

Нестерчук Вероніка,
магістрантка I курсу спеціальності В2 Дизайн
спеціалізації В2.01 Графічний дизайн,
ЗВО «Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка»

Науковий керівник:

Мацшишина Зоя,
доцент кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики їх навчання,
кандидат педагогічних наук,
ЗВО «Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка»,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7638-6729>

АНІМАЦІЯ ЯК ЗАСІБ РОЗШИРЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

За багаторічними дослідженнями, дизайн був і залишається динамічною системою, що передбачає постійний розвиток і трансформацію візуальних форматів. Його потрібно розглядати не як статичний результат, а як безперервний процес формування середовища, що реагує на зміни у суспільстві, технологіях та потребах людини. Результатом такої еволюції є створення простих, зрозумілих й не менш креативних способів комунікації та передачі інформації. Один із таких – анімація, або ж її відомий підвид motion-дизайн. Завдяки високому технічному прогресу, рівню цифрової грамотності та різноманіттю програмних інструментів анімаційні твори стали потужними медіаресурсами. Анімацію можна зустріти в освітніх проєктах, соціальних та цифрових медіа, айдентиці брендів, блогінгу, маркетингу, рекламі, журналістиці та навіть у науці та медицині. Й це далеко не повний перелік сфер, де вона проявляється.

Анімація – це форма візуальної комунікації, яка десятиліттями захоплювала уяву людей. Від класичних мультфільмів до сучасних шедеврів CGI (англ. *Computer-Generated Imagery*, «зображення, згенеровані комп'ютером») анімація перетворилася на складну форму мистецтва з власним набором унікальних характеристик [4, с. 263]. На нашу думку, вона є складником мультимедійного дизайну, який насамперед ґрунтується на

мистецтві, а інформаційні технології та програми лише полегшують працю художника-аніматора, розширюють можливості творчої самореалізації [1, с. 21].

Анімаційні твори вирізняються здатністю інтегрувати візуальні, текстові та аудіоелементи, формуючи комплексний і насичений досвід для глядача. Вона є особливо ефективним інструментом графічного дизайну для пояснення абстрактних та складних концепцій. Для того, щоб наголосити на основних положеннях та захопити увагу глядача, використовуються різні анімаційні вставки. Головне – дотримуватися балансу елементів.

Занадто складна або надмірно декоративна анімація може створювати «зайве когнітивне навантаження». Натомість функціонально мінімалістичні та структуровані анімації є найбільш ефективними [2, с. 225]. Окрему увагу слід приділити адаптивним мультимедійним системам, здатним підлаштовувати анімаційні моделі під індивідуальні потреби студентів. Таким чином, анімація перестає бути статичною, а перетворюється на динамічний персоналізований інструмент, який створює максимально ефективні умови для засвоєння складних понять [2, с. 226].

Проте ефективна комунікація – це не лише передача концепцій та понять, а й створення зв'язку. Високий рівень емоційного залучення та сторітелінг забезпечують значно кращу запам'ятовуваність у глядачів, так званий ефект приналежності до історії.

Основне завдання анімаційного твору полягає у захопленні та збереженні уваги глядача протягом всього часу його тривалості та стійкого емоційного ефекту від перегляду. Для забезпечення емоційного ефекту, тобто враження, застосовується комбінація візуальних та звукових елементів і руху з метою створення драматичного, стилістичного й структурного ефекту, який слугує цілі переконування глядача. Від динамічності, яскравості та чіткості ідей в анімації залежить її можливість стимулювати глядацьку аудиторію до емоційного реагування. Глядач відчувається внутрішньо залученим до процесу розгортання анімаційного сюжету, а не пасивним його спостерігачем [3, с. 344–345]. Як висновок, те, що у глядача активує емоційно-асоціативні механізми, має більшу ймовірність зберегтися у пам'яті.

Характеристика, яка дійсно робить анімаційні твори універсальним комунікаційним засобом – це відсутність мовних та культурних бар'єрів. Адже, в більшості, анімаційна графіка спирається на візуальні метафори, загальноприйняті символи та мову жестів, наприклад, емоції та дії

персонажів. Якщо коротко, то це як транснаціональна мова, що не потребує додаткового перекладу і є релевантною для величезної аудиторії.

Анімація – це динамічне середовище, яке може задовольнити різні жанри та аудиторію. Ця адаптивність та гнучкість дає змогу аніматорам опрацьовувати різні теми та оповіді, що робить мультиплікацію придатною для всіх вікових груп і культур [4, с. 264].

Таким чином, наведені вище аргументи доводять, що анімація є потужним інструментом у графічному дизайні для більш ефективної комунікації з аудиторією. Вона спроможна виконувати комплексні задачі – від спрощення складних явищ до підсилення емоційних вражень та візуального оформлення. Завдяки стрімкому удосконаленню передових технологій, таких як штучний інтелект, 3D-моделювання та інтерактивні формати, самі анімаційні твори будуть інтегруватися у нові цифрові стандарти комунікації, що створюватиме нові поля для досліджень.

Список використаних джерел:

1. Берлач О., Лесик-Бондарук О. Художньо-технологічні особливості створення анімаційних персонажів авторської векторної анімації. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 34, т. 1. С. 18–25. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/34-1-3>
2. Лапець О. Анімація в освіті: чому мультимедійні моделі допомагають краще вчитися. *Актуальні проблеми автоматизації та інформаційних технологій* : зб. наук. пр. / наук. ред. О. Г. Байбуз. Дніпро : ДНУ. 2025. Т. 29. С. 222–228. DOI: <http://dx.doi.org/10.15421/432520>
3. Сітцева М. Психологічні особливості анімації як аудіовізуального засобу впливу на глядача. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. № 2 (74). С. 340–347. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-74-353-360>
4. Степаненко К., Ляміна М. Анімація в аудіовізуальному мистецтві: соціокультурні аспекти. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2024. № 7 (2). С. 261–274. DOI: [10.31866/2617-2674.7.2.2024.318993](https://doi.org/10.31866/2617-2674.7.2.2024.318993)

Нонок Христина,
*студентка IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»*
Науковий керівник:
Ватаманюк Юрій,
*асистент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4799-125X>

ТРАНСФОРМАЦІЯ НАРОДНИХ ОРНАМЕНТІВ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

У XXI столітті графічний дизайн вважається основною формою візуального спілкування, яке діє у глобалізованому культурному контексті і швидко розвивається в технологічному ландшафті. Її розвиток здебільшого зумовлений активним використанням цифрових інструментів, ростом мультимедійних платформ та збільшенням важливості візуального змісту у щоденному житті. План перестає бути лише художнім знаряддям і стає складною системою обміну думками, думок та культурних кодексів, яка формує наше ставлення до суспільства. Традиційні орнаменти, сформовані впродовж століть, стають основою для створення нових візуальних образів, що поєднують історичну спадщину та сучасні дизайнерські підходи. Саме тому питання адаптації народних візерунків у сучасному графічному дизайні є надзвичайно важливим і потребує ґрунтовного наукового осмислення. Традиційні художники пропонують багато візуальних досвідів, що були б частиною національного визнання. Ось чому сучасні дизайнери дедалі частіше вводять народні візерунки у нові візуальні об'єкти, щоб задовольнити сьгоднішні потреби і сучасні засоби масової інформації [3].

Національні орнаменти є невід'ємною складовою культурної спадщини, яка відображає світогляд, естетичні уявлення та духовні цінності народу. Українські орнаментальні системи вирізняються багатством форм, ритмічністю композицій і глибоким символічним змістом. Геометричні мотиви, зокрема ромби, хрестоподібні елементи та хвилясті лінії, символізують гармонію, захист, безперервність буття, тоді як рослинні орнаменти уособлюють життя, розвиток і зв'язок людини з приро-

дою. Таким чином, орнамент виступає не лише декоративним елементом, а й носієм культурної інформації, що формує національну ідентичність [1].

У сучасному графічному дизайні народні візерунки зазнають значної трансформації, що зумовлено необхідністю їх адаптації до нових естетичних і функціональних вимог. Дизайнери дедалі частіше відмовляються від прямого копіювання традиційних форм, натомість застосовують методи творчої інтерпретації, стилізації та переосмислення. Це проявляється у зміні масштабу, спрощенні форми, варіюванні кольорової гами та інтеграції орнаментальних мотивів у сучасні композиційні структури. У результаті формується нова візуальна мова, яка гармонійно поєднує традиційні та інноваційні елементи [5].

Важливу роль у процесі трансформації орнаментів відіграють цифрові технології. Використання сучасних графічних редакторів, таких як векторні та растрові програми, дозволяє з високою точністю відтворювати складні орнаментальні структури, а також модифікувати їх відповідно до потреб проекту. Цифрові інструменти відкривають широкі можливості для експериментів із формою, кольором, текстурою та композицією, що сприяє створенню унікальних дизайнерських рішень. Крім того, технології забезпечують ефективну інтеграцію орнаментів у різні медіаформати – від друкованої продукції до цифрових інтерфейсів.

Однією з ключових тенденцій сучасного дизайну є спрощення та геометризація складних традиційних форм. У процесі стилізації орнаменти трансформуються у більш лаконічні та універсальні графічні елементи, що відповідають принципам мінімалізму та функціональності. Такий підхід дозволяє зберегти впізнаваність традиційних мотивів, одночасно адаптуючи їх до сучасних візуальних стандартів і вимог комунікації [5].

Окрему увагу слід приділити модульності орнаментів, яка є важливим принципом їх використання у сучасному дизайні. Орнаментальні елементи часто організовуються у повторювані структури, що дозволяє створювати цілісні композиції для різних носіїв – від пакування та текстилю до вебдизайну. Модульність забезпечує гнучкість використання орнаменту та його адаптацію до різних форматів і масштабів, що значно підвищує функціональність дизайнерських рішень.

Суттєве значення трансформація народних орнаментів має у сфері брендингу та візуальної ідентифікації. Використання традиційних мотивів у логотипах, пакуванні та рекламних матеріалах сприяє формуванню унікального образу бренду, підкреслює його автентичність і культурну приналежність. Це особливо актуально для локальних виробників, які

прагнуть виділитися на глобальному ринку. Орнамент у цьому випадку виступає не лише декоративним засобом, а й важливим комунікативним інструментом, що формує емоційний зв'язок із аудиторією та підвищує рівень довіри [4].

У сучасних графічних проектах орнаментальні мотиви активно застосовуються у створенні логотипів, айдентики, пакування, рекламної продукції та цифрових інтерфейсів. Завдяки своїй універсальності та адаптивності вони легко інтегруються у різні платформи та середовища, що є важливою умовою ефективної візуальної комунікації в цифрову епоху [5].

Окрім прикладного аспекту, трансформація народних орнаментів має також глибокий концептуальний вимір. Вона передбачає поєднання візуальної естетики з культурними смислами, що дозволяє створювати дизайн-продукти з багаторівневим змістом. Орнамент стає засобом передачі культурних кодів, історичної пам'яті та національної ідентичності, що особливо важливо в умовах глобалізації [3].

Не менш важливим є питання збереження та популяризації народних орнаментів за допомогою цифрових технологій. Оцифрування традиційних зразків, створення електронних архівів і баз даних сприяє їх збереженню та доступності для широкого кола користувачів. Це відкриває нові можливості для дослідження, переосмислення та використання орнаментальної спадщини у сучасному дизайні.

У глобалізованому світі трансформовані народні орнаменти набувають особливого значення як засіб збереження культурної ідентичності. Вони дозволяють поєднати національні традиції з сучасними тенденціями, створюючи унікальний візуальний стиль, що відображає специфіку певної культури та водночас відповідає вимогам сучасності [4].

Важливу роль у цьому процесі відіграє дизайнерська освіта, яка передбачає вивчення традиційного орнаменту як основи формування професійних компетенцій. Знання принципів композиції, ритму, кольору та символіки, закладених у народному мистецтві, у поєднанні з сучасними технологіями сприяє підготовці конкурентоспроможних фахівців, здатних ефективно працювати в умовах сучасного ринку [1].

Таким чином, трансформація народних орнаментів у сучасному графічному дизайні є складним і багатогранним процесом, що охоплює як формальні, так і змістові аспекти. Вона передбачає інтеграцію традиційної культурної спадщини з інноваційними технологіями, що сприяє розвитку сучасної візуальної культури. Отже, сучасний графічний дизайн виступає потужним інструментом актуалізації народної спадщини,

забезпечуючи її інтеграцію у цифровий простір. Завдяки цьому традиційні орнаменти не лише зберігають свою актуальність, а й набувають нових значень, адаптуючись до потреб сучасного суспільства та відкриваючи широкі перспективи для подальшого розвитку [2].

Список використаних джерел:

1. Антонова Я. Рисунок і живопис в контексті діджиталізації: традиції та нові підходи в графічному дизайні. *Fine Art and Culture Studies*. 2023. № 4. С. 240-244.
2. Бондар І. Етнодизайн як форма збереження образів народного мистецтва в умовах глобалізації. *Деміург: ідеї, технології, перспективи в дизайні*. 2020. № 3 (2). С. 192–201.
3. Брильов С. В., Козік В. В., Палієнко О. О. Дизайн та цифрові технології: сучасні тренди, інновації та виклики. *Арtpростір*. № 1 (5). 2024. С. 89-104.
4. Паньок Т. Етнодизайн у системі сучасної дизайн-освіти: український та світовий досвід (на прикладі Китаю). *Педагогічна академія: наукові записки*. 2025. С. 16.
5. Сиваш І. О. Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2024. № 2. С. 131–138.

УДК 747

Пасічник Софія,
здобувачка другого (магістерського) ступеня освіти
спеціальності В2 Дизайн,
Київський національний університет будівництва і архітектури
Науковий керівник:
Косаревська Раддаміла,
доцент кафедри дизайну,
кандидат архітектури, доцент,
Київський національний університет будівництва і архітектури,
м. Київ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1076-0364>

ПОЄДНАННЯ ТРАДИЦІЙНИХ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ У ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ ДИТЯЧИХ РОЗВИВАЛЬНИХ ПРОСТОРІВ

Сучасні підходи до дизайну інтер'єру дитячих розвивальних просторів формуються під впливом як традиційних принципів організації середовища, так і новітніх досліджень, орієнтованих на потреби дитини. У наукових працях значна увага приділяється формуванню інклюзивного предметно-просторового середовища, яке враховує фізичні, сенсорні та поведінкові особливості дітей. Зокрема, у дослідженнях В. Абизова,

М. Баланенко та Т. Волинець підкреслюється важливість комплексного підходу до формування інтер'єру інклюзивних закладів, що поєднує функціональні, емоційні та просторові характеристики середовища [1].

У сучасних дослідженнях також визначено ключові принципи проектування дитячих інтер'єрів. Зокрема, Т. Булгакова, Д. Цяо та Ю. Лу акцентують увагу на безпеці, доступності, відкритості та варіативності простору як основних чинниках формування комфортного простору для розвитку дитини [2]. Водночас у контексті освітніх просторів активно розвивається концепція гнучкого середовища, яку розглядає Л. Бенаде, підкреслюючи здатність простору адаптуватися до різних сценаріїв діяльності та підтримувати інтерактивні форми навчання і взаємодії [3].

Окремим напрямом сучасних досліджень є сенсорно-орієнтований дизайн. Так, Х. М. Абду та Н. А. Юніс обґрунтовують значення світла, кольору, матеріалів і тактильних характеристик середовища як чинників, що впливають на емоційний стан, поведінку та когнітивний розвиток дітей, зокрема з нейрорізноманітністю [4]. У цьому контексті інтер'єр розглядається як активний інструмент формування досвіду та розвитку дитини.

Попри значну кількість досліджень, питання поєднання традиційних та інноваційних підходів у дизайні дитячих розвивальних просторів потребує подальшого узагальнення.

Метою роботи є визначення особливостей поєднання традиційних та інноваційних підходів у дизайні інтер'єру дитячих розвивальних просторів.

Традиційні принципи дизайну дитячих інтер'єрів залишаються актуальними й сьогодні. До них належать чітке зонування простору, ергономічність, безпечність матеріалів і логічна організація середовища. Такі підходи забезпечують зрозумілість простору для дитини, сприяють формуванню відчуття стабільності та комфорту, а також полегшують процес орієнтації в середовищі. Особливо важливим є врахування вікових особливостей користувачів і диференціація функціональних зон.

Разом із тим сучасний дизайн виходить за межі статичних рішень. Використання мобільних перегородок, трансформованих меблів та багатофункціональних елементів дозволяє створювати гнучке середовище, здатне змінюватися відповідно до різних сценаріїв діяльності. Такий підхід узгоджується з концепцією адаптивного освітнього простору, у якому простір виступає активним інструментом організації навчального процесу та взаємодії [3].

Особливого значення набуває інклюзивність середовища. У сучасних інтер'єрах дитячих просторів передбачаються сенсорні зони, безпечні маршрути пересування, тактильні поверхні та елементи, що сприяють розвитку сприйняття. Врахування потреб дітей із різними фізичними та когнітивними особливостями є невід'ємною складовою сучасного проектування. Сенсорно-орієнтований підхід дозволяє створити середовище, яке підтримує емоційний баланс, стимулює пізнавальну активність і забезпечує комфорт для всіх користувачів [4].

Не менш важливим є звернення до культурного контексту. Використання локальних мотивів, орнаментів і традиційних образів дозволяє формувати змістовно насичене середовище, що сприяє ідентифікації простору та формуванню естетичного досвіду. Водночас традиційні елементи інтерпретуються у сучасних формах, що забезпечує їх гармонійне поєднання з інноваційними рішеннями.

Таким чином, поєднання традиційних і новітніх підходів забезпечує створення комплексного, адаптивного та орієнтованого на користувача середовища.

Отже, поєднання традиційних та інноваційних підходів у дизайні інтер'єру дитячих розвивальних просторів є ефективною основою формування сучасного середовища. Традиційні принципи забезпечують структурованість, безпечність і зрозумілість простору, тоді як інноваційні рішення сприяють його гнучкості та адаптивності.

Урахування інклюзивності та сенсорних характеристик середовища підсилює функціональні можливості інтер'єру та сприяє створенню комфортного простору для дітей із різними потребами. Отже, інтеграція традицій та інновацій виступає ключовим чинником формування якісного дитячого середовища, орієнтованого на розвиток і благополуччя користувачів.

Список використаних джерел:

1. Abyzov V. A., Balanenko M. R., Volynets T. V. Features of interior design of inclusive preschool institutions. *Art and design*. 2021. № 3 (15). P. 21–29. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2021.3.2>
2. Bulhakova T. V., Qiao D., Lu Y. Interior design principles of inclusive preschools. *Art and design*. 2023. № 1 (21). P. 14–24. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.1.1>
3. Benade L. Flexible learning spaces: Inclusive by design? *New Zealand Journal of Educational Studies*. 2019. Vol. 54. P. 53–68. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40841-019-00127-2>
4. Abdou H. M., Younis N. A. Sensory and interactive architectural design strategies for inclusive early childhood learning environments supporting neurodevelopmental diversity. *Architecture*. 2026. Vol. 6, no. 1. Art. 44. DOI: <https://doi.org/10.3390/architecture6010044>

Перхулин Андрій,
*студент III курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»*

Науковий керівник:
Матоліч Ірина,
*завідувач кафедри дизайну,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-7372>*

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Графічний дизайн постає водночас як засіб візуальної комунікації та інструмент художньо-проектної діяльності. Він забезпечує можливість вирішення складних комунікативних завдань шляхом поєднання естетичних і функціональних компонентів. До основних функцій графічного дизайну належать передача інформації, формування іміджу та підвищення ефективності рекламних повідомлень. Таким чином, графічний дизайн можна розглядати як інструмент трансформації складних ідей у доступні та зрозумілі візуальні форми [1].

У сучасних умовах комп'ютерні технології стали невід'ємною складовою різних сфер діяльності – від інженерії та будівництва до медицини й мистецтва. Цей процес безпосередньо вплинув і на розвиток графічного дизайну. Якщо раніше його реалізація вимагала складного технічного забезпечення, то сьогодні інноваційні технології суттєво розширили можливості дизайнерів. Вони отримали доступ до значних інформаційних ресурсів, інструментів аналізу візуальних тенденцій та можливостей формування нових стилістичних напрямів [2].

Історія графічного дизайну має глибоке коріння та бере свій початок у первісному мистецтві. Наскельні зображення, зокрема в печері Альтаміра, є ранніми прикладами візуальної комунікації. У Стародавньому Єгипті розвиток писемності розширив можливості передачі інформації, що використовувалася у релігійних текстах і літописах. У культурі античності, зокрема в Греції та Римі, значного розвитку набуло мозаїчне мистецтво, яке поєднувало естетичну виразність із передачею міфологічних сюжетів. Важливим етапом стало винайдення друкарського преса Йоганном Гутенбергом у XV столітті, що сприяло масовому

поширенню друкованої продукції та заклало основи сучасного графічного дизайну. Його «Біблія Гутенберга» стала прикладом поєднання технічної досконалості та продуманого візуального оформлення [3].

Із розвитком комп'ютерної графіки з'явилася можливість не лише створювати нові візуальні форми, а й здійснювати порівняльний аналіз історичних і сучасних підходів до дизайну. На початкових етапах комп'ютери застосовувалися переважно у військовій та промисловій сферах, проте з часом вони стали невід'ємною частиною творчих практик, що суттєво трансформувало процеси створення та сприйняття візуального контенту.

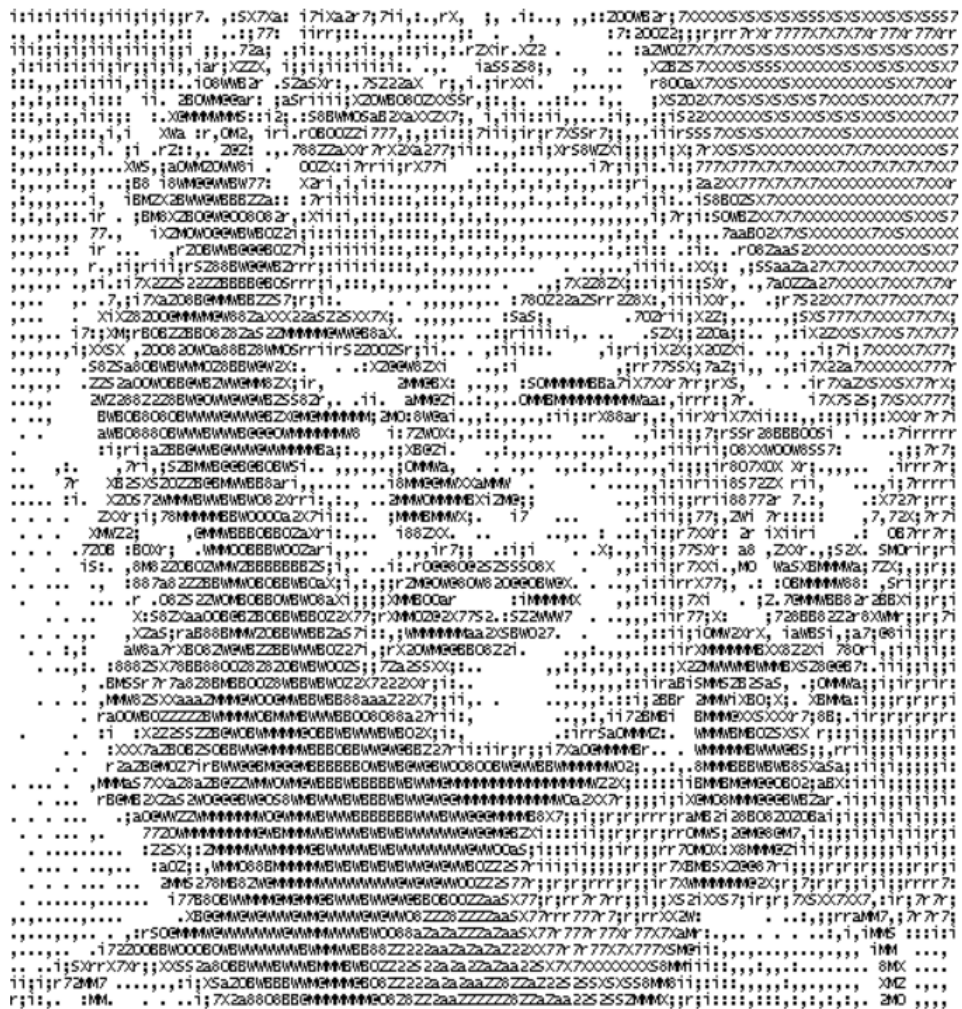


Рис. 1. Зображення із символів

Уперше одному з програмістів спала на думку ідея: за допомогою щільності символів можна відтворити цілісне зображення. Якщо дивитися на таку «картину» зблизька, розгледіти щось складно – зображення стає зрозумілим лише на певній відстані [3].

У 1952 році з'явилася перша комп'ютерна гра ОХО («Хрестики-нулики»), створена Олександром Дугласом для демонстрації взаємодії людини з машиною.

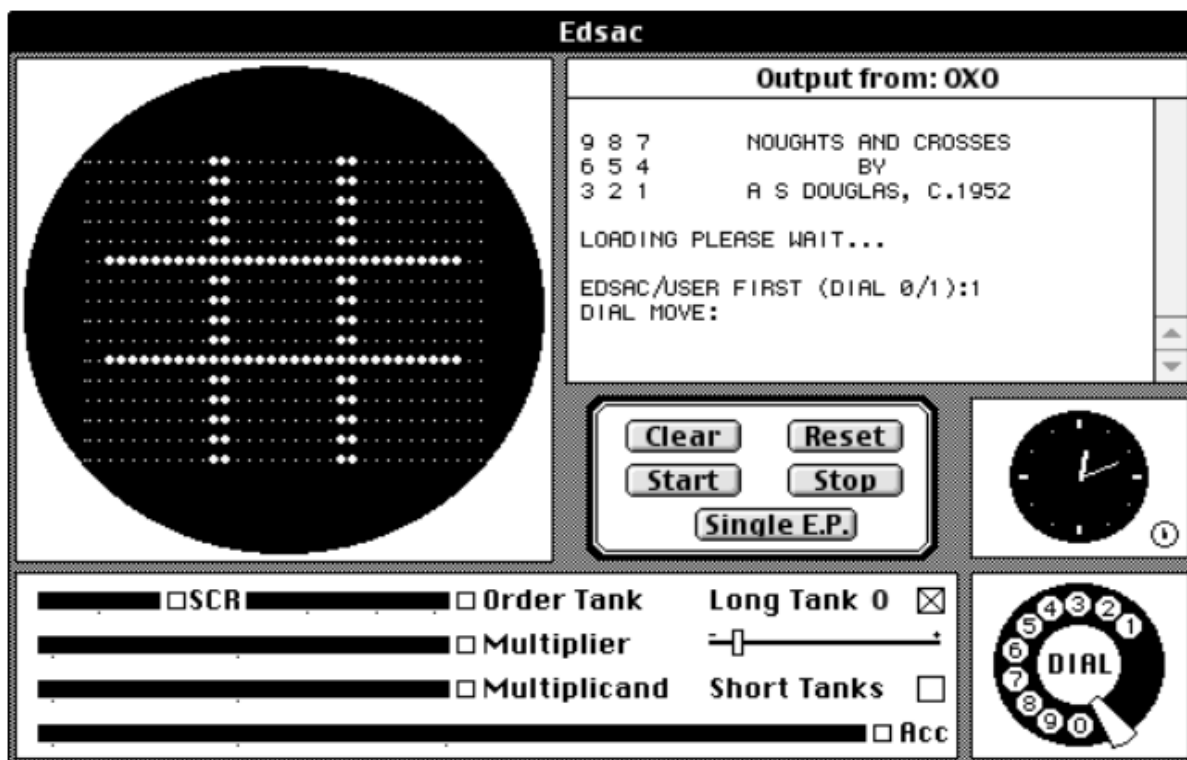


Рис. 2. Гра ОХО («Хрестики-нулики»)

Згодом у практиці графічного дизайну з'являються нові інструменти, зокрема електронне перо як прототип сучасного стилуса, що використовується для роботи на графічних планшетах. Це сприяло розширенню засобів візуального вираження та поступовому зменшенню залежності від традиційних ручних матеріалів.

У 1957 році під керівництвом Рассела Кірша було розроблено барабанний сканувальний пристрій, за допомогою якого отримано перше цифрове зображення, що стало важливим етапом у розвитку цифрових технологій у візуальній культурі [3].

У ХІХ столітті відбувається активний розвиток плакатного мистецтва та афіш, які, попри відсутність сучасних засобів візуальної комунікації, виконували ефективну рекламну функцію. Візуальні повідомлення цього періоду здебільшого орієнтувалися на популяризацію товарів і закладів харчування. Ручна техніка виконання забезпечувала таким об'єктам індивідуальність і художню виразність [4].

У ХХ столітті графічний дизайн зазнає суттєвих трансформацій, пов'язаних із розвитком друкарських технологій і формуванням нової

візуальної культури. Особливого значення набуває типографіка як засіб організації інформації. У середині століття формується концепція брендингу: компанії починають системно працювати над створенням впізнаваного візуального образу, ключовим елементом якого стає логотип. Це сприяє диференціації продукції та підвищенню її конкурентоспроможності [4].

Сучасний етап розвитку графічного дизайну характеризується значною диверсифікацією напрямів, серед яких особливого поширення набувають 3D-дизайн, моушн-дизайн, брендинг, UI/UX-дизайн тощо. Використання цифрових технологій дозволяє дизайнерам працювати поза обмеженнями матеріального середовища, забезпечуючи високу швидкість створення та обробки візуального контенту. Програмні засоби дедалі більше інтегрують автоматизовані функції, включаючи корекцію кольору, генерацію шрифтів і макетів на основі алгоритмів штучного інтелекту, що відкриває нові перспективи для проектної діяльності.

Отже, графічний дизайн у сучасних умовах постає як універсальна система візуальної комунікації, що поєднує історичний досвід і новітні технології. Його розвиток засвідчує трансформацію від ремісничої практики до комплексної проектної діяльності, спрямованої на ефективне передавання змістів через візуальні образи.

Список використаних джерел:

1. Поняття графічний дизайн. *Brainlab*. URL: <https://brainlab.com.ua/uk/blog-uk/grafichnij-dizajn-chomu-czej-skil-masthev-dlya-kozhnogo-kreativnika> (дата звернення: 20.03.2026).
2. Про історію графічного дизайну. *Wizeclub*. URL: <https://wizeclub.education/blog/istoriya-grafichnogo-dizajnu/> (дата звернення: 22.03.2026).
3. Як технології змінюють графічний дизайн. *Королівна*. URL: <https://karalevna.com.ua/nauka-ta-tehnolohii/yak-tekhnologiyi-zminuyut-svit-grafichnogo-dizainu/> (дата звернення: 20.03.2026).
4. Як розвивалася комп'ютерна графіка. *Факультет математики, природничих наук та технологій ЦДУ*. URL: <https://phm.cuspu.edu.ua/nauka/naukovo-populiarni-publikatsii/891-istoriya-vynyknennya-ta-rozvytku-komp-yuternoyi-hrafiky.html> (дата звернення: 22.03.2026).

*Пітус Марія,
студентка I курсу магістратури
спеціальності В2.01 Графічний дизайн,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка*

**Науковий керівник:
Борисова Світлана,**
*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики її навчання,
Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0610-644X>*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ТРАДИЦІЙНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ОРНАМЕНТИКИ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Українська орнаментика є важливою складовою національної культури, що формувалася впродовж тривалого історичного розвитку та відображає систему символічних і світоглядних уявлень українського народу [4]. Орнаментальні мотиви широко застосовувалися у декоративно-прикладному мистецтві (вишивці, ткацтві, кераміці, писанкарстві, різьбленні по дереву), де виконували як декоративну, так і символічну функцію.

У наукових працях орнамент визначається як впорядкована система художніх елементів, яка вибудовується за принципами ритму, симетрії та повторюваності. Т. Божко та О. Чистіков наголошують, що в умовах розвитку цифрового середовища орнамент трансформується шляхом спрощення форм, лінеаризації, пікселізації та інтеграції з типографікою [1].

О. Колісник і С. Мисак розглядають орнамент як носій культурних смислів, який передає традиційні уявлення про світ і виконує функцію візуального коду. У сучасній практиці орнамент не відтворюється буквально, а переосмислюється через зміну масштабу, кольору, ритму та композиційної структури [4]. Як зазначають О. Гальчинська, В. Мунтян та І. Костенко, використання традиційних орнаментальних мотивів у графічному дизайні передбачає їх адаптацію до сучасних візуальних умов і технологій, що сприяє створенню нових дизайнерських рішень [3].

У сучасних дослідженнях українського графічного дизайну увага приділяється питанням національної ідентичності та використанню традиційних мотивів у візуальній комунікації. Зокрема, дослідниця Н. Удріс-Бородавко у праці «Графічний дизайн з українським обличчям» аналізує розвиток українського дизайну останнього десятиліття та підкреслює важливість звернення до культурної спадщини як джерела формотворення. Авторка зазначає, що сучасні дизайнери орієнтуються на глобальні тенденції та активно шукають власну візуальну мову, яка ґрунтується на національних традиціях, історії та народному мистецтві [5]. Орнамент у цьому контексті є одним з інструментів формування візуальної ідентичності.

Наразі у дизайнерській практиці виокремлюється напрям цифрового збереження та адаптації орнаментальної спадщини. Прикладом зазначеного підходу є спільний проєкт Київського національного університету технологій та дизайну та Національного центру «Мала академія наук України», у межах якого здійснено оцифрування та векторизацію гуцульських орнаментів для подальшого використання у дизайні. У процесі роботи було відтворено понад 800 орнаментальних елементів на основі досліджень М. Курилича, що утворило їх цифрову базу для використання у сучасних графічних програмах.

Реалізація проєкту засвідчує інтеграцію традиційного мистецтва у цифрове середовище і розширює можливості його застосування у сучасних дизайн-практиках (Рис. 1). Тим самим переведення у цифровий формат української культурної спадщини сприяє її збереженню й популяризації засобами цифрових технологій, посилює значення орнаменту як засобу візуальної комунікації в графічному дизайні. Одночасно цифровий формат орнаментів розширює їх функціональні можливості: декоративні елементи змінюють функцію на повноцінний інструмент формування візуальної ідентичності.



Рис. 1. Каталог гуцульських орнаментів. Джерело: <https://surl.li/pczcsc>

Практичне застосування орнаменту найбільш виразно простежується у дизайні упакування, брендингу міст та айдентиці майстерень. Так,

у дизайні упаковок, зокрема, у проекті Panon Dairy, традиційні орнаментальні мотиви трансформовані у спрощені геометричні елементи, що поєднуються з мінімалістичною композицією для створення візуального образу, який зберігає зв'язок із національною культурою (Рис. 2).



Рис. 2. Використання орнаментальних мотивів у дизайні пакувань молочної продукції Panon. Джерело: <https://surl.li/imdemo>

Орнамент активно застосовується також у брендингу міст. Наприклад, у візуальній айдентиці Чернівців орнаментальні мотиви функціонують як система графічних елементів, що передають культурну специфіку міста (Рис. 3). Схожий підхід застосовано в айдентиці Івано-Франківська, де орнамент трансформовано у сучасну графічну мову та інтегровано у логотип і рекламні матеріали. Таким чином, використання орнаменту у брендингу міст сприяє розробці унікальних графічних проєктів з акцентом на національній культурній спадщині.

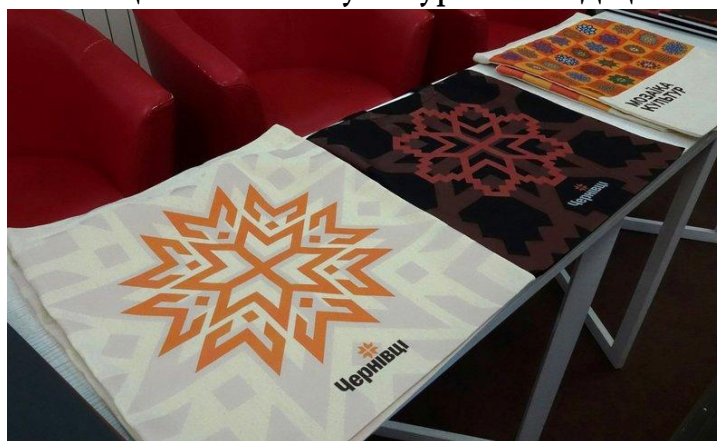


Рис. 3. Приклад використання орнаментальних мотивів у візуальній айдентиці Чернівців. Джерело: <https://surl.li/cvhnnes>

Варто підкреслити, що наразі орнамент також реалізується у вигляді патернів – повторюваних композицій, що формують цілісну візуальну систему. Патерни, утворені на основі використання комбінацій елемен-

тів традиційних орнаментів, застосовуються у процесі розробки айден-тики як компонент фірмового стилю і адаптуються до різних носіїв. Наприклад, в основі візуальної системи айдентики для ткацької майстерні «Серпанок» закладено орнаменти, які стилістично поєднані на різних носіях (Рис. 4).



Рис. 4. Приклад використання орнаментального патерну в айдентиці ткацької майстерні «Серпанок». Джерело: <https://surl.lt/pgwcjg>

Отже, трансформація української орнаментики у сучасному графічному дизайні відбувається через її стилізацію, адаптацію до цифрового середовища та інтеграцію у сучасні дизайнерські практики. Орнамент не є виключно декоративним елементом: його роль трансформується в інструмент візуальної комунікації та ефективний засіб репрезентації культурної ідентичності.

Список використаних джерел:

1. Божко Т., Чистіков О. Тенденції застосування геометричних орнаментів у проєктах графічного дизайну в Україні XXI ст. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2019. Т. 2. № 1. С. 51–57. DOI: 10.31866/2617-7951.2.1.2019.170357
2. Борисова С. В. Етнодизайн як явище сучасної культури. *Гуманізація навчально-виховного процесу*. Слов'янськ : СДПУ, 2011. № LIV. С. 27–32.
3. Гальчинська О. С., Мунтян В. В., Костенко І. О. Продукти графічного дизайну, створені на основі традиційних українських розписів. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2024. Вип. 4. С. 45–50. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2024.4.7>
4. Колісник О., Осадчук Ю., Куровська Д. Аспекти графіки українського орнаменту. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Київ : КНУТД, 2024. С. 259–261.
5. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. Київ : ArtHuss, 2023. 204 с.

*Радченко Юлія,
аспірантка кафедри дизайну архітектурного факультету,
Київський національний університет будівництва і архітектури
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1759-4744>*

*Науковий керівник:
Третяк Юлія,
доктор архітектури, професор, завідувач кафедри дизайну,
Київський національний університет будівництва і архітектури,
м. Київ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7537-5929>*

КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ІНТЕР'ЄРНИХ ПРОСТОРІВ ТА ОБЛАДНАННЯ РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ДЛЯ ЖЕРТВ ВІЙСЬКОВИХ КОНФЛІКТІВ

Формування реабілітаційної інфраструктури в умовах війни в Україні актуалізувало потребу не лише у створенні нових закладів відновлення, а й у науковому осмисленні їхнього інтер'єрного середовища. Для реабілітаційних центрів, орієнтованих на жертв військових конфліктів, недостатнім є виключно функціонально-технічний підхід до організації простору, оскільки ефективність відновлення залежить також від психоемоційної безпеки, читабельності середовища, рівня приватності, логіки переміщень, адаптивності меблів і обладнання. У зв'язку з цим постає потреба у визначенні класифікаційних ознак інтер'єрних просторів та обладнання, що дає змогу систематизувати предметно-просторове середовище реабілітаційного центру як цілісну багатокomпонентну систему. Класифікація в цьому випадку виконує не лише описову, а й методичну функцію. Вона дозволяє впорядкувати різнотипні інтер'єрні простори за їхнім призначенням, режимом використання, ступенем відкритості, характером сенсорного навантаження та особливостями предметного наповнення. Аналогічно обладнання має розглядатися не як другорядний технічний елемент, а як активна складова середовища, що безпосередньо впливає на характер взаємодії людини з простором і процесом реабілітації.

Інтер'єрне середовище реабілітаційного центру для жертв військових конфліктів доцільно розглядати як систему взаємопов'язаних просторів, що забезпечують різні режими перебування, відновлення, комунікації та адаптації. У межах такої системи класифікація інтер'єрних просторів і

обладнання має ґрунтуватися не лише на функціональному поділі, а й на сукупності ознак, які враховують психологічну безпеку, характер взаємодії користувача з простором, сенсорне навантаження та предметне наповнення [2, с. 57–60; 3].

Першою класифікаційною ознакою інтер'єрних просторів є функціональне призначення. За цією ознакою доцільно виокремлювати такі простори, як: лікувально-терапевтичні, психоемоційно-стабілізаційні, фізично-реабілітаційні, комунікативно-рекреаційні, адміністративно-сервісні та допоміжно-побутові. Такий поділ дозволяє співвідносити просторову організацію центру з основними напрямками реабілітаційного процесу [2, с. 58–61].

Другою ознакою виступає характер користування простором. За цим критерієм можна виділити індивідуальні, групові та змішані простори. Індивідуальні простори орієнтовані на усамітнення, стабілізацію та персоналізовану взаємодію із середовищем. Групові простори призначені для занять, спільного перебування та соціальної взаємодії. Змішані простори мають адаптивний характер і можуть змінювати сценарій використання залежно від конкретного етапу реабілітації [2, с. 60–62; 3].

Третьою класифікаційною ознакою є ступінь приватності. За нею інтер'єрні простори доцільно поділяти на відкриті, напівприватні та приватні. Такий поділ є важливим для реабілітаційних центрів, оскільки забезпечує варіативність рівня контакту користувача з іншими людьми та із самим середовищем [3].

Четвертою ознакою є сенсорна інтенсивність простору. За цим критерієм інтер'єрні простори можуть бути сенсорно нейтральними, сенсорно активними та сенсорно регульованими. У першому випадку домінує завдання зниження напруження, у другому – підтримка активної реабілітаційної дії, у третьому – можливість змінювати світлові, акустичні, колористичні та тактильні параметри середовища відповідно до стану користувача [2, с. 59–60; 3].

П'ятою ознакою є часова стабільність або трансформованість простору. За нею доцільно розрізняти стаціонарні та адаптивні інтер'єрні простори. Стаціонарні простори мають чітко визначене призначення і відносно постійне предметне наповнення. Адаптивні простори допускають зміну конфігурації, меблювання або сценарію використання залежно від реабілітаційних потреб [1, с. 319–322; 2, с. 61–63].

Окремого розгляду потребує класифікація обладнання. За функцією його доцільно поділяти на лікувально-реабілітаційне, діагностично-контрольне, побутово-підтримувальне, інформаційно-навігаційне та комунікативне. За способом взаємодії з користувачем обладнання може бути пасивним, активно-реабілітаційним і адаптивно-керованим. За ступенем мобільності може бути стаціонарним, мобільним і трансформованим. Такий поділ дає змогу розглядати обладнання не як другорядне технічне наповнення, а як активну складову предметно-просторового середовища [1, с. 322–325; 2, с. 58–60].

Важливою класифікаційною ознакою є також предметно-просторова роль елементів інтер'єру, оскільки в межах одного середовища меблі, обладнання, навігаційні засоби, перегородки та контактні поверхні виконують не лише утилітарну, а й організаційну, орієнтаційну та психологічну функцію [1, с. 323–325].

Таким чином, класифікаційні ознаки інтер'єрних просторів та обладнання дають змогу систематизувати реабілітаційне середовище як багаторівневу систему, у якій просторові, предметні, сенсорні та ергономічні характеристики взаємопов'язані між собою. Узагальнення основних класифікаційних ознак інтер'єрних просторів та обладнання подано в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікаційні ознаки інтер'єрних просторів та обладнання реабілітаційних центрів для жертв військових конфліктів

Класифікаційна ознака	Інтер'єрні простори	Обладнання
Функціональне призначення	терапевтичні, стабілізаційні, рекреаційні, сервісні, побутові	лікувально-реабілітаційне, діагностичне, побутово-підтримувальне, інформаційне
Характер користування	індивідуальні, групові, змішані	персоналізоване, колективного користування, універсальне
Ступінь приватності	відкриті, напівприватні, приватні	відкрите, локалізоване, індивідуально закріплене
Сенсорна інтенсивність	нейтральні, активні, регульовані	пасивне, активно-реабілітаційне, адаптивно-кероване
Мобільність / трансформованість	стаціонарні, адаптивні	стаціонарне, мобільне, трансформоване

Навігаційна та матеріальна ознака	читабельні / складні за орієнтацією; з різним рівнем сенсорного навантаження	навігаційно-інформаційне; матеріально-безпечне та ергономічне
-----------------------------------	--	---

Класифікація інтер'єрних просторів та обладнання реабілітаційних центрів для жертв військових конфліктів є важливим інструментом систематизації предметно-просторового середовища. Основними класифікаційними ознаками інтер'єрних просторів доцільно вважати функціональне призначення, характер користування, ступінь приватності, сенсорну інтенсивність та рівень трансформованості. Обладнання доцільно класифікувати за функцією, способом взаємодії з користувачем, ступенем мобільності та рівнем спеціалізації. Такий підхід дозволяє перейти від фрагментарного розгляду інтер'єру до цілісного розуміння реабілітаційного середовища як багатокомпонентної системи, у якій просторові й предметні елементи підпорядковані завданням відновлення, адаптації та підтримки автономності людини.

Список використаних джерел:

1. Чернявський В. Г. Класифікація елементів предметно-просторового середовища інтер'єрів громадських будівель соціальної сфери. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2011. Вип. 27. С. 319–325. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/items/7b823e38-3355-49df-9fdf-3a0e982fc813>
2. Дудка О. М. Перспективи розвитку архітектури реабілітаційних центрів як сучасних поліфункціональних об'єктів. *Науковий вісник будівництва*. 2025. № 112. С. 56–63. DOI: <https://doi.org/10.33042/2311-7257.2025.112.1.7>
3. Cho M. Evaluating Therapeutic Healthcare Environmental Criteria: Architectural Designers' Perspectives. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2023. Vol. 20, No. 2. Art. 1540. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijerph20021540>

*Ракоча Аліна-Світлана,
магістрантка I курсу спеціальності В2 Дизайн
спеціалізації В2.01 Графічний дизайн,
ЗВО «Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка»*

Науковий керівник:

Борисов Вячеслав,
*професор кафедри образотворчого мистецтва,
дизайну та методики їх навчання,
доктор педагогічних наук, професор,
ЗВО «Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка»,
м. Тернопіль, Україна*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3117-2118>

ОСОБЛИВОСТІ СТИЛІЗАЦІЇ РОСЛИННИХ ФОРМ У КНИЖКОВІЙ ІЛЮСТРАЦІЇ

У сучасному графічному дизайні книжкова ілюстрація функціонує не як допоміжний декоративний компонент, а як структуроутворюючий елемент візуальної комунікації, що визначає характер сприйняття змісту та формує візуальну ідентичність видання [3; 4]. У цьому контексті особливої актуальності набуває проблема інтерпретації природних форм, зокрема рослинних мотивів, які виступають носіями як морфологічної, так і символічної інформації.

Аналіз сучасних досліджень засвідчує, що стилізація природних форм у графічному дизайні розглядається переважно як формотворчий прийом, однак недостатньо осмислюється як складова проектної діяльності. Така редукція призводить до спрощеного трактування стилізації як суто естетичної операції, позбавленої аналітичного та комунікативного виміру. Натомість доцільно розглядати стилізацію як процедурний механізм проектування, у межах якого відбувається трансформація природної форми у візуальний знак, здатний функціонувати в системі книжкової графіки.

Процес стилізації передбачає послідовне здійснення аналітичних і трансформаційних операцій. На першому етапі відбувається дослідження морфологічних характеристик рослини – пропорцій, ритмічної організації, структурних зв'язків між елементами. Водночас ключовим є не

лише фіксація зовнішніх ознак, а й виявлення їхньої візуальної закономірності, що дозволяє перейти до наступного етапу – узагальнення та графічної інтерпретації. Як зазначається у дослідженнях з теорії ілюстрації, саме аналітичний підхід до форми забезпечує можливість її подальшої трансформації без втрати семантичної визначеності [2].

У результаті цього процесу формується стилізоване зображення, яке зберігає впізнаваність природного об'єкта, але набуває нової графічної якості. На відміну від натуралістичної ботанічної ілюстрації, що орієнтована на точну передачу морфології, стилізація допускає зміну пропорцій, спрощення форми та акцентування окремих елементів. Це дозволяє інтегрувати рослинні мотиви у загальну композиційну та концептуальну структуру видання.

На основі проведеного аналізу доцільно виокремити такі типи стилізації рослинних форм у книжковій ілюстрації:

- морфологічно орієнтовану, що зберігає природну пластичність і структуру;
- структурно-геометризовану, яка підкреслює конструктивну організацію форми;
- символічно-узагальнену, де домінує ідея або асоціативний образ;
- функціонально-схематичну, спрямовану на передачу інформації та пояснення внутрішніх зв'язків.

Особливе місце займають схематичні ілюстрації, що характеризуються високим рівнем абстрагування. У таких зображеннях відбувається свідомо редуція другорядних деталей із концентрацією на ключових структурних і функціональних характеристиках. Це відповідає вимогам навчальних і науково-популярних видань, де ілюстрація виконує когнітивну функцію та сприяє оптимізації сприйняття інформації [1]. Таким чином, стилізація в цьому випадку виступає інструментом не лише естетизації, а й інтелектуалізації візуального повідомлення.

Суттєвим чинником трансформації підходів до стилізації є розвиток цифрових технологій. Сучасні програмні засоби дозволяють варіювати форму, структуру та композицію зображення, створюючи умови для багатоваріантного проєктування. Це призводить до зміни самого характеру стилізації – від статичної до процесуальної, відкритої до модифікацій. Як підкреслюється у сучасних дослідженнях книжкової ілюстрації, цифрові інструменти не лише розширюють технічні можливості, а й впливають на формування нових візуальних стратегій [3; 5]. Водночас ефективність стилізації визначається здатністю дизайнера забезпечити баланс між впізнаваністю та умовністю образу. Надмірна натуралістичність обмежує можливості графічного узагальнення, тоді як надмірна

абстракція призводить до втрати комунікативної функції. У цьому контексті продуктивним є підхід, що передбачає виділення домінантної ознаки форми та її подальше підсилення у процесі проектування.

Окрім формотворчого аспекту, стилізовані рослинні мотиви виконують важливу комунікативну функцію. Вони формують емоційний тон видання, підсилюють його тематичну спрямованість та можуть виступати носіями культурних значень. Крім того, завдяки ритмічності та повторюваності форм рослинні елементи активно використовуються у структурі книжкового дизайну як декоративні компоненти – орнаменти, заставки, фонові композиції. При цьому ілюстрація залишається тісно пов'язаною з технологічними умовами відтворення, оскільки функціонує як друкований результат авторського зображення [2].

Отже, стилізація рослинних форм у книжковій ілюстрації постає як комплексна дослідницько-дизайнерська практика, що поєднує аналітичне вивчення природної форми, її графічну трансформацію та інтеграцію у візуальну систему видання. Такий підхід дозволяє розглядати стилізацію не як допоміжний художній прийом, а як один із ключових механізмів проектування візуального образу, що забезпечує єдність естетичних, інформаційних і комунікативних характеристик книжкового продукту.

Список використаних джерел:

1. Гальсинська О., Пашкевич К., Садкова А. Сучасні тенденції розвитку книжкової ілюстрації в цифровому середовищі. *Академічні студії з дизайну*. 2022. Вип. 2. С. 54–57. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/21088/1/APSD_2022_V2_P054-057.pdf (дата звернення: 20.03.2026).

2. Крисан Н. В., Колесніченко О. В. Сучасний стан та роль ботанічної ілюстрації у пізнанні рослинного світу. *Садово-парковий ландшафт і декоративне фіторізноманіття очима дослідників* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Київ : НУБіП України, 2020. С. 11–14.

3. Мазніченко О., Халімовська А., Клімова Л. Особливості розвитку книжкової ілюстрації в сучасному дизайні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 4 квітня 2025 р.). Київ : КНУТД, 2025. С. 289–291. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/31236/1/Том%202_2025-289-291.pdf (дата звернення: 20.03.2026).

4. Мільдзіхова Н., Потапенко М. Книжкова ілюстрація як вид мистецтва та засіб візуальної комунікації. *Молода наука – 2022* : збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених: у 4 т. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. Т. 2. С. 249. URL: https://www.researchgate.net/publication/364088406_Knizkova_ilustracia_ak_vid_mistectva (дата звернення: 20.03.2026).

5. Потапенко М., Димова А. Книжкова ілюстрація як вид графічного мистецтва. *Молода наука – 2021* : збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. URL: <https://www.researchgate.net/>

УДК 005.96

Рогожкіна Олександра,
*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
освітня програма «Менеджмент бізнес-організацій»,
Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана*
Науковий керівник:
Барабась Дмитро,
*доцент кафедри менеджменту,
кандидат економічних наук, доцент,
Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана,
м. Київ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8776-6222>

ПОНЯТТЯ, ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ РОБОТИ ВІДДАЛЕНИХ (ВІРТУАЛЬНИХ) КОМАНД

В умовах стрімкої цифровізації та глобалізації сучасного суспільства трансформуються підходи до організації праці, зокрема у сферах управління творчими проектами та впровадження дизайнерських інновацій. Все більшого поширення набувають віддалені (віртуальні) команди, які дозволяють об'єднувати фахівців з різних куточків світу, забезпечуючи доступ до ширшого спектра знань, навичок і креативних ідей. Такий формат роботи стає особливо актуальним для дизайн-індустрії, де інноваційність, гнучкість мислення та міждисциплінарна взаємодія відіграють ключову роль.

Управління творчими проектами в умовах віддаленої співпраці вимагає нових підходів до комунікації, координації та мотивації учасників команди. Віртуальне середовище відкриває значні можливості для генерації інноваційних дизайнерських рішень, однак водночас створює певні виклики, пов'язані з організацією ефективної взаємодії, підтримкою командної згуртованості та забезпеченням продуктивності. Особливо це важливо в сучасному дизайні, де результат значною мірою залежить від синергії творчих ідей і здатності команди швидко адаптуватися до змін.

Тож уточнення поняття та дослідження переваг і викликів роботи віддалених команд є актуальним у контексті управління творчими проектами та впровадження інновацій у дизайні. Воно дозволяє виявити

ефективні інструменти організації роботи, підвищити якість комунікації та сприяти створенню конкурентоспроможних креативних продуктів у сучасному цифровому середовищі.

Під віртуальною командою зазвичай розуміють групу фахівців, які географічно розосереджені, але об'єднані спільною метою, завданнями та організаційною структурою, а їхня взаємодія здійснюється за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій [1]. Такі команди можуть бути як тимчасовими (створеними під конкретний проєкт), так і постійними, інтегрованими до структури організації. Важливими характеристиками віртуальних команд є високий рівень автономії учасників, гнучкість організації праці та залежність від цифрових каналів комунікації.

До ключових переваг віддалених команд для організації належить насамперед доступ до глобального ринку талантів. Компанії отримують можливість залучати найкращих фахівців незалежно від розташування, що особливо важливо для творчих проєктів та інноваційного дизайну, де різноманітність ідей і досвіду сприяє генерації нових рішень [2]. Значною перевагою є суттєве зниження операційних витрат. Організації економлять на оренді офісних приміщень, комунальних послугах, обладнанні робочих місць, витратах на харчування персоналу та інших супутніх витратах, працівники економлять час і кошти на поїздках [3, с. 193].

Віддалені команди забезпечують підвищену гнучкість та масштабованість бізнес-процесів, швидке збільшення або зменшення чисельності команди відповідно до поточних потреб проєкту без необхідності розширення фізичної інфраструктури. Важливою перевагою є можливість забезпечення безперервності бізнес-процесів завдяки географічній розподіленості команди. Коли члени повинні працювати у різних часових поясах, організація може підтримувати цілодобовий режим роботи, що особливо актуально для міжнародних проєктів, служб технічної підтримки та компаній, які обслуговують клієнтів у різних регіонах світу.

Ще однією суттєвою перевагою є підвищення продуктивності праці за рахунок індивідуалізації робочого процесу. Працівники мають можливість самостійно організувати свій робочий час, що сприяє кращому балансу між професійним і особистим життям, позитивно впливає на мотивацію та задоволеність працівників, скорочує плинність кадрів [4]. Віддалені команди часто показують вищу продуктивність порівняно з традиційними офісними командами завдяки зменшенню відволікаючих факторів, можливості працювати у найбільш продуктивний час доби та використанню ефективних цифрових інструментів для управління завданнями [5].

Одним із найбільших викликів є складність формування довіри та командної згуртованості в умовах обмеженості особистих контактів. Відсутність неформального спілкування, спільних офісних традицій та можливості зчитувати невербальні сигнали ускладнює побудову міцних міжособистісних зв'язків, що є основою ефективної командної роботи. Значним викликом є комунікаційні бар'єри та ризики непорозумінь. Електронна комунікація не передає повного спектра емоцій та нюансів повідомлення, що може призводити до неправильної інтерпретації інформації [6]. Ця проблема особливо критична для творчих проєктів у сфері дизайну, де важливими є колективна генерація ідей та обговорення концепцій.

Координація роботи у різних часових поясах створює додаткові труднощі, найвагоміші для глобальних команд з різницею у часових поясах понад 6-8 годин. Пошук зручного часу для спільних нарад, затримки у відповідях на термінові питання та необхідність працювати у незручний час для забезпечення комунікації з колегами можуть негативно впливати на співробітників.

Серйозною проблемою є відчуття ізоляції та професійної самотності, що формується в багатьох віддалених працівників і негативно впливає на їхню залученість та продуктивність [7]. Відсутність фізичної присутності колег, неформального спілкування біля кавоварки та спільних обідів може призводити до емоційного вигорання та зниження мотивації. Українські дослідження показують, що понад 50 % віддалених працівників періодично відчують професійну ізоляцію [3, с. 193].

Технологічні виклики включають залежність від якості інтернет-з'єднання, ризики технічних збоїв та проблеми сумісності різних платформ. У віддалених командах технічна несправність в одного учасника може паралізувати роботу всієї групи, що потребує забезпечення резервних каналів комунікації та технічної підтримки. Складності контролю та моніторингу продуктивності також є викликом для керівників віддалених команд. Традиційні методи контролю, засновані на спостереженні за присутністю та процесом роботи, неефективні у віртуальному середовищі. Необхідність переходу до результат-орієнтованого управління вимагає розробки нових критеріїв оцінювання та систем моніторингу, що не завжди легко впроваджуються. Ризики інформаційної безпеки значно зростають у віддалених командах, оскільки працівники використовують різні мережі, пристрої та робочі середовища. Загрози витоку конфіденційної інформації, несанкціонованого доступу до корпоративних систем та кіберзлочинності потребують інвестицій у технології захисту даних та навчання співробітників основам кібербезпеки [4; 8, с. 82].

Проблема нерівного доступу до інформації та ресурсів часто виникає в гібридних командах, де офісні працівники мають переваги у доступі до неформальної інформації, спонтанних обговорень та підтримки керівництва [4]. Це може створювати відчуття несправедливості серед віддалених членів команди та негативно впливати на їхню залученість. Складності розвитку організаційної культури та інтеграції нових членів команди є додатковим викликом. Віддаленим працівникам важче відчувати та засвоїти корпоративну культуру, цінності та неписані правила організації. Процес адаптації нових співробітників стає тривалішим та потребує спеціальних програм онбордингу, адаптованих до віртуального середовища. А ефективність віддалених команд буде залежати від здатності організації мінімізувати комунікаційні ризики та водночас використовувати переваги гнучкості й доступу до талантів. Саме баланс між технологічною підтримкою, організаційною структурою та психологічним комфортом працівників визначає рівень продуктивності віртуальної команди [8, с. 82].

Отже, віддалені (віртуальні) команди є невід'ємним елементом сучасного організаційного середовища, що відкриває нові можливості для розвитку творчих індустрій і дизайну. Проте для максимально ефективного використання їх потенціалу необхідно враховувати як переваги, так і виклики, пов'язані з таким форматом роботи, та впроваджувати відповідні управлінські інструменти.

Список використаних джерел:

1. Powell A., Piccoli G., Ives B. Virtual teams: A review of current literature and directions for future research. *ACM SIGMIS Database*. 2004. Vol. 35 (1). P. 6–36. DOI: <https://doi.org/10.1145/968464.968467> (дата звернення: 30.03.2026).
2. Gibson C. B., Gibbs J. L. Unpacking the concept of virtuality: The effects of geographic dispersion, electronic dependence, dynamic structure, and national diversity on team innovation. *Administrative Science Quarterly*. 2006. Vol. 51 (3). P. 451–495. DOI: <https://doi.org/10.2189/asqu.51.3.451> (дата звернення: 30.03.2026).
3. Бондаренко О. М., Тардаскіна Т. М., Богатирьова Л. Д. Дослідження розвитку віддаленої роботи в умовах пандемії COVID-19. *Бізнес Інформ*. 2021. № 2. С. 190–197. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-2-190-197>
4. Нестерук В. Цифрові інструменти як засіб реалізації підходів до дистанційного та гібридного управління. *Економіка та суспільство*. 2025. № 74. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-74-152> (дата звернення: 30.03.2026).
5. Gajendran R. S., Harrison D. A. The good, the bad, and the unknown about telecommuting: Meta-analysis of psychological mediators and individual consequences. *Journal of Applied Psychology*. 2007. Vol. 92 (6). P. 1524–1541. DOI: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.6.1524> (дата звернення: 30.03.2026).

6. Martins L. L., Gilson L. L., Maynard M. T. Virtual teams: What do we know and where do we go from here? *Journal of Management*. 2004. Vol. 30 (6). P. 805–835. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jm.2004.05.002> (дата звернення: 30.03.2026).

7. Hoch J. E., Kozlowski S. W. J. Leading virtual teams: Hierarchical leadership, structural supports, and shared team leadership. *Journal of Applied Psychology*. 2014. Vol. 99 (3). P. 390–403. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0030264> (дата звернення: 30.03.2026).

8. Гарафонова О., Дворник І., Шевель Я. Вплив віддаленої та гібридної форм зайнятості (remote & hybrid work) на організаційний менеджмент та продуктивність персоналу. *Modeling the development of the economic systems*. 2025. № 3. С. 80–86. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2025-17-11> (дата звернення: 30.03.2026).

УДК 655.26

Русяновска Анастасія,
студентка IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
Інститут поліграфії та медійних технологій
НУ «Львівська політехніка»,
м. Львів, Україна

ВПЛИВ РУКОПИСНИХ ШРИФТІВ НА СУЧАСНИЙ ДИЗАЙН

Мета: продемонструвати актуальність рукописних шрифтів для сучасного дизайну типографії книги, плакату, зовнішньої реклами на прикладах студентських проектів та аналізу актуальної зовнішньої реклами.

Каліграфічні композиції на основі українських шрифтів (устав, півустав, в'язь, скоропис) впливають на створення сучасної візуальної мови слова у книзі, особливо для оформлення поезії. Дослідження та запозичення принципів побудови каліграфічних композицій сприяє вдаль організації простору у книжковому форматі, пошуку ритму верстки та передання художнього образу.

Каліграфія розвиває особливий тип мислення, де літера, слово, речення сприймаються як графічні форми, дизайнерська робота з якими підсилює їх сенс. Такий принцип використано для створення студентської роботи, оформлення поезії «Човен» Івана Франка. Текст набуває візуально-сміслового характеру, значення формується не лише словами, а й графічною організацією. Нестандартний силует спонукає до прочитання та вирізняється з-поміж традиційної форми вірша (Іл. 1).

Шрифтова мова у дизайні плакату є переконливим виражальним інструментом. Це зумовлено різними асоціативними та культурними

створення відчуття автентичності, підкреслення ідеї продукту, створеного людьми для людей, що протиставляється стандартним маркетинговим рішенням. Показовим для цієї тенденції є дизайн реклами та фірмової продукції мережі супермаркетів «Сільпо», а саме кампанія «Радісне Різдво», де активно використовуються рукописні шрифтові мотиви, зокрема у пакуванні, навігації та рекламних матеріалах. Така увага до шрифту створює ефект безпосереднього звернення до споживача, викликає посмішку, рекламує не досконалість, а справжність, підсилює довіру та створює «людяність» бренду, що є сильним інструментом для реклами, яка запам'ятовується незвичайністю у середовищі маркетингу.



Іл. 3. Дизайн пакувальної продукції «Сільпо», кампанія «Радісне Різдво» 2025-2026

Отже, у сучасному візуальному середовищі, з надлишком цифрового та ШІ-контенту, особливої актуальності набуває пошук засобів індивідуалізації, емоційності, гуманістичності. Одним із вдалих засобів є рукописні шрифти, застосування яких дозволяє не лише формувати впізнавану стилістику, а й впливати на сприйняття повідомлення, його емоційний тон та рівень довіри до візуального продукту.

Список використаних джерел:

1. Колісник В. «Сільпо» запустила святкову кампанію про неідеальне, але радісне Різдво. *Marketing Media Review*. 2025. URL: <https://mmr.ua/news/creative/silpo-zapustyla-svyatkovu-kampaniyu-pro-neidealne-ale-radisne-rizdvo>
2. Шпікерман Е. Про шрифт / пер. з нім. Р. Скакун. Київ : ArtHuss, 2017. 192 с.

Скуйбіда Олена,
*студентка першого курсу магістратури
спеціальності «Графічний дизайн»,
кандидатка технічних наук, доцентка,
Запорізький національний університет,
м. Запоріжжя, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1488-8568>*

ОБРАЗОТВОРЧЕ МИСТЕЦТВО БОЛГАР ПІВДНЯ УКРАЇНИ

На півдні України сформувався унікальний культурний простір, у якому гармонійно поєдналися традиції різних етносів, утворюючи своєрідну мозаїку багатонаціонального співіснування. Зокрема, в Україні, передусім у Запорізькій (близько 28 тис. осіб) та Одеській областях (близько 151 тис. осіб) [1], зосереджена одна з найбільших болгарських діаспор у світі. За чисельністю болгари посідають п'яте місце серед національних меншин України після росіян, білорусів, молдован і кримських татар.

Загальновідомо, що етнічні спільноти, які тривалий час існують поза межами своєї історичної території, зазнають впливу соціокультурного середовища приймаючого суспільства, що зумовлює трансформацію їхніх етнічних характеристик, яка проявляється як у процесах повної або часткової асиміляції, так і у формуванні нових, специфічних рис, зокрема у сфері образотворчого мистецтва. В роботі [2, с. 61] наголошується, що виник загальний регіональний варіант культури, якому властиві імітаційність, креолізація та космополітичність. Таким чином, образотворче мистецтво болгарської діаспори в Україні слід розглядати не лише як збереження етнічної спадщини, а як динамічний продукт міжкультурного діалогу, де поєднуються локальні традиції, запозичені елементи та універсальні художні практики. Водночас фактична денационалізація населення регіону загалом негативно позначилася на розвитку етнічних традицій і народної творчості [2, с. 62].

В роботі [3, с. 117] наголошується, що болгари зберегли свою етнічну своєрідність завдяки підтриманню культурної спадкоємності та стійкій ідентифікації з традиціями предків.

Болгари виявляють себе за основними напрямками: використання болгарської мови у побуті та освітньо-культурній сфері. Впродовж понад двохсотрічного перебування на землях Півдня України, всупереч актив-

ним спробам усіх урядів асимілювати населення, болгари використовували болгарську мову в побуті; етно-естетична рефлексія здійснювалася через створення літератури, витворів національно орієнтованого образотворчого мистецтва, збереження основ музичного, збереження елементів етнічної культури через дотримання народних традицій, обрядів, танців у святкуваннях християнських та болгарських народних свят, а також автентичної болгарської кухні.

Етнокультурна ідентичність болгар в Україні виявляється передусім у функціонуванні болгарської мови в побуті та розвитку освітньо-культурної сфери. Упродовж понад двохсотлітнього перебування на Півдні України, попри асиміляційні впливи з боку різних державних режимів, болгарська спільнота зберегла мовну практику як базовий маркер ідентичності. Водночас етно-естетична рефлексія реалізовувалася через розвиток образотворчого мистецтва, підтримання музичної традиції, народних обрядів, танцювальної й святкової обрядовості та збереження елементів традиційної кухні.

Понад 60 % болгар в Україні становлять сільські мешканці [1]. Тривала взаємодія з природним середовищем степових та лісостепових ландшафтів Півдня України формувала специфічні життєві практики і світосприйняття, які, за спостереженнями [4, с. 70], вирізняються певною м'якістю, ліричністю й естетичною чутливістю, що частково пов'язують із природно-географічними характеристиками регіону, порівнянними із краєвидами Балкан. Ці особливості світовідчуття опосередковано впливали на естетичні преференції та художню образність болгарського населення, зокрема в жанрових і тематичних уподобаннях образотворчого мистецтва, де природні мотиви, пасторальні сюжети й лірична інтонація виступають значущими естетичними маркерами локальної творчості.

У формуванні творчого методу болгарських художників значну роль відігравав генетичний зв'язок із культурною традицією свого народу, реалізований через народне мистецтво та традиції. За оцінкою [4, с. 71], у творах митців помітна спільна риса: часто художники зображують ідеальний світ, що існує поза конкретним простором і часом та досягає узагальненої надвиразної форми. Образи цього світу позбавлені натуралістичних деталей і часто нагадують мову ікони, зокрема через використання зворотної перспективи. Ці художні образи відображають зв'язок митця з духовною спадщиною предків і нагадують про історичну Батьківщину. Вони є своєрідною ідеалізацією дитячих спогадів і культурних уявлень, що формують внутрішній світ художника.

Болгарські художники активно звертаються до народних свят і обрядовості, відтворюючи їх у живописі та зберігаючи таким чином

елементи етнокультурної традиції, що продовжує впливати на художню образність і композиційні рішення їхніх творів. В 2026 році в Запорізькому обласному художньому музеї болгарське народне свято «Баба Марта» відзначили виставкою «Україна та світ очима художників-таврійських болгар», організовану під патронатом Запорізького обласного товариства болгарської культури. Експозиція об'єднала роботи шести художників болгарського походження – Геннадія Мінаєва, Антона Шеретова, Яни Ясунас, Вадима Міткова та Олени Скуйбиди. Проведення цієї виставки демонструє, як сучасні представники громади продовжують інтегрувати народні традиції, історичну пам'ять та локальні естетичні уявлення, створюючи унікальний синтез історичного і сучасного мистецтва.

Незважаючи на багатовікову традицію збереження етнокультурної ідентичності та активне відтворення народних свят і обрядовості в образотворчому мистецтві, сучасний стан болгарських громад Півдня України став викликом для подальшого розвитку культурної спадщини. Всі болгарські поселення на території Запорізької області (близько 30 сіл) з 2022 року перебувають в окупації [5, с. 80], що призвело до втрати прямого контакту з обласними та іншими осередками болгарської культури в Україні. У цих умовах мистецька діяльність художників-болгар набуває особливого значення як засіб збереження культурної пам'яті, підтримки етнічної ідентичності та комунікації традицій через творчість, демонструючи здатність мистецтва виступати чинником культурного виживання навіть у надзвичайно складних соціально-політичних умовах.

Список використаних джерел:

1. Грабовський С. «Ми український народ: національно-етнічна мозаїка». Болгари в Україні. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/911922.html> (дата звернення: 07.03.2026).
2. Пастир І. Образотворче мистецтво в Українському Придунав'ї. *Культурний простір бессарабських болгар* : монографія / відп. ред. Т. С. Шевчук. Ізмаїл – Болград : Ірбіс, 2018. С. 61–69.
3. Берестецька О. Культурна пасіонарність бессарабських болгар як чинник збереження етнічної ідентичності. *Культурний простір бессарабських болгар* : монографія / відп. ред. Т. С. Шевчук. Ізмаїл – Болград : Ірбіс, 2018. С. 117–135.
4. Шишман І. Естетична парадигма творчого пошуку бессарабських художників-болгар. *Культурний простір бессарабських болгар* : монографія / відп. ред. Т. С. Шевчук. Ізмаїл – Болград : Ірбіс, 2018. С. 70–78.
5. Потапенко І. Культурно-просвітницька діяльність громадських організацій болгар України протягом кінця ХХ – перших десятиліть ХХІ століття. *Дриновський збірник*. 2024. Вип. 16. С. 79–87. URL: <https://doi.org/10.7546/DS> (дата звернення: 08.03.2026).

Стельмах Ольга,
*студентка IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»*
Науковий керівник:
Басараба Василь,
*викладач кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9996-7351>

ІГРОВИЙ ДИЗАЙН У ХХІ СТОЛІТТІ: СИНТЕЗ ТРАДИЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙ У ПРОЄКТУВАННІ ІНТЕРАКТИВНОГО ДОСВІДУ

У ХХІ столітті дизайн як галузь зазнає суттєвих трансформацій під впливом цифрових технологій, що змінюють не лише інструменти, а й саму природу взаємодії між людиною та продуктом. Стрімкий розвиток обчислювальних потужностей, мережевих технологій і цифрових платформ зумовлює появу нових форм візуальної та інтерактивної комунікації. У цьому контексті дизайн поступово виходить за межі традиційного проектування статичних об'єктів і переходить до створення динамічних систем взаємодії [2].

Одним із найбільш показових прикладів цього процесу є ігровий дизайн, який поєднує у собі художні, технічні та соціальні аспекти проектування. Актуальність дослідження ігрового дизайну в контексті теми «традиції та інновації» полягає в тому, що ця галузь водночас спирається на багатовікові культурні надбання та активно впроваджує новітні технології. Ігровий дизайн не лише відображає сучасні тенденції, а й формує нові підходи до сприйняття, взаємодії та комунікації в цифровому середовищі, впливаючи на інші сфери дизайну [3].

Ігровий дизайн є складною міждисциплінарною сферою, що об'єднує елементи графічного дизайну, програмування, психології, нарративного мистецтва та аудіовізуального виробництва. До цього переліку також варто додати ергономіку, теорію комунікації та поведінкові науки, які відіграють важливу роль у формуванні користувацького досвіду. Основним завданням геймдизайнера є створення цілісного інтерактивного досвіду, який включає правила гри, механіки, сюжет, рівневу структуру та взаємодію користувача з віртуальним середовищем [5].

Важливим аспектом є баланс між складністю та доступністю, що визначає рівень залучення користувача. На відміну від традиційних

форм дизайну, де користувач виступає пасивним споживачем, у відеоіграх він стає активним учасником процесу, співтворцем досвіду. Це змінює саму парадигму дизайну – від об'єктно-орієнтованого підходу до досвід-орієнтованого, де головним результатом є не продукт як такий, а переживання, яке він викликає [4; 6].

Ігровий дизайн можна розглядати як форму комунікації, у якій дизайнер створює систему правил і можливостей, в межах якої користувач самостійно формує свій досвід. Такий підхід передбачає нелінійність сприйняття та множинність інтерпретацій, що відрізняє ігри від більшості традиційних медіа. Взаємодія між користувачем і системою є двосторонньою: з одного боку, дизайнер задає рамки, а з іншого, гравець впливає на розвиток подій, що створює унікальний досвід кожного проходження [5].

Попри свою інноваційність, ігровий дизайн глибоко вкорінений у традиційних формах мистецтва. Одним із ключових аспектів є використання класичних наративних структур. Багато відеоігор будуються за моделлю драматургії, яка включає експозицію, розвиток дії, кульмінацію та розв'язку. Ці принципи походять із літератури та театру і залишаються актуальними навіть у цифровому середовищі, хоча й набувають нових форм через інтерактивність. Крім того, візуальна складова ігор спирається на традиції образотворчого мистецтва. Композиція кадру, робота зі світлом і кольором, стилістика персонажів і середовищ – усе це базується на принципах, сформованих у живописі, графіці та кінематографі. Застосування цих принципів у цифровому середовищі дозволяє створювати візуально переконливі та емоційно насичені світи [5].

Значну роль відіграє також культурна спадщина. Багато ігор використовують міфологічні сюжети, історичні події та фольклорні мотиви, адаптуючи їх до сучасного контексту. Це сприяє не лише популяризації культурної спадщини, а і її переосмисленню через нові медіа. Водночас ігровий дизайн виступає інструментом культурної репрезентації, що може впливати на формування ідентичності та світогляду користувачів.

Інноваційний потенціал ігрового дизайну проявляється насамперед у використанні новітніх технологій. Серед них особливе місце займають штучний інтелект, процедурна генерація контенту, а також технології віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR). Штучний інтелект дозволяє створювати більш адаптивні та «живі» ігрові світи, де поведінка персонажів змінюється залежно від дій гравця. Процедурна генерація забезпечує варіативність і масштабованість контенту, що є особливо важливим у відкритих ігрових світах. VR та AR розширюють межі взаємодії, занурюючи користувача у середовище гри на новому рівні [1, с. 10].

Одним із ключових понять сучасного ігрового дизайну є «*game feel*» – суб'єктивне відчуття від взаємодії з грою. Воно формується через комплексне поєднання механік, анімації, звуку, тактильного зворотного зв'язку та візуальних ефектів. Ця концепція демонструє, як традиційні принципи, такі як ритм, баланс і гармонія, інтегруються з інноваційними технологіями, зокрема фізичними рушіями, системами частинок і адаптивним звуком. Навіть незначні зміни, наприклад, у швидкості анімації або затримці відгуку, можуть суттєво впливати на сприйняття гри, що підкреслює важливість деталізації у процесі проектування [4].

Варто також зазначити, що сфера застосування ігрового дизайну виходить далеко за межі розважальної індустрії. Принципи гейміфікації активно використовуються в освіті, маркетингу, медицині та соціальних проєктах. Інтерактивні механіки сприяють підвищенню мотивації, залученості та ефективності засвоєння інформації. Таким чином, ігровий дизайн стає універсальним інструментом створення досвіду в різних сферах людської діяльності.

Отже, ігровий дизайн є унікальним явищем сучасного дизайну, що поєднує традиції та інновації на різних рівнях. Він спирається на класичні принципи мистецтва, водночас активно використовуючи новітні технології, формуючи нову парадигму взаємодії між людиною та цифровим середовищем. Узагальнюючи, можна зробити такі висновки: ігровий дизайн є міждисциплінарною сферою, що інтегрує різні види мистецтва і технологій; традиції проявляються у наративі, естетиці та культурному контексті; інновації реалізуються через використання штучного інтелекту, процедурної генерації та VR/AR; інтерактивність є ключовою характеристикою, що відрізняє ігровий дизайн від інших форм; сфера застосування ігрового дизайну значно ширша за межі розваг і продовжує активно розширюватися в умовах цифрової трансформації суспільства.

Список використаних джерел:

1. Базильська Т. О. Гейміфікація процесу навчання основам стилізації за допомогою штучного інтелекту. *Педагогічна академія: наукові записки*. 2024. С. 4-17. URL: <https://pedagogical-academy.com/index.php/journal/article/view/1070> (дата звернення: 20.03.2026).
2. Графічний дизайн: сучасні тенденції. *Електронний архів КНУТД*. 2024. С. 10-14. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/28426> (дата звернення: 23.03.2026).
3. Шелл Д. Мистецтво геймдизайну. 2008. С. 41-130.
4. Pichlmayr M., Johansson M. Designing Game Feel: A Survey. 2020. P. 1–11.
5. Fullerton T. *Game Design Workshop: A Playcentric Approach to Creating Innovative Games*. 2018. 110 p.

6. McGonigal J. Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. 2011. P. 50–76.

7. Salen K., Zimmerman E. Rules of Play: Game Design Fundamentals. 2004. P. 230–328.

УДК 008:355.01(477)

Стеф'юк Роман,
директор фахового коледжу,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
Косівський державний інститут
декоративного мистецтва,
м. Косів, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1663-2657>

СТРАТЕГІЇ ТА ПРАКТИКИ ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНИХ НАДБАНЬ УКРАЇНИ: ВІДПОВІДЬ ІНСТИТУЦІЙ ТА ГРОМАДСЬКОСТІ НА ЗАГРОЗИ ВІЙНИ

Воєнні дії на території України створили багаторівневі загрози для культурного надбання, що охоплюють як фізичне знищення або пошкодження об'єктів матеріальної спадщини, так і ризики незаконного переміщення культурних цінностей, руйнування системи обліку та збереження музейних і архівних фондів. Масштаб і цілеспрямований характер атак на об'єкти культури свідчать про використання культурних руйнувань як інструменту війни, спрямованого на підрив національної ідентичності.

За таких умов механізми охорони культурної спадщини не можуть обмежуватися виключно державною політикою чи нормативним регулюванням. Інтенсивність бойових дій та географія руйнувань вимагають залучення ширшого кола суб'єктів – органів місцевого самоврядування, професійних спільнот, громадських організацій, волонтерських мереж і міжнародних партнерів.

Інституційна відповідь держави включає адаптацію організаційних структур, розробку протоколів дій у надзвичайних ситуаціях, координацію між центральними та місцевими органами влади, а також інтеграцію норм міжнародного гуманітарного права. Водночас практика воєнного часу продемонструвала, що значна частина заходів із фіксації руйнувань, евакуації фондів та цифрового документування здійснюється за ініціативи громадянського суспільства.

Проблемним залишається питання відсутності сталого правового механізму, який би закріплював інституціалізовані форми співпраці між державними структурами та громадськими ініціативами. Багато практик мають ситуативний характер і залежать від людського ресурсу та міжнародної підтримки. Це актуалізує потребу наукового осмислення ефективності існуючих механізмів і вироблення узгодженої моделі взаємодії між державою, суспільством і міжнародними партнерами.

Поняття «охорона культурної спадщини» визначається як система правових, управлінських та організаційних заходів, спрямованих на збереження, документування, відновлення та захист об'єктів культури в умовах мирного та воєнного часу. У сучасній науковій літературі вживаються суміжні категорії: «культурна безпека», «культурне надбання», «культурні цінності», що акцентують увагу на різних вимірах охорони – від безпеки об'єктів до гарантування прав спільнот на культурну ідентичність.

Важливим є поняття «інституційна відповідь», під яким розуміється сукупність дій органів державної влади, місцевого самоврядування та спеціалізованих установ у сфері запобігання, мінімізації та подолання загроз культурній спадщині. Воно охоплює нормативно-правове забезпечення, міжвідомчу координацію, управлінські рішення й практичні механізми реагування.

Необхідно також виокремити поняття «культурна безпека», яке в сучасних дослідженнях трактується як складова національної безпеки, що включає захист культурних ресурсів від фізичного знищення, незаконного обігу та асиміляційних практик. У міжнародному праві цей термін співвідноситься з концепцією «*cultural property protection*» (CPP) та інтегрується у механізми міжнародного гуманітарного права.

Передусім доцільно проаналізувати нормативно-правові та управлінські засади діяльності державних інституцій у сфері захисту культурної спадщини під час війни. Правове підґрунтя інституційної відповіді визначається положеннями Конституції України, Закону України «Про охорону культурної спадщини», Закону України «Про культуру», а також нормами міжнародного гуманітарного права, зокрема Гаазької конвенції 1954 року та Другого протоколу 1999 року. Згадані акти закріплюють базові дефініції, що формують понятійний апарат сучасної культурної політики: «культурна спадщина», «об'єкти культурної спадщини», «охорона культурних цінностей», «надзвичайна ситуація» тощо. Їх системне застосування в умовах воєнного стану визначає легітимність заходів держави у сфері захисту культурного надбання.

Управлінські засади реалізації державної політики у цій сфері ґрунтуються на принципах інституційної спроможності, багаторівневого врядування та кризового менеджменту. Центральним органом виконавчої влади у цій сфері виступає Міністерство культури України (МКУ). Його діяльність координується Кабінетом Міністрів України та охоплює формування й реалізацію державної політики у сферах культури, мистецтва, охорони культурної спадщини, музейної справи, обігу культурних цінностей. З урахуванням воєнних викликів, міністерство виконує функцію координаційного центру із захисту культурної спадщини, що підтверджено Наказами № 202 від 28.02.2025 та № 299 від 31.03.2025, які передбачають формування механізмів захисту культурних цінностей у надзвичайних умовах та забезпечення міжвідомчої взаємодії.

Інституційна відповідь держави у сфері охорони культурної спадщини ґрунтується на системі правових та управлінських механізмів, закріплених у базових нормативних актах. Основним документом є Закон України «Про охорону культурної спадщини», який визначає систему органів державної влади, повноваження суб'єктів та інструменти управління культурними об'єктами в умовах мирного та воєнного часу.

Нормативно-правові засади інституційної відповіді формуються на основі міжнародних зобов'язань України. Ратифікована у 1999 році Гаазька конвенція 1954 року про захист культурних цінностей у випадку збройного конфлікту та Другий протокол до неї визначають обов'язки держави щодо охорони, маркування та евакуації культурних об'єктів. Практична імплементація цих положень забезпечується національним законодавством, зокрема Кодексом цивільного захисту України та Законом «Про правовий режим воєнного стану». Відповідно до ст. 33 Кодексу цивільного захисту, евакуація культурних цінностей здійснюється у випадках ризику їх пошкодження або знищення, а відповідальність за організацію покладається на місцеві адміністрації та центральні органи виконавчої влади.

Аналіз сучасного нормативного поля вказує на наявність низки проблемних аспектів. Зокрема, чинне законодавство не містить достатньо дієвих алгоритмів для захисту об'єктів у зонах активних бойових дій. Спеціальна постанова КМУ від 15.11.2022 регулює лише проведення протиаварійних і консерваційних робіт після завершення бойових дій, що не враховує нагальні потреби у кризових ситуаціях. Крім того, законодавчі зміни останніх років мають переважно фрагментарний характер, не формуючи цілісної стратегії охорони культурної спадщини у період воєнного стану.

Таким чином, інституційна відповідь держави на загрози культурному надбанню вибудовується на основі поєднання міжнародно-правових

зобов'язань та національних нормативних актів. Вона характеризується багаторівневою структурою управління, що охоплює центральні, урядові та місцеві органи влади, а також сектор оборони. Водночас ефективність правових механізмів залишається обмеженою через недостатню адаптованість законодавства до умов збройної агресії, що актуалізує необхідність подальшого реформування та інтеграції механізмів культурної безпеки у систему національної безпеки.

Під час воєнної агресії Україна отримала значний досвід у мобілізації громадських ініціатив. Прикладом може слугувати діяльність Центру порятунку культурної спадщини України (*Heritage Rescue HQ*), який забезпечив матеріально-технічну допомогу музеям і бібліотекам та координував процес евакуації фондів.

Отже, охорона культурної спадщини в умовах воєнного стану виступає багатовимірним процесом, що охоплює правові, управлінські та організаційні механізми, інтегровані у систему національної безпеки. Здійснений аналіз дозволяє зробити висновок про ключову роль інституційної відповіді держави, яка ґрунтується на положеннях Конституції України, спеціальних законів та міжнародно-правових актів, насамперед Гаазької конвенції 1954 року та Другого протоколу 1999 року.

Результати дослідження свідчать про те, що діяльність Міністерства культури України, Кабінету Міністрів України, органів місцевого самоврядування та військових адміністрацій формує основу багаторівневої моделі охорони спадщини. Водночас виявлено низку проблемних аспектів, зокрема фрагментарність нормативних змін, відсутність чітких алгоритмів реагування у кризових ситуаціях та обмеженість ресурсного забезпечення.

Відтак, можна впевнено стверджувати, що вагому роль у збереженні культурного надбання відіграє громадянське суспільство, яке через інструменти громадських організацій, благодійних фондів, волонтерських ініціатив та професійних асоціацій забезпечує не лише практичну допомогу, а й адвокацію інтересів України на міжнародному рівні. Діяльність таких ініціатив, як *Heritage Emergency Response Initiative (HERI)*, підтверджує ефективність горизонтальної координації та цифрових інструментів документування втрат.

Сформульовані рекомендації щодо уніфікації протоколів охорони, впровадження електронних реєстрів, інституціоналізації партнерства з громадськими організаціями та розширення міжнародної співпраці дають підстави говорити про перспективність формування інтегрованої

моделі охорони культурної спадщини, орієнтованої на стандарти Європейського Союзу та міжнародного гуманітарного права.

У перспективі планується дослідження співвідношення державних і громадських механізмів у сфері збереження культурної спадщини в порівняльному міжнародному аспекті. Перспективним видається більш детальне вивчення цифрових практик моніторингу втрат та створення доказової бази для міжнародних судових процесів. Подальше дослідження проблеми полягає також у розробці концептуальних засад інтеграції культурної безпеки у стратегії національної безпеки та відновлення України.

УДК 75.052:72.036(477.86)“1950/200”

Терешкун Лідія,

*студентка I курсу спеціальності «Дизайн»,
Національний університет «Львівська Політехніка»*

Науковий керівник:

Терешкун Анна,

*асистент кафедри архітектури та будівництва,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9072-9283>

РОЛЬ МОНУМЕНТАЛЬНО-ГРАФІЧНИХ ТЕХНІК (СГРАФІТО, РЕЛЬЄФ, МОЗАЙКА) У ФОРМУВАННІ АРХІТЕКТУРНОГО ОБЛИЧЧЯ МІСТ ІВАНО-ФРАНКІВЩИНИ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХХ – ПОЧ. ХХІ СТ.)

Період другої половини ХХ століття став фундаментальною точкою трансформації українського урбаністичного ландшафту. Радикальна відмова від надмірностей «сталінського ампіру» на користь індустріального функціоналізму та типового проектування створила специфічний естетичний вакуум, який потребував негайного заповнення новими художніми смислами. В цих складних умовах саме монументальне мистецтво перебрало на себе критично важливу роль головного інструменту «гуманізації» архітектурного середовища, позбавленого традиційного пластичного декору.

Замість звичних тривимірних елементів (колон, пілястр чи ліпнини) стіна будівлі перетворилася на площинний комунікативний екран. На цій новій «табула раса» графічна лінія, насичений колір смальти та груба фактура бетону стали ключовими носіями не лише ідеологічних догм, а й

глибинних естетичних наративів. Монументалістика другої половини ХХ століття – від масштабних мозаїчних панно до лаконічних сграфіто – виступила медіатором між анонімною індустріальною архітектурою та людиною. Вона дозволила кодувати в міський простір регіональну ідентичність, перетворюючи типові споруди на унікальні мистецькі об'єкти. Такий синтез мистецтв забезпечив тяглість художньої традиції, де площинна графіка фактично замінила архітектоніку минулих епох, формуючи нове, модерністське обличчя українських міст [5].

На Івано-Франківщині цей процес набув унікальних рис. Регіональна специфіка полягала в органічному поєднанні західноукраїнського народного коду – з його тяжінням до геометризму, орнаментальності та символізму – з суворими модерністськими формами. Це був не просто декор, а складний мистецтвознавчий синтез, де архаїчні пластичні традиції гуцулів, бойків та покутян інтегрувалися у структуру бетону та скла [5].

Техніка сграфіто, заснована на пошаровому видряпуванні кольорових тинків, ідеально відповідала духу графічності 1960–1970-х років. Аналіз панно на фасаді Бурштинського енергетичного коледжу демонструє майстерне володіння лінійною ритмікою (Іл. 1).



Іл. 1. Панно на фасаді Бурштинського енергетичного коледжу. Сграфіто

Композиція, побудована на чергуванні білих та охристих площин, візуально розбиває монотонність панельного корпусу, створюючи динамічний інтелектуальний акцент у навчальному просторі [4]. Аналогічні прийоми ми бачимо на вул. Дзвонарській та площі Героїв у Калуші, де сграфіто виступає як медіатор між великим масштабом будівлі та людським сприйняттям (Іл. 2).



Іл. 2. Сграфіто на фасаді будинку м. Калуш, вул. Дзвонарська

Сюжети творів відображають дуалізм епохи. З одного боку – ідеологізовані образи «мирного атома», космосу та науки (Калуш, Бурштин), з іншого – глибоко вкорінені етнографічні мотиви. Особливої уваги заслуговує панно на вул. Б. Хмельницького в Калуші (Іл. 3), де зображення козацьких постатей та народного строю подано через призму модерністської стилізації. Геометризація вишивки, ритм складок одягу та зброї перетворюють історичний сюжет на сучасну графічну схему, що резонує з архітектурним ритмом віконних прорізів.



Іл. 3. Сграфіто на фасаді громадського будинку м. Калуш

Також маємо достатньо цікавих декоративних панно-натюрмортів (кераміка/рельєф), що свідчить про високу культуру камерного жанру в монументалістиці. Звичайний побутовий сюжет (гличик, квіти, фрукти) завдяки масштабуванню та фактурній обробці тинку перетворюється на архітектурну доміную. Це свідчить про намагання митців перенести

«домашній» затишок традиційної культури на холодні фасади соціалістичного міста [1].



Іл. 4. Мозаїка на фасаді Політехнічного коледжу, м. Калуш

Масштабне мозаїчне панно на Політехнічному коледжі (вул. Б. Хмельницького) (Іл. 4) можна сміливо вважати вершиною калуського монументалізму. Це складна багатофігурна композиція, де індустріальні атрибути (креслення, шестерні) гармонійно співіснують з фольклорними елементами. Смальта тут працює і як колір, і як світлоносна субстанція, що змінює вигляд фасаду залежно від кута падіння сонячних променів. Це своєрідний «мозаїчний реалізм», де кожна тессера є частиною глобального візуального коду [1; 3]. Керамічний рельєф на вул. Дзвонарській демонструє інший підхід – акцент на тектоніці та матеріальності (Іл. 5). Використання керамічних плиток, покритих поливою, створює ефект глибини. Рельєфні зображення музик та гуцульських побутових сцен апелюють до тактильності, додаючи будівлі індивідуального «обличчя», що вигідно контрастує з анонімністю сучасних скляних фасадів.



Іл. 5. Керамічне панно, вул. Дзвонарська, м. Калуш

Формування архітектурного обличчя регіону було б неможливим без діяльності Івано-Франківського художньо-виробничого комбінату. Внесок Михайла Фіголя полягав у теоретичному та практичному обґрунтуванні синтезу мистецтв. Петро Боечко, Олег Заставний, Михайло Стецик та Дарія Грабар привнесли в монументалістику гостру графічну мову, а Петро Прокопів наповнив її «карпатською казкою» – особливою ліричною стилізацією [2; 4].

Для художників Прикарпаття звернення до орнаменталістики було легітимним способом збереження національного змісту в умовах жорсткої цензури. Під виглядом «декоративного оформлення» вони впроваджували в міський простір символи, що мали глибоке сакральне значення для українців. Використання восьмикутної зірки, мотивів «дерева життя» та специфічних колористичних поєднань (червоне, чорне, охра) дозволяло обходити ідеологічні фільтри, створюючи архітектуру, яка «говорила» до місцевого мешканця його рідною візуальною мовою [5].

Об'єкти монументального мистецтва 1950–1990-х років перебувають у зоні ризику. Їх стан свідчить про наявність тріщин, втрат фрагментів тинку та смальти. Найбільшою загрозою є непрофесійне термо-модернізаційне утеплення фасадів, яке назавжди ховає унікальні панно під шаром пінопласту. Це акт культурної амнезії, що нищить історичну багат шаровість міста.

Монументальна спадщина Калуша, Бурштина та Івано-Франківська має колосальний потенціал для ревіталізації. Ці об'єкти можуть стати основою для нових туристичних маршрутів («Стежками прикарпатського модернізму») та культурним якорем для громад. Відновлення та ретельна інвентаризація цих творів – це питання, що стосується їх реставрації, консервації та визнання їх як невід'ємної частини нашої національної історії мистецтва [1; 2].

Монументально-графічне мистецтво Івано-Франківщини другої половини ХХ століття – це унікальний художній пласт, що виник на перетині ідеологічного замовлення та незнищеної народної традиції. Сграфіто, мозаїка та рельєф стали тими компонентами, що сформували автентичне архітектурне обличчя регіону, зробивши його впізнаваним у світовому контексті модернізму. Збереження цієї спадщини є викликом для наукової спільноти та обов'язком перед майбутніми поколіннями, адже саме ці твори є носіями візуального коду нашої ідентичності в архітектурному просторі.

Список використаних джерел:

1. Гаврилишин В. Калуш: місто хіміків та мозаїк. *Вікна*. 2017. 18 жовт. URL: <https://vikna.if.ua/news/16181/view> (дата звернення: 21.03.2026).
2. Климко Н. Петро Прокопів: «Карпатська казка» у бетоні та смальті. *Vezha*. URL: https://www.vezha.org/prokopiv_petro_karpatska_kazka/ (дата звернення: 21.03.2026).
3. Мозаїки та сграфіто Івано-Франківської області. *Soviet Mosaics in Ukraine*. URL: <https://sovietmosaicsinukraine.org/ua/list/?author=-1&city=21> (дата звернення: 21.03.2026).
4. Никифоров Є. *Decommunized: Ukrainian Soviet Mosaics*. Київ : Основи, 2017. 250 с.
5. Сучасна світова архітектура (творчість майстрів) / М. С. Авдеева, Н. Ю. Авдеева, В. І. Васильченко, І. О. Солярська. Київ : Освіта України, 2012. 300 с.

УДК 76:159.93

Ткачук Софія,
студентка III курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:
Золотарчук Наталія,
доцент кафедри дизайну,
кандидат мистецтвознавства,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7503-9036>

ЕСТЕТИКА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЯК ЗАСІБ У ВІЗУАЛЬНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У сучасному дизайні домінує парадигма зрозумілості, функціональності та швидкого доступу до інформації. Принципи «*usability*», мінімалізму та інтуїтивності вважаються базовими для створення ефективного користувацького досвіду. Проте паралельно з цим виникає і розвивається інша тенденція – використання невизначеності, складності та навіть навмисної «незрозумілості» як інструменту впливу на користувача. Це явище можна окреслити як естетику невизначеності, що суперечить традиційним уявленням про «хороший» дизайн, але водночас демонструє високу ефективність у певних контекстах.

Естетика невизначеності базується на особливостях когнітивного сприйняття людини. Згідно з теоріями гештальт-психології, людський мозок прагне до завершеності та цілісності образів. Принцип «закриття» (*closure*) описує схильність людини доповнювати неповні або фрагментовані візуальні форми до цілісних структур [1, с. 12–18; 2, с. 56–60]. Саме

ця особливість дозволяє дизайну, що містить елементи невизначеності, залучати користувача до активної інтерпретації.

Крім того, важливу роль відіграє ефект когнітивної напруги. Дослідження показують, що помірна складність стимулює інтерес і підвищує рівень залученості, оскільки змушує користувача витратити більше ментальних ресурсів на обробку інформації [3, с. 120–128]. У цьому контексті «незрозумілий» дизайн працює як тригер допитливості: він створює інформаційний розрив, який користувач прагне заповнити.

Схожий механізм описується в концепції ефекту Зейгарник, відповідно до якого люди краще запам'ятовують незавершені або перервані завдання [4, с. 65–70]. У дизайні це може проявлятися через навмисно неповні візуальні повідомлення або неоднозначні композиції, які залишають простір для інтерпретації.

Естетика невизначеності також тісно пов'язана з емоційним аспектом сприйняття. Згідно з підходом Дональда Нормана, привабливість продукту визначається не лише його функціональністю, а й емоціями, які він викликає. «Незрозумілий або незвичний» дизайн може викликати здивування та інтерес, що підсилює запам'ятовуваність.

Сучасні дослідження підтверджують, що невизначеність є важливим фактором естетичного досвіду. Зокрема, встановлено, що задоволення від взаємодії з візуальними об'єктами часто виникає в процесі поступового «розгадування» їх змісту [5, с. 3–7]. Водночас неоднозначність може впливати на сприйняття цінності продукту, створюючи ефект глибшого залучення [6, с. 1–5].

У сучасній практиці дизайну естетика невизначеності проявляється в експериментальних напрямках, де свідомо порушуються класичні правила композиції та ієрархії. Водночас дослідження у сфері UX підтверджують, що візуальна складність і неоднозначність можуть викликати сильні емоційні реакції, навіть якщо вони знижують рівень миттєвої зрозумілості [7, с. 10–15].

Практика показує, що ефективність такого підходу залежить від контексту застосування. Естетика невизначеності найбільш органічно проявляється у креативних індустріях, де дизайн виконує також культурну та символічну функцію. Дослідження підтверджують, що навмисна неоднозначність здатна стимулювати дослідницьку поведінку користувача та підвищувати рівень взаємодії [8, с. 2–6].

Подібний підхід використовується у брендингу та цифровому мистецтві, де інтерфейс стає частиною досвіду, а не лише інструментом. У таких випадках користувач взаємодіє з продуктом через процес інтерпретації, що підсилює емоційний зв'язок.

Крім того, невизначеність активно застосовується у комунікаційних стратегіях. Неповні або неоднозначні повідомлення можуть викликати когнітивний дисонанс, який привертає увагу та стимулює інтерес. Водночас у практиці UX-дизайну підкреслюється, що невизначеність повинна використовуватися контрольовано і не порушувати базову логіку взаємодії [9, с. 4–9]. Таким чином, «незрозумілий» дизайн не є помилкою, а може виступати свідомою стратегією. Його ефективність пояснюється когнітивними механізмами, що активізують увагу, пам'ять і емоції. Водночас його застосування потребує балансу між складністю і зрозумілістю.

У перспективі доцільно дослідити кілька ключових напрямів, які допоможуть глибше обґрунтувати використання «незрозумілого» дизайну як стратегії, зокрема, *межі ефективності*: визначити, який рівень неоднозначності є оптимальним, а який уже знижує розуміння та викликає відторгнення; *контекст застосування*: з'ясувати, у яких сферах (брендинг, реклама, UI/UX) така стратегія працює найкраще, а де є ризик втрати користувача; також *аудиторні відмінності*: дослідити, як вік, культурний досвід і візуальна грамотність впливають на сприйняття складних образів; *вплив на поведінку*: оцінити, як неоднозначність впливає не лише на увагу, а й на запам'ятовування, довіру та прийняття рішень. Тож це дозволить перевести використання естетики невизначеності з інтуїтивного рівня на більш науково обґрунтований.

Отже, естетика невизначеності розширює традиційні уявлення про дизайн, демонструючи, що ефективна комунікація не завжди передбачає максимальну ясність. У певних випадках саме неоднозначність стає ключем до глибшого залучення користувача та формування стійкого враження.

«Незрозумілий» дизайн – це не помилка, а свідомою стратегією візуальної комунікації, що активізує уважність та емоційність користувача. Його ефективність залежить від правильного балансу між складністю та зрозумілістю, а також від контексту застосування та особливостей аудиторії. Важливо, що майбутні дослідження мають зосередитися на визначенні оптимальної межі неоднозначності, оцінці її впливу на поведінку та запам'ятовування користувачів, а також на розробці практичних рекомендацій для інтеграції естетики невизначеності у різні сфери дизайну.

Список використаних джерел:

1. Вертгаймер М. Закони організації у сприйнятті форм. *Psychological Research*. 1923. URL: <https://psychclassics.yorku.ca/Wertheimer/Forms/forms.htm> (дата звернення: 25.03.2026).
2. Кофка К. Принципи гештальт-психології. London : Routledge & Kegan Paul, 1935. URL: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.190244> (дата звернення: 25.03.2026).
3. Берлайн Д. Е. Естетика та психобіологія. New York : Appleton-Century-Crofts, 1971. URL: <https://archive.org/details/aestheticspsycho0000berl> (дата звернення: 28.03.2026).
4. Зейгарник Б. Про завершені та незавершені дії. *Psychologische Forschung*. 1927. № 9. URL: <https://www.jstor.org/stable/1419212> (дата звернення: 28.03.2026).
5. Невизначеність як шлях до естетичного задоволення. *Behavioral Sciences*. 2026. Vol. 16, Iss. 2. URL: <https://www.mdpi.com/2076-328X/16/2/286> (дата звернення: 28.03.2026).
6. Мінімалістичний за формою, неоднозначний за цінністю. *Journal of Retailing*. 2026. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2026.01.003> (дата звернення: 29.03.2026).
7. Естетична семантика в UX-дизайні. *International Journal of Human-Computer Studies*. 2022. Vol. 168. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2022.102978> (дата звернення: 30.03.2026).
8. Неоднозначність та її вплив на UX-дизайн. *International Design Journal*. 2024. Vol. 14, Iss. 3. URL: https://idj.journals.ekb.eg/article_347785.html (дата звернення: 30.03.2026).
9. Робота з невизначеністю в практиці UX-дизайну. *arXiv*. 2025. URL: <https://arxiv.org/abs/2504.21397> (дата звернення: 30.03.2026).

УДК 7.05:655.37.05

Торконяк Вікторія,
студентка I курсу спеціальності В2 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»
Науковий керівник:
Гілязова Наталія,
доцент кафедри дизайну,
кандидат мистецтвознавства, доцент,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7054-2089>

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ДИЗАЙНІ ЕТИКЕТКИ

Етикетки стали невід’ємною частиною нашого повсякденного життя. Вони відіграють важливу роль у формуванні сприйняття як товару, так і бренду, оскільки покупці зазвичай саме за етикеткою складають уявлення про смак, якість, преміальність та доступність продукції [6]. Такий

маркувальний елемент дозволяє відрізнити один і той самий товар від конкурентів та сприяє його запам'ятовуваності.

«Етикетка – це розпізнавальний графічний або текстовий знак, який необхідний для будь-якого продукту на ринку» [PEPISHOP, б. д.] [5]. Як і всі графічні об'єкти, вона сприймається через ключові елементи дизайну: композицію, колір, шрифт та зображення. Кожен із цих елементів має бути добре опрацьованим, оскільки ослаблення хоча б одного з них призводить до втрати цілісності етикетки [6].

Композиція відображає ідейний задум дизайнера, у якому застосовано основні закони композиції; інколи окремі з них навмисно порушуються для привернення уваги споживача.

Колір використовується для передачі емоцій та асоціацій. Темні відтінки зазвичай сприймаються як маркери високої якості, елегантності або строгості, тому сині, чорні та сірі тони можуть виконувати функцію заспокійливих, вишуканих та культурних акцентів [4; 6]. Яскраві кольори часто асоціюються з сучасністю, модою та доступністю; наприклад, жовто-червоні поєднання можуть викликати відчуття схвильованості та збудження [4; 6]. Білий колір символізує чистоту та чесність, не відволікає увагу й зазвичай використовується як фон.

Типографія відіграє ключову роль у формуванні сприйняття етикетки, оскільки шрифт підкреслює стиль бренду – традиційний, народний, абстрактний або сучасний. Для підкреслення стабільності та надійності використовують класичні шрифти, тоді як сучасні шрифти створюють асоціацію з інноваційністю [6]. Зазвичай для кожного продукту розробляється окремий шрифт, що відповідає загальній концепції дизайну упаковки та не порушує авторських прав [3].

Сьогодні особлива увага приділяється візуальному оформленню продукції, яке допомагає розкрити її характер та концепцію. Серед великої кількості пропонованих етикеток на вітчизняному ринку нашої уваги заслуговують етикетки для вина.

Сучасні дизайнери прагнуть відійти від шаблонних рішень, зокрема традиційних червоно-білих етикеток, що асоціюються з уявленням про дорогий продукт. Натомість дедалі частіше вони звертаються до народних мотивів української культури та мистецтва, які підкреслюють національну ідентичність бренду.

У продукції бренду «Inkerman» народні мотиви мають виразне візуальне втілення. У винній лінійці «Prima Magia» на основі творчості Марії Приймаченко використано образи тварин [1].

Композиція етикетки є відносно простою: основними елементами є зображення та текст; вони мають чітку ієрархію; при цьому відсутне

перевантаження візуальними деталями. Найбільшу увагу привертає голова тварини, навколо якої додатково розміщено стилізовані квіти та листя, виконані у характерній манері творів Приймаченко. Ці елементи виконують функцію маркерів смакових характеристик вина. Усі складові композиції розташовані відносно центру етикетки.

Фон має чорний колір, що дозволяє винести зображення на передній план і підкреслити його як композиційний центр. Чорний колір також додає відчуття вишуканості та візуально врівноважує яскравість ілюстрацій. Щодо кольорового рішення самих зображень, то їхні відтінки дещо трансформовані з метою полегшення ідентифікації виду вина. Так, для червоних вин переважають відтінки коричневого та помаранчевого, тоді як для білих – зелені, жовті та акцентний колір фуксії.

У типографічному рішенні використано, ймовірно, два шрифти. Основний текст виконано у нейтральній, читабельній гарнітурі з частково вираженими засічками, що дозволяє охарактеризувати її як стилізовану. Простота шрифту врівноважує візуально насичені ілюстрації та забезпечує легкість сприйняття назви вина. Додатковий шрифт також має стилізований характер. Як і у кольоровому рішенні зображень, у типографії застосовано приглушені відтінки помаранчевого та зеленого кольорів.

Таким чином, етикетки цієї серії є візуально виразними, привертають увагу споживача та виступають прикладом інтеграції елементів народного мистецтва у сучасний графічний дизайн, водночас популяризуючи творчість Марії Приймаченко (Іл. 1).



**Іл. 1. Етикетки вин серії «Prima Maria» бренду «Inkerman»
(фото з мережі Інтернет)**

Ще одним прикладом є етикетки однієї із серій вин «Fathers Wine». Хоча, на перший погляд, це абстрактна композиція, що складається з геометричних форм, ці візерунки мають походження з українських орнаментів [2].

Композиція етикетки є площинною, проте насиченою. Основну увагу привертають геометричні візерунки. Серед основних форм використано квадрат, коло, ромб і трикутник, які за допомогою операцій накладання та віднімання утворюють нові складні форми. Ці елементи об'єднані у менші композиційні структури, які в межах загальної композиції формують цілісне та гармонійне візуальне рішення. У композиції також присутній логотип, побудований із тих самих геометричних елементів, що підсилює єдність стилю. Текст і логотип, розташовані нижче центральної частини, відокремлені від основного зображення за допомогою простору та виконують доповнювальну функцію.



Іл. 2. Етикетки вин бренду «Fathers Wine» (фото з мережі Інтернет)

Кольорова гама етикеток є яскравою та відрізняється від традиційних рішень у дизайні винної продукції. На різних етикетках використовуються різні поєднання кольорів, зокрема синіх і жовтих, зелених, малинових, жовтих і бузкових відтінків. Така кольорова палітра формує сучасний, динамічний та життєрадісний образ продукту. Фоном слугує білий колір, який врівноважує насичену кольорову гаму та не відволікає уваги від основного зображення.

Шрифтове оформлення передньої частини етикетки є мінімальним і обмежується назвою вина. Шрифт виконано у простій, читабельній

гарнітурі без засічок, що не перевантажує композицію та відповідає сучасному характеру дизайну.

Таким чином, ці етикетки є прикладом того, що народні мотиви можуть бути інтерпретовані у різних формах і стилях, зберігаючи при цьому актуальність, сучасність і візуальну виразність. Етикетка є гармонійною для сприйняття та містить у собі прихований символічний зміст (Іл. 2).

Отже, на основі проведеного аналізу етикеток було встановлено, що їхня структура складається з композиційних елементів, колірного рішення та типографії, які формують сприйняття продукту покупцем та створюють завершений візуальний образ. Аналіз винних етикеток показав, що сучасні дизайнери дедалі частіше інтегрують народні мотиви, завдяки чому знайомлять споживачів з українською культурою та мистецтвом, водночас відходячи від стандартних шаблонних рішень, які вже не привертають увагу.

Список використаних джерел:

1. Колекція вишуканих вин Prima Maria Inkerman: від ідеї до реалізації. *CASES*. URL: <https://cases.media/case/kolekciya-vishukanikh-vin-prima-maria-inkerman-vid-ideyi-do-realizaciyi> (дата звернення: 22.03.2026).
2. Конструктор родинного герба від Fathers Wine та R Agency. *CASES*. URL: <https://cases.media/case/konstruktor-rodinnogo-gerba-vid-fathers-wine-ta-r-agency> (дата звернення: 20.03.2026).
3. Кухар Г. М. Шрифтова складова дизайну етикетки для пляшки вина. *Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки* : матеріали VI Міжнар. наук.-практ. симпозіуму. Івано-Франківськ, 2022. С. 196.
4. Чумак І. О., Кононова О. О. Вплив кольору товару на психологічне сприйняття споживачів. *Електронне наукове видання МНУ ім. В. О. Сухомлинського*. 2015. Вип. 3. С. 489–493.
5. Що таке етикетка? *Pepi Shop*. URL: <https://pepishop.com.ua/blog/sho-take-etiketka> (дата звернення: 20.03.2026).
6. Crichton-Fock A., Spence C., Mora M., Pettersson N. Enhancing the design of wine labels. *Frontiers in Psychology*. 2023. Vol. 14. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1176794> (дата звернення: 22.03.2026).
7. Fathers Wine : офіційний сайт бренду. URL: <https://fatherswine.com/> (дата звернення: 22.03.2026).
8. Етикетка винного бренду Father's Wine перемогла в конкурсі на найкращий дизайн. *Напої. Технології та Інновації*. URL: <https://techdrinks.info/etyketka-vynnoho-brendu-fathers-wine-peremohla-v-konkursi-na-naykrashchyy-dyzaun/> (дата звернення: 22.03.2026).

Торконяк Ольга,
*студентка IV курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»*
Науковий керівник:
Басараба Василь,
*викладач кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-9996-7351>

УТРИМАННЯ УВАГИ КОРИСТУВАЧА ЯК ВИКЛИК СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПЕРЕВАНТАЖЕННЯ

Сучасне цифрове середовище характеризується постійним зростанням обсягів інформації, з якою користувач взаємодіє щоденно. Соціальні мережі, вебресурси, мобільні додатки та мультимедійні платформи формують надзвичайно насичений інформаційний простір, у якому увага людини стає обмеженим і водночас надзвичайно цінним ресурсом [1; 2]. Конкуренція за цю увагу зростає: бренди, медіа та платформи щодня виробляють мільйони одиниць контенту, змагаючись за декілька секунд людського зосередження. За таких умов дизайн набуває ролі не лише інструмента організації та спрямування сприйняття, а й стратегічного засобу комунікації між брендом і аудиторією.

В умовах інформаційного перевантаження користувач часто приймає рішення на основі швидкого візуального оцінювання ще до того, як усвідомлено осмислює побачене. Перші секунди взаємодії з інтерфейсом визначають рівень зацікавленості та готовності до подальшої взаємодії. Дослідження засвідчують, що людський мозок обробляє візуальну інформацію значно швидше за текстову, а тому саме візуальний складник повідомлення є першочерговим у боротьбі за увагу аудиторії [2]. Тому сучасний дизайн має забезпечувати не лише естетичну привабливість, а передусім логічність, передбачуваність і когнітивний комфорт. Це узгоджується з дослідженнями у сфері графічного дизайну, де акцент робиться на психо-візуальних механізмах керування сприйняттям та зменшенні когнітивного перевантаження [1].

На мою думку, саме тут дизайн набуває справді стратегічного значення: йдеться не про те, щоб «зробити гарно», а про те, щоб допомогти

людині орієнтуватися у величезному потоці інформації без зайвих зусиль. Добре спроектований інтерфейс – це той, де користувач навіть не помічає дизайну, бо все відчувається природно і зрозуміло.

Одним із базових механізмів утримання уваги є візуальна ієрархія – структурування інформації відповідно до її значущості. За допомогою масштабу, контрасту, ритму, відступів та композиційної логіки дизайнер керує рухом погляду й формує послідовність сприйняття [1]. Візуальна ієрархія допомагає користувачеві миттєво зрозуміти, що є головним, що другорядним, а що можна проігнорувати. Подібний підхід розвиває Д. Норман, який наголошує на важливості зрозумілого, передбачуваного дизайну, орієнтованого на потреби користувача: людина має розуміти, як взаємодіяти з об'єктом ще до того, як прочитає будь-яку інструкцію [5]. Яскравим прикладом є навігація застосунку Spotify або інтерфейс Apple Music, де чітка ієрархія елементів дозволяє миттєво зрозуміти структуру, не читаючи жодного підпису. Інший показовий приклад – головна сторінка Google: мінімалізм і чіткий акцент на єдиному елементі (рядку пошуку) повністю усувають будь-яке когнітивне навантаження.

Важливу роль у формуванні уваги відіграють також типографіка, колір і композиція. Типографіка формує ритм читання, визначає ієрархію тексту та структуру повідомлення [3; 6]. Вибір гарнітури, розмір, міжрядковий інтервал і розташування тексту – усе це впливає на те, наскільки легко користувач вчитується у зміст. Колір виконує функцію акцентування, візуальної навігації та емоційного впливу: теплі відтінки активізують увагу, холодні – заспокоюють і формують довіру. Композиція забезпечує логічну цілісність усього візуального повідомлення. Водночас хаотичне розміщення елементів, надмірна кількість шрифтів або агресивна кольорова схема посилюють когнітивне навантаження та знижують ефективність комунікації [1]. С. Круг у своїй концепції підкреслює: інтерфейс має бути самоочевидним – кожна зайва думка, яку змушений докладати користувач, знижує його задоволення і підвищує ризик відмови від взаємодії [4].

Особливістю сучасного дизайну є необхідність адаптації до змінених моделей споживання контенту. Користувачі дедалі частіше сприймають інформацію фрагментарно, швидко перемикають увагу та взаємодіють із матеріалом у режимі швидкого скролінгу, особливо у мобільних застосунках і соціальних мережах [2]. У такому контексті у дизайнера є лічені секунди, щоб «зачепити» користувача. Це вимагає вміння працювати з лаконічними формами, чіткими візуальними акцентами та простими сценаріями навігації. Саме тому сьогодні такою популярністю користується підхід «*mobile-first*» – проектування інтерфейсу спочатку для найменшого

екрана, де кожен елемент має виправдовувати своє місце. Ці принципи знаходять відображення і в «Універсальних принципах дизайну» Лідвелла, де систематизовані прийоми, що підвищують зрозумілість і зручність інтерфейсів незалежно від контексту використання [6].

Вважаємо, що сучасний дизайнер має мислити не лише категоріями краси чи стилю, а й категоріями уваги та поведінки. Розуміння того, як людина сприймає інформацію, що змушує її зупинитися чи навпаки піти, є не менш важливою компетенцією, ніж технічна майстерність. У цьому сенсі дизайн наближається до психології та нейронаук, стаючи більш науково обґрунтованою дисципліною.

Отже, утримання уваги в умовах інформаційного перевантаження є одним із ключових викликів сучасного дизайну. Ефективне рішення ґрунтується на поєднанні естетики, функціональності та глибоких знань про психологію сприйняття. Здатність дизайну зменшувати когнітивне навантаження, виділяти головне, розповідати переконливу візуальну історію та забезпечувати комфортну взаємодію з контентом є ключовим критерієм його якості в цифровому середовищі.

В умовах інформаційного перевантаження сучасний дизайн виконує когнітивну, комунікативну та навігаційну функції. Утримання уваги забезпечується завдяки продуманій візуальній ієрархії, ефективному використанню кольору і типографіки, лаконічній організації контенту та засобам візуального сторітелінгу [1; 2; 3]. Сучасний дизайнер має поєднувати естетичну чутливість із розумінням психологічних механізмів сприйняття, адже саме це визначає ефективність візуальної комунікації та якість користувацького досвіду в цифровому середовищі [4; 5; 6]. Увага користувача є не просто об'єктом впливу, а головним мірилом успішності будь-якого дизайнерського рішення.

Список використаних джерел:

1. Борисов В., Борисова С. Психо-візуальні механізми керування сприйняттям засобами графічного дизайну в умовах інформаційного перевантаження. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2025. Т. 8, № 2. С. 188–206.
2. The Power of Visual Storytelling in Graphic Design. *The Ad Guys*. URL: <https://theadguys.ng/the-power-of-visual-storytelling-in-graphic-design/> (дата звернення: 20.03.2026).
3. The Power of a Good Story: The Role of Storytelling in Graphic Design. *Vermeulen Design*. URL: <https://www.vermeulen-design.com/blog/storytelling-in-graphic-design> (дата звернення: 20.03.2026).
4. Krug S. *Don't Make Me Think, Revisited*. 3rd ed. Berkeley : New Riders, 2014. 200 p.
5. Norman D. A. *The Design of Everyday Things*. New York : Basic Books, 2013. 368 p.

6. Lidwell W., Holden K., Butler J. Universal Principles of Design. 2nd ed. Beverly : Rockport, 2010. 272 p.

УДК 745/749:669.2/.8(477.85)(092)

Фединчук Ольга,
кандидат мистецтвознавства,
завідувачка відділення образотворчого
та декоративно-прикладного мистецтва,
Вижницький фаховий коледж мистецтв
та дизайну імені Василя Шкрібляка,
м. Вижниця, Україна
ORCID: 0000-0001-5856-6152

ХУДОЖНЯ ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕТАЛУ У ТВОРЧОСТІ ОЛЕГА ЖЕБЧУКА

Сучасні майстри художнього металу дедалі частіше звертаються до переосмислення ролі матеріалу. У цьому процесі особливого значення набуває робота з сировиною вторинного використання не лише як із ресурсом, а і як з носієм пам'яті, досвіду й часу. Саме через трансформацію таких матеріалів формуються нові пластичні структури та образно-асоціативні моделі художнього висловлювання.

Творчість Олега Жебчука репрезентує напрям, у якому металолом перестає бути лише матеріальною основою та набуває статусу співтворця художнього образу. Тут матеріал не підкорюється повністю – він вступає у діалог. Його форма, фактура, попереднє життя визначають конструктивну логіку твору, його ритм і внутрішню напругу, формуючи впізнану пластичну мову митця.

У роботах Олега Жебчука, створених 2019 року («Соняшник», «Постдиджиталізація», «Живо тінь», «Комунікація»), відчутне прагнення до узагальнення форми та виявлення її конструктивної сутності через техніки гнуття і зварювання. Уже на цьому етапі виникає важливий принцип – діалог із матеріалом як самостійною художньою категорією, що не лише піддається трансформації, а й спрямовує мислення автора.

Твори Олега Жебчука 2020 року («Дотик», «Золотоцвіт», «Зоряне небо», «Вечірній штиль», «Едельвейс») демонструють ускладнення пластичної структури та посилення образної виразності. 2021-го цей процес набуває більшої глибини через активний синтез матеріалів. У композиціях Bioform, Rex, «Чорна Мадонна», Urban метал вступає у взаємодію з

деревом, бетоном і фанерою, формуючи багаторівневу художню тканину, у якій кожен матеріал зберігає власне звучання.

Особливої напруги та внутрішньої зосередженості набувають твори Олега Жебчука 2022 року, створені на початку повномасштабної війни. У роботах «Над прірвою», «Пустка», «Долі сумління» пластична експресія стає гострішою, майже оголеною, відображаючи стан людини перед обличчям втрати й невизначеності. Важливим твором цього періоду є композиція «Горе-цвіт», у якій метал набуває делікатної, майже крихкої форми квітів. Тут він стає носієм пам'яті, а образно-смілова структура поєднує трагізм і надію, порушуючи тему втрат і водночас життєстійкості.

Роботи Олега Жебчука 2023–2025 років («Танець форм», «Траекторія», «В зимовому сні», «Радість життя», «Асоціації», «Трансформація») засвідчують послідовний розвиток авторської мови. Трансформація матеріалу постає як спосіб мислення – потребу бачити форму в потенціалі, русі, зміні.

Важливим компонентом діяльності Олега Жебчука є педагогічна практика у Вишницькому фаховому коледжі мистецтв та дизайну імені Василя Шкрібляка. У навчальному процесі митець послідовно впроваджує принцип поєднання традиційних ремісничих технік із сучасними підходами до роботи з матеріалами вторинного використання. Це формує не лише професійні навички, а й новий тип художнього мислення, у якому відповідальне ставлення до матеріалу стає частиною етичної позиції митця.

Отже, художня трансформація металу у творчості Олега Жебчука постає як процес творення нової художньої реальності, де матеріал виступає активним співучасником. У цій практиці поєднуються естетика і відповідальність, форма і досвід, а художній образ стає способом глибшого осмислення дійсності.

Список використаних джерел:

1. Фединчук О. Інтерв'ю з Олегом Жебчуком від 24.03.2026 р. Архів автора. Рукопис.

Фижделюк Віра,
викладач Вижницького фахового коледжу
мистецтв та дизайну імені Василя Шкрібляка,
м. Вижниця, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-0721-353X>

ЕТНОКУЛЬТУРНІ КОДИ БУКОВИНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ ОДЯГУ: ДОСВІД ВИЖНИЦЬКОГО КОЛЕДЖУ

Сучасний дизайн дедалі частіше звертається до витоків народної культури, шукаючи в них не лише естетичне натхнення, а й глибокі змісти, що формують національну ідентичність. У цьому контексті досвід Вижницького фахового коледжу мистецтв та дизайну імені Василя Шкрібляка є унікальним прикладом збереження та переосмислення етнокультурних кодів Буковинської Гуцульщини. Коледж, маючи понад столітню історію, виступає осередком інтеграції народної спадщини в динамічне середовище сучасної моди.

Дослідження та практичне освоєння автентичних художніх традицій Буковини в процесі підготовки фахівців базується на науково-методичній діяльності профільних циклових комісій коледжу, зокрема: «Декоративно-прикладного мистецтва», «Художньої вишивки, моделювання та конструювання одягу» та «Дизайну одягу». Студенти опановують складні техніки ручної вишивки, що притаманні саме гуцульському регіону: «низинку», «буковинську цирку», «хрестик», а також специфічні способи гаптування та оздоблення одягу бісером і лелітками. Аналіз автентичних технік художньої вишивки та моделювання дозволяє майбутнім митцям зрозуміти не лише технологічний аспект вишивки, а й її семантичне наповнення.

Особлива увага приділяється моделюванню та конструюванню, де автентичний крій (наприклад, традиційної сорочки чи кептаря) стає основою для сучасних конструкторських рішень. Це дозволяє майбутнім дизайнерам зрозуміти ергономіку та функціональність народної ноші, що є важливим для створення комфортного сучасного одягу з етноелементами. Викладачі коледжу зосереджують увагу на збереженні першоджерельних художніх засад, навчаючи студентів методів роботи з формою та орнаментикою, що притаманні народним майстрам, адаптуючи їх до сучасних ергономічних вимог.

Інтеграція народних орнаментів у сучасні колекції одягу в межах реалізації освітньо-професійних програм дизайну одягу як на рівні фахової передвищої, так і вищої освіти (бакалаврський рівень) передбачає виконання курсових та дипломних проєктів, у яких студенти мають трансформувати традиційний орнамент у сучасний дизайн-об'єкт. Студенти опановують методiku застосування орнаментальних схем Буковинської Гуцульщини не як статичні копії, а як гнучкий інструмент дизайну.

Процес інтеграції включає декілька етапів:

1. Дослідження архівних зразків та музейних експонатів, аналогів, прототипів.
2. Стилiзація та трансформація традиційних мотивів.
3. Впровадження орнаменту в конструкцію сучасного виробу, що відповідає актуальним тенденціям сучасної моди.
4. Створення колекцій, де етнокод стає фундаментом для інноваційного проєктування, проявляється через форму, об'єм та фактуру тканин, що відсилають до автентичного строю.

Важливою складовою діяльності коледжу, зокрема в плані збереження нематеріальної культурної спадщини регіону, є публічна презентація здобутків. Діяльність студії моделей «Folk Art» демонструє практичні результати творчої роботи студентів, а також виступає інструментом представлення національної культурної ідентичності України і в міжнародному просторі. Участь у конкурсах, таких як «Барви Подiлля», «Водограй», «Bukovyna Fashion Wave», «Печерські Каштани», дозволяє студентам порівнювати свій досвід із загальноукраїнськими тенденціями. Презентації українського мистецтва в системі міжнародних культурних комунікацій відбувалася під час міжнародних Гуцульських фестивалів, засідань Координаційної ради з питань утвердження української, національної та громадянської ідентичності, проєкту «Встановлення транскордонного партнерства з Легьонiвським повітом як можливості популяризації культурно-історичної спадщини Гуцульщини за межами етнічного регіону» (м. Легіоново, Польща) та інших.

Крім того, науково-дослідна робота студентів тісно пов'язана з фондами Музею коледжу та Музею старожитностей та етнографії Буковинської Гуцульщини. Вивчення архівних зразків та їх подальша візуалізація у сучасних колекціях фактично «оживляє» спадщину, яка могла б залишитися лише музейним експонатом. Таким чином, Вижницький фаховий коледж мистецтв та дизайну імені Василя Шкрібляка не лише готує фахівців, а й виконує місію збереження генетичного коду нації через призму сучасного дизайну.

Список використаних джерел:

1. Вижницький фаховий коледж мистецтв та дизайну імені Василя Шкрібляка : офіц. сайт. URL: <https://vfkmd.org.ua> (дата звернення: 30.03.2026).
2. Освітньо-професійна програма «Дизайн одягу» за спеціальністю 022 «Дизайн». Вижниця : ВФКМД, 2025. 18 с.
3. Стратегія розвитку Вижницького фахового коледжу мистецтв та дизайну імені Василя Шкрібляка на 2021–2026 н.р. Вижниця : ВФКМД, 2021. 12 с.

УДК 7.03

Фотуйма Віолетта,
*студентка III курсу спеціальності «Дизайн»,
ЗВО «Університет Короля Данила»*
Науковий керівник:
Левицька Роксолана,
*асистент кафедри дизайну,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-6115-1582>

РЕТРО-СТИЛЬ ЯК НОСТАЛЬГІЯ АБО ІРОНІЯ У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Ретро-стиль у дизайні – повернення до минулого з сучасним підходом

Завжди трендовим і надзвичайно популярним у світі дизайну є вінтажний стиль. Його привабливість полягає в поєднанні неповторного шарму минулого з сучасними технологіями і підходами. Ретро-стиль – це неповторна можливість створити унікальну атмосферу, яка перенесе нас у часи минулого, але з дотиком сучасності.

Ретро-стиль – це не просто збірка старих речей, а цілеспрямоване використання вінтажних елементів у сучасному контексті. Це стиль, який підкреслює індивідуальність та особливість власника простору. Ретро-дизайн може бути яскравим, ексцентричним або, навпаки, ніжним і лаконічним. Він дає можливість створити унікальну атмосферу, яка зачаровує і залишає незабутні враження.

Ретро-стиль у дизайні вимагає пильної уваги до деталей. Кожен елемент, кожен аксесуар має бути добре продуманим та вписуватися в загальну концепцію приміщення. Відтворення стилю минулого з сучасним підходом дозволяє створити особливий дизайн, який вразить своєю унікальністю та неповторністю. Ретро-стиль у дизайні – це можливість повернутися до естетики минулого та створити інтер'єр, який відображає

особистість та стиль власника. Цей підхід дозволяє зануритися в атмосферу минулого, зберігаючи при цьому сучасні тенденції та технології [1].

Повернення ретро: головні дизайн-тренди 60-х, 70-х і 80-х

Попри свою швидкоплинність, тренди завжди повертаються. Кожне нове покоління звертається до минулого і переосмислює його, роблячи вінтажні тренди актуальними. Повернення ретро-стилю 60-х, 70-х і 80-х років – не виняток. Останнім часом вони мають неймовірну популярність і зустрічаються майже скрізь: від графічного, інтер'єрного та вебдизайну до соцмереж, моди та попкультури. Креатори й компанії активно використовують ці стилі у творчих проєктах. Навіть найбільші світові бренди, як Nike, Pepsi та Ralph Loren, інтегрували ретро-дизайн у свої маркетингові кампанії.

Ретро-дизайн походить від трендів і форм мистецтва минулого, включаючи графічний дизайн, музику і моду. Зазвичай він охоплює стилі дизайну 60-х, 70-х і 80-х років. Ретро-дизайн може бути оновленою версією старого стилю або ж запозичувати його характерні особливості. Як відсилання до різних епох минулого, він викликає у глядачів ностальгію та емоційний відгук, пробуджуючи спогади. Та ретро-дизайн популярний не лише серед тих, хто вже з ним знайомий, а й серед тих, хто лише відкриває його для себе [2].

Характерні особливості стилю ретро

У всій красі період 1920-1940-х років представлений у фільмі «Великий Гетсбі». Для нього були характерні життєствердні розкішні інтер'єри. Відмінні риси такого ретро: використання меблів із темних сортів дерева, прикрашених складними різьбленими візерунками, бюсти та картини в позолочених рамах як елементи декору, дорогі багатоярусні люстри.

У період повоєнної розрухи 1950-1960-х років люди намагалися наповнити своє життя фарбами, при цьому яскраві принти не використовували, віддаючи перевагу однотонним поверхням. В інтер'єрі з'явилися вироби із пластику та хромованого металу. При виборі меблів орієнтувалися на прості форми та функціональність [3].

Основні кольори стилю ретро

Пастель. У цьому випадку для оформлення квартири, будинку або котеджу використовують тони, які наче покриті пилом. Такий ефект досягається завдяки додаванню до чистого кольору сірого. У результаті виходять приємні для очей спокійні матові відтінки, які добре поєднуються один з одним.

Яскраві тони. Якщо ви хочете відтворити інтер'єр 50-60-х років ХХ століття, використовуйте насичені яскраві кольори. Особливою популярністю в той період користувався гірчичний, жовтий, зелений, червоний та синій. Для стилістики ретро не характерний плавний перехід між відтінками, межі різних кольорів завжди чітко окреслені.

Сепія. Така палітра викликає асоціацію зі старими, пожовклими від часу фотографіями. У цьому випадку використовують кавові та шоколадні тони, бежевий, кремовий, теракотовий або тьмяно-жовтий. Найкраще подібна кольорова гама розкриватиметься при теплому жовтому світлі ламп [3].

Вебдизайн. Ретро та вінтажний стиль

Вебдизайн в стилі ретро або вінтажному стилі надзвичайно популярний останнім часом. Подібний дизайн вигідно відрізняє сайт, робить його пізнаваним, запам'ятовується відвідувачам. Поняття «ретро» і «вінтаж» трохи розпливчасті. Прийнято вважати, що до стилю ретро відносяться модні напрямки другої половини ХІХ – першої половини ХХ століть. До вінтажного стилю зараховують модні тенденції 20-50-річної давнини.

Дизайн сайту у ретро-стилі дозволяє відвідувачам подивитися на сучасну реальність під новим кутом, зануритися в минуле. Вдало виконаний ретро-дизайн сайту не залишить відвідувачів байдужими, надовго запам'ятається їм і буде знову і знову залучати зацікавлених відвідувачів [4].

Особливості застосування ретро-стилю у вебдизайні

Також дизайн сайту в ретро-стилі або у вінтажному стилі підходить для туристичних компаній, фотостудій, фотографів і художників, моделей, артистів естради і кіно і т. д. Так, наприклад, в інтернеті є багато сайтів-портфоліо творчих особистостей та колективів, що виконані саме у ретро або вінтажному стилі.

Основна мета вебдизайну в стилі ретро або вінтаж – це підвищення впізнаваності компанії чи бренду, створення певного іміджу. Проте подібний дизайн сайтів повинен застосовуватися акуратно, щоб не «переборщити» і не створити у відвідувачів образ «старого, запиленого» сайту [4].

Отже, ретро-стиль у сучасному дизайні – це поєднання ностальгії за минулим із сучасними технологіями та тенденціями. Він передає атмосферу попередніх епох, водночас зберігаючи актуальність і функціональність. Основна його мета – це викликати емоції, підкреслити індивідуальність і створити впізнаваний стиль. У вебдизайні ретро використовується для

посилення візуальної виразності та формування емоційного зв'язку з користувачем.

Список використаних джерел:

1. Вебдизайн. Ретро та вінтажний стиль. *WebStudio2U*. URL: <https://webstudio2u.net/ua/design-web/426-retro-webdesign.html> (дата звернення: 08.03.2026).
2. Повернення ретро: головні дизайн-тренди 60-х, 70-х і 80-х. *Depositphotos Blog*. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/retro-dyzajn-trendy-60-h-70-h-i-80-h.html> (дата звернення: 08.03.2026).
3. Ретро-стиль у дизайні – повернення до минулого з сучасним підходом. *Vash Майстер*. URL: <https://vash-master.com.ua/retro-stil-u-dizajni-povernennya-do-minulogo-z-suchasnim-pidходом-statti-na-sajti/> (дата звернення: 08.03.2026).
4. Характерні особливості стилю ретро. *BORISSTUDIO*. URL: <https://borisstudio.com/uk/stil-retro-v-interere-kvartir-i-domov/> (дата звернення: 08.03.2026).

УДК 004.8:316.74:7.01

*Цидило Ірина,
доцент кафедри архітектури та дизайну,
кандидат педагогічних наук, доцент,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль, Україна
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5902-3675>*

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ І НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: НОВІ ВИМІРИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Сьогодні штучний інтелект (ШІ) дедалі активніше впливає на формування візуального середовища, відкриваючи нові можливості для інтерпретації культурних кодів. У контексті національної ідентичності ця технологія виявляє подвійну природу: з одного боку, вона здатна нівелювати локальні особливості, а з іншого – стати інструментом їхнього відновлення та актуалізації. Тому осмислення ролі ШІ в сучасній візуальній комунікації потребує врахування як технологічних можливостей, так і культурних викликів, що постають перед фахівцями у сфері дизайну.

Одним із ключових потенціалів ШІ є здатність опрацьовувати великі масиви культурної спадщини – від традиційних орнаментів до історичних композиційних схем. Як уже зазначено нами, застосування етно-дизайнерських підходів у підготовці фахівців сприяє глибшому за-своєнню національних візуальних кодів [5, с. 44–45]. Алгоритми, навчені



Рис. 2. «Minefield Honey» (Saatchi & Saatchi Ukraine, 2024)

Джерело: Ukrainian Design: The Very Best Of, 2024

Як зазначають В. Фока та Б. Райх, генеративний ШІ може розглядатися як новий агент націєтворення (*nation-building*), здатний трансформувати традиційні механізми формування спільної ідентичності через освіту, мовну політику та медіа [1, с. 7–8]. Технологія дає змогу персоналізувати контент, автоматизувати його створення та аналізувати ефективність комунікацій. Утім, напрям цих змін – чи то посилення унікальних національних наративів, чи то їхня уніфікація – визначається не технологією як такою, а сукупністю інституційних, політичних і культурних виборів.

Окрему увагу привертає дослідження Й. Конга, В. Поточана та З. Неделко, які розглядають ШІ як модератора взаємодії між національною культурою та творчістю [2, с. 14–15]. Алгоритми здатні долати внутрішньо-культурні бар'єри, пов'язані, зокрема, з дистанцією влади чи уникненням невизначеності, створюючи простір для експерименту та гібридизації. Для України, що перебуває в умовах глибокої соціальної та цифрової трансформації, ця властивість набуває особливого значення: вона дає змогу одночасно зберігати автентичність через алгоритмічну реконструкцію історичних кодів і переосмислювати їх у діалозі з глобальними трендами.

Підсумовуючи, варто наголосити: вплив ШІ на національну ідентичність у візуальній комунікації не є наперед визначеним. Як резюмують С. Тадімалла та М. Махер, це складний соціокультурний процес, результати якого залежать від свідомих рішень на рівнях розробки, регулювання та застосування технологій [3]. Майбутнє національної ідентичності в цифрову епоху визначатиметься здатністю суспільства сформувавши новий тип фахівця – дизайнера-куратора, який поєднує технічну AI-грамотність із глибоким розумінням культурного контексту та етичною відповідальністю. Це вимагає суттєвого оновлення освітніх програм, де ШІ має поставати не лише як інструмент чи об’єкт вивчення, а як засіб критичного аналізу культурних впливів. Лише за таких умов штучний інтелект зможе стати точним інструментом для художньої виразності та візуалізації національного «духу», сприяючи не розмиванню, а зміцненню унікальної культурної ідентичності в глобальному цифровому просторі.

Список використаних джерел:

1. Fouka V., Reich B. Nation Building and AI. *The Political Economy of Artificial Intelligence*. National Bureau of Economic Research, 2025. P. 1–18.
2. Kong Y., Potočan V., Nedelko Z. Role of artificial intelligence in moderating the effect of national culture on new product creativity: The case of emerging markets. *Computer Fraud & Security*. 2022. Vol. 2022, Iss. 10. P. 10–18.
3. Tadimalla S. Y., Maher M. L. AI and Identity. *arXiv*. 2024. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2403.07924> (дата звернення: 06.09.2025).
4. Удріс-Бородавко Н. «Єдність розмаїття»: втілення ідеї культурної різноманітності в сучасному типографічному дизайні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Мистецтвознавство*. 2025. № 52. С. 207–217.
5. Цідило І. Етно-дизайн у формуванні інформаційно-графічної культури майбутнього дизайнера. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Педагогіка*. 2013. № 4. С. 44–50.
6. Minefield Honey: Designing Hope. *Creative Stories: Ukrainian Design – The Very Best Of*. 2024. URL: <https://creative-stories.com.ua/ukrainian-design-the-very-best-of/winners-ud/minefield-honey-designing-hope-7842> (дата звернення: 25.03.2026).

Чиркова Дар'я,
*студентка I курсу магістратури
спеціальності В2 Інтер'єр та обладнання,
Київський національний університет будівництва і архітектури*
Науковий керівник:
Хараборська Юлія,
*доцент, кандидат архітектури,
Київський національний університет будівництва і архітектури,
м. Київ, Україна*
ORCID: 0000-0002-0308-1753

ВПЛИВ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРИЙОМІВ НА РІВЕНЬ КОМФОРТНОСТІ МАЛОГАБАРИТНИХ КВАРТИР

Ієрархічна модель потреб людини, запропонована Abraham Maslow у 1943 році, є однією з базових теоретичних основ для розуміння ролі житлового середовища у житті людини. Відповідно до цієї концепції, задоволення потреб вищого рівня є можливим лише за умови забезпечення базових фізіологічних потреб, таких як сон, харчування, потреби гігієни та безпека. Житло виступає ключовим елементом, що задовольняє всі ці фундаментальні потреби. Воно не лише забезпечує фізичні умови існування, а й формує відчуття захищеності, стабільності та приватності. У цьому контексті житловий простір розглядається не тільки як матеріальна оболонка, але як середовище, що безпосередньо впливає на психоемоційний стан людини [1, с. 35-58].

У сучасному суспільстві житло набуває додаткових функцій, пов'язаних із реалізацією соціальних та індивідуальних потреб. Рівень комфорту, естетичні характеристики та функціональність простору впливають на самооцінку особистості, її соціальний статус та можливості самовираження. Таким чином, житлове середовище стає важливим інструментом не тільки формування якості життя, але і психологічного стану людини.

В умовах урбанізації та зростання вартості нерухомості особливої актуальності набуває проблема житлової площі. Це призводить до поширення будівництва малогабаритних квартир, які іноді не відповідають елементарним поняттям комфортності проживання. У зв'язку з цим є необхідність визначення мінімально допустимої площі житла, яка може забезпечити можливість тривалого проживання без негативного впливу на психічний та фізичний стан людини [2].

Згідно з сучасними науковими дослідженнями у сфері житлової архітектури, мінімальні просторові показники визначаються на основі аналізу ергономічних параметрів, поведінкових сценаріїв та психологічних порогів сприйняття простору. Встановлено, що функціонально допустимими мінімальними показниками є площа близько 30 м² для однієї особи, 45 м² – для двох осіб та 60 м² – для трьох-чотирьох осіб [3, с. 16]. Ці значення відображають не оптимальні, а гранично допустимі умови проживання, при яких забезпечується базовий рівень комфорту. Їх недотримання може призводити до виникнення психологічного дискомфорту, підвищення рівня стресу та зниження якості життя. Водночас у реальних умовах житлового ринку ці показники часто є нижчими, що актуалізує пошук альтернативних підходів до організації простору.

Одним із ключових напрямів вирішення цієї проблеми є застосування *принципів трансформації простору*. Трансформація передбачає можливість адаптації житлового середовища до різних функціональних сценаріїв шляхом використання мобільних, модульних та багатофункціональних елементів інтер'єру. Це дозволяє значно підвищити ефективність використання обмеженої площі [4].

Важливу роль у цьому процесі відіграють як традиційні підходи до організації простору – функціональне зонування, ергономічність, раціональність, – так і інноваційні підходи, що включають використання сучасних матеріалів, технологічних та дизайнерських рішень. Поєднання цих підходів дозволяє створити адаптивне середовище, здатне змінюватися відповідно до потреб користувача.

Особливого значення набуває впровадження трансформованих меблів, інтегрованих систем зберігання та гнучких планувальних рішень. Завдяки цьому один і той самий простір може виконувати декілька функцій – житлову, робочу чи рекреаційну, що є особливо актуальним в умовах обмеженої площі. Трансформація простору виступає не лише дизайнерським прийомом, а й необхідним інструментом адаптації житла до сучасних умов. Прикладом ефективного використання обмеженого простору є деякі сучасні квартири-студії, у яких за рахунок трансформаційних рішень забезпечується багатофункціональність приміщення без збільшення його площі.

Таким чином, проблема мінімальної площі житла безпосередньо пов'язана з необхідністю розробки інноваційних підходів до організації простору. Ефективне поєднання традиційних прийомів та сучасних дизайнерських рішень дозволяє забезпечити високий рівень комфорту навіть у межах малогабаритного житла, що цілком відповідає актуальним вимогам сучасного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Maslow A. Motivation and Personality. New York : Harper & Row, 1954. 370 p.
2. Ulrich K. Minimum Spatial Housing Requirements for Human Flourishing. *Buildings*. 2025. Vol. 15, No. 15. URL: <https://www.mdpi.com/2075-5309/15/15/2623> (дата звернення: 24.03.2026).
3. ДБН В.2.2-15:2019. Житлові будинки. Основні положення. Київ : Мінрегіон України, 2019. 43 с.
4. Morris W. L. Small Space Style: Because You Don't Need to Live Large to Live Beautifully. New York : Weldon Owen, 2018. 256 p.

УДК 76:004.92:7.036

Швирид Христина,
*студентка III курсу спеціальності 022 Дизайн,
ЗВО «Університет Короля Данила»*
Науковий керівник:
Золотарчук Наталія,
*доцент кафедри дизайну,
кандидат мистецтвознавства,
ЗВО «Університет Короля Данила»,
м. Івано-Франківськ, Україна*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7503-9036>

ІМІТАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ХУДОЖНІХ ТЕХНІК У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Сучасний графічний дизайн відходить від концепції ідеально гладких цифрових поверхонь. Після тривалого періоду домінування мінімалізму бренди почали інтегрувати елементи живопису та академічного рисунка (текстури полотна, акварельні плями, вугільні штрихи). Це не є поверненням до консерватизму, а інструментом керування увагою та лояльністю користувача в умовах візуального перенасичення.

Центральним елементом імітації художніх технік є активація сенсорної пам'яті через зір. Візуальна гаптика (*Visual Haptics*) – це здатність людського зору сприймати та інтерпретувати фізичні властивості об'єктів (шорсткість, твердість, температуру) без прямого фізичного контакту, спираючись на попередній тактильний досвід [1]. Коли користувач бачить імітацію текстури акварельного паперу в інтерфейсі, мозок активує соматосенсорну кору. Це створює ілюзію «фізичності» цифрового об'єкта та знижує відчуття «штучності». Продукт, який виглядає як такий, що має текстуру, сприймається як більш надійний та «справжній». «Оцінка циф-

рових зображень часто ґрунтується на їхньому «коефіцієнті реальності» – мірі, до якої вони точно відтворюють оптичні та гаптичні умови зовнішнього світу» [2, с. 1].

Імітація живопису дозволяє надати цифровому контенту ознак «матеріального об'єкта». Цифрова матеріальність (*Digital Materiality*) – це характеристика цифрових об'єктів, що описує їхню здатність імітувати властивості фізичної матерії через візуальні атрибути (тіні, текстури, рельєф), що впливає на спосіб взаємодії з ними [3, с. 219]. Використання елементів академічного рисунка (наприклад, штрихування олівцем) створює ефект «ручної праці». В епоху масового тиражування це працює як маркер унікальності. Бренди використовують це для позиціонування себе в преміальному сегменті: імітація «складного» художнього процесу підсвідомо підвищує вартість продукту в очах споживача [4, с. 193].

У графічних ілюстраціях «Сільпо» часто використовується імітація олійного живопису. Наприклад, на цифрових банерах та в інтер'єрі у стилі Ван Гога мазки фарби мають виражений рельєф і пастозність. Це створює ефект об'єму на плоскій поверхні. Для споживача такий дизайн зчитується як «дорогий» та преміальний, оскільки імітація класичного живопису підсвідомо асоціюється з високою якістю продукту.



Рис. 1. Графічні ілюстрації в магазинах «Сільпо»

Скевоморфізм (*Skeuomorphism*) – прийом у дизайні, за якого вигляд нового об'єкта імітує вигляд старого, знайомого користувачеві предмета, щоб зробити функціонал інтуїтивно зрозумілим [5]. Афорданс (*Affordance*) – це властивість або характеристика об'єкта, яка підказує людині, як саме з цим об'єктом можна взаємодіяти [6]. Наприклад, текстура паперу підказує, що на ньому можна писати, акварельна пляма – що перед нами щось легке, плинне, творче, вугільний штрих – щось експресивне та швидке. Це дозволяє бренду маніпулювати настроєм споживача без прямого заклик «купи», просто через естетичний контекст.

Айдентика Gunia Project використовує наївні ілюстрації, що імітують ручний рисунок олівцем або вугіллям на шорсткому папері. Нерівна, «тремтяча» лінія є афордансом рукотворності. Вона підказує споживачеві, що цей продукт – не мас-маркет, а результат індивідуального підходу.

У графічному дизайні така неідеальність стає маркером широти бренду, що критично важливо для завоювання довіри в епоху штучного інтелекту.



Рис. 2. Айдентика бренду «Gunia Project»

Імітація академічного рисунка з його нерівними лініями та допоміжними штрихами використовується для створення ефекту «живого бренду». Ідеально рівні векторні лінії часто зчитуються як «холодні» та корпоративні. Натомість імітація мазків пензля або текстури вугілля вносить елемент крафтовості та неідеальності. Це створює ілюзію особистої комунікації. У маркетинговій стратегії це називається гуманізацією бренду: споживач схильний більше довіряти тому, що виглядає як результат людської діяльності, а не автоматизованого процесу [7, с. 144].

Використання традиційних художніх технік у графічному дизайні є логічним інструментом для покращення взаємодії з користувачем. Як зазначається у праці «Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва», поєднання класичних прийомів із цифровими можливостями дозволяє створювати візуальну мову, яка є одночасно сучасною та зрозумілою на сенсорному рівні. Імітація живопису та рисунка активує візуальну гаптику, надає пікселям відчутної матеріальності та використовує знайомі афорданси для полегшення роботи з інтерфейсом. Зрештою, відмова від ідеальної цифрової гладкості на користь «рукотворних» текстур допомагає брендам виглядати автентично та викликати більше довіри у споживача, що є ключовим завданням дизайну в умовах перенасиченого ринку [8, с. 125].

Отже, наслідування традиційних художніх технік у графічному дизайні є важливим засобом формування виразної та ефективною візуальною комунікації. Вона дозволяє поєднати можливості цифрових технологій з емоційною глибиною класичного мистецтва, забезпечуючи більш природне та інтуїтивне сприйняття зображень. Такий підхід сприяє створенню унікального візуального стилю, підсилює ідентичність бренду та допомагає виділитися в умовах високої конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Interaction Design Foundation. *Haptic Feedback*. 2024. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/haptic-feedback> (дата звернення: 25.03.2026).
2. Hoy M. A. *From Point to Pixel: A Genealogy of Digital Aesthetics* : Doctoral dissertation / University of California. Berkeley, 2010. 235 p. URL: <https://escholarship.org/uc/item/25f4v730> (дата звернення: 25.03.2026).
3. Understanding the hermeneutics of digital materiality in contemporary architectural modelling: a material engagement perspective. *AI & SOCIETY*. 2023. Vol. 38. P. 2213–2231. URL: <https://www.researchgate.net/publication/343972403> (дата звернення: 28.03.2026).
4. Watkins R. D., Sellen A., Lindley S. E. *Materialising Digital Collecting: An Extended View of Digital Materiality*. *Microsoft Research; Cardiff University*. 2018. URL: <https://orca.cardiff.ac.uk/id/eprint/107823/> (дата звернення: 28.03.2026).
5. *Skeuomorphism and Symbolic Design*. *Nielsen Norman Group*. 2023. URL: <https://www.nngroup.com/articles/skeuomorphism-is-dead-long-live-skeuomorphism/> (дата звернення: 29.03.2026).
6. Interaction Design Foundation. *Affordances*. 2024. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/affordances> (дата звернення: 29.03.2026).
7. Візуальна комунікація як ефективний інструмент взаємодії з користувачами у просторі. *ResearchGate*. 2023. URL: <https://www.researchgate.net/publication/377204691> (дата звернення: 30.03.2026).
8. Традиції та новітні технології у розвитку сучасного мистецтва : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2022. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22830> (дата звернення: 30.03.2026).

UDC 7.05:74:7.012

Kuznietsova Sofia,
second-year student of Specialty 022 Design,
Higher Education Institution “King Danylo University”
Academic Supervisor:
Matolich Iryna,
Head of the Department of Design,
Candidate of Art Studies, Associate Professor,
Higher Education Institution “King Danylo University”,
Ivano-Frankivsk, Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9728-7372>

MODERN PROBLEMS OF MINIMALISM IN DESIGN

Examine your neighborhood closely and take note of the design choices present. It is likely that you will find yourself in an environment characterized by “efficient” designs. From trash bins to newly constructed apartment buildings, elements of which can be described as “simple” or “minimalistic.” How do you

feel about this aesthetic? If your response leans towards “boredom”, you are not alone.

In this thesis, I aim to explore the reasons behind our alleged fatigue with minimalism and investigate whether we are witnessing a global shift away from it.

Minimalism emerged as an art movement in the 1960s, originating from the works of artists such as Donald Judd and Dan Flavin. It was a stark contrast to the complex and ornate art forms that dominated the art world. Instead, it focused on stripping art to its essential elements by reducing it to simple geometric shapes and primary colors [1].

Indeed, it was a bolder, different approach, but minimalism was not born out of nowhere. The De Stijl art movement, Swiss Design, Scandinavian Design, and Bauhaus all played key roles in the development of minimalism, foreshadowing its defining aesthetic principles [2], which reemerged in the 2000s and early 2010s Apple Inc. made minimalist product design hugely influential [3]. Eventually, brands started using minimalism as a safe, universally loved option for their products.

The main factor that made the minimalist lifestyle so popular in our modern world is the emphasis on keeping things simple and prioritizing a few things that bring true value to our lives [4]. This topic is particularly pertinent at present, as we are continually inundated with information, products, and a multitude of distractions in our environment. If so, why do we see more people reporting growing fatigue from minimalism?

“I feel like everything today looks the same, especially in decor, zero personality. I feel like the true meaning of minimalism has been lost for the sake of the “aesthetic”” [5].

“Honestly, I’m just tired of the “less is more” mantra and designs that try to please everyone. Every object ends up looking the same. I want to see products with style, character, and personality, made for people with different interests – not one design that tries to be liked by everyone” [2].

“Minimalism in art, fashion, and interior design has remained in power for too long. It’s ugly, it’s uncomfortable, and it keeps things too sterile. Maximalists unite” [3].

“We need to show designers and businesses that we are tired of all these bare bones decoration. As for me, I am already considering adding more color diversity to my bedroom. Right now, it is decorated almost entirely with white and light blue. I am thinking about adding two more colors to the palette that go well with white and light blues” [1].

“I’ve noticed that compared to 10–15 years ago, everything now is much less colorful, and everywhere has the same, corporate, bland feel. Restaurants

& Fast-Food places now have no theme, are lacking in colors, and are so minimalism-inspired. Now, Minimalism wasn't all bad from the start. The way everyone and every company tried jumping on the trend of minimalism ruined it. When everything is trying to be minimal, it causes every place, item, etc., to look the same” [3].

Minimalism flourishes during times of uncertainty and overload, a trend that reemerged in the early 2000s. As rising prices and societal stress make individuals seek comfort and stability within themselves rather than in tangible possessions. As minimalism gained traction, though, it quickly became institutionalized and commercialized – it is now a part of the system we tried to detach ourselves from. To a lot of us, including people cited above, minimalism now feels emotionally insufficient and overly restrictive.

If minimalism is losing its popularity, it must be something we are shifting towards instead. Are there any shifts we are currently observing? I recommend examining the trends among the most influential companies to address this question.

iOS 26 was officially released by Apple on Monday, September 15, 2025, introducing “liquid Glass” user interface [2]. People’s opinions splittled: some felt excited about the changes; others were frustrated with a new “messy” look.

Despite this polarization, the update represents a significant shift in design direction. Rather than continuing the trajectory of reduction and abstraction that has defined digital interfaces for over a decade, Apple reintroduced elements of visual richness: complex animations, tree-dimensional illusion of the interface, bold palette. This suggests a broader movement within contemporary design culture, where strict minimalism is being reconsidered in favor of more emotionally expressive visual languages.

While Apple has incorporated its user interface changes rather dramatically, other global companies are gradually transitioning from minimalistic designs to the enriching ones. A great example would be the introduction of “Material You” by Google in May 2021. While remaining minimalistic, the system was showing emphasis on personalization and vibrancy; the Spring/Summer 2025 runways showcased dramatic prints and oversized silhouettes, returning the trend of “colorful” [1].

There are many more design choices that indicate this starting decline of minimalism in the world. Thus, the naturally emerging question of *what comes next* is completely valid.

The world is undergoing rapid transformation. The rise of artificial intelligence has made it clear that this domain is now a central priority for major companies. Its influence is already visible across multiple aspects of daily life, from software features on personal devices to the design of everyday objects such as clothing and home decor.

Artificial intelligence accelerates this transition by enabling hyper-personalized, generative interfaces. We may soon encounter furniture with adaptive visual layers that respond to emotional states, or lighting systems that dynamically guide attention through shifts in color, intensity, and spatial emphasis. Such systems will actively participate in shaping perception, behavior, and atmosphere. Design, in this sense, becomes less static and more performative.

At the same time, a full return to past design paradigms remains unlikely. Instead, future aesthetics will operate through reinterpretation rather than replication. Historical styles will be selectively revived and recomposed through computational tools to align with contemporary technological capabilities and cultural expectations.

Ultimately, the movement beyond minimalism reflects a broader cultural shift from reduction to expansion. The future of design will not be defined by a single dominant style, but by its capacity to adapt and evolve in real time. In this landscape, the value of design will not rely only on how it looks, but on its behaviors too.

References:

1. Minimal Minimalism: Brief Evolution of Simple Design. *Medium*. URL: <https://tejjj.medium.com/minimal-minimalism-brief-evolution-of-simple-design3eb7cc9e9e88> (last of excess: 30.03.2026).
2. Minimalism: the history before the lifestyle phenomenon. *Medium*. URL: <https://medium.com/melted-design/minimalism-the-history-before-the-lifestyle-phenomenon-97f0c9cc5723> (last of excess: 30.03.2026).
3. The Apple Design Process: A Paradigm of Innovation and Elegance. *Medium*. URL: <https://medium.com/design-bootcamp/appletitle-the-apple-design-process-a-paradigm-of-innovation-and-elegance-ddae9f09a581> (last of excess: 30.03.2026).
4. What Is Minimalism? A Simple Lifestyle Explained. *Medium*. URL: <https://medium.com/@eqbalvolinusghi/what-is-minimalism-a-simple-lifestyle-explained-17119d3b291c> (last of excess: 30.03.2026).
5. The Death of Quiet Luxury: Maximalism is Making its Much- Anticipated Return. *Vogue*. URL: <https://www.voguearabia.com/article/maximalist-fashion-making-a-return> (last of excess: 30.03.2026).

Prokopchuk Inna,
Associate Professor, PhD in Art Studies,
Associate Professor of the Department of Design,
Ukrainian National Forestry University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9353-2169>

Kantarovskyi Yurii,
Senior Lecturer of the Department of Design,
Ukrainian National Forestry University
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7988-6558>

Prokopenko Viktor,
Senior Lecturer of the Department of Design,
Ukrainian National Forestry University,
Lviv, Ukraine
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2909-5483>

BIO-INSPIRED APPROACHES IN CONTEMPORARY DESIGN: FROM FORMAL IMITATION TO STRUCTURAL AND FUNCTIONAL MODELING

A fundamental shift can be observed in contemporary design: from the imitation of natural forms toward bio-inspired design, where nature is understood as a source of structural and functional principles. This transformation entails a redefinition of form-making itself. Within current theoretical discourse, form is no longer treated as a finished compositional outcome but as a dynamic process emerging from the interaction of material, environment, and function [5, pp. 128–129].

Such an approach aligns with morphogenetic thinking, in which the structure of an object develops through processes of growth, adaptation, and the distribution of forces. Accordingly, design moves from modeling external appearance to modeling the conditions under which form can emerge. This shift also repositions the role of the designer: rather than directly shaping form, the designer operates through a system of parameters – geometric, material, and functional – that determine the configuration of the object. In this context, bio-inspired design functions as a methodological framework that translates natural principles into design practice, ensuring structural coherence and material efficiency.

A compelling example is the *Bone Chair* developed by Joris Laarman Lab, based on algorithmic structural optimization analogous to the growth of bone tissue. Its form is generated through computational modeling of load

distribution, directly reflecting morphogenetic principles described in the classic work of D'Arcy Thompson, where form is interpreted as the outcome of physical forces and processes of growth [6, p. 124]. Here, the designer does not “create” form in the traditional sense but defines the conditions for its evolution, fundamentally altering the logic of form-making.

A related approach can be observed in the *Silk Pavilion* project developed at the MIT Media Lab under the direction of Neri Oxman. In this case, the structure is produced through the interaction between algorithmically defined geometry and the behavior of living organisms – silkworms. While an initial framework is digitally generated, the final form emerges through material behavior and biological agency. This corresponds to the concept of materially driven form, in which form is not predetermined but arises through systemic interaction [4].

Similar principles are evident in the work of Ross Lovegrove, particularly in projects such as the *Supernatural Chair*, where material minimization is achieved without compromising structural integrity. These objects resonate with the principles of biomimicry articulated by Janine Benyus, who describes nature as a repository of optimized solutions adaptable to technological contexts [1, p. 11]. In this case, form results from structural rationalization rather than stylistic intention.

Within parametric and computational design, such processes are systematically explored by Achim Menges and Michael Hensel, who conceptualize architectural and design objects as outcomes of interactions between material properties and algorithmic processes [3, p. 28]. In their experimental work, form emerges through the simulation of material behavior, echoing natural principles of adaptation and self-organization.

These examples indicate a fundamental transformation in the status of biomorphism in contemporary design. Previously understood primarily as an aesthetic category, it now assumes methodological significance. As noted in recent research, nature is no longer treated as a model for visual imitation but as a universal framework for structural and material optimization [5, p. 128]. Consequently, the designer engages not with form as such, but with the system of conditions that enable its emergence.

This shift also has an important ecological dimension [7]. Bio-inspired design demonstrates efficiency in resource use, adaptability, and the capacity for integration into natural cycles. As Fritjof Capra argues, natural systems function as networks of relationships in which optimality is achieved not through maximization but through balance [2, p. 64]. This principle is increasingly reflected in contemporary design practice.

In sum, contemporary design is moving from the visual quotation of nature toward the reproduction of its structural logic. Biomorphic forms are no

longer stylistic gestures; they are the result of analysis, modeling, and interaction with material systems. This shift points to the emergence of a new design paradigm, in which natural principles form the basis of innovative design thinking.

References:

1. Benyus J. M. *Biomimicry: Innovation Inspired by Nature*. New York : William Morrow, 1997. 308 p.
2. Capra F. *The Web of Life: A New Scientific Understanding of Living Systems*. New York : Anchor Books, 1996. 347 p.
3. Hensel M. *Performance-Oriented Architecture: Rethinking Architectural Design and the Built Environment*. Chichester : Wiley, 2013. 304 p.
4. Oxman N. *The Mediated Matter Group. Silk Pavilion*. MIT Media Lab, 2013. URL: <https://www.media.mit.edu/projects/silk-pavilion/overview/> (accessed: 25.03.2026).
5. Prokopchuk I. Pryroda yak model formotvorennia: evoliutsiia biomorfnykh pryntsyv u mystetstvi, arkhitekturi ta dyzaini [Nature as a model of form-making: evolution of biomorphic principles in art, architecture and design]. *Arkhitektonika sotsializatsii: liudyna v landshafti kultury*. Warsaw : East European Association of Scientists, 2026. P. 128–140. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.18416309> [in Ukrainian].
6. Thompson D'Arcy W. *On Growth and Form*. Cambridge : Cambridge University Press, 1942. 1116 p.
7. Vytkalov V., Prokopchuk I., Herchanivska P., Kravchenko A., Kashshay O. Utilising Visual Arts and Design for the Preservation of Ukraine's Cultural Heritage. *Salud, Ciencia y Tecnología – Serie de Conferencias*. 2025. Vol. 4. Article 1512. DOI: 10.56294/sctconf20251512

UDC 7.05:004.9:659.126

James Read,
Entertainment Brand Creative,
Independent / Freelance,
Bethlehem, Pennsylvania, USA
ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-2084-4994>

LESSONS FROM FAILED DESIGN SYSTEMS: WHAT GOES WRONG IN MAJOR REBRANDING AND VISUAL IDENTITY PROJECTS

The history of graphic design is often told through its triumphs: iconic logos, revolutionary visual identities, and packaging that defines entire product categories. Yet some of the most instructive episodes in design history are not successes but failures. This paper examines three high-profile cases of design system failure drawn from the United States market: the 2012 University of California system rebranding, the 2009 Tropicana packaging redesign, and the 2023 CNN on-air graphics overhaul. These American cases are selected deliberately. The United States has a particularly aggressive culture

of corporate rebranding, extensive public documentation of design processes, and, crucially, a consumer and institutional landscape in which failed redesigns generate measurable and widely reported consequences. This makes them especially useful as pedagogical case studies, even as we recognise that the cultural, economic, and social contexts in which design operates differ significantly across national boundaries. Each case reveals distinct mechanisms through which well-intentioned design interventions can produce outcomes that are rejected by their intended audiences, resulting in financial loss, reputational damage, and rapid reversal. By analysing these failures through the lenses of stakeholder engagement, brand equity preservation, and functional design requirements, this paper seeks to articulate a framework for understanding what goes wrong in major rebranding efforts – and what designers working in any national context can learn from these episodes.

The University of California system's 2012 logo redesign stands as one of the most widely discussed institutional rebranding failures in higher education. The UC Office of the President, led by creative director Vanessa Correa, developed a new monogram intended to modernise the university's visual presence for digital platforms, where the 1868 seal's fine detail was difficult to reproduce at small sizes. The resulting design, a stylised "C" within a shield-shaped "U," departed radically from the institution's 144-year-old seal featuring an open book and the motto "Let There Be Light." The public reaction was immediate and fierce. Within days, a Change.org petition had attracted over 44,000 signatures. Students, alumni, and faculty widely ridiculed the new mark, comparing it variously to a loading icon, a flushing toilet, and a toddler's toy logo. The backlash was amplified through social media, Reddit, and Facebook protest groups. Within two weeks, the UC system suspended use of the monogram entirely. Senior Vice President Daniel M. Dooley acknowledged that the controversy had created "a major distraction" and cited "an unfortunate and false narrative" that framed the new mark as a replacement for the historic seal [1]. The failure was ultimately attributable not only to the design itself, which represented a radical departure from institutional tradition, but also to the absence of meaningful stakeholder consultation prior to launch. As branding consultant Peter Hahn observed, the university chose "revolution" where "evolution" was needed [2].

The 2009 Tropicana Pure Premium packaging redesign represents perhaps the most financially costly packaging failure in consumer goods history. PepsiCo commissioned the Arnell agency to modernise the packaging of its flagship orange juice product, which generated over 700 million dollars in annual revenue. The redesign, which cost 35 million dollars including the associated advertising campaign, replaced the brand's iconic image of an

orange with a drinking straw with a plain glass of orange juice. The logo was repositioned from a horizontal, centred orientation to a vertical alignment on the right side of the carton, and the prominent “Pure Premium” designation was replaced with the less distinctive tagline “100% Orange Pure and Natural.” The lid was also redesigned to resemble a squeezable half-orange. Consumer response was overwhelmingly negative. Within two months of the January 2009 launch, sales of Tropicana Pure Premium dropped by 20 percent, representing a loss of approximately 30 million dollars. Consumers reported being unable to find the product on supermarket shelves, as the new packaging bore almost no resemblance to the brand they had purchased for years. On 23 February 2009, Tropicana announced it would revert to the original packaging design. The total cost of the failed initiative exceeded 50 million dollars [3]. The Tropicana case demonstrates the peril of simultaneously altering multiple core brand recognition elements: the logo, imagery, typography, colour hierarchy, and product descriptor were all changed at once, severing every visual connection between the consumer and the product.

The CNN on-air graphics overhaul of June 2023 offers a more recent example of design failure, one driven not by radical aesthetic departure but by a failure to satisfy fundamental functional requirements. Under then-CEO Chris Licht, the network commissioned New York-based studio Sibling Rivalry to redesign its lower-third insert graphics, commonly known as “chyrons” or, within CNN, as “fonts.” Launched on 1 June 2023, the redesign introduced rounded corners, subtle gradients, and a shift from bolder to lighter weight variants of CNN Sans, the network’s custom typeface. The lighter typography significantly reduced the visual weight of on-screen text. Both viewers and CNN staff quickly identified a critical problem: the thinner fonts were noticeably harder to read on television screens. Within 20 days of the redesign’s launch, and just days after Chris Licht’s departure as CEO, CNN began reverting to bolder typography. Further rollbacks continued through August 2023, progressively restoring elements of the pre-June design while retaining some of the redesign’s more successful elements such as rounded corners and a cleaner layout [4]. The CNN case underscores that visual identity changes in broadcast media must prioritise legibility and functional performance above stylistic refinement, and that design decisions tied to a particular executive’s vision may lack the organisational consensus needed to survive leadership transitions.

Taken together, these three cases reveal a set of recurring failure mechanisms in design system implementation. First, there is the problem of insufficient stakeholder engagement: the UC system and Tropicana both launched radically altered visual identities without adequate testing or

consultation with the audiences who had deep emotional and practical connections to the existing designs. Second, there is the danger of over-correction: in each case, the redesign team pursued modernisation as an end in itself, losing sight of the functional qualities (tradition, recognition, readability) that made the original designs effective. Third, there is the institutional dimension: design decisions that are championed by a single executive or team, without broader organisational consensus, are inherently fragile. The CNN graphics were rolled back almost immediately upon the departure of the CEO who commissioned them.

For contemporary design practice, these failures offer critical lessons. Effective rebranding must balance innovation with continuity, treating existing brand equity as an asset to be evolved rather than replaced. Major changes to visual identity should be tested extensively with representative audiences before launch. And design systems must be evaluated against their primary functional requirements — whether those involve shelf recognition, institutional prestige, or on-screen legibility — before aesthetic aspirations. In the context of the broader conference theme of traditions and innovations in contemporary design, these cases demonstrate that the most enduring design work emerges not from a rejection of the past but from a thoughtful dialogue between heritage and modernity.

While these cases originate in the American commercial and institutional landscape, the failure patterns they reveal are not culturally bounded. For Ukrainian designers, the stakes of visual identity work carry dimensions that extend well beyond market share or institutional prestige. In a nation that has been actively defending both its territorial sovereignty and its cultural identity since 2014, design serves as an instrument of trust, resilience, and civic cohesion. As Ukrainian scholars and practitioners have demonstrated — including through the work of agencies such as Brendari in Ivano-Frankivsk, whose visual identity projects for media organisations and civic initiatives function as tools against disinformation — the credibility of a visual system can be a matter of public safety as much as aesthetics. The lessons of the University of California, Tropicana, and CNN therefore carry particular weight in this context: when a design system fails to earn the trust of its audience, or when it severs the connection between a community and its visual heritage, the consequences may be felt not only in revenue or reputation but in the broader capacity of institutions to communicate truthfully and maintain public confidence. Ukrainian design culture, with its deep roots in national symbolism and its contemporary role on the front lines of information warfare, is uniquely positioned to demonstrate that the dialogue between tradition and innovation is not merely a stylistic question but a civic responsibility.

References:

1. How could University of California have avoided logo mess? *Inside Higher Ed*. 2012. URL: <https://www.insidehighered.com/news/2012/12/17/how-could-university-of-california-have-avoided-logo-mess> (accessed: 15.03.2026).
2. The Brief and Tumultuous Life of the New UC Logo. *99% Invisible*. 2013. URL: <https://99percentinvisible.org/episode/episode-69-the-brief-and-tumultuous-life-of-the-new-uc/> (accessed: 15.03.2026).
3. What to learn from Tropicana's packaging redesign failure? *The Branding Journal*. 2015. URL: <https://www.thebrandingjournal.com/2015/05/what-to-learn-from-tropicana-packaging-redesign-failure/> (accessed: 15.03.2026).
4. CNN starts hitting the 'undo' key on font updates in graphics. *NewscastStudio*. 2023. URL: <https://www.newscaststudio.com/2023/06/27/cnn-reverting-graphics/> (accessed: 15.03.2026).
5. Tropicana Redesign Failure, Take Two. *Packaging Digest*. 2025. URL: <https://www.packagingdigest.com/beverage-packaging/tropicana-redesign-failure-take-two> (accessed: 15.03.2026).
6. Analysis: A bolder CNN is emerging after the ouster of former network chief Chris Licht. *CNN Business*. 2023. URL: <https://www.cnn.com/2023/06/26/media/cnn-after-chris-licht-reliable-sources/index.html> (accessed: 15.03.2026).

НОТАТКИ

НОТАТКИ

НОТАТКИ

Наукове видання

ТРАДИЦІЇ ТА ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ
Матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції
(23 квітня 2026 року)

Відповідальний за випуск: Євген Письменський

Коректор: Діана Мотульська

Технічний редактор: Уляна Храпчинська

Формат 60x84/16.

Гарн. PT Serif.

Умовн. др. арк. 10,23.

ЗВО «Університет Короля Данила»

76018, м. Івано-Франківськ, вул. Євгена Коновальця, 35

тел. +38(068) 755 75 75



**УНІВЕРСИТЕТ
КОРОЛЯ ДАНИЛА**

**ПРОСТІР ФОРМУВАННЯ
УСПІШНИХ**

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