



ЦЕНТР
українсько-європейського
наукового співробітництва



КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
ЦЕНТР УКРАЇНСЬКО-ЄВРОПЕЙСЬКОГО НАУКОВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА
ФАХОВИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ "УКРАЇНСЬКИЙ МИСТЕЦТВОЗНАВЧИЙ ДИСКУРС"
ВИДАВНИЦТВО «ГЕЛЬВЕТИКА»

ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

UCRAINA LIBERTATEM

ТРАНСФОРМАЦІЯ
ГУМАНІТАРНОЇ СФЕРИ
ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ
ПІД ВПЛИВОМ ВІЙНИ

УДК 1/7:130.2:7.01

К26

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Редакційна колегія

Ковальчук О.В. – голова, кандидат мистецтвознавства, доцент, декан факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Циганик М.І. – кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету культури і мистецтв Львівського національного університету імені Івана Франка

Роготченко О.О. – доктор мистецтвознавства, професор, член-кореспондент Національної академії мистецтв України, голова редакційної колегії фахового наукового журналу «Український мистецтвознавчий дискурс»

Сиротинська Н.І. – доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри музикознавства і хорового мистецтва факультету культури і мистецтв Львівського національного університету імені Івана Франка

Савицька І.М. – кандидат філософських наук, доцент, декан гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України

Карпов В.В. – відповідальний редактор, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Єфімов Ю.В. – старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, креативний директор рекламної агенції «Медіа Партнер Україна»

Волгін Ю.Є. – старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

К26 Ucraina libertatem. Трансформація гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ. 11 листопада 2025 року / Ред. кол. : О.В. Ковальчук (голова), М.І. Циганик, В.В. Карпов (відп. ред.) та ін. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 311 с.

ISBN

У збірнику опубліковано матеріали учасників конференції, що висвітлюють актуальні питання процесів розвитку української гуманітаристики та культурно-мистецького простору у час воєнного стану, викликаного військовою агресією з боку російської федерації.

Автори відповідальні за достовірність наведених фактів, повноту та системність висвітлення питань, що досліджують, написання власних імен та географічних назв, покликань на джерела та літературу.

УДК 1/7:130.2:7.01

ISBN

@Київський столичний університет
імені Бориса Грінченка

@Видавництво “Гельветика”

ЗМІСТ

Адамович Денис. СКУЛЬПТУРА В ПІДГОТОВЦІ ДИЗАЙНЕРІВ: МЕТОДИКА НАВЧАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ВОЄННОГО СТАНУ	9
Андрющенко Ганна. АКТУАЛЬНІСТЬ ЕТНІЧНОЇ ГАЛЕРЕЇ ЯК ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ У ПЕРІОД ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ	12
Анфіногенова Дар'я. ЗБЕРЕЖЕННЯ І ТРАНСЛЯЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ В ТВОРЧОСТІ МИТЦІВ-ЕМІГРАНТІВ, ЗОКРЕМА В. КОРОЛІВА-СТАРОГО, В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ	15
Баглай Дар'я. СТИЛІСТИКА ТЕМНОГО ФЕНТЕЗІ У СУЧАСНІЙ ЛІТЕРАТУРІ І ІЛЮСТРАЦІЇ	19
Безпала Марія. МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ, НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ЗАХИСТУ БАТЬКІВЩИНИ У КОМІКСАХ ПРО ІСТОРІЮ УКРАЇНИ	23
Березовська Марія. ЕСТЕТИКА ЕМПАТІЇ: ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ ЛЮДЯНОСТІ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	28
Богацька Анжеліка. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТИКИ ХУДОЖНЬОЇ ВЗАЄМОДІЇ ЛЮДИНИ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В КОНТЕКСТІ ЦІННІСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ	32
Боровська Дар'я. ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНА АЙДЕНТИКА ТАТУ-СТУДІЙ ЯК ЗАСІБ ОСМИСЛЕННЯ СПРОТИВУ ТА МЕНТАЛЬНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ	39
Брень Богдана. СИНТЕЗ МИСТЕЦТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ АКТУАЛІЗАЦІЇ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СПАДЩИНИ Б.-І. АНТОНІЧА В УМОВАХ ВІЙНИ	42
Брильов Сергій. КРЕАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ АНІМАЦІЇ ДЛЯ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ: ВІД КОНЦЕПТУ В ГЕЙМДИЗАЙНІ ТА ВЕБДИЗАЙНІ ДО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ	49
Василів Катерина. СОЦІАЛЬНА ДОПОМОГА ПЕРЕМІЩЕНИМ ОСОБАМ ТА КУЛЬТУРНА РЕІНТЕГРАЦІЯ ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ: РОЛЬ ЦИФРОВИХ ОСВІТНІХ ПЛАТФОРМ У СТАЛОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ	52
Гаран Наталія. РОЛЬ ДИЗАЙНУ У ВІДНОВЛЕННІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ТА ФОРМУВАННІ АЙДЕНТИКИ МІСТА ХЕРСОН В ПІСЛЯВОЄННОМУ КОНТЕКСТІ	55

Гаркін Петро. СУЧАСНА ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА ВІЙСЬКОВИХ З'ЄДНАНЬ УКРАЇНИ	57
Гладкевич Оксана. РОЛЬ ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАСТОСУНКУ «ПОРУЧ»)	60
Глухенький Ігор. ЕВОЛЮЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ СТАНКОВОЇ СКУЛЬПТУРИ МАЛИХ ФОРМ: ДІАЛОГ ТРАДИЦІЙ ТА НОВАЦІЙ У СУЧАСНОМУ ЄВРОПЕЙСЬКОМУ АРТ-ПРОСТОРІ	65
Головата Наталія. ВЗІРЕЦЬ УКРАЇНЦЯ У ФОРМУВАННІ ІДЕНТИЧНОСТІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ	67
Гриценко Віктор. ЦИФРОВИЙ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ГАСТРОТУРИЗМУ ЯК ЗАСІБ ГУМАНІТАРНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ УКРАЇНИ	81
Грищенко Анастасія. АКТУАЛІЗАЦІЯ НАРОДНИХ МОТИВІВ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	76
Давидяк Олег. ДИЗАЙН НАСТІЛЬНИХ ІГОР ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я	79
Демченко Анна. РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНОГО ПАКУВАННЯ У ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ	83
Дехтярук Аліса. ДИТЯЧА КНИЖКА ЯК НОСІЙ ГУМАНІСТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ	90
Єфімов Юрій. ФОРМУВАННЯ У СТУДЕНТІВ НАВИЧОК З ПРАКТИКИ ПІДГОТОВКИ МАКЕТІВ ДО ДРУКУ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ (ADOBE ILLUSTRATOR)	95
Жарікова Дарина. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ Й ТРАНСЛЯЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ СЕРВІСУ ТАКСІ «RUKH»)	98
Журавльова Наталія. СКЕТЧИНГ І АКАДЕМІЧНИЙ РИСУНОК ЯК ОСНОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНЕРА	106
Забояк Ірина. ВПЛИВ АРТ-ПРАКТИК НА ЕМОЦІЙНЕ ВІДНОВЛЕННЯ ТА ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН СТУДЕНТІВ-ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ В УМОВАХ ВІЙНИ	109
Завертана Єлизавета. ХУДОЖНЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОВІСТІ М. КОЦЮБИНСЬКОГО «ТІНІ ЗАБУТИХ ПРЕДКІВ» У КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОЄКТНОЇ КУЛЬТУРИ 1950-Х – 2020-Х РОКІВ	114
Захарук Катерина. ДИЗАЙН КНИГИ ЮЛІЇ НАГОРНЮК «ДІВА, МАТІР І ТРЕТЯ»	119

Заярська Валерія. МЕЖІ ТА МОЖЛИВОСТІ КРЕАТИВНОСТІ В КОНТЕКСТІ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	121
Зігліт Анастасія. ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО КНИЖКОВОГО РИНКУ ПІД ЧАС ВІЙНИ	124
Іщенко Анастасія. ВІЗУАЛЬНИЙ НАРАТИВ ВІЙНИ В СУЧАСНІЙ ДИТЯЧІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ	130
Канібас Кристина. РОЛЬ ПЛАКАТУ У ГРОМАДСЬКІЙ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ	138
Кардаш Олег. ДИЗАЙН В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ТА ВИПРОБУВАНЬ	147
Коведа Аполлінарія. ДИЗАЙН КУЛЬТУРНИХ ПРОСТОРІВ ЯК ЗАСІБ ЕМОЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ТА ВІДНОВЛЕННЯ СУСПІЛЬСТВА У КРИЗОВІ ЧАСИ	156
Косюченко Ганна. ТРАНСФОРМАЦІЯ АЙДЕНТИКИ ТА ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ КИЄВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ОФІЦІЙНІ ТА СПОНТАННІ ВІЗУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ	160
Котик Вікторія. ДИЗАЙН КАЛЕНДАРЯ ЯК МИСТЕЦЬКИЙ ВИСЛІВ, ДОКУМЕНТ ДОБИ ТА ІНСТРУМЕНТ СПРОТИВУ	163
Кузменко Вікторія. ІЛЮСТРАТИВНА КОНЦЕПЦІЯ ТА ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ РОМАНУ ДЖ. Р. Р. ТОЛКІНА «ВОЛОДАР ПЕРСНІВ: БРАТСТВО ПЕРСНЯ» У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КНИЖКОВОЇ ЕСТЕТИКИ	166
Лихолат Олена. ГУМАНІСТИЧНИЙ ВИМІР ІННОВАЦІЙ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАГІСТРІВ З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В УМОВАХ ВІЙНИ	170
Лобач Поліна. ОБРАЗ ВІДЬМИ У СЛОВ'ЯНСЬКІЙ ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ФЕНТЕЗІ	177
Лозюк Даяна. ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА КІНОТЕАТРІВ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ	180
Мазніченко Аліна. РОЛЬ СУЧАСНИХ МОЛОДІЖНИХ ПЛАТФОРМ У ФОРМУВАННІ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ	183
Манскова Юлія. ХУДОЖНІ АСПЕКТИ 3D-МОДЕЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЖІВ У КІБЕРПАНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	187
Марущак Вероніка. РОЗРОБКА ПРОМО-ВИДАННЯ «З ХЛІБОМ-СІЛЛЮ. КАРТА УКРАЇНСЬКОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ КУХНІ»: НОВИЙ ФОРМАТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СТАРИХ ТРАДИЦІЙ	190
Марченко Аліна. ЕМПАТИЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК ПРОЯВ ГУМАНІЗМУ В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ УКРАЇНИ	194

Мельник Мирослав. СИМВОЛИ І ЗНАКИ ВІЙНИ В УКРАЇНСЬКИХ ТЕКСТИЛЬНИХ ОРНАМЕНТАХ	203
Мороз Владислава. ВПЛИВ ЦІННІСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ НА ДИЗАЙН АЙДЕНТИКИ РЕСТОРАНІВ	206
Нечипоренко Дарина. РЕКРЕАЦІЙНІ ЦЕНТРИ ЯК ОСЕРЕДКИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ДІТЕЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ	211
Овдійчук Тетяна. РОЛЬ БРЕНДУ DM.MEDIA У ФОРМУВАННІ ГУМАНІСТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ	215
Пішкович Тетяна. ВІЗУАЛЬНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ОБРАЗІВ ЯПОНСЬКИХ ДУХІВ У ДИЗАЙНІ КАРТ ТАРО ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОГО ОСМИСЛЕННЯ МІФУ	219
Погосьян Дарина. ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВІДНОВЛЕННІ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я ВОЇНІВ	223
Романюк Катерина. СИНТЕЗ БОТАНІЧНОГО МИСТЕЦТВА ТА ДИЗАЙНУ У СТВОРЕННІ АВТОРСЬКОГО КАЛЕНДАРЯ	226
Рублик Маргарита. ДИЗАЙН ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРИЛЕРУ: ВІЗУАЛЬНА МОВА СПРАВЕДЛИВОСТІ ТА ГУМАНІЗМУ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ	230
Рульова Єлізавета. ДИЗАЙН КОД МІСЬКОЇ АЙДЕНТИКИ КИЄВА	234
Синявська Наталія. ПРОБЛЕМАТИКА ТА ТЕНДЕНЦІЇ ОСМИСЛЕННЯ СПРОТИВУ Й ОПОРУ АГРЕСІЇ ЧЕРЕЗ МИСТЕЦТВО	238
Сирота Валерія. ФОЛЬКЛОРНІ МОТИВИ В ДИЗАЙНІ УКРАЇНСЬКИХ КНИЖОК ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ	240
Скорич Марія-Дарина. ДИЗАЙН КНИГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ	243
Сокіра Дар'я. ВПЛИВ НАСТІЛЬНИХ ІГОР НА КОГНІТИВНІ ЗДІБНОСТІ ТА МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я ВІЙСЬКОВИХ ТА ЦИВІЛЬНИХ	248
Солодка Юлія. ПОТЕНЦІАЛ МАЛЬОПИСУ В РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ ЗА МОТИВАМИ ОПОВІДАННЯ Н. МАТОЛІНЕЦЬ «ВСІ КОРАЛІ НА ЗАХИСТ БОГІНІ»	251

Сотник Леонід. ЕВОЛЮЦІЯ ЖИВОПИСУ: ДІАЛОГ МІЖ РЕАЛІСТИЧНИМ ЗОБРАЖЕННЯМ, АБСТРАКТНИМИ ФОРМАМИ ТА ЦИФРОВИМИ МЕДІА	254
Суховієва Анастасія. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ КАВ'ЯРНІ «FREESIA» У ТРАНСФОРМОВАНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ЛАНДШАФТІ ВІЙНИ	257
Тузінська Карина. ДИЗАЙН НАСТІЛЬНИХ ІГОР ЯК ОДИН З ЧИННИКІВ У ВІДНОВЛЕННІ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я	261
Хелемська Єкатерина. РЕДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ АНТИЧНОГО МІФУ В СУЧАСНІЙ ГРІ «THE CREW»	264
Хівренко Костянтин. ТРАНСФОРМАЦІЯ ХУДОЖНЬОЇ ТА АРХІТЕКТУРНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ: СИНТЕЗ ТРАДИЦІЙНИХ І ЦИФРОВИХ МЕТОДІВ У УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	267
Хлібосолов Ігор. ТРАНСФОРМАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ГУМАНІТАРНОГО ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ВІЙНИ	269
Ціпан Юлія. ГУМАНІТАРНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ У СФЕРІ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я	280
Череватова Вікторія. ЯК ДИЗАЙН ПАКУВАННЯ ПЕРЕТВОРЮЄ НАТУРАЛЬНИЙ ПРОДУКТ НА ЕМОЦІЙНИЙ ВИБІР? ДОСЛІДЖЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СЕГМЕНТІ HEALTHY FOOD	285
Швидка Дарина. СВІТЛО І ТІНЬ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ НАПРУЖЕННЯ В ІЛЮСТРАЦІЯХ ДО ДЕТЕКТИВНОГО ЛІТЕРАТУРНОГО ТВОРУ	288
Юшкевич Вероніка. ГУМАНІСТИЧНІ ЦІННОСТІ У ТВОРАХ ІВАНА ФРАНКА І ВИКЛИКИ СУЧАСНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ	291
Биковська Діана. НАРАТИВ ГЕРОЇЗМУ, БОРОТЬБИ, СТІЙКОСТІ ТА ЗАХИСТУ ДЕРЖАВНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕАТРІ ТА КІНЕМАТОГРАФІ, У МУЗИЧНОМУ, ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ ТА АРТДИЗАЙНІ	295
Зайва Яна. СЕРІЯ ЛИСТІВОК ДО УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ СВЯТ	296
Майстренко Анастасія. НАРАТИВ ГЕРОЇЗМУ, БОРОТЬБИ ТА СТІЙКОСТІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ДИЗАЙНІ	298
Москаленко Діана. НЕ ПРАВИЙ БЕРЕГ	300

Остапенко Світлана. РОЛЬ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МИСТЕЦТВА У ФОРМУВАННІ МІЖНАРОДНОГО РОЗУМІННЯ ВІЙНИ: ХУДОЖНИК ЯК ПРОВІДНИК НАЦІОНАЛЬНОГО ДОСВІДУ	301
Попович Руслан. ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНЕ ОСМИСЛЕННЯ ТЕМАТИКИ СПРОТИВУ, ОПОРУ АГРЕСІЇ ТА МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ ВІДНОВЛЕННЯ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я ВОЇНІВ	302
Рибченко Вероніка. КОЛИ МІФ СТАЄ ІСТОРІЄЮ: ПОДОРОЖ У СВІТ ЄГИПЕТСЬКОЇ КУЛЬТУРИ	303
Тернавська Кіра. РОЗРОБКА СЕРІЇ ЛИСТІВОК ПРО КРАСУ МІНЕРАЛІВ «ГЕОМЕТРІЯ ПРИРОДИ». ПРЕЗЕНТАЦІЯ ДОСВІДУ РОБОТИ	304
Колосова (Садовська) Таїра Анатоліївна. ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЕМОЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ У НАСТІЛЬНІЙ ГРІ “ШАЛЕНІ МОРДАХИ”	306
Белова Яна Євгенівна. РОЛЬ КОЛЬОРУ У ФОРМУВАННІ ЕМОЦІЙНОЇ АТМОСФЕРИ ІЛЮСТРАЦІЇ	309

УДК 73.01:7.05:004(477)

Адамович Денис Романович, викладач кафедри дизайну
Київський національний університет будівництва і архітектури
Київ, Україна
denys.adamovych@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0003-2685-5763

СКУЛЬПТУРА В ПІДГОТОВЦІ ДИЗАЙНЕРІВ: МЕТОДИКА НАВЧАННЯ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ТА ВОЄННОГО СТАНУ

Вступ. Сучасна мистецька освіта в Україні переживає глибоку трансформацію, зумовлену цифровізацією навчального процесу та впливом воєнного стану. Зміни у соціальних і технологічних умовах спричинили потребу переосмислення традиційних підходів до викладання фахових дисциплін, зокрема скульптури — базової складової підготовки дизайнерів. Скульптура формує просторове мислення, відчуття матеріалу, пропорцій і композиції, розвиває здатність до пластичного осмислення форми. Нові реалії — дистанційне навчання, цифрові технології, психологічні виклики війни — зумовлюють модернізацію її змісту та методів викладання.

В умовах цифровізації особливого значення набуває поєднання традиційних технік із сучасними інструментами — 3D-моделюванням, скульптингом у Blender чи ZBrush, VR/AR-технологіями. Таке поєднання не заперечує класичну школу, а розширює її можливості, формуючи синтез художнього бачення й технологічної компетентності. У час війни скульптура виконує й гуманістичну функцію — стає засобом емоційного самовираження, підтримки психологічної стійкості та культурної пам'яті. Це простір творчої взаємодії, що допомагає осмислити досвід і водночас зміцнює національну ідентичність.

Методика навчання скульптури нині спрямована на поєднання класичних засад із цифровими технологіями, що забезпечує підготовку фахівця нового покоління — креативного, адаптивного й інноваційного, здатного діяти в умовах воєнного та післявоєнного розвитку України.

Основний зміст. Скульптура є ключовою дисципліною в системі мистецької освіти дизайнерів, оскільки формує просторове мислення, відчуття форми, пропорцій, матеріалу та гармонії. Вона поєднує аналітичне й естетичне сприйняття простору,

допомагаючи студентам усвідомити взаємозв'язок між конструкцією об'єкта та його художнім образом.

У професійній підготовці дизайнерів скульптура є основою креативного мислення, адже дозволяє працювати з матеріалом і водночас із концепцією, що втілюється у тривимірній формі. Традиційна школа — натурне моделювання, анатомія, пропорції, пластична виразність — сьогодні доповнюється цифровими технологіями. Програми Blender, ZBrush, Rhino, 3D-Coat, Nomad Sculpt розширюють межі творчості, дозволяючи експериментувати з формою, текстурою та візуалізацією. Попри активну цифровізацію, ручна практика залишається фундаментом мистецької освіти. Робота з глиною чи гіпсом формує відчуття маси, об'єму й ритму, що неможливо повністю відтворити віртуально. Жест і дотик руки митця залишаються носіями емоційної індивідуальності. Цифрові технології не замінюють, а підсилюють класичну школу, прискорюючи реалізацію концепцій і створення 3D-прототипів. В умовах воєнного стану скульптура набуває гуманістичного виміру — стає засобом емоційного відновлення, осмислення досвіду й культурного спротиву. Творчість у матеріалі допомагає студентам і викладачам долати стрес, зберігаючи духовну рівновагу. Освітні заклади впроваджують гібридні формати — онлайн-майстерні, дистанційні демонстрації, інтерактивні практикуми з 3D-моделювання.

Викладач сьогодні — не лише наставник, а й фасилітатор творчого розвитку, який мотивує до міждисциплінарності та поєднання скульптури з дизайном середовища, медіаартом чи цифровими інсталяціями. Такий підхід сприяє вихованню креативного, стійкого й етичного фахівця, здатного діяти в умовах воєнного та післявоєнного відновлення України.

Висновки. Скульптура залишається ключовим елементом професійної підготовки дизайнерів, сприяючи розвитку просторового мислення, аналітичного бачення форми та естетичної культури. В умовах цифровізації й воєнного стану її роль набуває нових вимірів — від академічної дисципліни до засобу психологічної підтримки, культурного опору та утвердження національної ідентичності. Поєднання класичних методик і цифрових технологій розширює творчі можливості студентів, стимулює інноваційні підходи до навчання. Використання 3D-скульптингу, цифрового моделювання й VR/AR-середовищ доповнює фундаментальні принципи академічної школи — натурність, пластичний аналіз, відчуття матеріалу.

Сучасна модель викладання скульптури має бути гібридною, поєднуючи духовну й технологічну складові. Такий підхід формує покоління дизайнерів, здатних мислити образно, діяти інноваційно та зберігати гуманістичні цінності навіть у кризових умовах.

Список використаних джерел:

1. Адамович Д. А., Брильов С. В. Скульптура в професійній підготовці дизайнерів: методи навчання // Scientific Journal of Polonia University. – 2025. – Т. 69, № 2. – С. 33–39.
2. Брильов С. В., Кузьмічова В. С., Колесников В. В. Образотворче мистецтво та дизайн в епоху діджиталізації: тренди, виклики // Арт-платФОРМА. – 2024. – № 2. – С. 228–241. DOI: <https://doi.org/10.51209/platform.2.10.2024.228-241>
3. Роготченко О. М. Сучасні трансформації художньої освіти: виклики цифрової доби. – Харків: ХДАДМ, 2022. – 192 с.
4. Сидоренко В. Д. Візуальне мистецтво у добу цифрових технологій. – Київ: Фенікс, 2020. – 240 с.
5. Agirbaş A. A methodology for 3D digital sculpting in art and design education // Journal of Art & Design Education. – 2023. – 41(1).
6. Heidari P., et al. Pen-and-paper versus digital sculpting in art education // International Journal of Architectural Computing. – 2019. DOI: 10.1177/1478077119834694

УДК 7.011:069(477):355.01(043.2)

Андрющенко Ганна Костянтинівна

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

АКТУАЛЬНІСТЬ ЕТНІЧНОЇ ГАЛЕРЕЇ ЯК ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ У ПЕРІОД ВОЄННИХ ВИКЛИКІВ

***Анотація.** У статті розглянуто проблему збереження культурних традицій України в умовах воєнних викликів через призму діяльності етнічних галерей. Аналіз значення таких мистецьких просторів як важливого інструменту культурної безпеки, який сприяє збереженню та актуалізації традиційного українського мистецтва. У роботі визначено, що етнічна галерея в умовах війни виконує не лише естетичну, а й просвітницьку та виховну функції. Вона формує простір духовного опору, підтримує національну свідомість та стає осередком передачі культурних кодів наступним поколінням. Сучасні галереї розглядаються як приклад поєднання традиційних мистецьких форм із сучасними візуальними та цифровими технологіями, що забезпечує новий рівень сприйняття етнічного мистецтва й сприяє міжнародній репрезентації української культури. У підсумку дослідження доведено, що створення подібних галерей є важливою частиною культурного фронту України. Вони забезпечують збереження історичної спадкоємності, трансляцію цінностей і консолідацію суспільства навколо ідеї духовної єдності та культурного відновлення.*

***Ключові слова:** етнічність, культура, галерея, ідентичність, війна, традиції.*

Вступ. Сучасні воєнні реалії в Україні ставлять під серйозну загрозу не лише територіальну цілісність держави, а й її культурну спадщину, яка є ключовим елементом національної ідентичності. Руйнування чи пошкодження культурних пам'яток, втрати матеріальних і нематеріальних традицій означають не просто втрату об'єктів, але й переривання культурної спадковості. У таких умовах особливу актуальність набуває створення та функціонування етнічних галерей і музейних просторів, які відіграють роль опорних пунктів культурної безпеки, сприяючи збереженню, поширенню та передачі українських культурних традицій наступним поколінням.

Основна частина. Етнічна галерея в розумінні культурології - це не просто виставковий простір, а архітектура культурної ідентичності, освітня платформа та майданчик для діалогу поколінь. В Україні вже існують приклади такої роботи:

зокрема Національний центр народної культури "Музей Івана Гончара" [1] у Києві, створений на базі приватної колекції художника-народника, який збирав традиційне народне мистецтво XVII-XX століть. Музей етнографії та художнього промислу (МЕХП) Інституту народознавства НАН України [2] у Львові, також особливу увагу приділяє народним ремеслам і матеріальним формам культури.

Етнічна галерея виступає як платформа для:

- збереження матеріальних форм народного мистецтва (вишивка, кераміка, різьба, текстиль, орнамент) - як це демонструє експозиція "Український народний одяг та вишивка" [3];
- трансляції нематеріальної культури (традицій, ремесел, символіки);
- активного залучення громадськості через цифрові технології, організацію виставок та використання міжплатформних форматів.

У воєнний час галереї адаптують свою діяльність до цифрового формату: онлайн-виставки, архіви, віртуальні тури. Це дозволяє зробити культуру доступною навіть під час бойових дій і сприяє її збереженню. Водночас проблемами залишаються фінансування, збереження колекцій і безпека працівників. Також факт того, що під час війни понад 330 культурних об'єктів зазнали пошкоджень [4], підкреслює, що культурна спадщина - це виклик національного масштабу.

Висновки. Підсумовуючи, варто зазначити: етнічна галерея в сучасному українському контексті — це значно більше, ніж просто простір для виставок. Вона виконує роль інституту культурної безпеки, який зосереджується на збереженні, актуалізації та передачі культурної спадщини у часи, коли воєнні дії ставлять під загрозу національну ідентичність. Завдяки експозиціям, освітнім програмам і цифровим форматам такі галереї сприяють формуванню суспільства, що глибше усвідомлює свою історичну спадкоємність, цінності та символи.

У контексті сучасних викликів розвиток таких установ стає не лише бажаним, але й обов'язковим елементом культурної політики. Поєднання традиційного мистецтва із сучасними технологіями, налагодження активного діалогу з громадськістю та інтернаціональна репрезентація сприяють зміцненню не лише культурного середовища, а й соціальної стійкості. Таким чином, етнічні галереї формують ключову частину культурного фронту України, забезпечуючи збереження пам'яті, спадкоємність між поколіннями та будуючи майбутнє, в якому українська традиція не просто існує, а

продовжує активно розвиватися.

Список використаних джерел:

1. <https://honchar.org.ua/>
2. <https://ethnology.lviv.ua/naukovi-pidrozdili/muzei-etnografiji-ta-khudozhnogo-promislu>
3. <https://kpi.ua/1008-16-photo>
4. <https://euneighbourseast.eu/news/stories/a-battle-to-preserve-ukraines-cultural-identity/>

УДК 7.071.1-054.7:39(=161.2)(043.2)

Анфіногенова Дар'я Андріївна, студентка кафедри дизайну

Здор Оксана Григорівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ЗБЕРЕЖЕННЯ І ТРАНСЛЯЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ В ТВОРЧОСТІ МИТЦІВ-ЕМІГРАНТІВ, ЗОКРЕМА В. КОРОЛІВА- СТАРОГО, В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

Анотація. Досліджено роль українських митців-емігрантів початку ХХ ст. у трансляції українських народних мотивів і традицій в книжковому дизайні та дизайні поліграфічної продукції. Центральною постаттю дослідження є В. Королів-Старий – письменник, художник та видавець, чия творчість поєднує модерні графічні рішення з національним фольклором. Також аналізується діяльність митців, з якими співпрацював В. Королів-Старий, і які вплинули на формування візуальної складової сучасного книжкового дизайну. Робота демонструє, що митцям-емігрантам, які знаходилися поза межами України, вдалося втілити свою ідентичність у творчості таким чином, що вони мають вагомий вплив на сучасний культурний простір.

Ключові слова: Василь Королів-Старий, українська еміграція, українська культура і традиції, книжковий дизайн, ілюстрація.

Вступ. Тема збереження і трансляції українських культурних традицій у творчості митців-емігрантів не втрачає своєї актуальності та має значний вплив на розвиток українського графічного дизайну. За умов політичних репресій та внаслідок поразки визвольних змагань багато визначних українських митців вимушено опинилися в еміграції, де продовжили свою діяльність, в якій зберегли національну спадщину та сформували на її основі нову візуальну мову.

Вже існуючі дослідження (М. Осадчий, Л. Яворська, О. Ковальчук) загально розглядали тему еміграційної творчості та розвитку українських видавництва. Проте бракує більш детального розкриття діяльності Василя Короліва-Старого та його сучасників, а саме їх ролі в книжковому дизайні та систематичній відданості ідеї збереження українських національних мотивів.

Метою роботи є висвітлення та аналіз творчості В. Короліва-Старого, а також творчості митців, з котрими він ідейно та практично взаємодіяв. Визначення впливу

цієї діяльності на сучасну культуру і книжковий дизайн.

Основний матеріал. Розвиток української культури і дизайну зокрема, початку ХХ ст. переживав злети і падіння в складних умовах виборювання Україною права на свою ідентичність та національну спадщину. Події Першої світової війни та поразки визвольних змагань 1917-1921 рр. спричинили розпад УНР, посилення репресій з боку російської імперії та хвилі еміграції. Закордоном вимушено опинилася велика кількість митців, одним із них був Василь Королів-Старий. Ще перебуваючи в Україні він активно займався редакторською справою, був одним із засновників видавництва «Час» (журнал «Книгарь», ілюстровані дитячі книжки, словники) та «День» (ілюстровані листівками альбоми, присвячені Києву). Проте розквіт діяльності В. Короліва-Старого відбувся закордоном, де він реалізувався як письменник, художник та видавець. [1]

Творчість Короліва-Старого була просякнута зверненнями до національної спадщини та українського фольклору, уособлювала простоту та близькість до читача. Яскравими прикладами з наявними символами духовного спадку стали збірки «Нечиста сила» (1923) та «Чмелик» (1920), а також п'єси «Русалка-жаба» і «Лісове свято».

Візуальному оформленню друкованих видань автор приділяв чималу увагу, іноді сам створював замальовки, що демонстрували український побут і символи, а також співпрацював з художниками-графіками української еміграції. Видання його книг у Празі містили ілюстрації Роберта Лісовського та Софії Зарицької. До прикладу видання «Чмелика» містило мінімалістичну обкладинку, прикрашену орнаментом, витриману композицію ілюстрацій і тексту на сторінках, на початку розділів була вміщена буквиця та орнаментальна ілюстрація. Характерними рисами оформлення інших книг письменника були українська символіка в поєднанні з модерними графічними рішеннями та чітка типографія.

Прикладом роботи Короліва-Старого як ілюстратора є обкладинка «Календаря Благовѣстника» (1935) створена на Закарпатті: «Центральний портрет зображає Христа в складній за окресленням рамці» «Неординарна обкладинка «Календаря Благовѣстника» має певні риси і символічного оформлення, ... у тератологічному візерунку використано символ — рибу». [2]

Окремо варто розглянути творчість визначних графіків, котрі працювали поруч із Василем Королівим-Старим, поєднуючи європейські модерні тенденції з національними українськими мотивами. Роберт Лісовський – основні напрямки його

роботи включали книжковий дизайн, розробку обкладинок і титульних сторінок, оформлення плакатів та журналів. Митець часто зображував силуетні фігури, декоративні рослинні або геометризовані мотиви, приділяв увагу композиції та шрифтовому рішенню, експериментував із поєднаннями масивних рукописних шрифтів та стриманих друкарських. Наприклад, журнал «Українське мистецтво» (20-ті роки). Павло Ковжун – створював екслібриси, плакати та обкладинки до книжок, поєднував шрифти із зображеннями у ритмічні композиції. У часописах «Мистецтво» (1932) та «Наш світ» при оформленні поєднував український бароковий орнамент із конструктивістською чіткістю. Петро Андрусів – працював над книжковими обкладинками та орнаментами для дитячих видань, в яких модерно стилізував фольклорні мотиви. Переосмислював народний декор задля функціональності плакату «Свято молоді у Львові» (1935) та ілюстрацій до «Календаря Українського католика». Вирізнявся увагою до гармонійного поєднання кольорів. Михайло Осінчук – активно ілюстрував навчальні та дитячі книжки і підручники, наприклад, «Кобзарик» (1934). У своїй графіці використовував традиційний орнамент. Творчість цих митців, що неодмінно зверталася до національної спадщини, була переосмислена і вписана у вируючий європейський модерн, що робило її одночасно актуальною для іноземних поціновувачів і зрозумілою для українських послідовників.

Нині в українському дизайні ми можемо прослідковувати вплив мотивів Короліва-Старого та його сучасників: буквиці, орнаментальні рамки, стилізація рослин та пташок, гармонійне поєднання тексту та ілюстрації, увага до шрифтових рішень, поєднання сучасної типографії із рукописними або декоративними заголовками. Особливо виразно це представлено у виданнях, окремих ілюстрованих альбомах та проектах, котрі прямо посилаються на творчість митців. [3]

Висновки. Творчість Василя Короліва-Старого і плеяди художників-графіків, що працювали в еміграції, дала можливість побачити українську мистецьку традицію в нових історичних умовах. Книжкова графіка, дизайн обкладинок, декоративні мотиви та шрифтові рішення перетворилися на носії національної пам'яті, відображали духовну єдність народу. Збереження й трансляція цих традицій проявляються і сьогодні — у сучасних українських видавничих практиках, стилістиці шрифтів, популярності ручної графіки, натхненної народними формами. Таким чином, доробок митців-емігрантів ХХ ст. став фундаментом сучасного українського дизайну, який зберігає

автентичність, поєднуючи її з глобальними тенденціями.

Список використаних джерел:

1. Петро Ісаїв. Д-р Василь Королів-Старий. Краківські вісті, 31.12.1941 URL: <https://web.archive.org/web/20180305211540/https://zbruc.eu/node/60601> (дата звернення 17.10.2025)
2. Поліха Л.Я. Вияв «Мистецтва і Ремесла» у дизайні календарів та журналів Закарпаття початку ХХ століття. Вісник ХДАДМ: зб.наук.пр. – Харків. №1. 2011. с. 37-42.
3. Україна: 50 символів боротьби. Platfor.ma. 2022. Іл. М. Кінович. URL: <https://specials.platfor.ma/ukraine-50-symbols-of-resistance-en/> (дата звернення 19.10.2025)

УДК 7.012: [655.532:821.161.2-312.9] (043.2)

Баглай Дар'я Сергіївна

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

СТИЛІСТИКА ТЕМНОГО ФЕНТЕЗІ У СУЧАСНІЙ ЛІТЕРАТУРІ І ІЛЮСТРАЦІЇ

Анотація. Робота присвячена дослідженню книжкових видань тематики темного фентезі, особливостям їх оформлення і дизайну. Досліджена специфіка розробки ілюстрації для видань, роботи з текстом та відокремлення його стилеутворюючих рис (такі як колірний підбір, шрифтові вирішення, додаткові декоративні елементи, особливості оформлення елементів книги: форзаців, нахзаців, титульних листів, бокових зрізів та обкладинок). Проведено аналіз творів закордонних та українських авторів з метою дослідити вплив українських етнічних мотивів на жанрові константи стилю. Увага приділяється питанню розробки всесвітів у відповідній тематиці, співвідношенню вигаданих елементів до реальних історичних подій і персонажів (героїв інших творів, історичних осіб, фольклорних створінь, персонажів з міфів і легенд регіонів). Частково підіймається тема редизайну відомих творів під сучасні тенденції дизайну книжкових видань.

Ключові слова: дизайн книжкових видань, фентезі, темне фентезі, ілюстрування книжок, слов'янське фентезі, середньовіччя, стилізація, стилізація у ілюстрації, українське фентезі, українська етнічна література.

Вступ. Жанр темного фентезі у сучасній літературі за своєю популярністю серед читачів молодого віку впевнено конкурує з представниками детективного та комедійного жанру. Сама стилістика творів, нарочито похмура і серйозна, відсилає нас до класичних прийомів готичного мистецтва у поєднанні з специфічним, реалістичним напрямом жахів.

Матеріали і методи. Для дослідження були використані енциклопедичні тематичні статті, відгуки авторів творів подібної тематики та аналіз структури, змісту і оформлення даних творів. До матеріалів також включені українські твори, що класифікуються відповідною тематикою. Розглянуті видання різних країн, перевидання, особливості редизайну з акцентом на характерних рисах, що притерпіли змін через мінливість дизайнерських тенденцій оформлення книжних видань.

Результати. Дослідження даної тематики почалося з детального розбору самого терміну темного фентезі та його принципової відмінності від класичного представника жанру фентезі. Звернемося до слів Гері К. Вулфа «Критичні терміни до наукової фантастики і фентезі» 1986 року [1], у якій автор зазначає, що назва жанру взаємозамінна з терміном «готичне фентезі» використовуваним значно раніше. Термін же темне фентезі вигадали як деякий рекламний хід для більш ефективного просування творів даної тематики. Характерними рисами для таких творів у порівнянні з фентезі є часткове зменшення атмосфери «казковості» зумовленої описом більш м'яких і загальних сюжетів, натомість акцент зміщується у сторону деталізації реальних історичних практик середньовіччя та європейської доби відродження (від війн варварських народів, починаючи з V століття, до практики масової страти відьом та представників інших віросповідань XVI-XVII століття [2]). Це споріднює даний жанр з схожим по концепції жанром побутових жахів, схожим своїми описами буденних, а інколи навіть звичних кожному речей, акцентуючи увагу за злободенних темах, підіймаючи проблематику жорстокості, психоемоційних станів та людських переживань. У поєднанні з тематикою жахів була створена велика кількість книжкових видань, безумовними мастодонтами серед яких є твори літературних класиків: «Некрономікон» Говарда Лавкрафта та «Темна вежа» Стівена Кінга.

Сюжетно твори подібної тематики зазвичай не локалізуються у конкретній замкнутій локації. Пригодницький та бойовий напрям спонукає авторів до створення паралельних всесвітів, вигаданих локацій та діючих осіб. Світи, згадувані у творах частіше всього мають свої прототипи. До прикладу, описи холодних земель навіюються естетикою скандинавських країн: Норвегії, Данії, Швеції; жаркі і піщані локації у свою чергу мають багато спільного з країнами Африки, зокрема образом Єгипту. Однак данна інформація не є константою. Нерідко світи повністю вигадані автором та не мають реальних прототипів, являють собою оригінальну авторську розробку.

Для спрощення орієнтування читача у сюжетних локаціях і за для загального ознайомлення з всесвітом у літературі і кінематографі часто пробігають до картографічних методів опису [3]. Карти світів частіше формальні, ґрунтуються на замальовках чи думках героїв, і нерідко розміщуються на форзацах, нахзацах або пускових сторінках видань. До прикладу можемо розглянути оформлення книги «Четверте крило» 2023 року видання за авторством Ребекки Яррос, що на даний

момент часу є однією з найпопулярніших сучасних творів жанру темного фентезі.

Продовжуючи розгляд на данному представнику жанру ми можемо відмітити й інші характерні риси: кольорові (нерідко ілюстровані візерунками чи орнаментами) зрізи сторінок, деяка помпезність в оформленні обкладинки і виборі шрифтів, містицизм та фольклорні наративи. Така тенденція спостерігається і у ілюструванні видань. У розглянутих представниках акцент у стилізації ілюстрацій робиться на час й антураж. Для покращення сприйняття та заглиблення читача у атмосферу видання ілюстратори пробігають до стилізування під гравюри, спрощені монохромні ілюстрації. Особливу увагу приділяють історичній достовірності у розробці образу персонажів, їх вигляду, стилю, одягу, фонових елементів, предметів побуту. Якщо ж елементи є авторськими і вибиваються з загального образу часу їм надається містичний, магічний або божественний характер, для виправдання сюжетних упущень.

Не зважаючи на класичний середньовічний образ автори творів, зокрема європейські та українські у тому числі, пов'язуються свої сюжети з яскравими та колоритними персонажами фольклору та міфологічними істотами. Одним з найяскравіших прикладів використання слов'янських мотивів у жанрі темного фентезі є серія книг польського автора Анджея Сапковського «Відьмак». Книга отримала статус культового твору. Станом на 2025 рік серія налічує вісім оригінальних книг, три масштабні кіноекранізації та серію ігор. Книжні видання неодноразово піддавалися редизайну, і, на відміну від перших видань, сучасні автори частіше використовують ігровий або кіно-образ головного героя для залучення більшої аудиторії. Сам же автор у своїй книзі уміло поєднує класичних персонажів фентезі всесвітів (таких як ельфів, дварфів, магів, драконів та інших) з слов'янськими міфологічними істотами: утопцями, водяними, василісками, кікіморами, полуденницями, північницями, химерами [4]. Саме ця серія творів свого часу стала каталізатором для нової хвилі популярності слов'янських наративів у творах літератури та кіноіндустрії, акцентуючи увагу на етнічних слов'янських мотивах та історії наших пращурів, обрядових традиціях та віруваннях. Унікальним представником з української літератури є книга-збірник за авторством групи українських письменниць під назвою «Мотанка». Книга являє собою збірку короткої прози про досвід боротьби і стійкості жінок в умовах воєнного часу, їх переживання та думки, в яскравому етнічному оформленні Інни Делієвої. У дизайні використовуються традиційні українські орнаменти у нестандартному кольоровому

поєднанні, що виглядає досить незвично і привертає увагу нових читачів.

Висновки. Темне фентезі у сучасній літературі не тільки жанр, що стрімко набирає популярності, а й можливість подати історичні факти, традиції та обряди для молодого покоління у легкій розважальній формі. Така література може бути не тільки захоплюючою, а й корисною. Для дизайнерів книжкових видань даний жанр чудовий плацдарм для роботи у напрямку історичної стилізації, неоісторизму, містицизму, фольклорної стилізації. Це, у свою чергу, відкриває безмежні можливості для переосмислення класичної історичної верстки під сучасний, дизайнерський, лад.

Список використаних джерел:

1. Д. Клют, Д. Ленгфорд; SFE: Енциклопедія фентезі (1997) – Темне фентезі. URL: <https://share.google/zCFrFfy1YBfw3JRtD>
2. Є. Онацький; Українська мала енциклопедія, накладом Адміністрації УАПЦ в Аргентині (1959), 16 к; 8 т; ст. 542-543
3. Н. Балабуха, К. Радько; Алегоричні мапи як культурно-мистецький феномен доби бароко//Артпростір (2024); ст. 240-249
4. Є. Хомутінкіна; Українська міфологія у сучасній літературі жанру фентезі (2025); Волинський національний університет імені Лесі Українки; 55 ст.

УДК 741.5:7.038.53:316.75(477)"20"

Безпала Марія Анатоліївна, магістрантка кафедри дизайну
Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,
кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ АКТУАЛІЗАЦІЇ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ, НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ЗАХИСТУ БАТЬКІВЩИНИ У КОМІКСАХ ПРО ІСТОРІЮ УКРАЇНИ

Анотація. У статті здійснено аналіз коміксу як синтезованої форми мистецтва, що поєднує візуальний наратив і літературний текст у контексті його ролі у процесі актуалізації історичної пам'яті, формування національної ідентичності та сприяння суспільній стійкості в Україні. Комікс розглядається як потужний інструмент візуальної комунікації та освіти, здатний адаптувати складну інформацію до особливостей «кліпового» мислення сучасної молоді. Розглядається ефективність жанру в полегшенні розуміння складних тем, підвищенні мотивації та розвитку критичного мислення.

Ключові слова: комікс, мальовис, графічний дизайн, історична пам'ять, національна ідентичність, секвенційне мистецтво, візуальна комунікація, креативність, освіта.

Актуальність теми дослідження. У сучасному світі, де візуальна культура домінує у процесах комунікації, а темп життя вимагає швидкого сприйняття інформації, комікс, або секвенційне мистецтво, набуває особливої значущості. Він перетворюється з розважального жанру на потужний інструмент наукової комунікації та художнього осмислення суспільно-політичних процесів. Дослідження підтверджують, що візуально-вербальний формат коміксів ефективно використовується у навчанні, оскільки він допомагає полегшити розуміння складних текстових тем завдяки візуалізації [1; 2; 3].

Для молодшого покоління, яке зростає у високотехнологічному, високоінформаційному та візуально насиченому середовищі, комікси стають критично важливим об'єднуючим елементом до читання та засвоєння складних знань [4]. Завдяки яскравим ілюстраціям та динамічному сюжету, комікси не лише мотивують читачів,

але й розвивають у них візуальну грамотність, необхідну для інтерпретації даних у сучасному світі [5]. В умовах російсько-української війни, коли гостро стоїть питання збереження національної ідентичності та історичної пам'яті, цей жанр виступає одним із найбільш доступних та релевантних каналів передачі складних національних наративів.

Метою дослідження полягає у вивченні конкретних мистецьких практик, за допомогою яких українські історичні комікси здатні актуалізувати національну пам'ять та формувати ідентичність, що є ключовим елементом формування національної стійкості.

Виклад основного матеріалу. Комікс виступає як надзвичайно ефективний механізм роботи з історичною пам'яттю завдяки своїй унікальній здатності інтегрувати великі масиви історичних даних у доступний та емоційно насичений формат. Візуальна складова коміксу, що представлена графікою та послідовністю кадрів, тобто секвенційним мистецтвом, дозволяє адаптувати історичну інформацію до особливостей «кліпового» мислення сучасної молоді, яке часто краще сприймає візуальні та динамічні блоки інформації, на противагу довгим текстам. Перетворення складних і багатокомпонентних історичних подій, як-от Визвольні змагання, Голодомор чи сучасна російсько-українська війна, на лінійний, динамічний сюжет, що супроводжується зображеннями, сприяє кращому розумінню та запам'ятовуванню контенту у порівнянні з традиційними текстовими джерелами [6].

Мальовис є потужним інструментом для побудови історичної пам'яті та використовується для пояснення складних історій і концепцій, які можуть бути надто сухими або травматичними для передачі лише текстом. Наявність малюнків дає можливість краще розуміти персонажів та покращує сприйняття, а візуалізація полегшує засвоєння навіть складних наукових понять, оскільки стисло поєднує графічний та текстовий формат. Комікси забезпечують швидкий візуальний доступ до пояснень, перетворюючи історію на дієвий посібник [5].

Особливе значення в українському контексті має здатність мальовису до обробки травми та формування колективної пам'яті. Представляючи історичні події як візуальні наративи, комікси допомагають суспільству, особливо молодому поколінню, пропрацювати складний досвід і травми. Українські мальовиси функціонують як культурні коди, вказуючи на виклики націєтворення. При цьому соціально-політичні

процеси підсилили їхню популярність як інструменту національної ідентичності, що є частиною відновлення постколоніальної спадщини. Візуальне оповідання дозволяє створити «контр-пам'ять», представляючи історію як нелінійну та багатогранну, що протистоїть спрощеним або нав'язаним міфам. Наприклад, впровадження коміксів про російсько-українську війну в освітній процес визнається важливим для створення сучасного читацького простору та формування ідей на основі реальних подій. Ця практика дозволяє використати жанр для обробки травми та кращого засвоєння уроків історії [7].

Практики формування національної ідентичності за допомогою коміксів ґрунтуються на створенні культурних референсів та впровадженні національного пантеону героїв. У час інтенсивних соціально-політичних змін та гібридних загроз, українські комікси ідеально підходять для створення сучасної міфології та героїзації історичних постатей, що є ключовим для самоусвідомлення нації. На відміну від сухих підручників, графічний наратив дозволяє читачам легше ідентифікувати себе з персонажами, які переживають складні моральні дилеми та випробування. Таким чином, комікси допомагають сформувати етичний каркас національної свідомості, представляючи історію через призму особистої боротьби та героїзму [2].

Використання послідовних малюнків допомагає читачам інтерпретувати та розуміти візуальні дані, що є необхідною навичкою в сучасному світі. На рівні візуального кодування відбувається закріплення національних символів, образів одягу, історичних ландшафтів та архітектури, посилюючи ідентифікацію та відчуття приналежності до спільної культурної спадщини. Дослідження підтверджують, що комікси є інструментом розвитку критичного мислення, читання, творчості та комунікативних навичок, оскільки вони вимагають від читача одночасної інтерпретації тексту, зображення та емоційної складової [8].

Окрім прямої трансляції героїчних сюжетів, комікси є засобом відновлення постколоніальної ідентичності. Вони стають простором, де відбувається переосмислення історичних подій і створення «контр-пам'яті». Це дозволяє представити національну історію як нелінійну та багатогранну, звільняючи її від нав'язаних імперських наративів. Саме ця гнучкість та візуальна сила робить комікси настільки важливими в контексті націєтворення та залучення до читання молодого покоління [9].

В умовах військового конфлікту комікси перетворюються на засіб оперативної

комунікації та психологічної підтримки, що сприяє суспільній стійкості. Вони здатні оперативно реагувати на актуальні події, фіксуючи сучасне героїчне сьогодення, що посилює емпатію та ідентифікацію. Цей жанр функціонує як інформаційна зброя, пояснюючи військово-політичні процеси чи діяльність волонтерів, оскільки стисло поєднує графічний та текстовий формат. Комікси, присвячені війні, впроваджуються в освітній процес для створення сучасного читацького простору та формування ідей на основі реальних подій. Це підкреслює важливість і необхідність використання коміксів, заснованих на реальних подіях, для створення сучасного читацького простору та формування ідей [10].

Використання захоплюючих сюжетів та гумору робить процес засвоєння інформації цікавим. Навіть у випадках, коли йдеться про складні соціальні теми, наприклад, щодо наркотиків, комікси полегшують розуміння та підвищують обізнаність, демонструючи свою високу ефективність у роботі зі свідомістю. Комікси про війну відіграють значну роль у формуванні колективної та культурної пам'яті, сприяючи обробці травми через візуальні наративи та стають досвідом навчання для молодого покоління [10].

Створення власних цифрових коміксів на основі сучасних подій є мистецькою практикою, що розвиває креативність, критичне мислення та технологічні навички, перетворюючи пасивного споживача на активного творця національного наративу. Це сприяє не лише емоційній розрядці, але й формуванню соціальної активності та готовності до захисту Батьківщини через візуальний дискурс.

Висновки. Комікс як секвенційне мистецтво є багатофункціональним та стратегічно важливим інструментом для України, адже поєднує педагогічну ефективність із культурною місією, забезпечуючи доступність інформації, глибину емоційного впливу та актуальність наративу. Через візуальні коди комікси зберігають і актуалізують історичну пам'ять, формують сучасну національну ідентичність як креолізований текст і сприяють суспільній стійкості завдяки високому рівню залучення читача. Вони виступають інструментом поєднання травми та навчання, допомагаючи передавати травматичний досвід і реконструювати історичну пам'ять молодого покоління. Використовуючи візуальний сторітелінг, комікси формують національний дискурс і створюють «контр-пам'ять», що має ключове значення для постколоніальної нації. Завдяки своїй гнучкості та здатності підвищувати мотивацію до навчання,

вони дедалі частіше визнаються ефективним освітнім засобом для подання складних тем. Крім того, комікси сприяють формуванню візуальної грамотності, розвиваючи критичне мислення та здатність інтерпретувати візуальні дані, що є необхідною навичкою в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Системне використання коміксів у навчально-виховному процесі та культурній політиці підтверджує їхнє значення як важливої складової сучасної візуальної культури.

Список використаних джерел:

1. Балакірева Г. Комікси як навчальний інструмент для закріплення знань на заняттях з іноземної мови. *Modern information technologies and innovation methodologies of education in professional training methodology theory experience problems*. 2023. С. 72–82. DOI:10.31652/2412-1142-2022-66-72-82.
2. 10 Супер причин, чому комікси корисні для розвитку дітей | Видавництво Ірбіс Комікси. Ірбіс комікси – Перший видавець дитячих коміксів. URL: https://irbis-comics.com.ua/articles/10_super_prychyn_chomu_komiksy_korysni_dlja_rozvytku_ditej
3. Hudoshnyk O. Комікс як інструмент сучасної наукової комунікації. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. № 22. С. 54–60. DOI:10.15421/292206
4. Belda-Medina J. Inclusive Education through Digital Comic Creation in Higher Learning Environments. *Social Sciences*. 2024. Vol. 13, no. 5. P. 272. DOI:10.3390/socsci13050272.
5. Комікси на уроках: розвага чи дієвий навчальний інструмент?. Сучасна платформа про освіту в Україні та за кордоном. URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/3402-komiksy-na-urokakh-rozva-ha-chy-diievyyi-navchalnyi-instrument>.
6. Лілік О. Особливості використання коміксів на уроках української літератури. *Мистецька освіта: зміст, технології, менеджмент*. 2021. № 17. С. 185–197. URL: <https://epub.chnpu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7741/1/Особливості%20використання%20коміксів%20на%20уроках%20української%20літератури.pdf>.
7. Ebesu D. Visual Storytelling and Historical Memory. A Review of Graphic Memories of the Civil Rights Movement: Reframing History in Comics. *The Comics Grid: Journal of Comics Scholarship*. 2024. DOI:10.16995/cg.18185.
8. Чому комікси – не «книжки для лінивих», а потужний інструмент навчання й розвитку. Світ чекає крилатих. URL: <https://svitchekaiekrylatykh.com/новини/користь-коміксів-для-навчання-й-розвитку-дітей>.
9. Stupak S. Shaping Post-Colonial Identity: Cossacks and Ukrainian Comics. *Image text journal*. URL: <https://imagetextjournal.com/stupak-shaping/>.
10. Derkachova O. The introduction of comics about the Russian-Ukrainian war in the educational process. *Mountain school of Ukrainian carpaty*. 2025. No. 27. P. 142–146. DOI:10.15330/msuc.2022.27.142-146.

УДК 7.012-028.22:316.627(043.2)

Березовська Марія Олександрівна

Волгін Юрій Євгенович, науковий керівник,

старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ЕСТЕТИКА ЕМПАТІЇ: ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ ЛЮДЯНОСТІ У ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

***Анотація.** Мета роботи — аналіз ролі графічного дизайну у формуванні гуманістичних цінностей та емпатійного ставлення глядача в умовах соціальних потрясінь, зокрема військової агресії. Досліджено концепцію «естетики емпатії» як синтезу естетичного вибору й гуманістичної чутливості, що перетворює візуальне мистецтво на інструмент соціальної відповідальності. Проаналізовано сучасні графічні практики в Україні, які активно використовують архетипи людяності (образи жінки, дитини, рук, очей, дому) та технічні прийоми (символізм, контраст, колористика, типографіка) для створення емоційного зв'язку. Зроблено висновок, що графічні образи, які викликають емпатію, є засобом пам'яті, солідарності та морального спротиву, що впливає на формування суспільної свідомості та вимагає від дизайнера етичної відповідальності.*

***Ключові слова:** Естетика емпатії, графічний дизайн, гуманізм, візуальні образи, емпатія, соціальний плакат.*

Об'єкт дослідження: Процес візуальної комунікації у графічному дизайні.

Предмет дослідження: Особливості формування «естетики емпатії» через візуальні образи людяності в сучасному графічному дизайні.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є соціальний графічний дизайн воєнного періоду в Україні як форма візуальної комунікації та культурного опору. Предметом — особливості візуальної мови, семіотики та естетики плакатів, створених українськими дизайнерами у цей час. Матеріальною базою дослідження слугують теоретичні праці з естетики, дизайн-мислення та семіотики візуальних образів, а також приклади соціального графічного дизайну, зокрема роботи Олега Грищенка, Андрія Єрмоленка, проєкти «Brave Ukraine» та «Плакати для України».

У дослідженні застосовано методи аналізу, синтезу та узагальнення для формування теоретичних засад, а також культурологічний і мистецтвознавчий підходи з елементами семіотичного аналізу для інтерпретації візуальних символів. Наукова новизна полягає у систематизації принципів створення візуальних образів, що поєднують естетику, емоційний вплив і гуманістичні цінності в умовах війни.

Вступ. У часи масштабних соціальних потрясінь, зокрема в умовах війни, художня та дизайн-практика дедалі частіше набувають гуманітарного значення: вони не просто «прикрашають» простір чи інформують — вони стають носіями ціннісних трансформацій. У контексті національного культурного простору важливо дослідити, яким чином графічний дизайн може втілювати тему гуманізму, підтримувати людяність і формувати емпатійне ставлення глядача. Метою цієї тези є аналіз того, як візуальні образи в графічному дизайні можуть стати «естетикою емпатії» — мостом між мистецтвом, гуманістичною рефлексією та соціальною відповідальністю.

Теоретичні засади поняття «естетика емпатії». Естетика — як наука про відчуття, вираження й смак — традиційно розглядає зв'язок між внутрішнім змістом і зовнішньою формою. В освітньому посібнику «Основи естетики як методологія дизайну і образотворчого мистецтва» розглянуто, що художній образ — ключовий засіб вираження змісту через форму, а дизайн як мистецтво інтерпретує й трансформує реальність у візуальні структури [1]. Наталія Сергеева в праці «Естетика в структурі сутності дизайну» підкреслює, що естетика має бути не лише «технічною», але й вираженням внутрішньої сутності: взаємозв'язок «річ — людина» повинен нести етичний та ідеологічний заряд [2]. Ірина Рижова зазначає, що сучасний дизайн перестає бути просто формою чи утилітарним об'єктом — він формує цінності, ставлення та соціальну поведінку [3]. Поняття емпатії у дизайні є важливою складовою дизайн-мислення: дизайнер намагається «увійти в шкуру» користувача, зрозуміти його досвід і переживання. Серед ключових етапів створення людино-орієнтованого дизайну називають занурення, емпатію й співпрацю [4]. Таким чином, естетика емпатії — це синтез естетичного вибору й гуманістичної чутливості, коли візуальні рішення несуть не лише форму, а емоційний заряд, спонукають співпереживання та активують свідомість.

Гуманістичні образи у сучасному графічному дизайні. У міжнародному контексті соціальні чи антивоєнні плакати, графічні кампанії благодійних або

правозахисних організацій дедалі частіше апелюють до людяності — через образ жінки, дитини, рук, обіймів, очей. Ці зображення часто спрощені до символів, які легко сприймаються, але несуть глибокий емоційний заряд. У дослідженні Ю. Сосницького «Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального українського плаката» показано, що архетипи Героя, Матері, Дому чи Пам'яті запускають емпатійний зв'язок із глядачем [5]. Також у статті «Стратегії візуального впливу в дизайні політичного плакату періоду I світової війни» доведено, що візуальна мова плакату була адаптована під емоційне сприйняття суспільства, формуючи моральну мобілізацію [6]. В Україні, у час війни, графічні практики набувають глибоко соціального характеру: плакати й соціальні ілюстрації стають способом фіксації втрат, вшанування пам'яті і заклику до солідарності. Українські дизайнери (Олег Грищенко, Андрій Єрмоленко, учасники проєктів Brave Ukraine та Плакати для України) активно використовують архетипи людяності — руки, очі, зруйнований дім — створюючи емпатійний візуальний простір, який спонукає до співпереживання та дії [5]. Особливості візуальної мови емпатії виражаються через низку технічних прийомів, які в поєднанні з етичним задумом формують емоційний контакт із глядачем. Ключовим елементом є символізм і спрощення, де універсальні образи, такі як рука, контур людини чи обійми, функціонують як архетипи співчуття, викликаючи миттєве впізнавання почуттів. Далі, контраст і негативний простір використовуються для формування емоційної напруги та створення простору для рефлексії глядача. Колористика слугує важливим емоційним маркером: використання стриманих кольорів або ж контрасту червоного і чорного може підсилювати почуття втрати, болю або пам'яті. Типографіка виступає як голос повідомлення; її мінімалізм і чіткість у шрифті підкреслюють зміст, не відволікаючи увагу. Нарешті, композиція і динаміка зображення мають спрямовувати погляд глядача до ключових елементів, фокусуючи емоційний контакт і посилюючи вплив візуального наративу.

Висновки. Естетика емпатії у графічному дизайні — це гуманістична форма комунікації через візуальну мову. Вона поєднує художнє вираження з етикою співпереживання. У сучасному українському культурному просторі такі візуальні стратегії мають виняткове значення: вони стають засобом пам'яті, солідарності, морального спротиву. Графічні образи, що викликають емпатію, впливають не лише на індивідуальне сприйняття, а й формують суспільну свідомість, підтримуючи

гуманістичні цінності. Для дизайнера це означає, що формотворчість має бути усвідомленою, а візуальні рішення — не лише естетично виправданими, але й етично відповідальними.

Список використаних джерел:

1. Продан І. В. та ін. Основи естетики як методологія дизайну і образотворчого мистецтва. – Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2023. URL: [aesthetics.pdf](#)
2. Сергеева Н. Естетика в структурі сутності дизайну. // Художній промисел та дизайн, 2023. URL: 30
3. Ригова І. Методологія дослідження дизайну як соціального феномена. // Humanitarian Studies, 2025. URL: 328868
4. Етапи створення людино-орієнтованого дизайну. // Index Copernicus Journals. URL: 2056226
5. Сосницький Ю. Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального українського плаката. // Українські культурологічні студії, 2024. URL: 2893
6. Струс А., Мельник О. Стратегії візуального впливу в дизайні політичного плакату періоду I світової війни. // Український мистецтвознавчий дискурс, 2023. URL: 166
7. Волгін, Ю. Є. (2024). Мистецтво на захисті України (до творчості Олександра Лихошерста). Арт-простір, 1(4), 250–264. ISSN 2519-4135. 48881

УДК 7.01:004.8:17

Богацька Анжеліка Олександрівна, магістрантка кафедри дизайну
Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,
кандидатка педагогічних наук, доцент, доцент кафедри дизайну
Синявська Наталія Віталіївна, наукова керівниця,
старша викладачка кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕТИКИ ХУДОЖНЬОЇ ВЗАЄМОДІЇ ЛЮДИНИ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В КОНТЕКСТІ ЦІННІСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ

***Анотація.** У статті досліджено етичні аспекти художньої взаємодії людини та штучного інтелекту в умовах ціннісних трансформацій сучасного культурного простору. Розглянуто проблеми авторства, автентичності та експлуатації у творчих практиках, пов'язаних із використанням алгоритмів у мистецтві. На основі аналізу міжнародних досліджень (Jääskeläinen, Larsen-Ledet, Eriksson та ін.) обґрунтовано необхідність формування гуманістичного підходу до розробки та застосування ШІ в мистецькій сфері. Запропоновано художнє дослідження як метод етичного осмислення співтворчості «Людина–ШІ», що поєднує критичну рефлексію, матеріальну відповідальність і культурну стійкість. Підкреслено значення дизайну та мистецтва як медіаторів між технологічними інноваціями й гуманістичними цінностями, які формують етику майбутнього цифрового суспільства.*

***Ключові слова:** штучний інтелект; етика мистецтва; художнє дослідження; авторство; автентичність; культурні трансформації; гуманістичні цінності; дизайн і технології; креативне мислення.*

Актуальність теми дослідження. Стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту (ШІ), зокрема генеративних моделей, спричиняє парадигмальні зміни у сфері мистецтва та творчості. Ці інновації не лише розширюють можливості художньої експресії, але й ставлять під сумнів саму сутність мистецтва та його органічний зв'язок із людською індивідуальністю [1; 2; 3]. В умовах ціннісних трансформацій національного культурного простору, які набувають особливої гостроти на тлі сучасних глобальних викликів, питання гуманізму, захисту людяності та етики взаємодії людини і розумної машини стає центральним для міжнародної гуманітаристики.

У добу, коли штучний інтелект дедалі активніше входить у сферу мистецтва, виникає критична потреба переосмислення етичних імперативів взаємодії людини і ШІ. Мистецтво, співпрацюючи з алгоритмами, змінює уявлення про авторство, автентичність, автономію та творчу відповідальність [1]. ШІ, виступаючи як потужний інструмент та інтелектуальний помічник у творчості, провокує необхідність перегляду усталених етичних і культурних норм, оскільки інтелект машини демонструє високий рівень імітації унікальних людських здібностей. У своїх дослідженнях автори підкреслюють, що надмірне спирання на ШІ може «послабити чутливість» людини, загрожуючи «колективній деменції» культурного простору [4]. Є прихильники думки, що твори, створені ШІ, кидають виклик антропоцентричним уявленням про те, що творчість є виключно людським привілеєм [5]. Більш того, окремі дослідження підкреслюють, що творчий продукт, створений ШІ, може балансувати між інновацією та експлуатацією – коли алгоритми «переграють» людський контекст або використовують творчий внесок людських авторів без належного визнання [3; 6; 7].

Такі дискусії підкреслюють, що емпілікація ШІ у мистецтво не є нейтральним технічним кроком, а трансформаційним культурним актом. Всепроникність ШІ зобов'язує наукову спільноту сформулювати відповідь на питання про унікально людське у творчості, інтерпретації, критиці та оціночних судженнях. Отже, можна визнати, що гуманітарні науки виявляються не є застарілими, а, навпаки, необхідними для регулювання процесів створення, використання та осмислення нових технологій [8]. Без активної участі гуманітаріїв існує високий ризик того, що ШІ розвиватиметься виключно за технічними та економічними параметрами, ігноруючи критичні моральні та культурні наслідки. Філософські підходи, зокрема гуманістична етика, пропонують альтернативу домінуванню утилітаризму, наголошуючи на важливості процедур, а не лише результатів [2]. Це створює теоретичну основу для художнього осмислення, яке не лише виявляє проблеми, а й шукає шляхи для спільного формування етичних норм у культурному просторі. Етичні рекомендації щодо ШІ спрямовуються на розвиток взаємодії, що надає користувачам відчуття контролю та поваги до їхніх цінностей та цілей, також підкреслюють нагальну потребу у гуманістичній корекції технологічного розвитку [4].

На тлі цих викликів постає завдання – здійснити художнє дослідження етичних аспектів взаємодії «Людина–ШІ», а також на цій основі теоретично обґрунтувати

та практично продемонструвати шляхи збереження гуманістичних цінностей, орієнтованих на людину, і її здатності до самостійної дії та унікальної творчості у трансформованому культурному просторі.

Метою цієї статті є аналіз існуючих підходів до етики у взаємодії людини і ШІ в мистецтві, виявлення ключових проблем (авторство, експлуатація, автентичність) та обґрунтування художнього дослідження як методологічного інструменту для етичного осмислення та художньої рефлексії у трансформованому культурному просторі.

Виклад основного матеріалу. Взаємодія людини та ШІ у творчому процесі є прямим полем для ціннісних змін, оскільки вона торкається двох ключових гуманістичних питань: «Хто є автором?» і «Чиє бачення реалізується?». Однією з найбільш фундаментальних проблем, порушених інтеграцією ШІ в артпроцес, є деконструкція поняття авторства. Етика взаємодії людини та ШІ у мистецтві ґрунтується на дилемі — чи може алгоритм бути співтворцем, а не лише інструментом? Коли машина генерує музичну композицію чи картину, виникає важлива етична дилема: хто є законним власником такого мистецького творіння? Чинні правові рамки, які ґрунтуються на концепції людського авторства, викликають значну невизначеність щодо належного приписування авторства творам, створеним ШІ [3]. Дослідження групи науковців [6] демонструє, що у спільних перформансах людина часто залишається куратором смислу, тоді як машина виконує функцію імпровізаційного співучасника, але не самостійного суб'єкта творчості. Це призводить до необхідності філософського переосмислення, де на перше місце виходить спільна відповідальність та прозорість процесу.

Проблема авторства також пов'язана з феноменом автентичності. У статті Das & Kundu (2024) [3] зазначено, що цифрові твори, створені за допомогою ШІ, позбавлені «людського дотику», який формує унікальність мистецького досвіду, мистецтво, створене ШІ, імітує людську інтенцію, але не переживає її. Таким чином, технологічна естетика ризикує підмінити етику вираження.

У відповідь на ці виклики дедалі частіше пропонується застосування методу художнього дослідження (art-based research) як способу етичного осмислення взаємодії «людина – ШІ». Гуманістична етика пропонує змістити фокус з утилітарної максимізації результату на процедуру та участь, що є ключовими елементами людського добробуту та моралі [2]. Художнє дослідження поєднує критичне мислення з творчою практикою,

дозволяючи не лише аналізувати, а й емоційно проживати наслідки цифрових трансформацій. У такій парадигмі мистецтво стає лабораторією для тестування меж людського й машинного уявлення. Художники експериментують із «співтворенням», водночас утверджуючи людську рефлексію як ядро етичної позиції. Художній підхід до цієї проблеми дозволяє митцю свідомо досліджувати межі людського та машинного внеску, залишаючи простір для людського контролю та поваги до цінностей [7]. Таким чином, ШІ розглядається не просто як інструмент, що автоматизує, а як «співробітник», що полегшує нові техніки та досвід у мистецькій царині [9]. Мистецтво в цьому ключі стає формою запиту дослідження, коли сам процес творення стає формою дослідження [4].

Штучний інтелект становить загрозу збереженню культурного простору через явище алгоритмічної упередженості (algorithmic bias). Оскільки алгоритми навчаються на існуючих масивах даних, вони можуть ненавмисно відтворювати або навіть посилювати культурні та соціальні упередження [3]. Це створює значний ризик уніфікації (гомогенізації) культурного контенту, коли ШІ починає нав'язувати упереджені інтерпретації або систематично ігнорувати тонкощі недостатньо репрезентованих культур. Внаслідок цього виникає небезпека дискредитації нашого розуміння минулого, що може призвести до створення усередненої версії культурної спадщини, повністю позбавленої її багатства, складності та внутрішніх суперечностей. Тому критично важливо розробляти механізми, які гарантують плюралізм та інклюзивність при формуванні навчальних баз даних для ШІ.

Художнє дослідження тут може виступати як захист людяності, свідомо протидіючи тенденції алгоритмічної уніфікації через створення мистецьких творів, що акцентують свою увагу на унікальних культурних наративах. Дослідники стверджують, що фундаментальні етичні цінності, як-от справедливість і прозорість, не повинні просто механічно перекладатися в інші культури, а мають бути побудовані через інклюзивний міжкультурний діалог. Цей підхід, відомий як спільне формування етики (co-creation of ethics), кардинально трансформує культурне розмаїття з управлінської проблеми на простір для спільного творення етичного сенсу [7]. Це дозволяє не лише враховувати, але й активно генерувати нові етичні рамки, що є життєво необхідним для стійкості культурного простору. Такий механізм гарантує, що цінності, як-от гідність, відповідальність чи справедливість, набувають своєї глибини та актуальності

через резонанс і переосмислення культурних меж. Мистецтво, виступаючи як носій культурного коду, стає в цій системі ключовим інструментом, що дозволяє зробити етичний запит видимим і відчутним [4].

У добу штучного інтелекту (ШІ) роль митця зазнає фундаментальної трансформації, перетворюючись із традиційного одноосібного творця на «наглядача» та «співробітника» [6]. Ця зміна ролі митця несе прямий ризик, пов'язаний зі зниженням цінності людської творчості, послаблення творчих здібностей та послаблення художніх навичок [1]. Проте, більш значна загроза полягає у потенційній втраті людської чутливості у процесі творення. Мистецтво є унікальним засобом викликати глибокі емоційні реакції та сприяти почуттю зв'язку між людьми. Якщо у творчому процесі буде домінувати машина, існує небезпека втрати цієї емоційної глибини та автентичності, що може призвести до знецінення мистецтва як механізму емоційного та соціального резонансу [4].

Етичні рамки, засновані на гуманізмі, стверджують, що мистецька практика повинна зберігати свою функцію форми дослідження. Це критично важливо для підтримки здатності людини до самостійної дії (agency) в умовах домінування технологій, що досягається через такі принципи:

- Принцип множинності цінностей, що полягає у визнанні плюралізму цінностей, що передбачає, що складні етичні дилеми не можуть бути зведені до єдиного, алгоритмічно оптимізованого рішення. Натомість, вони вимагають інтегрального врахування різноманіття естетичних, моральних та соціальних критеріїв [9].
- Принцип дизайну взаємодії, орієнтованого на людину, що передбачає свідоме формування правил взаємодії між людиною та ШІ, що забезпечують користувачу відчуття суб'єктного контролю та повагу до його ціннісних орієнтирів [4]. Оскільки цей чинник суттєво впливає на прийняття ШІ-рішень, художнє дослідження може слугувати методологічною основою для проектування оптимальних моделей такої взаємодії.
- Принцип процедурної етики, що вимагає зміщення акценту з оцінки кінцевого продукту на сам процес творення та процедури, обрані для взаємодії зі штучним інтелектом [9]. Такий підхід гарантує, що технологія не домінує над творчим процесом, а лише підсилює людські можливості, зберігаючи таким чином право людини на самостійний вибір і дію (agency).

Зрештою, гуманітарні науки є незамінними та стратегічно необхідними у керуванні інтеграцією ШІ, оскільки вони виконують функцію ціннісного запобіжника технологічного розвитку. Їхня роль полягає у постійному утриманні питань сенсу, етики, культурної упередженості та людської гідності на передньому плані [8]. Гуманітарний контроль є ключем до забезпечення того, що ШІ сприятиме плюралізму та самостійній дії людини, а не нівелюватиме її.

Висновки. Проведене дослідження доводить, що етика художньої взаємодії людини та штучного інтелекту (ШІ) виступає ключовим чинником гуманітарної рефлексії у добу ціннісних трансформацій культурного простору. По-перше, вона сприяє переосмисленню гуманістичних засад авторства, креативності й відповідальності, переводячи їх з площини правових визначень у сферу філософії співтворчості, де технологія розглядається як партнер, а не загроза. По-друге, художня практика, заснована на етичному осмисленні взаємодії з алгоритмами, стає засобом захисту людяності – простором опору алгоритмічним упередженням, стандартизації та культурній уніфікації. По-третє, досвід мистецтва й гуманітарних наук формує підґрунтя для розвитку ШІ, орієнтованого на людину, який зберігає її емоційну глибину, емпатію та ціннісну автономію. Саме завдяки етично вмотивованому художньому діалогу між людиною та технологією мистецька культура здатна не лише адаптуватися до глобальних технологічних змін, а й утвердити власний гуманістичний шлях розвитку.

Список використаних джерел:

1. Khatiwada P., Washington J., Walsh T., Hamed A. S., Bhatta L. The Ethical Implications of AI in Creative Industries: A Focus on AI-Generated Art. Computers and Society (cs.CY). 2025. 7 pages. DOI: 10.48550/arXiv.2507.05549
2. Tasioulas, J. Artificial Intelligence, Humanistic Ethics. Daedalus. 2022. 151(2). pp. 232-243. DOI: 10.1162/daed_a_01912.
3. Das S., Kundu R. The Ethics of Artificial Intelligence in Creative Arts. Interdisciplinary International Journal of Advances in Social Sciences, Art and Humanities (IIJASSAN). 2024. pp. 26-33. DOI: 10.62674/ijassah.2024.v1i1.003
4. Sefira N. A. Beyond the Soul of AI: Art, Ethics, and the Future of Human Expression. Modern Diplomacy. Science & Technology. 4 July 2025. URL: <https://moderndiplomacy.eu/2025/07/04/beyond-the-soul-of-ai-art-ethics-and-the-future-of-human-expression/>
5. Millet K., Buehler F., Du G., Kokkoris M. D. Defending humankind: Anthropocentric

bias in the appreciation of AI art. *Computers in Human Behavior*. Vol. 143, June 2023. DOI: 10.1016/j.chb.2023.107707

6. Saffiotti A., Fogel P., Knudsen P., Miranda L., Thorn O. On Human-AI Collaboration in Artistic Performance. *CEUR-WS*. 2020. pp. 38-43. Scopus ID: 2- s2.0-85090911355

7. Li F., Lu Y. Human-AI interaction and ethics of AI: how well are we following the guidelines. In 10th. International Symposium of Chinese CHI, Chinese CHI. 2022. pp. 96-104. (TU/e Eindhoven University of Technology). DOI: 10.1145/3565698.3565773

8. Salim S. K. Thinking with machines: AI, ethics, and the future of humanities. *The News Minute*. 20 Sep 2025. URL: <https://www.thenewsminute.com/news/thinking-with-machines-ai-ethics-and-the-future-of-humanities>

9. Chen Mei-Hsin. Exploring the Intersection of Art and AI: Creativity, Ethics, and Innovation. *Zenodo. Art Style, Art & Culture International Magazine*. 2025. 15(15). pp.69-89. DOI: 10.5281/zenodo.14941501.

10. Younas A. Toward a Cultural Co-Genesis of AI Ethics. *Computers and Society (cs. CY)*. 24 May 2025. DOI: 10.48550/arXiv.2505.21542

УДК 7.05:391.9:316.647.5-051:355.1(477)

Боровська Дар'я Олегівна, магістрантка кафедри дизайну
Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,
кандидатка педагогічних наук, доцент, доцент кафедри дизайну
Синявська Наталія Віталіївна, наукова керівниця,
старша викладачка кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНА АЙДЕНТИКА ТАТУ-СТУДІЙ ЯК ЗАСІБ ОСМИСЛЕННЯ СПРОТИВУ ТА МЕНТАЛЬНОЇ РЕАБІЛІТАЦІЇ ВЕТЕРАНІВ

***Анотація.** У статті розглянуто поєднання художньо-образного осмислення тематики спротиву та опору агресії з розробкою фірмового стилю тату-студії. Розкрито значення тату-арту як інструменту відновлення ментального здоров'я військових, а також проаналізовано, як візуальна айдендика може транслювати цінності національної пам'яті та сили.*

***Ключові слова:** тату-арт, айдендика, спротив, мистецтво, ментальне здоров'я, ветерани.*

Актуальність теми дослідження. У контексті повномасштабної війни в Україні мистецтво стає важливим інструментом не лише культурного спротиву, а й психологічного відновлення. Виявляється, що ветерани часто шукають символічні форми осмислення власного травматичного досвіду. Tatu-арт, як тілесна практика із сильним символічним навантаженням, виступає одним із способів, у якому особистий та колективний досвід можуть бути відтворені в образі. Татуювання є одним із способів не тільки осмислення травматичного досвіду, але і вшанування пам'яті побратимів і символічного вираження сили та гідності представника нації воїнів. Дослідження Keren Cohen-Louck & Yakov Iluz (2025) [1] на основі інтерв'ю з ізраїльськими ветеранами показують, що тату часто використовуються як механізм емоційного розвантаження і психологічного опрацювання травматичного досвіду. Вони допомагають вербалізувати біль, надати символічного значення травмі, висловити та переосмислити події, зменшують внутрішній стрес, знижують рівень тривоги та створюють символічний

захист. Отже, художньо-образна айдентика татуювань має глибоке психологічне значення і може бути використане в терапії ветеранів, розробка фірмового стилю тату-студії, орієнтованої на підтримку військових, набуває особливої актуальності.

Виклад основного матеріалу. Сучасна тату-студія може бути не лише естетичним простором, а й місцем психологічної підтримки. Для багатьох військових татуювання є способом трансформації болю у пам'ять, формою символічного спротиву. Дослідження Roggenkamp (2017) [2] підкреслює, що татуювання можуть бути інструментом діалогу із собою – їх можна розглядати як «вікно у психіку», що допомагає виражати аспект ідентичності та внутрішніх конфліктів. Тож, образи тризуба, хрестів, координат, гербів та персональних знаків на тілі українських воїнів і ветеранів втілюють їхню силу, досвід та ідентичність. У зв'язку з цим виникає перспектива: тату-студії можна надати брендову образну айдентичку, яка резонує з цінностями стійкості й історією ветеранів. У фірмовому стилі тату-студії можна закласти такі цінності гідності та пам'яті - через кольорову гаму, логотип, типографіку та візуальні акценти.

Така айдентика має виконувати не лише комунікаційну, а й терапевтичну функцію. Вона має створювати безпечний простір, де клієнт буде відчувати повагу до себе та підтримку. Візуальна мова бренду має стати частиною ширшого культурного процесу спротиву агресії та збереження національної ідентичності.

Крім індивідуальної терапевтичної функції, татуювання також виконують важливу соціальну та колективну роль. Відомо, що Гібридні творчі терапії (включно із тілесним мистецтвом) вкладають у тіло контроль і усвідомленість, що корисно ветеранам, які зазнали втрати контролю через бойовий досвід [3]. Для багатьох ветеранів і військових татуювання стають символом належності до спільноти, відображають їхню службу, участь у бойових діях та відчуття єдності з побратимами. У цьому сенсі тату-арт виступає мовою, зрозумілою без слів, - своєрідним кодом пам'яті, через який воїни можуть висловлювати свій досвід і силу, не повертаючись безпосередньо до травматичних спогадів. Це має глибоке психотерапевтичне значення, адже дозволяє інтегрувати пережитий досвід у власну ідентичність без його витіснення. Татуювання часто інтерпретуються сторонніми як прояв особистісної відкритості чи сили; це означає, що візуальна айдентика ветерана впливає на соціальне сприйняття [4].

Також важливим аспектом є візуальна культура бренду тату-студії, яка працює з такою аудиторією. Атмосфера закладу, стилістика простору, кольорові рішення та

навіть дизайн упаковки матеріалів або рекламних матеріалів можуть впливати на відчуття безпеки та довіри клієнтів. Тому створення айдентики повинно враховувати не лише естетичні принципи, а й емоційну складову - тепло, повагу, підтримку, відчуття спільності. Візуальні коди бренду мають стати своєрідним містком між мистецтвом та психологічною реабілітацією.

Ще одним важливим напрямом є інклюзивність та співпраця з волонтерами, психологами чи ветеранськими організаціями. Тату-студія з чіткою соціальною позицією може брати участь у благодійних ініціативах, створювати спеціальні проекти для військових - наприклад, безкоштовні або пільгові татуювання для ветеранів. Це не лише зможе підсилити місію бренду, а й зробить його частиною ширшої системи підтримки ментального здоров'я воїнів.

Таким чином, поєднання теми спротиву та мистецьких практик через тату-арт відкриває широкі можливості для реалізації глибоких культурних і соціальних сенсів. Розроблений фірмовий стиль у цьому випадку стане носієм ідей свободи, сили, вдячності та національної ідентичності, перетворюючи студію на важливий елемент культурного фронту України.

Висновки. Розробка фірмового стилю тату-студії в умовах війни - це не лише процес брендингу, а створення простору пам'яті та сили. Тату-арт виступає мистецькою практикою відновлення ментального здоров'я, а айдентика студії - візуальною мовою опору.

Список використаних джерел:

1. Cohen-Louck K., Iluz Y. Tattooing Among Combat Soldiers as a Coping Resource with Their Military Service Experiences. *Stress Health*. 2025 Feb; 41(1):e70018. DOI: 10.1002/smi.70018.
2. Roggenkamp H., Nicholls A., Pierre J. M. Tattoos as a window to the psyche: How talking about skin art can inform psychiatric practice. *World J Psychiatry*. 2017 Sep 22; 7(3). pp.148–158. DOI: 10.5498/wjp.v7.i3.148
3. Kang J., Lee Mi J., Spooner H. ets. The Effect of Creative Arts Therapy For Veterans: A Comparison Between In-Person and Hybrid-Based Therapy. *The American Congress of Rehabilitation Medicine 98th Annual Conference*. March 2022. DOI: 10.1016/j.apmr.2022.01.029
4. Soulliere B., Chopik W.J., Carrillo A. ets. Ink and Identity: Personality perceptions based on tattoos. *Journal of Research in Personality*. Vol. 117, August 2025. DOI: 10.1016/j.jrp.2025.104629

УДК 7.01:82-1(477)"20" + 7.038.6:316.7(477)

Брень Богдана Василівна, магістрантка кафедри дизайну

Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

СИНТЕЗ МИСТЕЦТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ АКТУАЛІЗАЦІЇ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ СПАДЩИНИ Б.-І. АНТОНІЧА В УМОВАХ ВІЙНИ

Анотація. В умовах повномасштабної війни росії проти України, спрямованої на знищення української культурної ідентичності, робота зі спадщиною набуває особливого значення. У тезах аналізується потенціал синтезу мистецтв, реалізований засобами комунікаційного дизайну, як інструменту культурного спротиву на прикладі трансформаційної інтерпретації поезії Богдана-Ігоря Антонича. Аналізується, як дизайн виступає інструментом популяризації поезії, привертаючи увагу та створюючи для сучасної аудиторії новий досвід взаємодії з класичним текстом. Обґрунтовується, що такий підхід є ефективною практикою збереження культурної пам'яті, утвердження національної ідентичності та демонстрації життєздатності української культури.

Ключові слова: синтез мистецтв, комунікаційний дизайн, культурний спротив, актуалізація спадщини, Богдан-Ігор Антонич, ідентичність, анімація.

Актуальність теми дослідження. Повномасштабне вторгнення росії в Україну є не лише військовою агресією, а й атакою на українську культурну ідентичність. Свідоме руйнування музеїв, архівів та пам'яток є проявом політики, спрямованої на знищення нашої національної пам'яті. В таких умовах, коли культурна ідентичність постає під загрозою, робота з культурною спадщиною набуває особливого значення. Її активна популяризація та переосмислення стає важливим елементом національного спротиву та самозбереження. Зростає потреба в інструментах, здатних не лише зберігати спадщину, але й трансформувати її на нових медіа-платформах, залучаючи більш широку аудиторію. Одним із таких інструментів може бути синтез мистецтв – поєднання літератури, образотворчого мистецтва, музики, цифрових технологій та просторового дизайну – як спосіб «озвучування» спадщини у формі, що резонує з сучасністю та викликами часу.

Вплив війни на культурний простір аналізується сучасними істориками, які вказують на історичну тяглість імперських зазіхань росії на українську культуру. Так Плохій у своїй книзі [1] доводить, що агресія 2022 року є не випадковим актом, а продовженням історичної тяглості російських імперських зазіхань на українську територію, культуру та ідентичність. Автор доводить, що сучасна культурна боротьба – це не лише наслідок війни, а її органічна частина, в якій Україна виборює право на власну історичну пам'ять і культурну суб'єктність.

У сфері дизайну зростає інтерес до його соціальної та політичної ролі, що виходить за межі утилітарності чи естетизації та фокусується на здатності дизайну створювати та транслювати культурні смисли. Так Артур Ескобар (Arturo Escobar) у своїй книзі [2] розглядає дизайн як політичний і культурний інструмент, що формує соціальні смисли, а не лише матеріальні об'єкти, критикуючи раціоналістичне розуміння дизайну, яке обмежується його утилітарною функцією. Автор пропонує альтернативу «онтологічний дизайн», спрямований на формування плюриверсу (pluriverse) – світу, де співіснують множинні культури, знання і форми життя. Він розглядає дизайн як засіб політичної дії та соціальної трансформації, що може підтримувати спільноти у створенні автономних форм життя, основаних на взаємозалежності, екологічній свідомості та культурній різноманітності.

Сучасні українські дослідники, зокрема О. Островська-Люта [3], активно аналізують мистецькі практики в умовах війни, демонструючи, що в українському мистецтвознавстві вже присутня критична рефлексія щодо ролі мистецтва і культури у війні. І що синтез мистецтв може бути не просто естетичним вибором, а соціально-політичним інструментом культурної актуалізації. Авторка звертає увагу на те, що мистецтво в умовах війни не лише віддзеркалює події, а впливає на них через створення символічного простору не пасивного «декору», а як активної практики. Вона підкреслює необхідність міждисциплінарності (культури, історії, політики, мистецтва) у аналізі, коли дизайн, образотворче мистецтво, література і медіа переплітаються. Авторка підкреслює, що «культура не нейтральна». У час війни вона може бути інструментом агресії або — навпаки — актором культурної спротиву. Відтак, сучасні мистецькі практики в Україні вимушені враховувати те, що українська культура має переосмислити власну традицію, активізуючи мистецтво як засіб культурної автономії, мобілізаційний ресурс, засіб збереження спадщини (культури, митців, образи) через

трансформацію у сучасні художні форми.

Також існують дослідження про те, як різні види мистецтва поєднуються в сучасному цифровому світі. Наприклад, Ларс Елестрем (Lars Elleström) у своїй роботі [4] аналізує феномен «трансмедійної нарації», тобто способи, якими нарративи (оповідання, історії, сюжети) переходять, поєднуються та функціонують через різні медіа-форми: текст, образ, звук, інтерфейс, інтерактивність. Автор розглядає не лише класичні форми медіа (література, кіно), а й мультимедійні, візуальні та цифрові платформи. Зокрема, він вводить поняття transmediality (спільні ознаки медіатипів та їх здатність переносити наративний зміст між формами) та transmediation (процес перенесення або трансформації контенту з одного медіума в інший).

Водночас теоретичне осмислення та практичні методики інтермедіальної трансформації класичної української літератури засобами сучасного дизайну залишаються малодослідженою сферою.

Мета статті полягає в дослідженні потенціалу синтезу мистецтв, реалізованого засобами комунікаційного дизайну, як ефективного інструменту культурної актуалізації класичної поетичної спадщини в сучасному українському мистецькому та соціально-політичному контексті, зокрема через інтерпретацію спадщини Богдана-Ігоря Антонича в умовах війни.

Виклад основного матеріалу. В умовах, коли національна культурна пам'ять стає стратегічною ціллю агресії, будь-які дії, спрямовані на посилення видимості та актуальності національної спадщини, набувають ознак практик культурного спротиву. Однак критично важливо аналізувати, чи ці практики ведуть до поглиблення розуміння та збереження автентичного смислу, чи, навпаки, призводять до поверхневого спрощення, деконтекстуалізації або комерціалізації високого культурного коду. Особливо гостро ця проблема стосується класичної спадщини, зокрема поезії модернізму. Вона стикається з ризиком «музеефікації»: коли твори стають об'єктом урочистого, але пасивного шанування, втрачаючи при цьому живий, динамічний зв'язок із сучасною аудиторією, яка звикла до динамічної візуальної мови комунікації. Саме тому інноваційна реінтерпретація поетичних сенсів через графічний дизайн, моушн та інтерактивні візуалізації є не просто мистецьким експериментом, а стратегічною необхідністю. Лише через таку візуальну трансляцію класична спадщина може зберегти свою релевантність і продовжити формувати культурний код нації.

Вибір спадщини Богдана-Ігоря Антонича як фокусу для сучасної інтерпретації є стратегічно виправданим кроком. Ми маємо справу з поетичним корпусом, феноменально насиченим язичницькими символами, багатозначними образами, міфопоетичними просторами та часовими переходами. Його глибоко синестетична поетика, де звуки часто мають колір, а форми набувають запаху, вже містить первинний потенціал для міжартового діалогу [5]. Сам Антонич був не лише віртуозом слова, а й художньо мислячим митцем, який прагнув гармонії між «шалом і розумом» у творчості, що, за його власним визначенням, формувало його естетичний принцип. У вірші Богдана-Ігоря Антонича «Концерт» образний вислів «мистецтво творять шал і розум» дуже точно передає характер обдарування цього поета [6 с. 140-142]. Ця внутрішня установка поета робить його творчість ідеальною базою для перекодування – для переосмислення у динамічних візуальних, інсталяційних або мультимедійних формах. У теоретичних і художніх поглядах Богдана-Ігоря Антонича на творчість слово розглядалося як жорстка і чітка конструкція, яка, попри свою багатозначність, підлягає суворій формі. Поет стверджував, що справжній матеріал, яким оперує письменник, – це не сама мова, а уявлення (або образи) як елементи нашого психічного змісту [7]. Це встановлює чітку ієрархію творчого процесу: першочерговим завданням митця є композиційне упорядкування цих внутрішніх, інтуїтивних уявлень. Лише після цього настає вторинний процес – «перелиття уявлень у слова» та їх фіксація у вербальній формі. Такий підхід підкреслює пріоритет художньої форми та свідомого контролю над стихійною образністю. Фактично, поет спочатку виступає як архітектор внутрішнього світу, а вже потім – як мовний реалізатор, що цілком узгоджується з його естетичним кредо щодо гармонії між «шалом і розумом». У сучасній інтерпретації, це означає, що поетика Антонича (як композиція уявлень) стає матрицею, з якої графічний дизайнер може «перелити» первинні образи не у вербальну, а у візуальну, мультимедійну форму. Переведення його ускладненої образності слова на мову графічного дизайну дозволяє не лише демусеєфікувати його спадщину, а й актуалізувати її для сучасного сприйняття, яке вимагає потужної візуальної експресії.

На противагу поширеному уявленню про дизайн як суто утилітарну чи естетичну діяльність, дане дослідження розглядає його як інструмент інтерпретації та створення нових способів взаємодії з культурним продуктом. Сучасна інтерпретація спадщини літературного митця прагне вийти за межі тексту і використовує синтетичні мистецькі

форми для створення «живого простору пам'яті». В роботі ставилось завдання – не «спростити» поезію для масового споживача, а створити для неї новий візуальний вимір, який би привернув увагу, зацікавив та запропонував сучасній аудиторії новий досвід сприйняття класичного тексту. Є бачення того, що дизайн має переводити пасивне читання в активне аудіовізуальне переживання, використовуючи для цього ритм вірша та складні анімаційні метафори.

Богдан-Ігор Антонич є ідеальним об'єктом для такої трансформації з кількох причин. По-перше, реінтеграція його постаті в сучасний дискурс є частиною процесу деколонізації української культури. Антонич представляє потужну, самобутню гілку українського модернізму, що розвивалася всупереч імперським наративам про «вторинність» та «провінційність» української культури [5; 6; 7]. Його актуалізація сьогодні – це пряме заперечення цих наративів. По-друге, сама поетика Антонича є надзвичайно візуальною, синестетичною та динамічною, що робить її плідним матеріалом для візуалізації. Його пантеїстичні образи постійних метаморфоз – перетікання рослини у тварину, людини в природу, звуку в колір – буквально резонують із самою сутністю анімації як мистецтва трансформації.

Практичним інструментом такої культурної трансформації виступає синтез мистецтв, зокрема динамічне поєднання поетичного слова та анімації. Цей підхід створює принципово новий інтермедіальний твір, де різні медіа вступають у конструктивний діалог, взаємно збагачуючи одне одного та формуючи багаторівневу комунікацію [4; 8]. Це є потужним механізмом актуалізації минулого та його інтеграції у гострі сучасні культурні контексти. На відміну від статичної ілюстрації, анімація володіє унікальною здатністю передати не лише фабулу чи сюжет, а й ритм, настрій, синестетичні ефекти, а також метафоричні перетворення на рівні руху. Візуалізація пантеїстичних образів Антонича, де людина органічно зливається з природою та космосом, може стати потужним афірмативним висловлюванням. Такий життєствердний наратив створює необхідний емоційний та естетичний контраст із травматичним досвідом війни та щоденним потоком деструктивних новин.

Інтермедіальність є високо-ефективним інструментом культурної актуалізації, оскільки вона зберігає саму суть традиції, водночас блискуче адаптуючи її до динамічних, візуально-комунікативних форматів сучасності. Культурний продукт, що виникає в результаті такого синтезу, виконує декілька критично важливих функцій в

умовах воєнного часу:

- Популяризаційна: створює нову, привабливу «точку входу» для знайомства з класичною літературою. Вона охоплює ту аудиторію, яка, можливо, ніколи б не звернулася до поетичної збірки, але активно споживає високоякісний візуальний контент.
- Ідентичнісна: демонстрація того, що українська класична культура може бути переосмислена на сучасному технологічному та естетичному рівні. Це зміцнює національну гордість та відчуття тягlosti й актуальності власної культурної традиції у світовому контексті.
- Життєствердна: пропонує мистецький продукт, що утверджує цінність життя, природи та внутрішньої гармонії. Такий контент може слугувати джерелом ментальної стійкості та емоційного відновлення, виконуючи терапевтичну функцію в умовах щоденного потоку травматичних новин.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що в умовах військової агресії, спрямованої на знищення української культурної пам'яті, синтез мистецтв, реалізований засобами комунікаційного дизайну, є не просто естетичним прийомом, а стратегічним інструментом культурної актуалізації та національного спротиву.

Встановлено, що робота з національною спадщиною виходить за межі мистецтвознавчої діяльності, стаючи активною практикою з відновлення та зміцнення культурної ідентичності. Мистецтво, що виходить за межі одного медіуму, може стати формою культурного опору, відновлення духовного сенсу й національної гідності. Цей аспект є ключовим для сучасного прочитання поета Богдана-Ігоря Антонича як джерела стійкості української культури.

Поетична спадщина Богдана-Ігоря Антонича є ідеальним матеріалом для такої трансформації. Його синестетична поетика та естетичний принцип гармонії між «шалом і розумом» (де композиційне упорядкування уявлень передуює їх фіксації) виступають методологічною матрицею для графічного дизайнера.

Трансформаційна інтерпретація поетичного мовлення Богдана-Ігоря Антонича засобами анімації є практичним прикладом того, як можна створити новий спосіб взаємодії з класичним твором, зробивши його емоційно близьким для нового покоління.

Таким чином, комунікаційний дизайн, що інтегрує класичну поетику Богдана-Ігоря Антонича та сучасні технології, доводить свою здатність виступати як дієвий

актор культурного спротиву, активно формуючи живий простір пам'яті та утверджуючи українську культурну автономію.

Список використаних джерел:

1. Plokhy S. The Russo-Ukrainian War: The Return of History. Serhii Plokhy. London: Allen Lane. 2023. 376 pp. ISBN 978-0-241-61735-9.
2. Escobar A. Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds. Durham : Duke University Press, 2018. 290 pp. DOI: <https://doi.org/10.1215/9780822371816>
3. Островська-Люта О. Дилема російської культури. Критика.. Грудень 2023. № 1–2. С.2-5. URL: https://krytyka.com/ua/articles/dylema-rosiiskoi-kultury?fbclid=IwAR2U7NZNmCdaOPHS6_f5Ng2UPVR4yGdTDkjeNCscMer9WSLL21AFKoMegFc
4. Elleström L. Transmedial Narration: Narratives and Stories in Different Media. Cham : Palgrave Macmillan, 2019. DOI:10.1007/978-3-030-01294-6
5. Андрухович Ю. І. Богдан-Ігор Антонич і літературно-естетичні концепції модернізму : автореф. дис. ... канд. філ. наук. Івано-Франківськ: Прикарпатський ун-т ім. В. Стефаника, 1996. 24 с.
6. Богдан Ігор Антонич. Зібрані твори (Bohdan Ihor Antonyč. Collected Works). Edited by Sviatoslav Hordynsky and Bohdan Rubchak. New York: Slovo. Association of Ukrainian Writers in Exile, 1967. 400 pp. URL: <https://archive.org/details/AntonychCollectedWorks>
7. Рубан Я. Особливості стилю як елементу авторської свідомості у поезії Богдана-Ігоря Антонича. Літературознавчі обрії. Праці молодих учених. 2010. Вип. 18. С. 86-91. URI: <https://nasplib.isofts.kiev.ua/handle/123456789/38422>
8. GABRIEL, Marcos Faccioli. Da obra de arte total à síntese das artes. Trans/Form/Ação, Marília, SP, v. 43, n. 2, p. 189–214, 2022. DOI: 10.1590/0101-3173.2020.v43n2.11.p189.

Брильов Сергій Володимирович, старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна
s.brylov@kubg.edu.ua
ORCID: 0000-0003-0158-2359

КРЕАТИВНІ МОЖЛИВОСТІ АНІМАЦІЇ ДЛЯ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ: ВІД КОНЦЕПТУ В ГЕЙМДИЗАЙНІ ТА ВЕБДИЗАЙНІ ДО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ

Анотація. Тези присвячені дослідженню креативних можливостей анімації у діяльності графічних дизайнерів та аналізу її застосування в сучасних напрямках — геймдизайні, вебдизайні та інтерактивній рекламі. Показано, що анімація є не лише технічним інструментом, а й засобом формування концептуального мислення дизайнера, здатним посилювати емоційний вплив та ефективність візуальної комунікації. Визначено особливості використання анімації в ігрових проєктах (створення персонажів, передача емоцій, пояснення механіки гри), у вебсередовищі (мікроанімації, паралакс-ефекти, підвищення зручності та брендової виразності інтерфейсів) та у зовнішній рекламі (динамічні медіафасади, LED-екрани, інтеграція AR/VR). Окреслено основні сучасні інструменти, що підтримують креативність графічного дизайнера: Adobe After Effects, Blender, Cinema 4D, Spine, Figma (Smart Animate), Lottie, WebGL/Three.js. Підкреслено необхідність інтеграції анімаційних практик у професійну підготовку дизайнерів та поєднання академічного рисунку й композиції з цифровими технологіями.

Ключові слова: анімація, графічний дизайн, геймдизайн, вебдизайн, інтерактивна реклама, креативність, цифрові технології.

Вступ. Сучасний графічний дизайнер працює в середовищі, де статичне зображення вже недостатнє для ефективної візуальної комунікації. Анімація, яка поєднує художнє бачення, технічні навички та динамічний рух, стала невід'ємною складовою сучасного дизайну [1; 4]. Вона відкриває нові можливості для емоційної взаємодії з аудиторією, створення виразних цифрових продуктів та креативного самовираження [2; 5]. Особливо важливою анімація є у сферах геймдизайну, вебдизайну та інтерактивної реклами, забезпечуючи не лише естетичну привабливість, а й ефективність комунікації [3; 6].

Актуальність теми. Глобальна діджиталізація та зростання ролі інтерактивних

медіа змінили підхід до дизайну [1; 7]. Користувачі очікують динамічного контенту, що реагує на дії, викликає емоції та занурює у середовище бренду. Для геймдизайну анімація визначає стиль персонажів, логіку взаємодії та атмосферу гри [5]. У вебдизайні вона підвищує юзабіліті, робить інтерфейси зрозумілими, а мікроанімації та паралакс-ефекти формують емоційний зв'язок із користувачем [6]. У зовнішній рекламі динамічні рішення стають дієвим засобом привернення уваги в перенасиченому міському просторі [3; 7]. Попри це, підготовка майбутніх графічних дизайнерів часто зосереджена на статичному зображенні, що потребує переосмислення та методичного доповнення [2].

Мета та завдання. Мета — проаналізувати креативний потенціал анімації для графічних дизайнерів та визначити основні напрями її ефективного застосування в геймдизайні, вебдизайні та інтерактивній рекламі.

Завдання:

- розкрити роль анімації як інструменту візуального мислення та пошуку концепту;
- охарактеризувати особливості анімації у геймдизайні, вебдизайні й рекламі;
- окреслити сучасні інструменти та підходи, що сприяють розвитку креативності дизайнерів.

Основна частина.

1. Анімація як інструмент концептуального мислення. На початкових етапах проєктування рух допомагає перевірити виразність форми, ритм, пропорції, а також взаємодію елементів у часі [1; 4]. Скетчинг руху (motion sketching) дозволяє швидко візуалізувати ідею до глибокої розробки деталей [2].

2. Геймдизайн. Анімація у відеоіграх виконує естетичну та функціональну роль: формує характер персонажів, передає емоції, керує увагою гравця, пояснює механіку гри [5]. Ключові інструменти — 2D та 3D анімація, ріггінг, спрайтинг, процедурна анімація. Для інді-проєктів важливою є здатність швидко створювати привабливий анімований контент без великих команд.

3. Вебдизайн. У вебсередовищі анімація підвищує зручність і привабливість інтерфейсу: мікроанімації пояснюють роботу елементів, паралакс створює глибину, динамічні переходи формують імідж бренду [6]. Такі прийоми значно покращують взаємодію з користувачем та впливають на конверсію сайтів.

4. Інтерактивна та зовнішня реклама. LED-екрани, медіафасади та digital signage відкрили новий простір для динамічного дизайну [3; 7]. Анімація у публічно-

му просторі привертає увагу завдяки ритму, яскравому руху та чіткому меседжу. Інтеграція AR/VR-технологій підсилює ефект занурення.

5. Інструменти та технології. Серед основних засобів роботи — Adobe After Effects, Blender, Cinema 4D, Spine, Figma (Smart Animate), Lottie, WebGL/Three.js [8]. Їх доступність розширює можливості експериментування та сприяє демократизації анімаційного дизайну.

Висновки. Анімація є потужним засобом креативного вираження графічного дизайнера та визначальним фактором у створенні конкурентних цифрових продуктів. Її застосування в геймдизайні, вебдизайні та інтерактивній рекламі підвищує залученість користувачів і посилює емоційний вплив візуальної комунікації [1; 2; 3]. Підготовка дизайнерів має враховувати розвиток навичок мислення рухом і роботу з сучасними анімаційними інструментами. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на поєднання академічного рисунку й композиції із digital-практиками [2; 4].

Список використаних джерел:

1. Лебедева, Н. (2022). Анімація у цифрових медіа: сучасні тенденції та перспективи розвитку. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Візуальне мистецтво, 5(2), 45–52.
2. Глотов, І. (2021). Роль анімації у підготовці фахівців з графічного дизайну. Дизайн: дослідження і практика, 7(1), 88–94.
3. Лисенко, О. (2023). Інтерактивна реклама та динамічні візуальні комунікації: вплив на сучасний дизайн. Art and Design, 12(3), 102–110.
4. Kruse, J., & Smith, A. (2020). Motion Design for Digital Experiences: Principles and Practices. New York: Routledge.
5. Robertson, B., & Wright, M. (2021). Game Animation: Principles and Practices for Interactive Media. Burlington: Focal Press.
6. Wroblewski, L. (2020). Microinteractions: How to Craft Smart Animations for the Web. UX Collective Journal. Retrieved from <https://uxdesign.cc/>
7. Dobush, J. (2019). Digital Outdoor Advertising: New Media in the Urban Space. Berlin: Springer.
8. Adobe Systems. (2024). After Effects User Guide. Retrieved from <https://helpx.adobe.com/after-effects/user-guide.html>

Василів Катерина Андріївна, студентка кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

СОЦІАЛЬНА ДОПОМОГА ПЕРЕМІЩЕНИМ ОСОБАМ ТА КУЛЬТУРНА РЕІНТЕГРАЦІЯ ТИМЧАСОВО ОКУПОВАНИХ ТЕРИТОРІЙ: РОЛЬ ЦИФРОВИХ ОСВІТНІХ ПЛАТФОРМ У СТАЛОМУ ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ

***Анотація.** У статті досліджуються виклики, пов'язані з соціальною підтримкою внутрішньо переміщених осіб та культурною реінтеграцією деокупованих територій України в умовах повномасштабної військової агресії. Обґрунтовується, що цифрові освітні платформи виступають ключовим інструментом для подолання географічних та соціальних бар'єрів, забезпечуючи безперервний доступ до українського освітнього та культурного контенту.*

***Ключові слова:** ВПО, реінтеграція, культурна деокупація, цифрова освіта, соціальна допомога, національне відновлення.*

Вступ. Повномасштабна військова агресія проти України спричинила безпрецедентну гуманітарну кризу, головним виміром якої стало внутрішнє переміщення мільйонів громадян та тимчасова окупація значних територій. Ця ситуація створила подвійний виклик для української держави: негайне надання соціальної допомоги внутрішньо переміщеним особам (ВПО) та стратегічне планування культурної, соціальної й освітньої реінтеграції звільнених і майбутніх деокупованих територій. У контексті цих викликів, критично важливого значення набувають інструменти, що здатні долати географічні та соціальні бар'єри. Цифровізація освіти та онлайн-платформи виступають як ключові механізми для забезпечення сталого доступу до знань, збереження національної ідентичності та сприяння реінтеграційним процесам. Метою цієї статті є аналіз стану соціальної допомоги ВПО та окреслення ролі освітньої онлайн-платформи, такої як "EduSpace", у цих важливих для України процесах. Матеріалами для дослідження стали раніше опубліковані статті Семигіної Т.В., Гусака Н.Є., Трухана С.О., Перегудової Т. В. та інших.

Результати. Система соціальної допомоги ВПО в Україні еволюціонувала від первинного кризового реагування до багатовекторної підтримки. Ця підтримка

включає кілька ключових напрямків: фінансову допомогу, яка реалізується через щомісячні виплати на проживання, спрямовані на покриття базових потреб; житлове забезпечення, що охоплює програми з компенсації оренди, надання тимчасового житла та ініціативи щодо будівництва або відновлення житлового фонду; медичне та психосоціальне забезпечення, що передбачає доступ до первинної медичної допомоги та розширення послуг психологічної підтримки, критично важливих для осіб, що пережили травму війни та втрату домівок. Крім того, значні зусилля спрямовані на сприяння зайнятості та економічній самостійності через програми перекваліфікації, гранти на започаткування власного бізнесу та активне залучення ВПО до ринку праці в громадах, що їх приймають. Головним завданням на цьому етапі є перехід від статусу "переміщеної особи" до повноцінного члена нової територіальної громади. Цей перехід вимагає не лише матеріальної, а й соціальної та культурної інтеграції, що, своєю чергою, залежить від доступу до якісної освіти та культурних просторів.

Попри значні зусилля, ВПО часто стикаються з рядом інтеграційних бар'єрів, серед яких соціальна ізоляція та психологічний тиск через відірваність від звичного середовища, проблеми з підтвердженням освітніх та професійних кваліфікацій, а також складнощі з адаптацією дітей та молоді до нових освітніх стандартів та колективів. Саме тут виявляється потенціал цифрових освітніх платформ. Вони можуть забезпечити уніфікований, безперервний та гнучкий доступ до освіти незалежно від місця проживання чи соціального статусу, створюючи «міст» між втраченим та новим життям.

Онлайн-платформа "EduSpace" (або подібна концепція) стає не просто навчальним ресурсом, а стратегічним елементом державної політики реінтеграції. Її місія полягає у наданні доступу до якісного українського контенту, включаючи шкільну програму, професійну освіту, курси української мови та історії, що є ідеологічною протиотрутою проти окупаційної пропаганди. Крім того, вона сприяє професійному розвитку через програми для перекваліфікації вчителів та фахівців з деокупованих територій, що дозволить їм швидко повернутися до українських стандартів, та допомагає у створенні єдиного культурно-освітнього поля шляхом формування спільноти, де жителі різних регіонів можуть взаємодіяти, навчатися та ділитися досвідом, долаючи наслідки штучного поділу.

Висновки. Соціальна допомога ВПО та культурна реінтеграція тимчасово

окупованих територій – це не два окремі завдання, а взаємопов'язані складові єдиного процесу національного відновлення. У цьому процесі цифрові освітні платформи, такі як "EduSpace", забезпечують рівний доступ до української освіти та національного контенту, полегшують соціальну інтеграцію ВПО, надаючи їм інструменти для адаптації та професійної самореалізації, та створюють основу для швидкої та якісної культурної реінтеграції.

Список використаних джерел:

1. Перегудова Т.В. Надання соціальної допомоги внутрішньо переміщеним особам за принципом соціально-трудової інклюзії. м. Київ: 2022, 20 с.
2. Семигіна Т.В., Гусак Н.Є., Трухан С.О. Соціальна підтримка внутрішньо переміщених осіб. м. Київ: 2015, 8 с.
3. Андріяш В., Громадська Н., Малікіна О. Основні проблеми внутрішньо переміщених осіб в Україні. м. Київ: 2023, 5-12 с.

УДК 7.05:316.7(477.72):341.38(043)

Гаран Наталія Вікторівна, студентка кафедри дизайну
Карпов Віктор Васильович, науковий керівник,
доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

РОЛЬ ДИЗАЙНУ У ВІДНОВЛЕНІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ТА ФОРМУВАННІ АЙДЕНТИКИ МІСТА ХЕРСОН В ПІСЛЯВОЄННОМУ КОНТЕКСТІ

Анотація. У контексті трансформації гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни, питання збереження та переосмислення культурної спадщини набуває великого значення. Війна є не лише руйнівним, але й потужним трансформаційним фактором, що впливає на ціннісні орієнтири та суспільну свідомість [1].

Ключові слова: Комунікаційний дизайн, культурна спадщина, Херсон, післявоєнна трансформація, етнодизайн, територіальна айдентика.

Вступ. Міста, що пережили окупацію та руйнування, зокрема Херсон, потребують не лише фізичного відновлення, а й ментального та символічного відродження, де комунікаційний дизайн стає ключовим інструментом.

Територіальна айдентика міста після війни вимагає повного перегляду: традиційні символи мають бути доповнені або переосмислені з урахуванням героїчного сьогодення, що впливає на відчуття приналежності громадян.

В умовах збройного конфлікту руйнування об'єктів культурної спадщини є частиною гібридної війни, спрямованої на знищення української ідентичності [2]. У відповідь, роль дизайну, зокрема його філософські засади, зростає, оскільки він впливає на формування культурного коду нації.

Об'єктом дослідження є культурна спадщина та процес її відновлення у комунікаційній айдентичності міста Херсон. Предметом дослідження є дизайнерські підходи для формування цілісного візуального образу міста в контексті післявоєнної трансформації.

Мета роботи — визначити ключові принципи та методи використання культурної

спадщини Херсона як основи для формування стійкої та героїчної післявоєнної комунікаційної айдентики.

Дизайн у цьому контексті набуває функцій соціальної терапії та меморіалізації, перетворюючи травматичний досвід на символ стійкості та майбутнього [3]. Аудит традиційної айдентики Херсона (базованої на морській, степовій спадщині) вимагає її переосмислення. Вплив воєнних викликів призводить до того, що елементи спадщини мають бути перетворені на графічні маркери незламності та української ідентичності.

Шляхи формування нової айдентики лежать через інтеграцію принципів етнодизайну та інноваційних технологій. Етнодизайн, як культурний код нації, є ідеальною основою, забезпечуючи унікальність і підкреслюючи українську ідентичність [4]. Це передбачає використання графічних патернів та символіки, що мають глибоке коріння в традиціях Півдня України, але подані через призму цифрового етнодизайну. Ці підходи забезпечують створення інтерактивних, адаптивних та динамічних візуальних елементів, що підвищує ефективність комунікації айдентики.

У **висновку** можна стверджувати, що комунікаційний дизайн відіграє вирішальну роль у відновленні культурної спадщини Херсона та формуванні його нової айдентики. Ця нова айдентика є не лише естетичним, а й соціально-політичним феноменом, що сприяє відновленню довіри та консолідації громади. Ефективне використання принципів етнодизайну та інноваційних технологій забезпечує створення унікального та стійкого візуального образу, який відображає героїзм сьогодення та відкриває перспективи розвитку дизайну в Україні у контексті трансформації суспільства.

Список використаних джерел:

1. Проблема захисту культурної спадщини під час війни: державно-управлінський та суспільний аспекти. URL: <https://www.nvdu.undicz.org.ua/index.php/nvdu/article/download/384/318/832>
2. Нищення культурної спадщини: наслідки застосування вибухової зброї під час збройних конфліктів та заходи для покращення захисту. Human Rights Watch. URL: <https://www.hrw.org/uk/report/2024/04/18/387811>
3. Архітектура у зонах війни: Як війна та збройні конфлікти впливають на дизайн та архітектуру. Блог Мехбуд. URL: <https://blog.mehbud.com.ua/uk/other/arkhitektura-u-zonakh-viyny/>
4. Etnodim — культурний код нації | #ШоТам [Відео]. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dlv3lUo3WYU>

УДК: 659:355.1(477)(043.2)

Гаркін Петро Володимирович, старший викладач кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

СУЧАСНА ЗОВНІШНЯ РЕКЛАМА ВІЙСЬКОВИХ З'ЄДНАНЬ УКРАЇНИ

***Анотація.** У дослідженні проаналізовано особливості використання зовнішньої реклами в сучасних комунікаційних кампаніях військового маркетингу. Встановлено, що в рамках омніканальних підходів зовнішня реклама виконує оновлені функції, зокрема, закріплення впізнаваності бренду. Аналіз суспільної реакції засвідчує помітність та дієвість цього інструменту. Зроблено висновок, що зовнішня реклама відновлює свою ефективність у рамках сучасних комунікаційних стратегій.*

***Ключові слова:** військовий маркетинг, зовнішня реклама, рекрутинг, омніканальність, Збройні Сили України, бренд.*

Трансформування національної економіки під впливом наявної полікризи суттєво впливає у тому числі й на зміну змісту повідомлень зовнішньої реклами. Важливою складовою реклами за останні роки стали матеріали військового маркетингу (military marketing).

Термін військовий маркетинг активно використовується у медіа для позначення особливого напрямку комунікації військових підрозділів [4; 7; 9]. За визначенням О. Бородіна (З ОШБр) переважну частку цих комунікацій зараз складає рекрутинг [12].

Також до військового маркетингу відносять комунікації представників ВПК (MilTech) з державними структурами [3]. На відміну від бізнес-моделі B2C (business-to-consumer), яку використовують військові, маркетинг ВПК працює як B2G (business-to-government) і зовнішню рекламу майже не використовує.

Залучення людських ресурсів до збройних сил стало нагальною проблемою для багатьох армій світу при переході від загального призову до контрактної системи. Тому, у другій половині XX століття рекрутинг у своїх рекламних кампаніях відійшов від використання ідей громадянського боргу, патріотичної свідомості та почав все більше спиратися на прагматичну аргументацію: можливість отримання професійних навичок, подальшої освіти та кар'єрного зростання, фінансову стабільність [11]. Одночасно з цим відбувалася докорінна зміна каналів комунікації з суспільством. Якщо на початку 2000-х років підвищення ефективності рекрутингових кампаній

розглядалося лише в контексті використання традиційних медіа (друковані ЗМІ, радіо, телебачення) [10], то на сьогодні медіа-кампанії армійських підрозділів ці канали майже не враховують, зосередивши увагу на більш інноваційних технологіях. Тим не менш, традиційна зовнішня реклама також активно використовується, хоча її роль у комунікаціях змінилася.

Якщо трансформація змісту рекрутингових комунікацій у країнах НАТО розтягнулася на десятиріччя, комунікаційні підрозділи українських збройних з'єднань мали пройти подібний шлях за лічені роки. Навіть зараз термін дії стратегічного планування не перевищує півроку [12], оскільки обставини зазнають постійних змін. Рекламна кампанія «Поки темрява не охопила весь світ» (3 ОШБр, 2023) апелювала до патріотичної опозиції свій-чужий та цивілізаційного вибору [12]. А вже за два роки рекрутингова комунікація українських підрозділів складається переважно з прагматичної мотивації [8].

Провідними акторами рекламного ринку України у військовому маркетингу станом на 2024–2025 роки вважаються представники 3-ї окремої штурмової бригади ЗСУ, 12-ї бригади спеціального призначення НГУ «Азов» та 13-ї бригади оперативного призначення НГУ «Хартія» [4; 5; 6].

Важливою ознакою кампаній даних підрозділів є використання омніканальності (360DM). Тотальне охоплення аудиторії досягається в першу чергу за рахунок гнучкості сучасних цифрових технологій та їх можливості підлаштовуватися під різні сценарії взаємодії. У системі сучасної рекрутингової кампанії зовнішня реклама відіграє роль закріплення впізнаваності бренду [12]. Типовими носіями для рекрутингових кампаній є білборди та сітілайти. Але український військовий маркетинг активно застосовує і значно ширшу номенклатуру носіїв: банери, медіа-фасади, led-екрани, рекламу на транспорті, світлову рекламу і навіть вивіски.

Через традиційний для маркетингу механізм диференціації брендів рекламні кампанії військових з'єднань набули характерних ознак корпоративного стилю (стале використання типографіки, кольорових схем та інших елементів).

Деякі рекламні кампанії викликали суспільний резонанс та критику. Так, авторів «Я люблю третю штурмову» (2024) звинуватили у сексизмі та об'єктивації жінок [1], а кампанію «А мій в Азові» (2025) засудили за романтизацію війни [2]. Ці випадки лише засвідчують, що комунікація через зовнішню рекламу залишається помітною

для українського суспільства та викликає зворотну реакцію.

Активне застосування зовнішньої реклами у кампаніях українських військових з'єднань повертає цьому маркетинговому інструменту актуальність та ефективність. У контексті складних, багатокomпонентних стратегій комунікації зовнішня реклама отримує власний, оновлений функціонал, який є важливою складовою взаємодії сучасного військового маркетингу з суспільством.

Список використаних джерел:

1. Жінка тут якщо і не об'єкт, то трофей: у соцмережі розкритикували нову рекрутингову рекламу Третьої штурмової. ZMINA. 14.10.2024. URL: <https://zmina.info/news/zhinka-tut-yakshho-i-ne-ob%ca%bcyekt-to-trofej-v-soczmerezhi-rozkrytykuvaly-novu-rekrutyngovu-reklamu-tretoy-i-shturmovoyi/>
2. Ковалевич А. «А мій/моя в «Азові», яку активно обговорюють у суспільстві. Громадське радіо. 11.08.2025. URL: <https://hromadske.radio/news/2025/08/11/a-miy-moia-v-azovi-istoriia-stvorennia-reklamnoi-kampanii-ta-aktyvne-obhovorennia-u-suspilstvi>
3. Лавров С. Miltech-маркетинг: чому він ламає шаблони і створює нові правила гри. MMR. URL: <https://mmr.ua/longreads/marketyng/miltech-marketyng-chomu-vin-lamaye-shablony-i-stvoryuye-novi-pravyla-gry>
4. Медвинський О. Військовий маркетинг: хто й навіщо перетворює бригади на бренди. Bazilik Media. 26.06.2025. URL: <https://bazilik.media/vijskovyj-marketynh-khto-j-navishcho-peretvoriuie-bryhady-na-brendy/>
5. Українська Асоціація Маркетингу. Військовий маркетинг: як і для чого перетворювати свою бригаду на бренд, 2025. YouTube. URL: <https://youtu.be/8KXxG0afEeo>
6. Українська Асоціація Маркетингу. Мілітарі-маркетинг: інструменти та кейси, 2025. YouTube. URL: <https://youtu.be/Xe-rYowYQ24>
7. УТ–2. Азовці Клевецький і Тодосан про військовий маркетинг, комунікації та АЗОВ. ONE, 2025. YouTube. URL: https://youtu.be/eLvOjIWCVVU?si=CsTPmEqdzEkDdv_X
8. УТ–2. Володимир Дегтярьов про Хартію та військовий маркетинг, 2024. YouTube. URL: <https://youtu.be/eLvOjIWCVVU?si=PjbM8HKw3oeCkx2m>
9. У чому виклик. Саша Жиляєв. Служба у Хартії. Військовий маркетинг. Що змінилося за два роки, 2025. YouTube. URL: https://youtu.be/iPxol_-g6nc
10. Dertouzos J., Garber S. Effectiveness of Advertising in Different Media. The Case of U.S. Army Recruiting. Journal of Advertising. Issue 35, № 2. P. 111–122.
11. Padilla P., Laner M. Trends in military influences on army recruitment themes: 1954–1990. Journal of Political & Military Sociology. Vol. 30, Issue 1. P. 113–133.
12. Vector. Як змінилася війна від 20-го до 21-го століття, 2025. YouTube. URL: <https://youtu.be/GwCJs-ZHORU?si=JHlw3c1fcPvWPgCD>

УДК 004.738:616.89-053.6(477)"20"

Гладкевич Оксана Тарасівна, магістрантка кафедри дизайну

Волгін Юрій Євгенович, науковий керівник,

старший викладач кафедри дизайну

Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

РОЛЬ ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАСТОСУНКУ «ПОРУЧ»)

Анотація. У матеріалі тез досліджено роль візуальної айдентики цифрових інструментів психологічної допомоги як чинника формування довіри користувачів до мобільних застосунків сфери психічного здоров'я у сучасному українському контексті. На прикладі застосунку «Поруч» для військових сил територіальної оборони проаналізовано, як стратегічний вибір кольорової гами, типографії та іконографії створює відчуття безпеки, конфіденційності та підтримки. Показано, що візуальні рішення повинні відповідати не лише функціональним вимогам, але й культурному, соціальному й психологічному середовищу користувача, зокрема в умовах стресу, конфлікту та травми. Запропоновано методичні орієнтири для дизайнерів цифрових платформ психологічної підтримки, які враховують емпатію, доступність і локальну релевантність. Продумана візуальна комунікація не лише підвищує естетичну привабливість, але й знижує бар'єри для звернення по психологічну допомогу, що є критично важливим для цільової аудиторії.

Ключові слова: візуальна айдентика, цифрова психологічна допомога, UX/UI дизайн, дизайн довіри (*trust design*), психологічне здоров'я, соціальний дизайн, застосунок «Поруч».

Вступ. В умовах постійної цифровізації, зростання навантаження на психічне здоров'я населення України й поширення онлайн-платформ психологічної підтримки, ключовою стає проблема довіри користувачів до таких сервісів. В умовах повномасштабної війни в Україні різко зріс попит на доступні інструменти психологічної підтримки, особливо серед військових. Цифрові рішення, зокрема мобільні застосунки, стають одним з основних каналів надання такої допомоги. Проте

їхня ефективність на пряму залежить від рівня довіри користувача, адже йдеться про вразливу тему ментального здоров'я. Саме тому візуальна айдентика перестає бути лише естетичною оболонкою і перетворюється на фундаментальний інструмент побудови довіри.

Як зазначає дослідницька група Nielsen Norman Group, «дизайн, що виглядає професійно, підвищує довіру та авторитет продукту. Користувачі з більшою ймовірністю повірять інформації на сайті, який виглядає надійно та якісно» [1]. Цей принцип є особливо важливим для застосунків, де користувачі діляться особистими переживаннями. З огляду на це, розробка візуальної айдентики «Поруч» вимагала глибокого розуміння психології цільової аудиторії та створення інтерфейсу, що на невербальному рівні транслює безпеку та підтримку. Актуальність дослідження полягає у необхідності формування науково обґрунтованих підходів до дизайну цифрових продуктів у гуманітарній сфері, де візуальна складова безпосередньо впливає на готовність людини звернутися по допомогу.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є процес формування довіри до цифрових продуктів у сфері психічного здоров'я через візуальну комунікацію. Предметом дослідження є візуальна айдентика мобільного застосунку «Поруч» як інструмент побудови довіри у військовослужбовців.

У ході дослідження було використано метод аналізу теоретичних джерел для вивчення психології сприйняття візуальних елементів та основ дизайну довіри. Застосовано порівняльний метод для аналізу успішних кейсів мобільних застосунків у сфері Mental Health (напр., Calm, Headspace, BetterHelp) з метою виявлення ефективних патернів візуальної комунікації. Метод проєктного моделювання використано для розробки візуальної концепції, прототипів та ключових елементів айдентики застосунку «Поруч». Аналітичний метод дозволив систематизувати, як конкретні дизайнерські рішення (колір, шрифт, іконки) впливають на потенційне сприйняття продукту цільовою аудиторією.

Результати. Дослідження показують, що ключовими чинниками довіри до цифрових психологічних платформ стають прозорість бренду, професійність, простота, доступність та культурна релевантність [2]. Візуальний дизайн, з використанням м'яких кольорів, зрозумілої типографії, простих навігаційних схем, може стати мостом між функціональністю й емоційним комфортом.

Проект «Поруч» розробляється з урахуванням специфіки українського користувача, наявністю великої кількості воєнних тригерів (сирени, тривожні сигнали), інтернет-нестабільністю, потребою в анонімній підтримці. Дизайн системи включає кольорову палітру, типографію й інтерфейс-елементи, які створюються з розумінням необхідності зниження когнітивного навантаження й підвищення емоційного комфорту. Прикладами таких рішень є: м'які пастельні тони, мінімальна навігація, акцент на безпечному меседжі – «Ти не один», «Поговоримо». Це має сприяти зменшенню бар'єрів входу у сервіс і формуватиме відчуття надійності.

Український контекст додає специфічності, адже дизайн має враховувати не лише універсальні принципи UX, але й локальну чутливість – до значень кольорів, символів, мовних нюансів. Наприклад, дизайн-проект ментального здоров'я «Безправне горе» у Києві використовує образ щита як символу захисту й безпеки, що відгукується в контексті війни [3].

Таким чином, айдентика становиться своєрідним «візуальним речником». Вона комунікує «ми тут для тебе», «тут мінімум бар'єрів», «тут професійна підтримка».

У процесі розробки візуальної айдентики застосунку «Поруч» було визначено, що ключовими факторами формування довіри є відчуття спокою, конфіденційності та професіоналізму. Ці принципи були втілені через наступні дизайнерські рішення:

- **Кольорова палітра.** Вибір кольору має прямий вплив на емоційний стан користувача. Дослідження у сфері психології кольору підтверджують, що відтінки синього та зеленого асоціюються зі спокоєм, стабільністю та безпекою [4]. Тому для застосунку «Поруч» надається перевага стриманому, заспокійливому та приглушеному бірюзовому кольору, з супутніми сірими тонами. Цей колір було обрано через певну асоціацію його зеленуватого відтінку з типовими «військовими» кольорами, що гармонізує з самою тематикою додатку. Такий вибір – це свідоме уникнення агресивних чи тривожних кольорів, що сприятиме створенню заспокійливого цифрового середовища.
- **Типографія.** Відомо, що шрифт є «голосом» бренду. Для застосунку, що говорить на чутливі теми, цей голос має бути спокійним, чітким та дружнім. Як зазначається у статті від Adobe, «вибір правильного шрифту може зробити текст легшим для читання, а також викликати певні емоції та задати тон» [5]. Для проєкту «Поруч» було обрано гротеск із заокругленими формами, який поєднує високу читабельність з відчуттям

м'якості та доступності. Це допомагає уникнути враження «стерильного» медичного інструменту і здатен зробити застосунок більш людським.

- Іконографія та ілюстрації. У застосунках для психологічної підтримки стокові, надто позитивні зображення можуть викликати відчуження. Тому для проєкту «Поруч» планується розроблення унікального стилю мінімалістичних, метафоричних іконок та ілюстрацій. Вони мають не показувати конкретні емоції, а передавати стани та поняття (наприклад, підтримка, дихання, спокій) через абстрактні форми. Такий підхід, як зазначають експерти з UX Planet, «дозволяє користувачам проєктувати власні почуття на зображення, що створює глибший та більш особистий зв'язок» [6]. Це допоможе побудувати емпатичну комунікацію без слів.

Отже, узагальнюючи все вище сказане, можна виокремити такі рекомендації для дизайну цифрової психологічної платформи «Поруч»:

- використовувати просту та зрозумілу навігацію;
- кольорова палітра має бути заспокійливою, не агресивною;
- типографія має бути читабельною, зі зрозумілими заголовками та підзаголовками;
- логотип і меседж мають відображати емпатію та професійність (наприклад, символ руки, щита, підтримки);
- інтерфейс має враховувати офлайн-режими або низьку швидкість інтернету (важливо для воєнного контексту);
- включати локальні культурні елементи (мову, символіку, стиль комунікації) для підсилення довіри у користувачів із України.

Висновки. Візуальна айдентика цифрових інструментів психологічної допомоги відіграє стратегічну роль у формуванні довіри користувачів, особливо в умовах соціального стресу, війни та травми. Проведене дослідження та проєктна розробка доводять, що візуальна айдентика є не просто декоративним, а стратегічним інструментом у створенні цифрових продуктів для психологічної допомоги. Айдентика виконує функцію невербального комунікатора, який транслює такі ключові цінності, як безпека, конфіденційність та підтримка. На прикладі застосунку «Поруч» видно, що дизайн, максимально орієнтований на користувача, культурно релевантний і емоційно комфортний, дозволяє знизити бар'єри входу, підвищити відчуття безпеки й підтримки. Через продуманий вибір кольорів, типографіки та іконографії айдентика застосунку «Поруч» здатна формувати простір довіри, заохочуючи військових звертатися по

допомогу та знижуючи стигматизацію цього процесу. Таким чином, дизайн стає невіддільною частиною терапевтичного ефекту цифрового інструменту.

Список використаних джерел:

1. Harley Aurora. Trustworthiness in Web Design: 4 Credibility Factors. Nielsen Norman Group. May 8, 2016. URL: <https://www.nngroup.com/articles/trustworthy-design/>
2. Проблеми політичної психології : збірник наукових праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; [ред. колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]. К. : Міленіум, 2017. Вип. 5 (19). 348 с. URL: https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/Ppp_2017_519.pdf?utm_source=chatgpt.com
3. Liza Kyselova. Visual Identity for a Mental Health Project. URL: https://www.behance.net/gallery/226214563/Visual-Identity-for-a-Mental-Health-Project?utm_source=chatgpt.com <https://bezpravnegore.com/>
4. Chapman C. The Role of Color in UX. Toptal Designers .Blog. URL: <https://www.toptal.com/designers/ux/color-in-ux>
5. Dam R. F. The UX Designer's Guide to Typography. Feb 23, 2022 URL: <https://medium.com/the-interaction-design-foundation/the-ux-designers-guide-to-typography-7ddf87288123>
6. 6 benefits of using illustrations in UI. Medium. PLATFORM. Nov 11, 2019. URL: <https://plat4m.medium.com/6-benefits-of-using-illustrations-in-ui-66286c74f010>

Глухенький Ігор Іванович, старший викладач кафедри скульптури
Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури
Київ, Україна
igor.gluhenkii@naoma.edu.ua
ORCID: 0009-0003-5373-3195

ЕВОЛЮЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ СТАНКОВОЇ СКУЛЬПТУРИ МАЛИХ ФОРМ: ДІАЛОГ ТРАДИЦІЙ ТА НОВАЦІЙ У СУЧАСНОМУ ЄВРОПЕЙСЬКОМУ АРТ-ПРОСТОРІ

Анотація. У тезах розглянуто ключові тенденції розвитку української станкової скульптури малих форм у контексті інтеграції до сучасного європейського арт-простору. Висвітлено роль академічної школи, вплив соціокультурних трансформацій та новітніх технологій на зміну художньої мови й матеріально-технічної бази цього виду мистецтва.

Ключові слова: українська скульптура; станкова скульптура малих форм; мала пластика; традиції та новації; сучасне мистецтво; європейський арт-простір; цифрові технології; 3D-моделювання; глобалізація; художня ідентичність.

Основний текст. Українська станкова скульптура малих форм має глибокі корені в традиціях національної академічної школи, що сформувалася ще в кінці XIX – на початку XX століття. Тривалий час цей жанр був камерною формою пластики, яка відображала високий рівень професійної майстерності та тяжіла до психологічної портретності, символічної образності й ретельної опрацювання деталей [1, с. 75].

Після здобуття Україною незалежності відбувся процес пошуку власної ідентичності в європейському культурному просторі. Художники почали поєднувати академічну підготовку з новими пластичними підходами, використовуючи експериментальні матеріали (скло, полімери, комбіновані техніки), а також цифрове моделювання та 3D-друк [3, с. 58; 8, с. 60]. Помітним є вплив концептуального мистецтва, інсталяції та сучасної скульптурної мови, що дозволяє інтегрувати малу форму в міждисциплінарні арт-проекти та міжнародні виставки [2, с. 28].

Європейський арт-простір сприяє інтенсивному діалогу: українські митці беруть участь у трієнале, бієнале, резиденціях та симпозіумах, де відбувається обмін досвідом, розширення тематики та зміна акцентів від традиційної репрезентативності

до експериментальної, критично рефлексивної пластики [7, с. 92; 5, с. 47]. Традиції не зникають — вони трансформуються, зберігаючи увагу до форми, фактури та майстерності, але водночас набувають актуальних змістів, пов'язаних із сучасними соціальними, культурними й екологічними проблемами [4, с. 81].

Важливим чинником розвитку є цифрові технології: 3D-сканування, параметричне проєктування, віртуальні моделі. Це дозволяє не лише експериментувати з матеріалами, а й створювати нові типи презентації малої форми — від інтерактивних інсталяцій до віртуальних експозицій [8, с. 63].

Висновки. Еволюція української станкової скульптури малих форм — це процес синтезу класичної школи та інновацій, де академічна майстерність поєднується з цифровими технологіями, сучасними концепціями й новими соціокультурними контекстами. Такий підхід відкриває українським скульпторам шлях до активної інтеграції в європейську мистецьку спільноту, зберігаючи національну ідентичність та водночас сприяючи формуванню сучасного пластичного дискурсу.

Список використаних джерел:

1. Білоус П. Українська мала пластика XX – початку XXI століття: проблеми розвитку та художні пошуки. Мистецтвознавчі записки. 2021. Вип. 40. С. 72–81.
2. Клименко О. Мала пластика в сучасному мистецькому просторі України та Європи. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2020. № 4. С. 25–33.
3. Данилюк І. Сучасна українська скульптура: новітні матеріали та експериментальні технології. Образотворче мистецтво. 2022. № 1. С. 56–63.
4. Сидоренко В. Трансформація пластичної мови скульптури в добу глобалізації. Актуальні проблеми мистецької практики і мистецтвознавчої науки. 2020. Вип. 12. С. 134–142.
5. Грицай Л. Українська станкова скульптура в європейському культурному діалозі: традиції та виклики сьогодення. Вісник Національної академії мистецтв України. 2023. № 1. С. 45–54.
6. Рижова Н. Мала форма як феномен сучасної скульптури: пошук нових матеріально-технічних рішень. Мистецтвознавство України. 2021. Вип. 21. С. 102–111.
7. Лашко І. Європейський контекст сучасної української скульптури: участь митців у міжнародних симпозіумах та бієнале. Художня культура. Актуальні проблеми. 2022. Вип. 18. С. 89–97.
8. Савченко Д. Цифрові технології у скульптурі: 3D-моделювання та друк як інструменти трансформації малої пластики. Дизайн і мистецтво. 2023. № 2. С. 58–66.

УДК 355.01

Головата Наталія,

кандидатка історичних наук, викладачка кафедри культурології
Національного університету біоресурсів і природокористування України
Київ, Україна

ВЗІРЕЦЬ УКРАЇНЦЯ У ФОРМУВАННІ ІДЕНТИЧНОСТІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ.

Проблеми культурної та національної ідентичності, і без того фундаментальні у сучасному інформаційному світі, для нашої країни набувають життєво важливого значення. Сама війна росії проти України все більш однозначно сприймається у світі як війна ідентичностей, результатом якої постає цивілізаційна прірва між українським та російським народами. Українці орієнтовані на інші цінності, зокрема індивідуальної свободи, поваги до культурного різноманіття. Водночас збереження власної ідентичності є і метою, і засобом протистояння українського народу російським завойовникам. Однак формування культурної ідентичності не відбувається стихійно, саме по собі, а має бути предметом уваги держави, науково-педагогічної спільноти, родини.

В цьому контексті питання культурних та моральних еталонів сучасної української молоді набуває особливого інтересу, оскільки мова йде про покоління, яке буде визначати майбутнє нашої країни після війни.

Цього навчального року, розпочинаючи курс етнокультурології в НУБіПі, я попросила студентів кількох груп відповісти на питання «Хто є для вас зразком українця і чому?» Перш ніж, сказати, з ким, із чим наші першокурсники ідентифікують українство, я б хотіла звернути увагу на дані соціологічного опитування 2003 року проведеного компанією Gfk-USM «Українські опитування і дослідження ринку», які також подає у своїй книжці «Notre Dame d'Ukraine: Українка в конфлікті міфологій» Оксана Забужко. Метою того дослідження було довідатися, кого українці вважали за своїх героїв — за «найвидатніших українців усіх часів».

Отже, у 2003 році 58,3 % наших співвітчизників найвидатнішим українцем вважали Тараса Шевченка, 26,5% - Богдана Хмельницького, 22,3% - братів Кличків, 17,8% - Лесю Українку, 13,8 % - Михайла Грушевського, 12% - Івана Мазепу, 9,8 % - Андрія Шевченка, 9,0 % - Івана Франка, 8,3% - чинного на той час президента -

Леоніда Кучму. (Див.: Корреспондент. — № 32 (71), 19.08.2003 р. — С. 52).

Звичайно, наше опитування близько двох сотень студентів не може претендувати на соціологічну точність, тому я не вираховую і не показую відсотки частоти згадування тих чи тих персоналій. Проте й сам перелік імен та зміст пояснень щодо них є цікавим для порівняння і аналізу орієнтирів сучасної молоді. Люди, що відповідали на питання соціологів у 2003 р., народилися до здобуття незалежності Україною. Нинішні студенти є переважно поколінням, яке з'явилося після 2003 р., виросло в часи майданів, переживає події російсько-української війни. Дуже часто це діти, іноді навіть онуки тих, хто зараз боронить Україну.

Отже, передусім я згрупувала знакових осіб за дослідженням 2003 р. таким чином: 1) «універсально-символічні постаті» (визначення Забужко); 2) люди, які уособлюють силу (військові, спортсмени); 3) взірці особистої гідності, творчого духу, громадського свідомості; 4) «державники». За цими групами я проаналізувала і співставила отримані мною відповіді студентів.

У моєму опитуванні 2025 року виявилось, що найбільш значущим українцем для молоді, так само як і для покоління їхніх батьків, залишається Тарас Шевченко. У моїх анкетах часто студенти підкреслювали ключову роль поета у становленні сучасної української літературної мови, його «любов до України» та «вірність своєму народу». Як зауважила О. Забужко, Тарас Шевченко – це «універсально-символічна постать» для «цілої української модерної й постмодерної історії». (Забужко О. Notre Dame d'Ukraine: Українка в конфлікті міфологій. - 2007. - С.33).

Незмінною залишається присутність у списку авторитетів, покликаних «у той чи той спосіб персоніфікувати культ сили»: чи то фізичної (спортсмени - боксери, футболісти), чи військової (Богдан Хмельницький, Степан Бандера, Євген Коновалець). Наразі серед спортсменів найчастіше згадано Олександра Усика, якого студенти описували як «надзвичайно вольову людину, сильну духом, віддану Батьківщині та родині», яка «впевнено йде до перемоги», уособлює «мужність, витривалість та силу нашого народу», являє собою «дисципліновану людину, яка мотивує інших не здаватись і йти до кінця». Іноді студенти наголошували, що не цікавляться боксом, але вважають, що «Олександр Усик виконує дуже важливу роль, представляючи Україну на світовому рівні». Таку ж саму місію виконував на їхню думку футболіст Андрій Шевченко, «що прославив Україну та довів її конкурентоспроможність на спортивній

світовій арені».

Показово, що й Леся Українка продовжує залишатись надзвичайно знаковою постаттю для нинішнього молодого покоління, уособлюючи в собі поєднання рис «Великого Кобзаря» з моральної міцністю і мужністю: «Леся Українка - це незламність духу, талант і гідність». Подібні якості на думку респондентів притаманні і Василю Стусу, якого також студенти дуже часто вважають еталоном українця, і який «вражає своєю жагою до творчості, патріотизмом, незламністю та безстрашністю», а також художниці Аллі Горській, поетесі Ліні Костенко та співакові Андрію Кузьменку (солісту групи «Скрябін»).

Група державників включила Богдана Хмельницького (студенти відзначали його «любов до свободи та незалежності», що він «воїн та державник»), Михайла Грушевського, Левка Лук'яненка, В'ячеслава Чорновола та Володимира Зеленського (порівняймо, що у 2003 р. також було названо президента Л. Кучму).

Новою у порівнянні з попереднім опитуванням стала категорія українців меценатів, людей, «що любили Батьківщину до глибини кишені», таких як Євген Чикаленко і подружжя Богдана та Варвари Ханенків.

І нарешті можу сформувати збірний образ зразкового українця, як «того хто любить свою землю, береже мову та готовий працювати заради майбутнього країни». Під це визначення підпадають гне лише відому загалу люди. Студенти називають загалом українських військових, зокрема «азовців», але також і своїх полеглих на війні родичів та земляків як «символ мужності та жертвності». Такими авторитетами є також їхні власні батьки, матері та односельці. Деякі з почутих від студентів особистих родинних історій та героїв, безумовно, можуть слугувати моральним взірцем не лише для них. Такою, приміром, є оповідь першокурсника факультету землевпорядкування, для якого еталоном українця є його батько, «який з усією родиною приїхав із Сан-Франциско, щоб захищати Україну», і історія студентки факультету інформаційних технологій, чий батько з 2014 року воює в легендарному полку «Азов» і після полону знову повернувся в його лави.

Отже, зробимо висновки. Ми живемо в час, коли національна ідентичність молодого покоління є чинником перемоги і майбутнього існування українського народу. У формуванні ідентичності важливим є уособлення моральних рис і необхідних якостей людини, яка є патріотом, громадянином і захисником. Значну роль

відіграють універсальні національні символи – особа «Кобзаря». Зрозуміла висока вага сили і мужності (приклади воїнів і спортсменів). У часи боротьби за незалежність постаті державників також в центрі уваги. Але важливо, що велике значення мають діячі культури – поети, письменники, музиканти і, на що я звернула увагу, меценати культури, яка завжди потребувала уваги і підтримки. І зрештою, треба пам'ятати що взірцем один для одного є ми – люди поряд, наші родини, учителі, колеги, друзі. Від нас залежить, який приклад ми подаємо молодим поколінням українців.

УДК 7.05:338.48:72-053.6(477)

Гриценко Віктор Іванович, магістрант кафедри дизайну
Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,
кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ЦИФРОВИЙ КОМУНІКАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ГАСТРОТУРИЗМУ ЯК ЗАСІБ ГУМАНІТАРНОГО ВІДНОВЛЕННЯ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті досліджено роль цифрового комунікаційного дизайну гастротуризму у процесах гуманітарного відновлення й збереження територіальної айдентики в Україні. Проаналізовано теоретичні й практичні кейси із міжнародної літератури щодо бренду території, гастрономічної культури та взаємозв'язку між візуальною комунікацією і культурною пам'яттю. На основі цих аналізів запропоновано дизайн-підхід, що інтегрує функціональність цифрових платформ, емпатійний UX, інтерактивний сторітелінг та культурно релевантну айдентичку, адаптовану для різних українських регіонів. Визначено, що ефективний дизайн цифрового середовища сприяє посиленню емоційного зв'язку між користувачем і територією, стимулюючи туристичний потік, підвищуючи економічну привабливість регіонів, підтримуючи місцеві громади у розвитку гастрономічного туризму та сприяє збереженню культурного простору.

Ключові слова: цифровий дизайн, комунікаційний дизайн, територіальна айдентика, гастротуризм, бренд території, культурна комунікація.

Актуальність теми дослідження. Війна, руйнування інституцій, міграція населення – усе це чинники, які створюють величезні виклики для збереження культурної ідентичності та місцевих економік в Україні. Попри все в умовах конкуренції між регіонами за туристичну увагу ключовим стає ефективний візуальний та комунікаційний дизайн, який формує впізнаваність і позитивний імідж території. Гастротуризм, із його глибоким зв'язком із локальною кухнею, спільнотами та культурами, стає не лише економічним, а й культурним ресурсом, що надає можливість впізнавати культуру, історію, ідентичність та нові смаки регіонів України. З огляду на це, цифровий комунікаційний дизайн гастротуризму може перетворитися на інструмент

гуманітарного відновлення. Він здатен транслювати локальні смисли, підтримувати туристичний потік до регіонів і одночасно зміцнювати територіальну айдентiku. Цифрові продукти (сайти, мобільні додатки, платформи просування) відіграють роль комунікаторів між локальним брендом і світовою аудиторією.

Проте, ефективність цифрової комунікації не є універсальною. Вона критично залежить від чинників дизайну, користувацького досвіду (UX), рівня довіри, культурної релевантності та символічного навантаження контенту. У цьому дослідженні здійснено аналіз того, як дизайн може забезпечити баланс між технологічною ефективністю та гуманістичним підходом. Звертаючись до наукових напрацювань у сферах бренд-терапії територій, гастрономічної ідентичності та функціоналу цифрових платформ, зроблена спроба розробки комунікаційних продуктів для гастротуризму, які, зважаючи на українські реалії, виходять за рамки суто комерційних завдань, забезпечуючи відновлення, збереження та трансляцію національної ідентичності.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю створення інтегрованих комунікаційних стратегій, які поєднують бренд-дизайн територій, цифрові інтерфейси та елементи гастрономічного сторітелінгу. У добу цифровізації саме дизайн визначає, як користувач сприймає місце, його культуру та гастрономічні особливості. Завдяки комунікаційному дизайну територіальна айдентика може перетворюватися на інтерактивний досвід, що сприяє залученню туристів та інвесторів.

Метою дослідження є виявлення принципів і засобів комунікаційного дизайну цифрового продукту, які сприяють ефективній репрезентації територіальної айдентики у сфері гастротуризму в сучасних українських реаліях.

Виклад основного матеріалу. В процесі аналізу теоретичних концепцій територіального бренду та гастрономічної ідентичності [1; 2; 3; 4; 5] виявлено, що бренд території змінюється в історичній динаміці, перетворюючись із суто маркетингового маркера в символ культурної пам'яті та спільного досвіду. Згадані дослідження показують, що бренд території повинен адаптуватися, але водночас зберігати стабільні символи, які резонують із мешканцями та діаспорою [1]. Гастрономічні практики інтегруються в економічні, культурні й політичні процеси, формуючи туристичну привабливість і спільнотну ідентичність [2]. Фактори гастрономічної ідентичності (локальні продукти, кулінарні традиції, імідж) формують розвиток гастротуризму у регіонах, доводять, що сильна гастрономічна ідентичність служить основою для

сталого розвитку туристичної привабливості [3]. Цифрові технології, брендінг, маркетингові платформи, що є інструментами розвитку гастротуризму і слугують каталізаторами збільшення туристичного потоку, водночас мають бути етичними та враховувати соціокультурний контекст [4]. Локальні бренди кухні можуть впливати на образ регіону, формуючи у туристів очікування і сенси [5].

Проаналізовані джерела разом створюють основу для розуміння, як бренд території та гастрономічна ідентичність формуються, трансформуються та як може втручатися комунікаційний дизайн цифрового продукту, щоб не лише продавати, а й захищати спільнотні цінності. Щодо практичних викликів комунікаційного дизайну у гастротуризмі, слід відзначити, що успішна комунікація гастротуристичних брендів базується на поєднанні локальних візуальних елементів із сучасними принципами UX/UI. Графічна мова, кольорова палітра, типографіка та інтерактивні елементи повинні передавати автентичність території, створюючи враження занурення у місцеву культуру. Візуальні образи страв, атмосфера місць і персонажі гастрономічних історій стають носіями емоційного зв'язку з користувачем. Інтерфейс у такому випадку не лише забезпечує зручність, а й перетворюється на засіб культурної комунікації.

Значну роль відіграють мультимедійні формати, якими є відеоекскурсії, 3D-анімації, інтерактивні карти гастрономічних маршрутів. Вони допомагають користувачу взаємодіяти з контентом, формуючи унікальний досвід «смакового туризму» у цифровому середовищі. Такі продукти створюють синергію між туризмом, культурою та економікою, позиціонуючи гастрономію як ключовий елемент бренду території.

Інтегруючи проаналізовані дизайн-підходи в адаптації для різних українських регіонів можна запропонувати:

- Модульну структуру продукту з культурно тематичними маршрутами – гастрономічний шлях, історичний маршрут, сезонні продукти.
- Включення у дизайн-розробку інтерфейсу айдентичних сигналів «рідності» на основі конкретної локальної естетики у шрифтах, патернах, декоративних мотивах регіону, іконографії, колірній палітрі, символіці страв кухні, з художнім ракурсом, що резонує з конкретним регіоном, без клішованого фольк-стилю.
- Типографіка, ритм навігації, мікроанімації мають бути продумані так, щоб не викликати перевантаження чи дисонанс. У гастротуристичному контексті важливо

акцент робити на візуальних матеріалах (фото, ілюстрації страв, інтер'єри, пейзажі), де UI системи мають підтримувати емоційне сприйняття, вводячи користувача в атмосферу місця, але без надмірності.

- Опору на механізми колаборації спільноти, коли мешканці місцевих громад мають можливість додавати локальні сторіз, рецепти, а також з можливість аудиторської їх верифікації, що зміцнить побудову довіри.
- Використання локалізованого тону комунікації на основі української мови, з діалектними відтінками, автентичними назвами страв етнокухні, у відповідності до контексту місцевої культури споживання їжі та напоїв.
- Контент (статті, рецепти, історії) має бути оновлюваним, але архівованим, щоб «живі сторінки» стійко зберігалися. Дизайн має передбачати архівні модулі, історичні шляхи, культурні карти.
- Дотримання правил прозорості даних, видимості політики конфіденційності, правил приватності, етики спілкування, добровільної участі у рейтингах, інтеграції відгуків місцевих жителів і туристів. Адже користувачі цифрових туристичних продуктів очікують прозорості щодо тих, хто контролює контент, як зберігаються дані. Тож дизайн-рішення мають бути відкритими.
- Залучення інструментів сучасних гібридних медіа, таких як AR-накладки на локальні ресторани, VR-екскурсії, інтерактивні карти з гастрономічними «точками сили», використання AR/VR, аудіорозповідей, відеоісторій, 360° панорам, що можуть посилити занурення користувача.

Висновки. Комунікаційний дизайн цифрових продуктів гастротуризму є інструментом створення позитивного образу регіону, збереження культурної спадщини та підвищення його туристичної привабливості. Цифровий комунікаційний дизайн гастротуризму може стати потужним інструментом гуманітарного відновлення в Україні. Він може не просто привертати туристів, а відновлювати культуру, зміцнювати громади та транслювати територіальну айдентика у новій, цифровій формі. Поєднання функціональності, довіри, емпатійного UX та культурної релевантності – ключ до створення цифрових продуктів, які не лише продають досвід, а несуть сенс. Використання стратегій візуального сторітелінгу, UX/UI-підходів і мультимедійних рішень дозволяє перетворювати гастрономічну культуру на інтерактивну комунікацію, формуючи сучасну модель територіальної айдентики України у глобальному контексті.

Список використаних джерел:

1. Almeida GGFd, Almeida P, Cardoso L, Lima Santos L. Uses and Functions of the Territorial Brand over Time: Interdisciplinary Cultural-Historical Mapping. *Sustainability*. 2023; 15(8):6448. DOI: 10.3390/su15086448
2. Leoti A, dos Anjos FA, Costa R. Creative Territory and Gastronomy: Cultural, Economic, and Political Dimensions of Tourism in Historic Brazilian Cities. *Sustainability*. 2023; 15(7):5844. DOI: 10.3390/su15075844
3. Kalenjuk Pivarski B, Paunić M, Šarenac N, et al. The influence of gastronomic identity factors on food tourism development in the Republic of Serbia and Bosnia and Herzegovina. *Front Nutr*. 2024;10:1335943. Published 2024 Jan 8. DOI:10.3389/fnut.2023.1335943
4. Nesterchuk I., Matsuka V., Balabanyts A., ets. Tools and Development Drivers for the Gastronomic Tourism. *Economic Affairs*. 2022. Vol. 67, No 4. P. 579–587. DOI: 10.46852/0424-2513.4.2022.24
5. Щука Г., Побігун О., Літовка-Деменіна С. . Особливості гастрономічного брендингу території. *Економіка та суспільство*, 2025 (71). DOI:10.32782/2524-0072/2025-71-60

УДК 7.05:655(477):39(043.2)

Грищенко Анастасія Сергіївна, студентка кафедри дизайну

Карпов Віктор Васильович, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

АКТУАЛІЗАЦІЯ НАРОДНИХ МОТИВІВ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ПОЛІГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Анотація. У роботі досліджено розвиток використання народних мотивів в сучасному українському поліграфічному дизайні її популяризація та актуальність серед населення. Проаналізовано підходи дизайнерів до інтерпретації культурної спадщини у сучасному дизайні. Обґрунтовано їх значення у формуванні національної ідентичності через візуальні комунікації.

Ключові слова: український дизайн, поліграфія, національна ідентичність, етнودизайн, сучасний дизайн, графічний дизайн.

Вступ. На сьогодні дизайн в Україні переживає сильне відродження інтересу до традиційних та етнічних елементів, а дизайнери використовують народні візерунки та символи, щоб виразити свої культурні корені та національну ідентичність. Особливо це стало відчутно початку повномасштабного вторгнення в лютому 2022 року. Українці продемонстрували значне зростання гордості та цікавості до своїх культурних традицій.

Таке пробудження зацікавленості можна спостерігати в різних творчих сферах, наприклад як кіно, літературу, музику, моду та дизайн. Саме графічний дизайн, завдяки своїй здатності надавати можливість експериментувати, може слугувати мостом для поєднання традиційної спадщини та сучасних інновацій, дозволяючи дизайнерам передавати цінності та ідентичність за допомогою візуальної мови. Поліграфічна продукція це те, що кожен бачить щоденно будь-де, від книг вдома до рекламних флаєрів на вулицях. Одним із основних завдань, які має виконувати друкована реклама це враховувати психологію цільової аудиторії [1]. Зараз же, через опір та супротив усьому загарбницькому, жителі України прагнуть до всього більш українського. Тому так важливо в таку продукцію масового споживання активно впроваджувати народні мотиви.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є сучасний український поліграфічний дизайн як частина візуальної культури. Предметом дослідження виступає використання народних мотивів у візуальному оформленні поліграфічної продукції, а саме форми, символіка, кольорова система та способи художнього переосмислення. Було проаналізовано сучасні приклади української друкованої продукції: книги, плакати, упаковка, листівки та рекламні матеріали, які успішно поєднують народні орнаменти з сучасними техніками дизайну та естетикою. Також важливим методом дослідження слугували існуючі різного виду статті за останні роки, які загалом мають спільну думку з питання відродження національної ідентичності.

Результати. Дослідження показують, що традиційні народні елементи активно інтегруються в сучасний український дизайн завдяки творчому переосмисленню та сучасним художнім підходам. У графічному дизайні етнічна стилізація стала основним трендом, де народні символи надихають на створення нових візуальних комунікацій. Дизайнери часто використовують орнаментальні візерунки, мотиви писанок, шрифти, натхненні старослов'янською писемністю, та кольорові палітри, засновані на традиційних поєднаннях [2].

Українські дизайнери зараз активно досліджують стародавні візерунки вишивки, традиційні колірні схеми та історичні символи, переосмислюючи їх у сучасному контексті [3]. Ця тенденція відображає ширший рух культурного опору та самовизначення, де відновлення та вшанування української ідентичності стало як творчим вибором, так і політичною заявою. Поєднання народного натхнення з сучасними принципами дизайну призвело до створення унікальних продуктів, брендингу та візуальних комунікацій, які є виразно українськими, але привабливими для всього світу [3]. Цей, як можна сказати, ренесанс дизайну є не просто поглядом у минуле, а є створенням міцного культурного фундаменту для майбутнього України, де культурна спадщина залишається живою та актуальною.

Результати дослідження показують, що народні мотиви в сучасному українському дизайні еволюціонували від простої декорації до потужних інструментів вираження ідентичності, передачі цінностей та підтвердження культурної приналежності. Поєднуючи традиції з інноваціями, українські дизайнери розвивають унікальний саме український сучасний стиль, в якому історична спадщина та сучасна творчість співпрацюють один з одним як рівноправні партнери у творчому процесі [2]. Це

поєднання відображає широкий культурний рух відновлення та переосмислення української ідентичності для сьогодення та майбутнього.

Висновки. У результаті, актуалізація народних мотивів у сучасному українському поліграфічному дизайні є складним і багатогранним процесом, що поєднує історичну пам'ять, естетичні традиції та інноваційні дизайнерські рішення. Дизайн поліграфічної продукції з використанням традиційних елементів відображає культурне відродження, що відбувається зараз в країні і разом сприяє передачі культурних цінностей та зміцненню позицій України на міжнародній арені.

Список використаних джерел:

1. Дяків М. Графічний дизайн поліграфічної рекламної продукції в ЗМІ. Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки: матеріали II Всеукраїнського науково-практичного симпозіуму (м. Івано-Франківськ, 20-21 квітня 2018 року). Івано-Франківськ, 2018. С. 315–322.
2. Мосендз О., Касьяненко К., Красильникова І. Роль національних мотивів у сучасному українському дизайні та їхній вплив на глобальні тренди. Український мистецтвознавчий дискурс. 2024. вип. 6. С. 97–108.
3. Писаренко К., Михайлюк О. Графічний дизайн як інструмент збереження української культурної спадщини. Конференція організована за підтримки Сілезької академії (м. Катовіце, Польща) у партнерстві з факультетом декоративно-прикладного мистецтва Київської державної академії декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука. 2025. С. 246–248.

УДК 7.05:794]:613.86(043)

Давидяк Олег Богданович, студент кафедри дизайну

Марченко Аліна Анатоліївна, науковий керівник, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ДИЗАЙН НАСТІЛЬНИХ ІГОР ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДНОВЛЕННЯ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я

Анотація. У роботі досліджується потенціал дизайну настільних ігор як засобу відновлення ментального здоров'я. Показано, що поєднання геймдизайну, графічного оформлення, та соціальної взаємодії - сприяє зниженню рівня стресу й розвитку навичок саморегуляції та емпатії. Визначено, що настільні ігри можуть виконувати терапевтичну функцію, поєднуючи емоційний досвід і креативну активність гравців.

Ключові слова: настільна гра, геймдизайн, психічне здоров'я, арттерапія, соціальна взаємодія.

Вступ. У ХХІ столітті проблема ментального здоров'я набуває особливої актуальності через війну, економічну нестабільність та інформаційне перевантаження, що спричиняють тривожність і соціальну ізоляцію. У цих умовах зростає потреба в засобах психоемоційної підтримки, які поєднують терапевтичний і комунікативний потенціал. Настільні ігри, завдяки поєднанню геймдизайну, естетики й соціальної взаємодії, створюють безпечний простір для емоційного відновлення, розвитку емпатії та саморегуляції. Як інтерактивна форма комунікації, вони здатні виконувати терапевтичну функцію та формувати позитивний емоційний досвід.

Аналіз дизайну настільних ігор як інструменту відновлення ментального здоров'я є актуальним напрямом міждисциплінарних досліджень, що поєднує методи геймдизайну, психології, соціології та візуальних мистецтв. Метою роботи є виявлення принципів дизайну, здатних забезпечити емоційний комфорт, комунікацію та психоемоційну стабільність гравців.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження обрано наукові статті та книги, присвячені дизайну настільних ігор і питанням впливу ігрових практик на ментальне здоров'я. Аналіз проведено з використанням теоретичного, порівняльного,

соціологічного та аналітичного методів, що дало змогу визначити принципи дизайну, які сприяють емоційній стабільності, комунікації та психологічному комфорту гравців.

Результати. Комплексний аналіз сучасних наукових публікацій і практичних кейсів підтверджує, що дизайн настільних ігор має високий потенціал як ефективний засіб психоемоційної підтримки та відновлення ментального здоров'я. Його результативність зумовлена інтеграцією психологічних, соціальних і естетичних чинників, які забезпечують формування безпечного ігрового простору, сприятливого для емоційного розвантаження, розвитку емпатії та соціальної взаємодії. Емпіричні дослідження демонструють, що продумана структура ігрових механік, композиційна гармонія візуальної мови та збалансована символіка здатні позитивно впливати на когнітивні процеси, емоційний стан і поведінкові реакції учасників.

Дослідження, проведене Трі Респаті, Лілою Хандаяні та Саїдом Мауланой [1], показало, що участь підлітків у настільних іграх сприяє покращенню когнітивних здібностей, самооцінки та соціальної взаємодії. Після восьми тижневої програми ігрових занять рівень тривожності знизився на 23 %, а комунікативна активність зросла на 30 %. Подібну динаміку відзначає дослідження Яо Чінг-Тенга [3], у якому участь літніх людей у регулярних ігрових сесіях протягом дванадцяти тижнів призвела до істотного поліпшення когнітивних показників і соціальної залученості. Результати систематичного огляду, проведеного Чен Пей-Цзюнь, Хсу Хуей-Фен, Чен Кай-Міном і Белкастро Франческо [4], підтверджують, що настільні ігри підвищують когнітивну гнучкість і покращують психоемоційний стан літніх людей, знижуючи ризики розвитку депресії та когнітивних порушень. Це дає підстави розглядати настільні ігри як інструмент соціально-психологічної реабілітації. Приклади застосування дизайну ігор The Ungame, Dixit і Dungeons & Dragons у терапевтичному контексті підтверджують здатність дизайну впливати на емоційну сферу гравців.

The Ungame, побудована на принципах ненасильницької комунікації, стимулює розвиток емоційної рефлексії та емпатії, знижуючи міжособистісну напругу [2].

Dixit, завдяки використанню метафоричних ілюстрацій, формує навички усвідомлення емоцій і вербалізації внутрішніх переживань; дослідження Астрід Волс [5] показало, що 67 % учасників відзначили покращення здатності висловлювати почуття.

Dungeons & Dragons (TA-RPG), як форма групової терапії, розвиває соціальну взаємодію, довіру та командну співпрацю; за даними опитування, проведеного Міха-

лом Ковалем, Меган Кемпбелл і Рейчел Коверт [2], 74 % терапевтів засвідчили покращення міжособистісних комунікативних навичок клієнтів після шести–восьми сесій.

Визначальним чинником терапевтичної ефективності настільних ігор є естетика та структура геймдизайну, що формують рівень занурення, довіри та емоційної залученості. Як зазначають Патарапон Сіріарая, Джін Чой і Чай Сі Анг [2], саме дизайн гри визначає глибину емоційного переживання та створює умови для безпечного самовираження. Колористичні рішення, типографіка, пропорції компонентів і тактильні властивості матеріалів мають не лише декоративне, а й психотерапевтичне значення, впливаючи на рівень емоційного комфорту гравців.

Особливу роль у процесі психоемоційного відновлення відіграють кооперативні ігрові механіки, що сприяють формуванню відчуття спільності, взаємопідтримки та соціальної залученості. Участь у настільних іграх із кооперативним компонентом підвищує рівень соціальної активності, комунікативної взаємодії та знижує відчуття самотності серед гравців літнього віку. Це доводить, що колективна динаміка настільної гри може виступати ефективним інструментом соціальної адаптації, психологічної стабілізації та підтримки ментального благополуччя.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні впливу окремих елементів дизайну настільних ігор - кольору, форми, типографіки, наративної структури та матеріальності - на психоемоційні реакції гравців. Важливим завданням майбутніх досліджень є також розробка стандартизованої методології оцінювання терапевтичної ефективності ігрового дизайну, що дозволить обґрунтувати застосування настільних ігор у клінічній, освітній та соціальній практиці. Подальший розвиток цього напрямку передбачає інтеграцію підходів дизайну, нейропсихології, педагогіки та цифрових технологій з метою створення інноваційних форматів ігор, орієнтованих на підтримку ментального здоров'я та соціальної стійкості різних категорій населення.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що дизайн настільних ігор має значний потенціал у сфері психоемоційної підтримки та відновлення ментального здоров'я. Поєднання естетичних, геймдизайнерських і психологічних складових забезпечує створення ігрового середовища, спрямованого на зниження рівня стресу, розвиток емпатії та соціальної взаємодії. Застосування міждисциплінарного підходу, що об'єднує дизайн, психологію та педагогіку, є ключовою умовою ефективного формування терапевтичних ігор. Такі продукти виступають не лише засобом дозвілля,

а й інструментом психосоціальної реабілітації, сприяючи емоційній стабільності, саморефлексії та інтеграції особистості у спільноту.

Список використаних джерел:

1. ТріРеспаті, ЛілаХандаяні, СаїдМаулана. Ефективність настільної гри для підлітків як інструменту підтримки ментального здоров'я // Відкритий журнал громадського здоров'я. 2024. Т. 17, № 1. С. 98-107. DOI: <https://doi.org/10.2174/1874944502417010098>
2. Патарапон Сіріарая, Джін Чой, Чай Сі Анг. Дизайн ігор у психічному здоров'ї: кейс-орієнтований підхід до залучення користувачів // Журнал серйозних ігор (JMIR). 2021. Т. 9, № 1. e23813. DOI: <https://doi.org/10.2196/23813>
3. Яо Чінг-Тенг. Вплив настільних ігор на покращення когнітивних функцій у людей похилого віку, які відвідують денні центри // Соціальна робота та охорона здоров'я (Soc Work Health Care). 2019. Т. 58, № 9. С. 825-838. DOI: <https://doi.org/10.1080/00981389.2019.1656143>
4. Чен Пей-Цзюнь, Хсу Хуей-Фен, Чен Кай-Мін, Белкастро Франческо. Вплив настільних ігор на когнітивні функції літніх людей: систематичний огляд та метааналіз // Журнал «Ігри для здоров'я» (Games for Health Journal). 2022. Т. 11. С. 225-235. DOI: <https://doi.org/10.1089/g4h.2021.0132>
5. Астрід Волс, Лусія Серрано, Йоганна Дієріс-Хірше. Ефективність прикладних і звичайних ігор для ментального здоров'я та зміни поведінки // Фронтири психології. 2024. Т. 15. Стаття 1374261. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1374261>.
6. Проєкт Erasmus+ “The Artist Within - Applied eMOTION”. Використання гри Dixit як інструменту особистісного розвитку та терапії. 2022. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.appliedemotion.eu/dixit>

УДК 659.4:316.6

Демченко Анна Максимівна, магістрантка кафедри дизайну
Єфімов Юрій Володимирович, науковий керівник,
старший викладач кафедри дизайну
Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,
кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

РОЛЬ ІНТЕРАКТИВНОГО ПАКУВАННЯ У ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Анотація. У статті досліджується стратегічна роль інтерактивного пакування як інноваційного інструменту комунікаційного дизайну, що поєднує технологічні інновації, естетичні підходи та гуманістичні цінності в умовах відкритого воєнного протистояння та культурного супротиву. Проаналізовано роль інтерактивного пакування у формуванні нової візуальної культури споживання, здатної транслювати національні символи, культурну пам'ять і гуманістичні наративи. Визначено, що на тлі агресії, спрямованої на знищення української культурної ідентичності, пакування виходить за межі утилітарної функції та стає активним медіатором культурного супротиву. Акцент зроблено на застосуванні інноваційних технологій. У статті також висвітлено вплив війни на трансформацію функцій дизайну пакування – від утилітарно-інформаційної до соціокультурної та комунікативно-гуманітарної. Особливу увагу приділено тенденціям у сфері пакування, а також особливостям розвитку інтерактивного пакування в Україні.

Ключові слова: інтерактивне пакування, комунікативний дизайн, культурна пам'ять, національна ідентичність, інновації, культурний простір, сталий розвиток.

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах гібридних викликів та відкритого воєнного протистояння (зокрема – війни проти України) збереження й поширення національної культурної пам'яті стає не просто завданням, а стратегічною формою культурного супротиву. Водночас, дизайн та споживча культура переживають радикальну цифрову трансформацію. Інтеграція QR-кодів, NFC, доповненої реальності (AR) та інших інтерактивних елементів дозволяє «оживляти» фізичні об'єкти й багаторазово посилювати їхню комунікативну силу, охоплюючи аудиторії різних вікових груп.

Упаковка, як найбільш репетитивний і повсякденний артефакт, має високу частоту контакту зі споживачем, що робить її ідеальним каналом для неформальної та ненав'язливої культурної комунікації [1]. Перетворення упаковки на інтерактивний носій змісту відкриває нові можливості для трансляції культурних смислів, національних символів та гуманістичних наративів (наприклад, імідж міста, пам'ять про важливу подію, історична довідка чи месиджі захисту людяності).

Проведені огляди технологій AR та інтерактивних рішень у сфері культурної спадщини систематично підкреслюють, що AR-інструменти підвищують залучення і дозволяють тонко модулювати досвід сприйняття культурних об'єктів (як експозицій, так і фізичних артефактів) [2]. Накладання цифрового шару на фізичну упаковку здатне перетворити її на мініатюрний мультимедійний портал. Це робить інтерактивні технології надзвичайно перспективними для трансформації пакування у медіатор наративу культурної ідентичності.

У контексті війни такий підхід набуває додаткового гуманітарного виміру: дизайн пакування стає інструментом для зміцнення ментальної стійкості та ціннісної регенерації. Замість суто комерційного повідомлення, інтерактивний елемент може запропонувати заглиблення у твори мистецтва, що стверджують життя та гармонію, створюючи емоційний контраст із травматичними подіями та підтверджуючи тяглість української культури.

Попри зростання кількості робіт, присвячених аналізу дизайну пакування в аспекті екології, маркетингу чи сталого розвитку, недостатньо дослідженою залишається його соціокультурна функція – зокрема, роль інтерактивного пакування у трансформації національного культурного простору та актуалізації гуманістичних цінностей у контексті війни. Бракує системного теоретичного осмислення того, як інтерактивні технології в пакуванні можуть використовуватися для збереження культурної пам'яті, формування національної ідентичності та створення нових форм культурної комунікації. Таким чином, теоретичне осмислення й методологічне підґрунтя інтерактивного пакування як інструменту культурної трансформації та гуманітарного спротиву залишаються малодослідженими.

Мета роботи полягає у дослідженні та обґрунтуванні ролі інтерактивного пакування як інноваційного інструменту комунікативного дизайну, що здатен трансформувати та актуалізувати елементи національної культурної спадщини в

умовах війни, зокрема його потенціалу у збереженні культурної пам'яті, формуванні гуманістичних цінностей та популяризації української ідентичності через використання сучасних технологій і візуально-комунікативних стратегій.

Виклад основного матеріалу. Пакування у XXI столітті перетворюється на ключовий засіб комунікації між виробником і споживачем. У сучасних умовах воно виходить за межі утилітарної функції, стаючи носієм емоційних, культурних, екологічних і естетичних смислів. Зростання конкуренції на ринку, розвиток цифрових технологій та актуалізація питань екології зумовлюють необхідність пошуку нових форм взаємодії з користувачем [3]. Саме у цьому контексті з'являється феномен інтерактивного пакування – інноваційного напрямку дизайну, який об'єднує в собі візуальну комунікацію, технологічні рішення та гуманістичний підхід [4].

У наукових та дизайнерських публікаціях останніх років чітко простежується парадигмальний зсув [1; 4; 5; 6]: пакування більше не розглядається як суто утилітарна чи захисна оболонка, а осмислюється як ключовий засіб створення цілісного користувацького досвіду (UX). Ця зміна відображає перехід до економіки досвіду, де взаємодія з продуктом починається ще до його використання. У центрі сучасних досліджень перебуває питання гармонійного взаємозв'язку низки критичних факторів: естетичної форми (візуальна привабливість і брендинг), зручності використання (зручність відкривання, зберігання, транспортування, утилізації), емоційного впливу (створення відчуття радості, очікування чи приналежності) та екологічної відповідальності (використання сталого та біорозкладного матеріалу). Цей комплексний підхід перетворює пакування на багатофункціональний комунікативний інтерфейс.

Відбувається поступовий перехід від суто візуального впливу до багаторівневої взаємодії, у якій залучені всі сенсорні канали користувача [7]. Дизайнери усвідомлюють, що кожна тактильна, візуальна чи звукова характеристика упаковки є точкою дотику зі споживачем, яка впливає на сприйняття бренду та його цінностей. Відтак, пакування стає не лише «тихим продавцем» на полиці, а й активним каналом діалогу, здатним транслиувати складні етичні та культурні смисли. Ця еволюція логічно веде до інтеграції інтерактивних технологій, що посилюють емоційну глибину цього досвіду в умовах гібридних викликів та відкритого воєнного протистояння.

Принцип інтерактивності є ключовим каталізатором трансформації сучасного культурного простору, оскільки він зміщує акцент з пасивного спостереження на

активну участь та спільне спілкування [8]. У контексті інтерактивного пакування це означає, що споживач більше не є лише «зберігачем» продукту, а стає співавтором його культурного досвіду. Інтерактивність докорінно змінює традиційні підходи до культурної діяльності. Це стає можливим завдяки інтеграції традиційних художніх практик з інноваційними мультимедійними технологіями. У дизайні пакування це виявляється у здатності фізичного артефакту (упаковки) стати майданчиком для двосторонньої взаємодії. Таким чином, інтерактивне пакування виступає як комунікативний інструмент, що дозволяє точно модулювати досвід сприйняття та перетворювати споживчий продукт на динамічний носій національного культурного діалогу.

Традиційна функція пакування – захисна та естетична. Проте сучасне інтерактивне пакування (через інтеграцію AR-технологій, QR-кодів, NFC-міток) створює новий рівень емоційної взаємодії зі споживачем [4]. Цей феномен відповідає концепції «економіки досвіду», де продукт оцінюється не лише за його якістю, а й за унікальним досвідом, який він надає. Інтерактивне пакування поєднує у собі естетичну привабливість, інтелектуальні функції та здатність до взаємодії з користувачем. Його структура може включати цифрові інтеграції, технології доповненої реальності, а також сенсорні та трансформовані елементи, що реагують на дотик, температуру або зміну освітлення. Завдяки цьому пакування стає не лише носієм інформації, а й самостійним комунікативним середовищем, здатним розповідати історію бренду, навчати, розважати або сприяти усвідомленому споживанню [4; 6].

У науково-дослідних колах сьогодення інтерактивне пакування розглядається як логічний і необхідний етап еволюції дизайну, орієнтованого на людину (Human-Centered Design). В екзистенційної загрози національній ідентичності та культурній пам'яті, ця еволюція набуває стратегічного значення, оскільки дозволяє вивести функцію пакування далеко за межі комерції: пакування стає ціннісним медіатором. Завдяки інтерактивності, воно здатне транслювати гуманістичні та національно-культурні наративи, які є критично важливими в період стрімких соціокультурних трансформацій та цивілізаційних зламів. Такий підхід перетворює акт споживання на свідому взаємодію з культурною спадщиною та зміцнює ідентичність через емоційний досвід, сприяючи ментальній стійкості аудиторії в умовах травматизації. Такий підхід перетворює акт споживання на свідому взаємодію з культурною спадщиною та зміцнює

ідентичність через емоційний досвід.

Сучасні тенденції дизайну пакування характеризуються прагненням до мінімалізму, функціональності та екологічності. Замість надмірного декору перевага надається чистим формам, природним кольорам, біорозкладним матеріалам та розумним конструкціям, які дають змогу зменшити кількість відходів. Водночас популярності набувають персоналізовані рішення, що створюють унікальний досвід для кожного користувача. Усе це формує нову культуру споживання, у центрі якої — відповідальне ставлення до природи, технологій і власних виборів [5; 6].

В Україні розвиток інтерактивного пакування перебуває на етапі активного формування. У сфері національного культурного простору це відкриває унікальні можливості:

- Перетворення спадщини на наратив, коли інтерактивні елементи дозволяють пакуванню стати платформою для сторітеллінгу (storytelling), а сканування коду може відкрити доступ до 3D-моделі зруйнованого музею, відео про історію орнаменту чи анімованої легенди, пов'язаної з регіоном. Це перетворює національну спадщину з «музейного експонату» на живу, динамічну історію, яка легко інтегрується у цифрове середовище.
- Актуалізація нематеріальної спадщини, коли дизайн пакування стає ефективним інструментом для передачі нематеріальної культурної спадщини (intangible cultural heritage). Замість статичного зображення, інтерактивність може продемонструвати процес вишивання, народний танець чи звучання забутих музичних інструментів, що підсилює громадську гордість та усвідомлення культурної ідентичності.
- Гуманізм через дизайн, коли інтерактивність дозволяє перевести увагу споживача від щоденного травматичного інформаційного потоку до позитивного, творчого досвіду. Наприклад, через гейміфікацію (gamification) на упаковці можна інтегрувати елементи, що підвищують обізнаність про правила гуманного ставлення до природи, важливість донорства, волонтерства, формуючи таким чином ціннісний вимір людяності
- Прояв громадянської позиції, коли завдяки QR-кодам, упаковка миттєво перетворюється на цифровий портал для донатів на Збройні Сили України або гуманітарні фонди. Таким чином, акт покупки доповнюється актом свідомого внеску, інвестування у національну безпеку та прискорення Перемоги. Це підкреслює, що фінансова підтримка армії є не просто благодійністю, а невід'ємним елементом

соціальної активності, громадянської солідарності та громадянської позиції.

- Трансляція інформації про героїзм, коли інтерактивні елементи можуть надавати доступ до коротких, але потужних історій про героїзм захисників або зруйновані культурні об'єкти. Це перетворює упаковку на носій пам'яті та стимул до дії, підтримуючи високий рівень національної свідомості та усвідомлення спільної відповідальності за перемогу.
- Зміцнення ідентичності та тяглості, коли використання інтерактивного дизайну для якісної реінтерпретації національних мотивів (зокрема, елементів, які доводять історичну тяглисть української культури всупереч імперським зазіханням) є актом культурної автономії та спротиву. Споживач стає активним учасником цього наративу, підвищуючи лояльність не лише до бренду, а й до національних цінностей.

Хоча масштаб застосування таких ініціатив в Україні поки що залишається обмеженим, саме вони задають перспективний напрям для розвитку українського комунікаційного дизайну, забезпечуючи його органічну інтеграцію у глобальні технологічні тенденції.

Інтерактивне пакування також виконує ключову гуманістичну функцію, оскільки активно сприяє розвитку нової культури взаємодії між людиною та її предметним середовищем. Воно підкреслює, що роль дизайну виходить за межі суто естетичного впливу, набуваючи значення етичного висловлювання та ціннісного медіатора. Завдяки цим інноваційним рішенням, формується нова система цінностей, у якій технологічність, креативність та соціальна відповідальність не протиставляються, а гармонійно поєднуються.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що в умовах гібридних викликів та воєнного протистояння інтеграція цифрових технологій у дизайн пакування виводить його функцію на стратегічний рівень культурного спротиву. Інтерактивне пакування в умовах війни набуває нової ролі – воно перетворюється з утилітарного елемента маркетингової комунікації на інструмент культурної актуалізації та гуманістичного впливу. Синтез технологічних інновацій і комунікативного дизайну дозволяє упаковці виступати не лише носієм інформації про продукт, а й каналом трансляції національних цінностей, історичної пам'яті та ідентичності. Інтерактивні елементи створюють простір для нових форм культурного діалогу, де користувач стає не споживачем, а активним учасником наративу.

Аналіз сучасних тенденцій у сфері дизайну показав, що інтерактивне пакування стає важливим компонентом екосистеми сталого розвитку, адже поєднує естетичну виразність, екологічність і соціальну відповідальність. У цьому контексті гуманістичний потенціал дизайну проявляється через можливість підтримувати емоційну стійкість суспільства, формувати спільну культурну пам'ять і сприяти національній консолідації.

В українському культурному просторі інтерактивне пакування може відігравати роль «медіатора пам'яті» — засобу осмислення травматичного досвіду війни та одночасного підкреслення тяглості культурної традиції.

Отже, інтерактивне пакування є не лише технологічним феноменом, а й культурним інструментом, який формує новий тип взаємодії між людиною, продуктом і національним простором.

Список використаних джерел:

1. Srivastava P., Ramakanth D., Akhila K., Gaikwad K. K. Package design as a branding tool in the cosmetic industry: consumers' perception vs. reality. SN business & economics. 2022, Vol. 2(6). DOI: 10.1007/s43546-022-00222-5
2. Bekele M. K., Champion E. A Comparison of Immersive Realities and Interaction Methods: Cultural Learning in Virtual Heritage. Frontiers in Robotics and AI. 2019, Vol. 6. DOI: 10.3389/frobt.2019.00091
3. Буторіна В. Б. Розвиток ринку пакувальних матеріалів в Україні: товарознавчий аспект. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки. 2023. № 5 (72). DOI: 10.32689/2523-4536/72-13
4. Литвинюк Л., Єременко І., Тимошенко А. Інтерактивні компоненти в інтелектуальній упаковці. Актуальні питання гуманітарних наук. 2024, Вип. 82, том 1. С. 262–268. DOI: 10.24919/2308-4863/82-1-39
5. Ковінько О. М., Середницька Л. П. Інноваційні напрями сучасної упаковки товару. Приазовський економічний вісник. 2018. Вип. 2(07). С. 58–61.
6. Тренди у світі пакування: що популярне у 2025 році. Інтернет-видання «Полтавщина». 3 квітня 2025. URL: <https://poltava.to/news/81448/>
7. Kacavenda J. Packaging interaction differences – A case study ReimaGO packaging experience. Aalto University, School of Arts, Design & Architecture, 2018. 68 p. URL: <https://aaltodoc.aalto.fi/server/api/core/bitstreams/116b444d-3351-4996-8f40-49589e49817c/content>
8. Красненко О. Інтерактивність як явище культурного простору кінця XX – початку XXI століття. Питання культурології. 2023. DOI: 10.31866/2410-1311.42.2023.293771

УДК 7.012:655.533:[087.5:165.74](043.2)

Дехтярук Аліса Олександрівна, студентка кафедри дизайну

Здор Оксана Григорівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ДИТЯЧА КНИЖКА ЯК НОСІЙ ГУМАНІСТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ У СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ

Анотація. Розглянуто вплив гуманістичних цінностей на формування свідомості дитини в сучасному дизайні дитячих книжок. Визначено роль ілюстрації та візуальних засобів як інструментів передачі ідей доброти, емпатії та взаємоповаги. Проаналізовано, як через художні рішення в дизайні дитячих видань формуються морально-ціннісні орієнтири та естетичний смак підростаючого покоління.

Ключові слова: гуманізм, дитина, книга, дизайн, ілюстрація.

Вступ. Гуманізм посідає центральне місце у сучасній культурній та філософській думці, адже він визначає цінність людини як головну міру всіх речей. Його суть полягає у визнанні неповторності людської особистості, її права на свободу, розвиток і творчість. Проте сучасне розуміння гуманізму суттєво відрізняється від класичного ренесансного бачення: сьогодні це не лише ідея про людину як творця, а й про відповідальність людини перед іншими, природою та світом. У XX–XXI століттях гуманізм перетворився на цілісну соціокультурну систему, яка поєднує мораль, екологічне мислення, культурну толерантність і духовну стійкість.

В умовах швидких технологічних змін і глобальних викликів гуманістичні орієнтири набувають особливої актуальності. Вони стають моральною опорою, що допомагає людині не загубитися у світі інформаційних потоків, соціальної нестабільності та воєнних загроз. Для українського суспільства ці цінності мають ще глибше значення: гуманізм стає основою національного самоусвідомлення, формує культуру взаємопідтримки, співчуття й гідності. У часи випробувань саме людяність перетворюється на фундамент культурної стійкості.

Питання формування гуманістичних цінностей у сучасному мистецтві та дизайні розглядаються у низці сучасних наукових робіт. М. Шумка та І. Шандрук у статті «Трансформація гуманістичних ідей в сучасності» (2014) аналізують еволюцію

гуманізму як світоглядної системи — від класичного антропоцентризму до сучасного соціокультурного гуманізму, що поєднує етичні та культурні аспекти. Авторки наголошують на тому, що в умовах глобальних криз, гуманістичні принципи стають необхідною умовою збереження культурної ідентичності. [1]

У статті «Художньо-естетичні особливості дитячої книжкової ілюстрації» (Вісник ЛНАМ, 2018) Марина Токар розглядає дитячу книгу як потужний засіб формування естетичного і морального досвіду дитини. Авторка підкреслює, що ілюстрація здатна передавати гуманістичні цінності, культурну толерантність і духовну стійкість. [2]

Метою дослідження є виявлення особливостей відображення гуманістичних цінностей у сучасному дизайні дитячої книги та аналізі засобів візуальної комунікації, що сприяють формуванню морально-етичних орієнтирів дитини. Дослідження спрямоване на визначення ролі ілюстрації, кольору, композиції та типографіки як інструментів передачі ідей доброти, емпатії, поваги та гармонійного світосприйняття.

Основний матеріал. Мистецтво у цьому процесі виконує надзвичайно важливу роль, адже саме через художній образ суспільство осмислює поняття добра, краси та справедливості. Художники, письменники, дизайнери через свої твори створюють морально-емоційні орієнтири, що впливають на свідомість людей сильніше, ніж будь-які декларації. Особливо це стосується дизайну — сфери, яка поєднує візуальну привабливість із змістовністю та функціональністю. Завдяки композиції, образам, кольору, формі, типографії дизайнер має змогу донести до глядача ідеї поваги до життя, гармонії з природою, емпатії та добра.

Найбільш потужно гуманістичний потенціал дизайну проявляється у дитячій культурі. Адже саме дитина — найчутливіше сприймає візуальні образи. Образи героїв, кольори, композиція формують її світосприйняття задовго до того, як вона починає критично мислити. Тому дизайн дитячих книжок — це не лише питання творчого висловлення митця, а й виховання майбутньої особистості і громадянина, який уміє співчувати, цінувати життя й шукати гармонію у світі.

Таким чином, у сучасному культурному просторі гуманізм перестає бути лише філософською категорією — він набуває візуалізації в художніх творах. Через мистецтво й дизайн людство осмислює власну природу, вчиться бачити красу не в прикрашанні, а як прояв людяності і гідності.

Дитяча книга відіграє надзвичайно важливу роль у становленні світогляду

дитини та формуванні її моральних цінностей. Це не просто носій візуальної чи текстової історії — це ще один спосіб пізнання, особливий художній простір, у якому поєднуються слово й образ, зміст і форма, створюючи глибоке емоційне переживання. [3] Саме завдяки книзі дитина навчається розрізняти добро і зло, розуміти і поважати почуття інших, відкривати для себе і цінувати культурне й духовне розмаїття світу. У цьому контексті дизайн дитячої книги стає не лише елементом оформлення, а інструментом виховання гуманістичного світогляду.

Ілюстрація у дитячій літературі виконує функцію «мосту» між текстом і внутрішнім світом дитини. Вона інформує, пояснює, поглиблює, іноді навіть розширює зміст оповіді. Завдяки візуальним засобам — кольору, ритму, пластиці в зображенні сюжету — художник може передати важливі моральні ідеї: взаємопідтримку, довіру, любов до природи, турботу про ближнього. Такі образи допомагають дитині не просто зрозуміти події, а прожити їх, емоційно відчувти гуманістичний підтекст. [2]

Сучасний підхід до оформлення дитячих книг передбачає концептуальність — коли кожна деталь підпорядковується єдиній ідеї видання. Кольорові рішення, шрифт, верстка та композиція сторінок спільно створюють емоційну атмосферу, що допомагає розкрити основну думку тексту. Наприклад, використання приглушених теплих тонів може передавати затишок і доброту, тоді як динамічні кольорові контрасти формують відчуття пригоди або напруги. Усе це перетворює книгу на естетично цілісний і виховний об'єкт. [4]

В українському книжковому дизайні останніх років простежується активне звернення до гуманістичних тем. Творчість таких ілюстраторів, як Романа Романишин і Андрій Лесів (творча майстерня «Аграфка»), Євгенія Гайдамака, Оксана Була, Грася Олійко, Юлія Мітченко, Олег Петренко-Заневський, Анастасія Пташиць, Іван Сулима, Софія Ус демонструє, що сучасна дитяча книга може поєднувати високу художність із глибоким етичним змістом. Їхні роботи вирізняються м'якою колористикою, символічністю образів і природністю форм, які навчають дитину співчуттю, прийняттю та любові до навколишнього світу. [5]

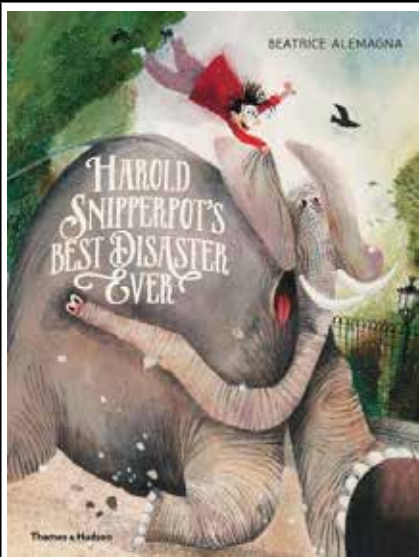


Іл.1. Оксана Була. «Брахмін»

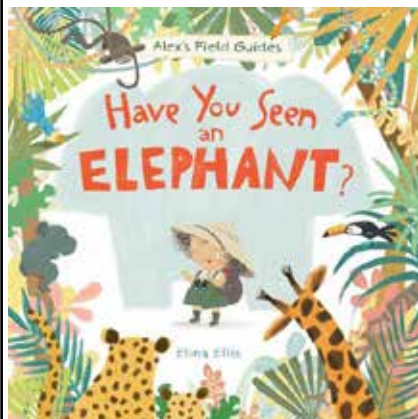


Іл.2. Грася Олійко. «Сукня для Марусі»

На світовому рівні цей напрям розвивають митці, які прагнуть виховати у дитини чуйність і здатність до емпатії через візуальну мову. Сідні Сміт, Девід Уокер, Ребекка Дотремер, Ян Кеббі, Анаска Аллепаз, Беатрікс Поттер, Софі Берроуз, Беатріс Алеманья, Каатъс Вермейре, Еліна Елліс, Бріоні Мей Сміт і можна ще довго перераховувати імена ілюстраторів, чиї роботи, попри різні підходи до тем і техніки ілюстрації, сповнені метафоричності та емоційної глибини. Їхні книги вчать читача не боятися почуттів, помічати красу і виявляти турботу про інших. [6]



Іл.3. Беатріс Алеманья. «Harold Snipperpot's Best Disaster»



Іл.4. Еліна Елліс. «Have You Seen an Elephant?»



Іл.5. Бріоні Мей Сміт. «Маргарет і єдиноріжко»

Тому дизайн і ілюстрацію дитячої книги сьогодні можна трактувати як особливий

вид культурної комунікації. Він поєднує мистецтво, педагогіку й етику, формуючи у дитини візуальний досвід, що впливає на її систему цінностей. Через образ і композицію дизайнер показує абстрактні гуманістичні поняття — доброту, емпатію, взаємоповагу — відчутними та близькими для сприйняття.

Висновки. Таким чином, сучасна дитяча книга є не просто об'єктом мистецтва, а джерелом морального виховання. Її оформлення може стати потужним засобом розвитку внутрішнього світу дитини, пробудження чутливості й людяності. Саме через поєднання тексту з ілюстраціями, дитина вчиться емоційно співпереживати, усвідомлювати моральні наслідки вчинків і сприймати світ у його багатоманітності. Отже, дизайн дитячої книги виступає не лише візуальним, а й духовно-виховним простором, у якому формується майбутня особистість із розвиненим почуттям добра, краси та відповідальності.

Список використаних джерел:

1. Шумка М., Шандрук І. Трансформація гуманістичних ідей в сучасності. Щорічник наукових праць студентів та викладачів кафедри філософії та політології ТНЕУ. 2014. С. 72-80
2. Токар М. Художньо-естетичні особливості дитячої книжкової ілюстрації. Вісник Львівської національної академії мистецтв. 2018. №35. С. 220–233.
3. Балабуха Н., Здор О., Радько К. Дизайн книги як проектна робота студентів спеціалізації «графічний дизайн» Університету Грінченка. АРТ-платФОРМА. 2024. № 1 (9), С. 304-323
4. Кошка А.Д., Здор О.Г., Лихолат О.В. Ілюстрована книга в українському культурному просторі: між традицією та сучасністю (на прикладі авторського дизайну до твору Івана Франка). Український мистецтвознавчий дискурс. 2025. Випуск 3. С. 60-69.
5. Ілюстрація як простір смислів: інтерв'ю з Романою Романишин та Андрієм Лесівим. Офіційний сайт Видавництва Старого Лева. 2021. URL: <https://starylev.com.ua/news/romana-romanyshyn-i-andriy-lesiv-ilyustraciyi-mayut-rozvyvaty-myslennya> (дата звернення: 19.10.2025)
6. Солсбері М., Стайлз М. Дитячі книжки-картинки: Мистецтво візуальної оповіді. — Київ : ArtHuss, 2023. 208 с.

Єфімов Юрій Володимирович, старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна
y.yefimov@kubg.edu.ua

ФОРМУВАННЯ У СТУДЕНТІВ НАВИЧОК З ПРАКТИКИ ПІДГОТОВКИ МАКЕТІВ ДО ДРУКУ В ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ (ADOBE ILLUSTRATOR)

***Анотація.** У цій статті розглянуто питання формування у студентів професійних навичок з практики підготовки макетів до друку в цифровому середовищі, зокрема використання таких інструментів як Adobe Illustrator. Основними видами друку можна назвати цифровий і офсетний. Цифровий (DIGITAL) друк — це процес, при якому файли передаються безпосередньо з комп'ютера на аркуш паперу, приблизно так само, як це відбувається з настільним лазерним принтером. Тільки на відміну від останнього друкарські верстати дають змогу забезпечити максимальний контроль і керування кольором. Такий спосіб друку краще використовувати для невеликих тиражів обмежених розмірів (до A3+ (це розширений формат A3 і в різних виробників його розміри відрізняються). Орієнтиром можна вважати 329x483 мм) і за умови 4-кольорового друку. Цифрові друкарські машини не можуть друкувати плашкові кольори (Pantone). Плюсом цифрового друку є те, що такий процес займає дуже мало часу, а результат може виглядати не гірше офсетного — так само чисто і яскраво. Проте, на жаль, існує обмеження при виборі паперу, який можна використовувати.*

Офсетний (OFFSET) друк виконується з використанням традиційного друкарського типографського верстата. Файли в цьому випадку переводяться з комп'ютера на металеві пластини (так звані плівки), які встановлюються в друкарський верстат і використовуються для кожного кольору окремо. Офсетний друк вирізняється високою чіткістю і яскравістю зображення, що наноситься. Таким чином можна друкувати яку завгодно продукцію практично будь-якими фарбами: СМУК, Pantone, можна використовувати спеціальні фарби, які імітують срібло, золото, а також наносити лаки — офсетний, водно-дисперсійний або УФ-лак. Слід зазначити, що для офсетного друку підходять будь-які типи паперу — офсетний, крейдований та картон. Існують машини, які друкують навіть на пластику різної товщини. Процес друку офсетним способом досить швидкий, а при великих тиражах його переваги безперечні й поза

конкуренцією.

Мінусом є обмеження по мінімальному тиражу — економічно вигідним буде наклад від 300 штук А3 формату (або від 500 штук А4). Так само у офсетного друку багато своїх особливостей, досить складна (на відміну від цифрового) підготовка до друку, процес приладження тощо.

Як уже зазначалося, пластини (плівки) готуються для кожного кольору окремо. І під час друку кольори можуть не ідеально збігатися один з одним. Це добре помітно, якщо надруковано дрібний чорний текст на кольоровому тлі. Якщо плівки накладаються неідеально, навколо букв ми бачимо муар, розмиття або незаплановане обведення білого кольору. Таке буває, якщо макет підготовлений до друку неправильно: під 100 % чорним кольором не застосовано команду «Накладення заливки», «Множення» (Multiply) або «Перекриття» (Overprint). Адже цей прийом допомагає уникнути браку — білого обведення навколо чорних літер. Проте якщо букви або інші елементи не 100 % чорні, то такий спосіб не можна застосовувати, оскільки зміниться колір літер, а це неприпустимо на вже затвердженому макеті.

Поданий до друку готовий макет має свій опис. Виглядає це приблизно так: А4+5 мм 90 г/м² 4+0. З цього опису друкар розуміє, що формат макета А4 (210x297); +5 мм — це виліт під обріз, якщо додаткової інформації немає — значить, з усіх боків; 90 г/м² — тип щільності паперу, в цьому разі трохи щільніше звичайного офісного паперу для настільних принтерів і заяв про прийом на роботу; 4+0 — це кількість кольорів СМΥК. Якщо кольорів більше, наприклад 5 або 6 (6+0), то це означає, що в макеті використані пантони. Зазвичай їхні номери описуються окремо, хоча при відкритті макета пантони видно у віконці зразків кольорів. Якщо зазначено 4+4, то макет двосторонній. Тобто це листівка, в якій обидві сторони друкуються і є повнокольорові СМΥК. Якщо в описі зазначено 4+2, значить, один бік друкуються повнокольорово, а другий (зворотний) — двома кольорами (наприклад, чорним і жовтим). 6+1 означає, що одна сторона друкуються в палітрі СМΥК і додано ще 2 плашечних кольори, а зворотна — в один колір (зазвичай чорний). І так далі. Якщо макет нестандартного розміру, то замість А4 буде зазначено інші параметри (спочатку горизонталь). Так само вказується й інша щільність — від 115 г/м² або 300 г/м² і аж до 450 г/м² (картон). Займаючись додрукарською підготовкою, дизайнерові необхідно пам'ятати про деякі нюанси: не робити в макеті тонких ліній, товщиною менше 0,5 pt, або, якщо текст

набрано дрібним кеглем, краще фарбувати його в один колір і не ставити на виворотку тощо.

Список використаних джерел:

1. Єфімов Ю.В. Комп'ютерні технології в дизайні або Adobe двома руками // навчальний посібник. Київ: КСУБГ, 2024, 120 с.

Жарікова Дарина Євгенівна, студентка кафедри дизайну
факультету образотворчого мистецтва і дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ Й ТРАНСЛЯЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ (НА ПРИКЛАДІ СЕРВІСУ ТАКСІ «RUKH»)

Анотація. У роботі досліджується функціональна роль фірмового стилю (айдентики) як потужного інструменту для збереження, популяризації та трансляції українських культурних традицій у сучасному медіа- та бізнес-просторі. Проаналізовано ключові елементи айдентики (логотип, колористика, шрифти, Tone of Voice) як носії культурних кодів. На прикладі гіпотетичного сервісу таксі “Rukh” (Рух) розроблено концепцію культурно орієнтованого брендингу, що використовує неофольклорний мінімалізм та символіку руху/відродження. Доведено, що свідомо інтеграція національних мотивів перетворює комерційний бренд на активного формовача національної самосвідомості та елемент культурної стійкості.

Ключові слова: Фірмовий стиль, айдентика, культурний брендинг, українські традиції, неофольклор, орнамент, національна самосвідомість, Tone of Voice, сервіс “Rukh”, культурна стійкість.

Актуальність роботи полягає у зростаючому значенні національної ідентифікації та культурної стійкості у сучасному глобалізованому світі, де комерційні бренди набувають функції культурних трансляторів. У дослідженні аналізується функціональна роль фірмового стилю (айдентики) як потужного інструменту для збереження, популяризації та трансляції українських культурних традицій у бізнес- та медіа-просторі. Проаналізовано, як ключові елементи айдентики – логотип, колірна палітра, шрифти, Tone of Voice – можуть виступати носіями автентичних культурних кодів. На прикладі гіпотетичного сервісу таксі “Rukh” (Рух) розроблено концепцію культурно орієнтованого брендингу, що використовує підхід неофольклорного мінімалізму та символіку руху, відродження і єдності. Доведено, що свідомо інтеграція національних мотивів перетворює комерційний бренд на активного формовача національної самосвідомості та елемент культурної стійкості, що робить традицію актуальною та привабливою для сучасної аудиторії.

Тези доповіді. Фірмовий стиль (айдентика) як система: Фірмовий стиль є комплексом елементів (логотип, колірна палітра, шрифти, графічні константи, слоган, Tone of Voice), що формують цілісний образ бренду, забезпечують його впізнаваність і транслиують цінності.

Культурна місія брендингу. Сучасний брендинг може виступати потужним культурним інструментом, інтегруючи національні традиції, символіку та естетику для їх збереження в актуальній формі, популяризації серед молодшої аудиторії.

Елементи української культурної спадщини в дизайні. До ключових елементів інтеграції належать орнаментика (вишивка, писанкарство), колористика (гармонії, що базуються на природних і символічних українських кольорах), шрифтові рішення (стилізація під історичну кирилицю, скоропис) та мотиваційні символи (тризуб, сокіл, дуб, калина).

Аналіз кейсів-інтеграторів. Існує низка українських брендів (наприклад, Yaroslav, Oleshchuk, Litkovska), а також дизайнерських рішень (айдентика українських міст, національних кампаній), які успішно використовують культурні коди, доводячи їхню конкурентоспроможність і актуальність.

Гіпотетична айдентика сервісу “Rukh”. Сервіс таксі “Rukh” (Рух) може стати прикладом культурно орієнтованого бренду. Назва бренду символізує динаміку, розвиток і відродження. Візуальна айдентика може базуватися на неофольклорному мінімалізмі: логотип — стилізований геометричний символ, колір з символічним навантаженням.

Трансляція ідентичності через комунікацію. Tone of Voice “Rukh” має бути шанобливим, динамічним і україноцентричним. Комунікація може включати короткі цитати видатних українських діячів, використання сучасного сленгу з українським корінням.

Соціальне значення культурно орієнтованого брендингу. Бренди, що свідомо інтегрують національні коди, виконують роль формувачів національної самосвідомості та гордості. Вони роблять традицію доступною і сучасною, перетворюючи культурну спадщину на елемент щоденного життя і сучасного стилю.

Брендинг як інструмент культурної стійкості. В умовах інформаційних воєн, свідоме використання української айдентики у комерційних брендах є актом культурної стійкості. Бренди, що транслиують національні цінності, стають неформальними

амбасадорами України на світовій арені та зміцнюють внутрішню ідентифікацію, протидіючи культурній асиміляції.

Неофольклорний мінімалізм як сучасний тренд. Ефективна інтеграція традицій вимагає відмови від прямого копіювання (шароварщини) на користь неофольклорного мінімалізму. Використовуються чисті, геометричні форми, які зберігають сутність орнаменту чи символу, але адаптують його до вимог сучасного графічного дизайну та цифрового простору, що робить українську естетику глобально конкурентоспроможною.

Інтерактивна культурна комунікація (На прикладі “Rukh”). Сервіс “Rukh” може використовувати цифрові інструменти, такі як мобільний додаток та сайт для інтерактивної трансляції культури.

Вступ. У сучасному світі, що характеризується процесами інтенсивної глобалізації та динамічного обміну інформацією, питання збереження національної ідентичності набуває стратегічної ваги. В умовах формування єдиного світового медіа-простору, бренди перестають бути виключно комерційними; вони перетворюються на потужні соціальні та культурні інструменти. Вони здатні транслювати цінності, ідеологію та національну приналежність. Фірмовий стиль (айдентика), як найбільш видима, та стала система комунікації бренду, є основною для виконання цієї культурної місії. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю наукового обґрунтування використання елементів матеріальної та духовної культури для сучасного українського брендингу. На тлі національного відродження та потреби зміцнення культурної стійкості, важливо не просто копіювати традицію, а інтегрувати її культурні коди (орнамент, колористику, символіку) у сучасний дизайн. Метою статті є аналіз потенціалу фірмового стилю як ефективного механізму збереження, популяризації та трансляції українських культурних традицій та, на основі цього, розробка концепції культурно орієнтованого брендингу гіпотетичного сервісу таксі “Rukh”.

Фірмовий стиль є уніфікованою системою візуальних та поведінкових елементів, що забезпечують сприйняття бренду та його відмінність від конкурентів. Ключові елементи, такі як Логотип, Колірна Палітра, Шрифтові Гарнітури, Графічні Константи, Слоган та Tone of Voice, у контексті культурного брендингу несуть функцію кодуючого носія. Кожен з них може бути наповнений історичним та символічним значенням,

перетворюючи бренд на місток між традицією та сучасністю. Культурна місія брендингу полягає у збереженні (через оцифрування та модернізацію кодів), популяризації (через масове використання) та трансляції (через комунікаційні канали) національної спадщини. Ефективна інтеграція традицій вимагає відмови від прямого копіювання на користь неофольклорного мінімалізму. Цей підхід передбачає використання чистих, геометричних форм, які зберігають сутність орнаменту чи символу, але адаптують його до вимог сучасного графічного дизайну та цифрового простору.

Інтеграція національних традицій реалізується через візуальні та вербальні коди. Український орнамент (вишиванка, писанкарство) є закодованою мовою символів; у сучасному дизайні він перетворюється на мінімалістичний патерн або графічну константу, що надає бренду глибини без візуального перенасичення. Колористика має відходити від банального використання лише державних кольорів, фокусуючись на глибоких, природних відтінках, що асоціюються з українською землею, небом та народним мистецтвом (бронзовий, теракотовий, смарагдовий). Це забезпечує емоційну асоціацію з автентичністю. У сфері типографіки використовуються сучасні гротескні шрифти, що мають українські акценти (наприклад, стилізація під скоропис). Що стосується вербальних кодів, то Tone of Voice бренду має бути шанобливим, сучасним та україноцентричним, інтегруючи культурні елементи через прислів'я, крилаті фрази або комунікаційні ініціативи, що підтримують культурні проєкти. Прикладами успішної інтеграції є українські бренди моди (Yaroslav, Etnodim), які перетворюють етнічний одяг на високий fashion, а також айдентика національних проєктів, що використовує модернізовані елементи української архітектури та каліграфії.

Гіпотетичний сервіс таксі “Rukh” (Рух) є ідеальним прикладом для реалізації культурно орієнтованого брендингу у сфері послуг.

Соціальне значення культурно орієнтованого брендингу є критичним. Бренди, що свідомо інтегрують національні коди, виконують роль формувачів національної самосвідомості та гордості. Вони роблять традицію доступною і модною, перетворюючи культурну спадщину з музейного експонату на активний елемент щоденного життя. В умовах гібридних загроз, свідоме використання української айдентики є актом культурної стійкості (resilience). Бренд, візуально та вербально україноцентричний, стає неформальним амбасадором країни, зміцнюючи ідентифікацію громадян та просуваючи позитивний образ України за її межами.

Отже, фірмовий стиль є потужним, багатофункціональним інструментом. Його використання для збереження та трансляції українських культурних традицій є стратегічним рішенням, що об'єднує комерційну мету та національну місію. Успішна інтеграція потребує модернізації традиційних мотивів на користь сучасних, мінімалістичних та естетично привабливих рішень. Гіпотетичний сервіс "Rukh" демонструє, як у сфері послуг можна створити бренд із глибоким національним підтекстом, який транслюється через візуал та інтерактив. Культурно орієнтований брендинг не лише зміцнює національну самосвідомість, але й є стратегічним елементом культурної стійкості, перетворюючи спадщину на активну частину сучасної ідентичності. Розвиток таких брендів є важливим кроком у формуванні сильного та культурно насиченого образу України у XXI столітті.

Основна частина. Механізми інтеграції.

Концептуалізація фірмового стилю та його культурна функція. Фірмовий стиль є комплексною, уніфікованою системою візуальних, вербальних та поведінкових констант. Вони забезпечують цілісність образу бренду. У комерційній площині його функція полягає у диференціації та формуванні лояльності; він набуває стратегічної культурної функції у контексті національного брендингу.

Кожен елемент айдентики стає кодуєчим носієм культурної інформації: візуальні елементи (логотип, колір, графіка): працюють на підсвідомому рівні, викликаючи асоціації з пейзажами, історією та мистецтвом; вербальні елементи (слоган, Tone of Voice): артикулюють цінності, манеру спілкування та мовну ідентичність; поведінкові елементи (сервіс, ритуали): інтегрують культурні норми.

Культурна місія брендингу полягає у трансформації національних традицій: перетворення їх з історичних елементів на актуальний дизайнерський код. Ця трансформація має включати збереження сутності, популяризацію серед мас через масовий продукт і глобальну трансляцію в сучасному світі.

Уникнення "шароварщини" та створення конкурентоспроможного бренду вимагає свідомого застосування неофольклорного мінімалізму: традиційний символ або орнамент геометризується, спрощується та модернізується.

Візуальна інтеграція: орнамент, колористика, символіка та культурна комунікація. Український орнамент задованою мовою оберегів, та знаків життєдайної сили. Замість повного копіювання вишивки, ефективний брендинг використовує

геометризацію елементів (ромб, хвиля, дерево життя) культури українських регіонів. Ці патерни використовуються як фон, акцентні лінії або елементи уніформи, надаючи бренду унікальну, але не переобтяжену ідентичність. Також можливе використання одного-двох ключових елементів орнаменту (наприклад, стилізована ружа або геометрична сварга) як основи логотипу. Національна колористика пропонує широку палітру. Важливо використовувати кольори з потужним символічним навантаженням: відтінки бронзово-жовтого, теракотового, насиченого чорнозему (антрацитового) — символи родючості, багатства та стабільності; глибокий смарагдовий (ліс, весна) та волошковий (небо, чистота) — додають бренду природності та життєствердної енергії. Використання шрифтів, що стилізовані під історичні форми української кирилиці, козацький скоропис або рубаний гротеск, надає бренду рішучості та національної приналежності, проте можна впровадити більш мінімалістичний шрифт, для акценту на сучасності бренду. Tone of Voice (ToV) – манера спілкування бренду – є не менш важливим носієм культури. Для сервісу таксі "Rukh" варто впровадити використання сучасної, живої української мови. Доцільно обрати динамічний, шанобливий, але при цьому близький до клієнта стиль мовлення. Наприклад, у повідомленнях замість сухого офіціозу використовувати фрази з елементами української гостинності або патріотичної гордості. Слоган має бути лаконічним і багатозначним, наприклад, "Rukh. Твоя країна, твій шлях." – поєднує особисту подорож із національною візією.

Кейс-аналіз та моделювання: сервіс таксі "Rukh". Сервіс таксі "Rukh" (Рух) є ідеальною моделлю для впровадження культурно орієнтованого брендингу у сфері мобільних послуг, оскільки його назва поєднує пряму функцію (транспортування) із символікою національного відродження та розвитку. Прикладом можуть бути персоналізовані повідомлення в додатку, що використовують українські вітання та побажання ("Доброго Руху!", "Щасливої дороги!").

Значення культурно орієнтованого брендингу. Бренди, що інтегрують національні коди, виконують роль формування самосвідомості нації.

По-перше, вони сприяють актуалізації традиції, перетворюючи на елемент повсякденного життя (Теза 9). Це особливо важливо для молоді, яка сприймає таку форму як модну та прогресивну.

По-друге, в умовах зовнішнього впливу, свідоме використання української айдентики є актом культурної стійкості (resilience) (Теза 8). Це зміцнює внутрішню

ідентифікацію та протидіє процесам асиміляції, створюючи візуальний і комунікаційний бар'єр проти зовнішніх культурних загроз. Бренди стають неформальними амбасадорами національних цінностей, формуючи позитивний та сильний образ України на глобальному рівні.

Висновки. За результатами проведеного аналізу, фірмовий стиль однозначно ідентифікується не лише як комерційний інструмент маркетингу та диференціації, але й як стратегічний механізм культурної комунікації. Дослідження довело, що свідомо інтеграція українських культурних традицій у візуальні та вербальні елементи бренду є ефективним шляхом для їхнього збереження та актуальної трансляції у сучасному медіа-просторі. По-перше, фірмовий стиль функціонує як система збереження спадщини, де кожен елемент наповнюється національним змістом. Застосування підходу неофольклорного мінімалізму дозволяє брендам, як гіпотетичний "Rukh", відійти від застарілих форм і представити українську естетику як модерну, конкурентоспроможну та глобально зрозумілу. По-друге, культурно орієнтований брендинг має глибоке соціально-культурне значення. Він сприяє актуалізації традиції, роблячи її частиною щоденного споживання, що є критично важливим для формування національної самосвідомості серед молодого покоління. Бренди, які займають таку позицію, стають неформальними амбасадорами України, посилюючи її культурну стійкість в умовах зовнішніх інформаційних та культурних загроз. На прикладі "Rukh" було змодельовано, як через інтерактивну комунікацію комерційний сервіс може перетворитися на ідентифікаційний простір. По-третє, виявлено, що у сфері послуг, де фізичний продукт відсутній, саме якість та змістовне наповнення Tone of Voice та поведінкових елементів є ключовими для трансляції культурних цінностей. Таким чином, фірмовий стиль є не лише естетичним оформленням, а й інструментом культурного суверенітету. Подальші дослідження мають бути спрямовані на оцінку ефективності такого культурно орієнтованого брендингу та його впливу на лояльність споживачів. Розвиток національно свідомих комерційних проєктів, подібних до "Rukh", є стратегічним напрямком для формування цілісного, сильного та культурно насиченого образу України у XXI столітті.

Список використаних джерел:

1. І.Г. Савченко Фірмовий стиль – один із основних елементів формування іміджу

- підприємства. Збірник наукових праць. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.6.44>
2. З.С. Люльчак, А.А. Ліпенцев, Ю.І. Галушак Національний бренд та брендинг у контексті міжнародних подій URL: <https://ena.lpnu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/6a5baa1d-196e-4d23-a0df-a22b50ef8dae/content>
 3. С. Колесніченко Фірмовий стиль – секрет успішної компанії URL: <https://citysites.ua/blog/446>
 4. В.Й. Горобець 3 історії назв кольорів в українській мові URL: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/KM/pdfs/Magazine12-9.pdf>
 5. Фірмовий стиль магазину «Ярослав» URL: https://yaroslav.ua/?srsltid=AfmBOool132nvJpM3Mz1bQzn_N8jV0ABpSHO_-ojSJJgziNPdTzSSPR1
 6. Фірмовий стиль магазину «Oleshchuk» URL: <https://oleshchuk.com/>
 7. Фірмовий стиль магазину «Litkovska» URL: https://litkovska.com/?srsltid=AfmBOopiwlGdOqjtb2HWODkn93FA3OGAINK1zKwPya0fvchxxP_rIsf4
 8. Айдентика міста Запоріжжя URL: <https://zaporizhzhia.city/>
 9. О. Ю. Амосов, Н. В. Діденко, К. Ю. Лебедєва Брендинг як основний інструмент маркетингу в Україні URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/12_2015/4.pdf
 10. А. Хачкевич М. Яворська Ідентичний підхід до національного брендингу URL: https://www.researchgate.net/publication/349102365_Identicnij_pidhid_do_nacionalnogo_brendingu
 11. І. О. Сиваш Мотиви етнодизайну в сучасній візуальній культурі
 12. Ю.В. Єфімов Комп'ютерні технології в дизайні або Adobe двома руками // навчальний посібник. Київ: КСУБГ, 2024, 120 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/50064/1/Y_Yefimov_Adobe2rukamy_A5_Ua_2024_FOMD.pdf

Журавльова Наталія Анатоліївна, старший викладач кафедри рисунка
Національна академія образотворчого мистецтва і архітектури
Київ, Україна
nataliia.zhuravlova@naoma.edu.ua
ORCID: 0000-0002-2685-0826

СКЕТЧИНГ І АКАДЕМІЧНИЙ РИСУНОК ЯК ОСНОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНЕРА

***Анотація.** У тезах розглянуто роль академічного рисунка та скетчингу у формуванні професійних компетентностей графічного дизайнера. Проаналізовано історичні та сучасні підходи до викладання рисунка, значення для розвитку просторового мислення та композиційної культури. Окремо висвітлено вплив реформ освіти та воєнного стану на систему академічної підготовки художників і дизайнерів.*

***Ключові слова:** скетчинг, академічний рисунок, графічний дизайн, художня освіта, професійна підготовка.*

Вступ. Графічний дизайн як сфера візуальної комунікації потребує від фахівців здатності поєднувати креативність із технічною точністю та глибоким розумінням форми. Традиційно ці компетентності формуються завдяки академічному рисунку, який є основою мистецької освіти [2; 3; 4]. Сучасні освітні реформи та виклики воєнного часу зумовлюють необхідність переосмислення методів викладання мистецьких дисциплін, зокрема рисунка, але не зменшують його значення. Поєднання академічної школи зі скетчингом і цифровими технологіями створює новий рівень підготовки дизайнерів [1; 5; 6; 8].

Аналіз досліджень і сучасних викликів. Академічний рисунок розглядають як базовий інструмент розвитку окоміру, аналітичного мислення та здатності відтворювати просторові форми [2; 3]. Брильов, Колесников та Кузьмічова досліджують виклики, що постали перед академічною художньою школою після реформування освіти: зменшення навчальних годин, потреба інтеграції цифрових засобів, оновлення змісту дисциплін [1]. Цугорка підкреслює, що воєнний стан створив нові труднощі: адаптація навчального процесу до змішаних і дистанційних форматів, психологічна підтримка студентів, збереження академічних стандартів мистецької освіти [8]. Скетчинг, як показують сучасні дослідження, ефективно доповнює традиційний рисунок,

забезпечуючи швидку візуалізацію ідей і адаптацію до вимог ринку[5; 6].

Мета та завдання. Метою роботи є визначення ролі скетчингу та академічного рисунка в підготовці графічних дизайнерів у сучасних умовах трансформацій мистецької освіти.

Завдання:

- дослідити значення академічного рисунка для розвитку професійних компетентностей;
- проаналізувати місце скетчингу у сучасній дизайнерській практиці;
- окреслити вплив реформ та воєнного стану на викладання рисунка і запропонувати шляхи його поєднання з цифровими технологіями.

Основний зміст. Академічний рисунок забезпечує дизайнерові здатність працювати з формою, пропорціями та простором — фундамент для створення якісної графічної продукції [2; 3]. Він формує вміння бачити конструкцію предметів, розвиває аналітичне мислення та художній смак. Скетчинг доповнює ці навички швидкістю та динамічністю, дозволяючи дизайнеру оперативно передавати концепції замовникам та колегам [5; 6]. Сучасна мистецька освіта в Україні стикається із викликами: скорочення академічних годин, потреба цифровізації, а також вплив воєнного стану на навчальний процес [1; 8]. У таких умовах поєднання класичного рисунка, скетчингу та цифрових технологій (графічні планшети, програмні засоби для візуалізації) стає ключем до підготовки конкурентоспроможних дизайнерів.

Висновки. Академічний рисунок і скетчинг залишаються фундаментальними елементами підготовки графічного дизайнера навіть за умов реформування та воєнних викликів. Академічний рисунок забезпечує глибоке розуміння форми, а скетчинг — гнучкість і швидкість візуалізації. Їх поєднання, доповнене цифровими технологіями, відповідає сучасним потребам ринку та освітнім викликам України [1; 5; 6; 8].

Список використаних джерел:

1. Брильов С. В., Колесников В. В., Кузьмічова В. С. Виклики та проблеми сучасної академічної художньої школи після реформи освіти в українських мистецьких ЗВО // Арт-платформа. 2024. Вип. 1(9). С. 281–303. DOI: 10.51209/platform.1.9.2024.281-303
2. Гончаренко С. У. Основи рисунка та перспективи у підготовці дизайнерів. Київ: Ліра-К, 2020.

3. Кузьмін О. В. Рисунок і композиція в дизайні: методичні рекомендації. Харків: ХДАДМ, 2019.
4. Малевич К. Світ як безпредметність. Київ: Мистецтво, 2018.
5. Paul C. Digital Art. Thames & Hudson, 2023.
6. Phelps S., Austin K. Sketching for Design: Visual Thinking in the Digital Era. New York: Routledge, 2022.
7. Popper F. From Technological to Virtual Art. MIT Press, 2018.
8. Цугорка О. Мистецька академічна освіта в умовах воєнного стану // Українська академія мистецтва. Збірник наукових праць. 2022. Вип. 32. С. 161. DOI: 10.32782/2411-3034-2022-32-22

Забояк Ірина Богданівна, магістрантка кафедри дизайну
Карпов Віктор Васильович, науковий керівник,
доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ВПЛИВ АРТ-ПРАКТИК НА ЕМОЦІЙНЕ ВІДНОВЛЕННЯ ТА ПСИХОЛОГІЧНИЙ СТАН СТУДЕНТІВ-ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

***Анотація.** У даній статті проаналізовано вплив сучасних мистецьких практик, зокрема ведення творчих і візуальних щоденників, нейрографіки та нейроарту, на психоемоційний стан та процеси емоційної саморегуляції здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Графічний дизайн» у контексті викликів воєнного стану. Досліджено історико-теоретичні передумови використання творчих щоденникових практик як інструментарію для саморефлексії та емоційного опрацювання досвіду. Охарактеризовано специфіку методик, що інтегрують художню діяльність із психологічними механізмами емоційного відновлення та досягнення внутрішньої рівноваги. Аргументовано потенціал арт-практик як ефективного засобу для формування психологічної стійкості та підтримки креативного мислення студентів-дизайнерів у кризових соціокультурних умовах.*

***Ключові слова:** арт-практики, візуальний щоденник, нейрографіка, нейроарт, емоційне розвантаження, саморефлексія, дизайн-освіта, війна.*

Вступ. Повномасштабна воєнна агресія проти України зумовила докорінні трансформації в усіх сферах суспільного життя, що мало значний вплив на функціонування системи вищої освіти. Студентська молодь опинилася в умовах безпрецедентного психологічного навантаження, спричиненого перманентною невизначеністю, динамічними змінами середовища та частими кризовими ситуаціями. Зазначені чинники здійснюють деструктивний вплив на емоційний стан, мотиваційну сферу, працездатність та когнітивні функції здобувачів вищої освіти.

Особливо вразливою в цьому контексті є категорія студентів, що навчаються за творчими спеціальностями, зокрема «Графічний дизайн», оскільки емоційна чутливість, здатність до глибокої рефлексії та креативне мислення є фундаментальними компонентами їхньої майбутньої професійної діяльності. Психоемоційна дестабілізація,

аккумуляція стресових станів та підвищений рівень тривожності можуть детермінувати зниження академічної успішності, провокувати професійне вигорання, блокування творчих процесів та втрату здатності до мистецького самовираження. В умовах воєнного стану студенти часто зіштовхуються з додатковими викликами: вимушеним переміщенням, дезінтеграцією академічних колективів, порушенням комунікаційних зв'язків, а також втратою звичних джерел натхнення та соціальної підтримки.

Слід зазначити, що заклади вищої освіти не завжди володіють достатніми ресурсами для забезпечення системної психологічної допомоги, а наявний потенціал переважно спрямований на задоволення базових потреб безпеки та організацію освітнього процесу. За таких умов особливої актуальності набувають методичні підходи, що забезпечують інтеграцію освітнього та психоемоційного компонентів і не вимагають залучення значних ресурсів чи спеціалізованої фахової підготовки.

Серед такого інструментарію важливе місце посідають арт-практики — різноманітні форми творчої діяльності, спрямовані на самовираження, рефлексію та відновлення внутрішнього ресурсного стану. Вони дозволяють студентам опрацьовувати власні переживання за допомогою візуальних засобів, формують безпечний простір для емоційної експресії та сприяють розвитку психологічної стійкості в кризових обставинах. Виняткову цінність арт-практики демонструють у процесі підготовки майбутніх графічних дизайнерів. Синергія професійних художніх навичок та свідомих технік рефлексії створює передумови не лише для емоційної стабілізації, а й для поглиблення творчого потенціалу, формування індивідуальної авторської стилістики та розвитку компетенцій для роботи зі складним соціальним контекстом засобами візуальної комунікації. Відтак, дослідження впливу арт-практик на морально-психологічний стан та емоційне розвантаження студентів спеціальності «Графічний дизайн» в умовах війни видається своєчасним і науково обґрунтованим завданням. Результати такого аналізу можуть слугувати методологічною основою для розроблення інноваційних педагогічних стратегій, спрямованих на підтримку студентської молоді в кризових ситуаціях та впровадження психоемоційних компонентів у сучасну дизайн-освіту.

Матеріали та методи. Щоденникові практики здавна використовувалися як засіб фіксації досвіду, осмислення подій і внутрішнього самовираження. У кризові періоди вони ставали інструментом підтримки морального стану та психологічної

рівноваги, що яскраво ілюструють твори Марка Аврелія, Анни Франк чи численні воєнні мемуари. У XX–XXI століттях ці практики отримали ґрунтовне наукове обґрунтування в межах арт-терапії та психологічних досліджень. Роботи С. Траверса та К. Вебб довели ефективність систематичного ведення щоденників для зниження тривожності й розвитку навичок саморефлексії, тоді як Ж. Сім Фей Чін і Нураннісаа С. Н. підкреслювали значення візуальних щоденників у підготовці дизайнерів як інструментів генерації ідей і збереження креативної активності [4].

Окрім ведення щоденників, дедалі більшої популярності набувають інші сучасні арт-практики, серед яких нейрографіка та нейроарт. Нейрографіка ґрунтується на інтуїтивному малюванні особливих «нейрографічних ліній», що символізують перетворення внутрішнього напруження у гармонійні візуальні образи. Така діяльність сприяє зниженню тривожності та активізує відчуття внутрішнього спокою. Нейроарт є ширшою концепцією, яка охоплює інтуїтивне малювання без чітких правил, головним завданням якого є вивільнення пригнічених емоцій та відновлення психоемоційної рівноваги. Обидві методики поєднують художню практику з психоемоційною підтримкою, що робить їх надзвичайно цінними в умовах кризових ситуацій. Усі перелічені практики інтегруються в освітній процес дизайнерської підготовки, підсилюючи здатність студентів до самовираження, рефлексії та збереження внутрішньої стійкості [2]. Вони також формують основу для розвитку індивідуального художнього стилю та відкривають нові можливості для педагогічних підходів у сфері мистецької освіти.

Результати. Аналіз наукових джерел засвідчує, що арт-практики є ефективним інструментарієм для підтримки психоемоційного стану в умовах підвищеного стресового навантаження, зокрема у студентської молоді, що здобуває освіту за творчими спеціальностями. Їхня імплементація в освітній процес має значний потенціал для сприяння зниженню рівня тривожності, розвитку навичок саморефлексії, відновленню внутрішньої рівноваги та активізації креативного мислення. Ведення творчих і візуальних щоденників розглядається у сучасній науковій літературі як один із найбільш валідованих інструментів особистісної рефлексії. С. Траверс наголошує, що систематичні рефлексивні записи детермінують зменшення емоційної напруги та сприяють формуванню здатності до осмислення власного досвіду [5]. У свою чергу, К. Вебб підкреслює їхню роль у розвитку критичного мислення й емоційного інтелекту у

студентів творчих напрямів підготовки [6].

Для майбутніх графічних дизайнерів така форма роботи є особливо релевантною, оскільки вона органічно поєднує текстові та візуальні засоби вираження, що становлять фундаментальну основу їхньої професійної діяльності. Окрему увагу дослідники приділяють візуальним щоденникам як інструментам креативної генерації ідей та самовираження. Так, Ж. Сім Фей Чін зазначає, що систематичне ведення візуальних щоденників розвиває здатність до інтуїтивного мислення та допомагає студентам у розробці унікальних дизайнерських рішень [1]. Дослідження, проведені Нураннісаа С. Н. та колегами демонструють, що візуальні практики чинять позитивний вплив не лише на креативність, а й на загальний емоційний фон здобувачів освіти, сприяючи зниженню рівня тривожності та емоційного виснаження.

Значного поширення у сучасних арт-терапевтичних та освітніх підходах набули методики нейрографіки та нейроарту. Нейрографіка ґрунтується на створенні специфічних «нейрографічних ліній», що є візуальною репрезентацією внутрішніх станів людини. Застосування цієї методики сприяє переходу від стану напруги до гармонійного світосприйняття через ритмічне інтуїтивне малювання, яке виконує регулятивну та стабілізуючу функції для психіки. Нейроарт, як ширше поняття, охоплює спонтанне інтуїтивне малювання без строгих алгоритмів і розглядається як спосіб опрацювання пригнічених емоцій та розширення творчого потенціалу [3]. Синергетичне поєднання різних арт-практик — щоденникових, нейрографічних та інтуїтивно-художніх — у межах освітнього процесу створює передумови для формування психологічної стійкості студентів та одночасного розвитку їхніх професійних компетентностей. Теоретичний аналіз показує, що такі практики здатні виконувати подвійну функцію: з одного боку, слугувати інструментом емоційного відновлення та саморегуляції, а з іншого — виступати каталізатором креативних процесів, сприяти формуванню індивідуального художнього стилю та розширювати межі дизайнерського мислення. Окрім індивідуального ефекту, у наукових працях також висвітлюється соціальний вимір арт-практик. Зазначається, що спільне виконання творчих завдань та обмін їх результатами сприяють формуванню відчуття єдності та взаємної підтримки у студентських колективах, що є особливо значущим у кризові періоди (Sim F. Chin, 2019).

Таким чином, арт-практики можна розглядати не лише як особистісний

інструмент емоційного розвантаження, а і як вагомий чинник підтримки групової динаміки та комунікації в освітньому середовищі. Узагальнюючи вищезазначене, можна стверджувати, що сучасні теоретичні дослідження послідовно підкреслюють значення арт-практик як гнучкого, доступного та ефективного засобу підтримки студентів-дизайнерів у кризових соціокультурних умовах. Вони інтегрують педагогічний, психологічний і творчий потенціал, що робить їх цінним компонентом освітніх стратегій, адаптованих до викликів воєнного часу.

Висновки. Арт-практики, зокрема ведення творчих і візуальних щоденників, а також застосування методів нейрографіки та нейроарту, виступають ефективним інструментарієм для психоемоційної підтримки та стабілізації студентів спеціальності «Графічний дизайн» в умовах воєнного стану. Їх застосування сприяє редукції рівня тривожності, формуванню компетенцій саморефлексії, стимулюванню розвитку креативного мислення та зміцненню соціальної взаємодії в межах студентських спільнот.

Перспективи подальших наукових розвідок у цій царині вбачаються у кількісному оцінюванні ефективності різних видів арт-практик, розробці валідизованих педагогічних методик для їхньої системної імплементації в освітні програми, а також в адаптації зазначених інструментів до специфічних потреб студентської молоді, що перебуває у кризових обставинах.

Список використаних джерел:

1. Chin, J. S. F. (2020). Visual diary as a tool for Idea Generation for Graphic Design Study Program (Master's thesis, University of Malaya (Malaysia)).
2. Karpov V., Syrotynska N. Neuroart in the context of creativity. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. К.: Міленіум, 2018. № 1. С. 21-36. (Web of Science)
3. Menassa, H. (2020). The diary project.
4. Nurannisaa, S. N., Mariati, M., & Wahyudi, T. H. (2021). Visual Diary: The Self-discovery for Future Designer in Design Learning. In Proceedings of the 2nd International Conference on Design Industries & Creative Culture, DESIGN DECODED (pp. 24-25).
5. Travers, C. (2011). Unveiling a reflective diary methodology for exploring the lived experiences of stress and coping. Journal of Vocational Behavior, 79(1), 204-216.
6. Webb, C. (2009). Dear diary: Recommendations for researching knowledge transfer of the complex. Electronic Journal of Knowledge Management, 7(1), pp191-198.

УДК 7.012:[655.532:821.161.2-31](043.2)

Завертана Єлизавета Вячеславівна, студентка кафедри дизайну

Радько Катерина Володимирівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну Київський столичний університет Бориса Грінченка

Київ, Україна

ХУДОЖНЯ ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПОВІСТІ М. КОЦЮБИНСЬКОГО «ТІНІ ЗАБУТИХ ПРЕДКІВ» У КОНТЕКСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОЄКТНОЇ КУЛЬТУРИ 1950-Х – 2020-Х РОКІВ

***Анотація.** Досліджено художні інтерпретації образів персонажів повісті Михайла Коцюбинського «Тіні забутих предків» в українській культурі другої половини від другої половини ХХ ст. до 2020-х років.*

Проаналізовано втілення ключових образів та символів твору у графічному дизайні, книжковому оформленні, театральних та кінематографічних візуалізаціях. Особливу увагу приділено трансформації візуальних образів: від радянської традиції оформлення до сучасного переосмислення етнокультурного коду. Робота демонструє, як візуальні рішення сприяють формуванню національної ідентичності, збереженню культурної пам'яті та передачі емоційного та символічного змісту літературного твору.

***Ключові слова:** графічний дизайн, книжкове оформлення, художня інтерпретація, візуальна ідентичність, культурна пам'ять, українська ідентичність, етнокультурний код, «Тіні забутих предків»*

Вступ. Повість Михайла Коцюбинського «Тіні забутих предків» є визначним твором української літературної спадщини, що поєднує у собі етнографічну достовірність, міфопоетичне осмислення світу та глибокий філософський зміст. Художні інтерпретації — у графічному дизайні, книжковому оформленні, театральних та кінематографічних візуалізаціях — відтворюють сюжет, формують культурну пам'ять і передають символічний та емоційний зміст, сприяючи осмисленню національної ідентичності.

Актуальність дослідження полягає у потребі аналізу трансформацій візуальної мови твору в контексті української проєктної культури 1950-х–2020-х років. Ключові мотиви та символи адаптуючись до різних історичних періодів і стилістичних напрямів, відображають культурні та соціальні трансформації України. Особливість художньої

інтерпретації, її ролі у формуванні сучасної візуальної ідентичності і збереженні етнокультурного коду, допомагає зрозуміти процеси збереження культурної пам'яті та національної ідентичності, які перегукуються з темами розвитку гуманітарного простору та ціннісних трансформацій у суспільстві.

Матеріали та методи. Матеріалом аналізу стали графічні та книжкові оформлення твору «Тіні забутих предків» різних періодів (1950-ті–2020-ті роки), театральні постановки, кінематографічні адаптації та архівні візуальні матеріали, що репрезентують розвиток української проєктної культури.

Методологія дослідження поєднує мистецтвознавчий аналіз, візуально-образне та типологічне порівняння, історико-культурний підхід. Застосовано метод аналізу аналогів для зіставлення традиційних і сучасних інтерпретацій, а також елементів етнокультурного коду, які впливають на формування образу України у візуальному мистецтві. Особливу увагу зосереджено на способах трансформації символів і на тому, як через дизайнерські рішення формується культурна пам'ять та національна ідентичність.

Результати. Дослідження художньої інтерпретації повісті Михайла Коцюбинського «Тіні забутих предків» у контексті української проєктної культури 1950-х–2020-х років показало, що ключові образи твору активно трансформуються та адаптуються до різних медіа й художніх практик.

Кінематографічна адаптація 1964 року Сергія Параджанова з художником-постановником Георгієм Якутовичем стала визначальним етапом у формуванні візуальної мови твору. Фільм відзначався автентичним відтворенням гуцульських костюмів, народних орнаментів та природних декорацій, створюючи унікальний символічний простір, який вплинув на подальше оформлення книжок і сценічні постановки [4,5].

У книжкових виданнях повісті другої половини ХХ століття простежується поєднання декоративно-фольклорних мотивів із традиційною радянською графікою: рамки, ілюстрації, сюжетна композиція. Такі оформлення використовували етнографічні елементи, природні ландшафти Карпат і народний костюм як символи національної ідентичності, що дозволяло зберігати культурну пам'ять у візуальній формі [1].

У 1990-х–2000-х роках художники почали експериментувати з композицією, кольором і типографікою, акцентуючи увагу на психологічних і міфологічних аспектах

твору. Ключові образи, як-от гуцульська природа, ритуальні дійства та символи, отримали нове художнє осмислення, адаптоване до сучасних візуальних практик [2–4].

Що стосується театральних адаптацій, відомо про постановки, які підкреслюють автентичність гуцульської культури через костюми, сценографію та музичне оформлення. Наприклад, у Рівненському академічному українському музично-драматичному театрі прем'єра вистави «Тіні забутих предків» відбулася 27 березня 2013 р. Під керівництвом режисера Ігоря Бориса, де акцент робився на поєднанні традиційних гуцульських орнаментів, елементів міфології та художньої пластики сцени [7]. У Луганському обласному академічному українському музично-драматичному театрі (м. Сєвєродонецьк) постановка «Тіні забутих предків» відбулася 20 травня 2019 р., де сценографія, костюми та музичне оформлення створювали автентичний культурний контекст, що дозволяло глядачам відчувати атмосферу Карпатського регіону та міфопоетичний зміст повісті [8].

У ХХІ столітті цифрові технології і медіа-проекти відкрили нові можливості для візуальної інтерпретації. Дизайн книжок та інсталяцій демонструє, як образи повісті можна переосмислити в інтерактивних і цифрових форматах, зберігаючи при цьому етнокультурний код і національну ідентичність [1,3].

Висновки. Аналіз візуальних і художніх рішень різних епох показує, як змінювалися акценти у сприйнятті твору — від декоративно-фольклорних форм радянського періоду до сучасного осмислення етнокультурного коду через експериментальні підходи та нові технології [1-2]. Значний внесок у формування візуального образу твору зробив художник Георгій Якутович, який у 1966–1967 рр. Створив глибокі за змістом ілюстрації до повісті. Його графіка поєднала національні традиції з емоційною виразністю, що стало взірцем для подальших поколінь дизайнерів і митців [4]. Кінематографічна адаптація Сергія Параджанова (1965 р.) відкрила нову сторінку в українській художній культурі — режисер перетворив фольклор і поезію Коцюбинського на символічну візуальну мову, яка стала основою сучасного мистецького переосмислення [5].

У театральному просторі повість отримала численні сценічні трактування, що підкреслюють її невичерпний потенціал. Як приклад можна навести українські постановки, присвячені творчості Михайла Коцюбинського: у Рівненському академічному музично-драматичному театрі (2013 р.) відбулася вистава з автентичними

гуцульськими костюмами, продуманою сценографією та музичним оформленням, що передавали атмосферу Карпатського регіону та міфопоетичний зміст повісті [7]. У Луганському обласному академічному українському музично-драматичному театрі (2019 р.) було представлено однойменну постановку, яка також акцентувала увагу на національних традиціях і художньому контексті твору. Постановка під керівництвом Тетяни Матасової виділялася особливою автентичністю костюмів, продуманою сценографією та музичним супроводом, створюючи цілісний культурний контекст для глядача [8].

Такі сценічні адаптації демонструють, що твір Коцюбинського продовжує надихати режисерів і глядачів та інтегрує літературні, етнографічні й емоційні елементи в сучасну українську проєктну культуру [6].

Таким чином, «Тіні забутих предків» перетворилися на культурний код української ідентичності, який у різних формах мистецтва зберігає духовну спадщину, фольклорні символи й філософське осмислення людини та природи. Через графічні, кінематографічні та театральні інтерпретації твір продовжує впливати на розвиток української проєктної культури, утверджуючи єдність традиції та сучасності та демонструючи, як художня інтерпретація формує національну візуальну ідентичність [6].

Список використаних джерел:

1. Балабуха Н. М., Здор О. Г., Радько К. В. (2024) Дизайн книги як проєктна робота студентів освітньої програми «Графічний дизайн» Університету Грінченка. АРТ-платФОРМА 9, (1). С. 304–323.
2. Балабуха Н. М., Здор О. Г., Радько К. В. (2024) Проєкти з дизайну книги студентів Університету Грінченка у виставковому просторі музею книги і друкарства України. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, КНУТД, 25 квітня 2024 року. С. 74–77.
3. Радько К. (2023). Методи побудови простору сучасної української книги у творчості Оксани Здор. Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, КНУТД. У 2-х т. Т. 2. С. 108-111.
4. Доценко В. Є. (2024) Творчість Георгія Якутовича на тлі розвитку української графіки 1960-1980-х рр.: до постановки питання. Вісник Нержавної академії керівних кадрів культури і мистецтв. С. 243–248.
5. Приставська Л. М. (2025) Сергій Параджанов як місце пам'яті в сучасній Україні. Кваліфікаційна робота. — Львів : Заклад вищої освіти «Український католицький

університет»

6. Брюховецька О. В. «По той бік потягу до смерті: “Тіні забутих предків” Михайло Коцюбинський і Сергія Параджанова» // Наукові записки НаУКМА. — 2015. — Т. 166: Теорія та історія культури. — С. 70-74.
7. Рівненський академічний український музично-драматичний театр. (2013) Прем'єра вистави «Тіні забутих предків». URL: <https://dramteatr.com.ua/press/item/1265> (дата звернення: 30.10.2025).
8. «Тіні забутих предків» — обласний академічний український музично-драматичний театр (м. Сєверодонецьк, 2019). — URL: <https://sd.ua/afisha/11121> (дата звернення: 30.10.2025).

УДК 7.012:655.3.066.11]:821.161.2-341(043.2)

Захарук Катерина Дмитрівна, студентка кафедри дизайну
Волгін Юрій Євгенович, старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ДИЗАЙН КНИГИ ЮЛІЇ НАГОРНЮК «ДІВА, МАТІР І ТРЕТЯ»

Анотація. *Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню особливостей дизайну книги Юлії Нагорнюк «Діва, матір і третя» та створенню авторської концепції її оформлення. У роботі розглядаються ключові аспекти книжкового дизайну, включаючи шрифтові рішення, ілюстрації, композиційні прийоми та вибір палітри кольорів, що сприяють створенню атмосфери твору.*

Ключові слова: *книжковий дизайн, типографіка, ілюстрація, композиція, символізм, українська література, сучасна естетика.*

Вступ. Книга є не лише текстом, а й візуальним об'єктом, що здатний впливати на сприйняття змісту через форму. Дизайн видання допомагає розкрити ідеї автора, створює емоційний фон і підкреслює зміст твору. Повість Юлії Нагорнюк «Діва, матір і третя» — це легке гумористичне фентезі про дружбу, пласт, відьомство та прийняття себе. Головна героїня Марина балансує між повсякденними справами та магічними пригодами, допомагає друзям, варить зілля, рятує історичну пам'ятку й розбирається у власних почуттях. Дизайн цієї книги має на меті не лише передати настрій та динаміку тексту, а й відобразити його головну ідею: поєднання звичайного і магічного у світі сучасної української жінки.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є книжковий дизайн «Діва, матір і третя» Юлії Нагорнюк, а також художні й графічні засоби, використані у процесі створення книжкового дизайну.

Методи дослідження включають аналіз сучасних тенденцій книжкового дизайну, порівняльний метод для вивчення оформлення схожих творів та експериментальні методи для створення власної концепції дизайну.

Результати. Розробка дизайну книги «Діва, матір і третя» передбачає поєднання елементів сучасного життя з магічними мотивами, що відображають гармонійне співіснування буденного та надприродного. Основна увага буде зосереджена на

створенні візуального образу головної героїні, сильної, іронічної, але водночас чутливої відьми, що живе у реаліях сучасного світу.

Особливу увагу слід приділити стилізації персонажів твору — Марину, Орісю, Ганну Білобоку, Елізу та інших персонажів які будуть ілюстровані. Типографіка лаконічна, з елементами декоративності, що натякатимуть на фентезійний жанр, але зберігають читабельність і сучасність. Ілюстрації планується виконати в мінімалістичній манері, з акцентом на передачу настрою й характеру персонажів, для кращого сприйняття.

Висновки. Розробка дизайну книги Юлії Нагорнюк «Діва, матір і третя» показує, що візуальні засоби здатні ефективно підсилити художній зміст твору. Поєднання сучасної типографіки, м'якої кольорової палітри та символічних деталей дозволяє передати атмосферу легкого фентезі й підкреслити головну ідею — гармонію між звичайним життям і магією, яка існує поруч. Дизайн сприятиме впізнаваності книги, формуватиме позитивне емоційне сприйняття та відображатиме сучасний підхід до оформлення української художньої літератури.

Список використаних джерел:

1. Нагорнюк Ю. Діва, матір і третя – Київ : видавництво «Ще одну сторінку», 2024
2. Єфімов Ю.В. Комп'ютерні технології в дизайні або Adobe двома руками — Київ 2024
3. Новік Г.В., Земцова П.О. СУЧАСНА ІЛЮСТРАЦІЯ. ВИДАВНИЦТВО «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», 2021
4. Поліщук А.А. Теорія та практика графіки. : навч. пос. /Поліщук А.А. — К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015
5. Українська графіка ХІ-початку ХХ ст.: Альбом / Авт.-упоряд. А.О.В'юник. – К.: Мистецтво, 1994
6. Волгін, Ю. Є. (2024). Мистецтво на захисті України (до творчості Олександра Лихошерста). Арт-простір, 1(4), 250–264. ISSN 2519-4135. 48881

УДК 7.012:655.26-026.15(043.2)

Заярська Валерія Денисівна, здобувачка вищої освіти кафедри дизайну

Радько Катерина Володимирівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

МЕЖІ ТА МОЖЛИВОСТІ КРЕАТИВНОСТІ В КОНТЕКСТІ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

***Анотація.** Досліджено розробку автобіографічного зіну, зв'язку персонального креативного вираження та вимог постійної продуктивності в умовах капіталістичних відносин у соціумі через призму графічного дизайну. Проведено деконструкцію понять “дизайн” та “креативність” для сучасного митця. Дослідження проведено методом аналізу та рефлексії власного досвіду під час створення автобіографічного зіну. Основною метою дослідження є демонстрація двоїстості природи графічного дизайну — мистецького напрямку, що суміщає і конфліктуючі поняття, а саме: креативність, яка не є постійним та стабільним ресурсом, і потребу постійної експлуатації творчого ресурсу в робочих рамках.*

***Ключові слова:** графічний дизайн, періодичне видання, зін, цифрова графіка, мішана техніка, автобіографія, типографіка, рефлексія.*

Вступ. У сучасному візуально-комунікативному просторі інформація набуває особливого значення, оскільки саме вона впливає на потенційного споживача. Стрімкий розвиток новітніх інформаційних технологій визначає якість графічного дизайну, що є невід'ємною складовою сучасної культури. Мистецькі проекти змагаються між собою за увагу суспільства, подаючи інформацію через емоційно насичені візуальні образи, у центрі яких — концепція та розвиток творчої ідеї [1]. Відомо, що графічний дизайн, на відміну від інших мистецьких течій, хоч і є частково інструментом персонального вираження, або демонстрації своєї соціо-політичної позиції, в сучасному світі все таки є більше інструментом продажу — брендинговий дизайн, дизайн соціальних мереж, дизайн реклами.[2] Графічний дизайн наразі існує щоб продавати та споживати, і постає питання — чи молоді митці, які обирають для себе цю течію, готові до експлуатації власної креативності? Чи є креативність вичерпним ресурсом? [3]

Матеріали та методи. Ідея розробки та реалізації цього проекту з'явилась від відчуття

внутрішнього конфлікту. Якщо звузити цей конфлікт, то причина полягає в поглядах на графічний дизайн у житті сучасного творця, та процес креативності. Основним методом дослідження та збору інформації є аналіз власного досвіду роботи графічною дизайнеркою, а також пошук себе у цій сфері загалом, так само як і витоків власної креативності.

Результати. Накопичення наведених вище думок та роздумів в результаті дало поштовх на створення проєкту, чи скоріше, продукту, який міг би перенести психологічні тези на графічну площину. Для втілення задуму було обрано формат зіну, з декількох причин: це випадок матеріального прояву графічного дизайну, де він може залишитись не тільки в робочому просторі ноутбука чи в соцмережах, а може бути виданий як періодичне видання. Проектування зіну дає можливість використати у роботі усі наявні в арсеналі графічного дизайнера інструменти та скіли – пошук інформації, написання та форматування тексту, розробка безпосереднього дизайну із графічних та фото-елементів, тощо.

Періодичне видання має назву “Unmade”, що дублюється українською мовою як “Деконструкт”. Мета — продемонструвати деконструкцію таких понять як графічний дизайн, продуктивність та креативність, продемонструвати можливості та межі цих понять для суб’єкту.

Кінцевий вигляд періодичного видання повинен передавати загальний настрій основних меседжів, наведених у ньому як тези, риторичні питання та монологи. Вищезгадана обрана назва натякає, що на меті стоїть показати графічний дизайн таким, яким він не є в сучасному цифровому суспільстві. Якщо зараз дизайн — яскравий, кричущий, швидкий та спирається здебільшого на контрастні візуальні вирішення, тоді наповнення зіну буде тихим, мінімалістичним, але при цьому десь — ламати звичайну дизайнерську сітку, десь рішення про розташування текстових блоків буде авангардним, десь буде прослідковуватись суцільна емоційна порожнеча, а подекуди буде кидатись тихий виклик сучасному світу та капіталістичній культурі продуктивності.

Саме видання цього проєкту як зіну є викликом власній творчості та можливостям. Чи зможе суб’єкт, який вже звик до роботи підрядника, який постійно займається монотонною та конвеєрною працею, внесенням правок та роботою не на сповнений сенсами та душею результат а на швидкість, зробити щось, що настільки продемонструє власну необмежену рамками креативність і настільки розкриє притуплений емоційний стан та глибинну рефлексію? Чи зможе суб’єкт поєднати всі свої знання та можливості

і видати це в справжнє друковане видання, яке кожен матиме змогу потримати в руках та усвідомити фізичну наявність та вагомість цього продукту?

На момент підготовки цих матеріалів, проект знаходиться на етапі ескізування, однак не дивлячись на ранню стадію реалізації, уявлення про кінцевий вигляд та результат має вже конкретно сформований вигляд.

Висновок. На основі проведеного дослідження та роботи можна зробити висновок, що проект розробки автобіографічного зіну є способом розширити власні межі креативності, а також бажанням виплеснути накопичені роздуми на фізичні сторінки, в сподіваннях що це знайде свій відгук серед тих, на кого, власне, цей “продукт” розраховано — молодих дизайнерів, які шукають своє місце у цій сфері. Проект автобіографічного зіну комбінує мінімалізм із контрастністю чорного та білого, тиху втому та кричущий розпач, цифрове мистецтво та перспективу людини-творця. Використання мінімалістичного дизайну і чистого оформлення деяких сторінок є не просто графічним прийомом, а основним засобом передачі емоційної складової та естетичної цінності продукту.

Автобіографічний зін є не просто можливістю дизайнера видати власний друкований продукт. Це можливість анонімного висловлення власної рефлексії читачам і сподівання на таке саме анонімне прийняття та розділення власних емоційних переживань аудиторією, якій цей проект резонуватиме так само близько до душі, як і автору.[4] Створення малотиражного часопису також підтверджує актуальність та зацікавленість людей в існуванні фізичних проявів дизайну, таких як журнали, артбуки та зіни, що підкреслює важливість дизайнера як творця та креативника в сучасну епоху бурхливого розвитку штучного інтелекту.

Список використаних джерел:

1. Балабуха, Н. М., Здор, О. Г., Радько, К. В. (2025). Календар митця як презентаційний дизайн-проект. Збірник матеріалів VII Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», с. 86-89.
2. Afonso Matos (2022). «Who can afford to be critical? An inquiry into what we can't do alone, as designers, and into what we might be able to do together, as people.», 92 с.
3. Silvio Lorusso (2023). «What Design Can't Do. Essays on Design and Disillusion», 352 с.
4. Kevin Yuen Kit Lo (2024). «Design Against Design. Cause and consequence of a dissident graphic practice», 280 с.

УДК 002.2:655.41(477):[323.28:355.01]

Зігліл Анастасія Олегівна, магістрантка кафедри дизайну

Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЯ УКРАЇНСЬКОГО КНИЖКОВОГО РИНКУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Анотація. У статті досліджено трансформаційні процеси в українському книжковому ринку, спричинені повномасштабною війною. Проаналізовано, як зовнішні виклики (руйнування друкарень, логістичні проблеми, відтік кадрів) та внутрішні чинники (законодавча заборона російського імпорту, суспільна деколонізація) кардинально змінили структуру галузі. Визначено, що в умовах воєнного стану книга набула критичної соціальної місії, ставши інструментом культурного спротиву та ідеологічної оборони. Особливу увагу приділено історичному зростанню частки україномовного видання до понад 90% та феномену громадянської солідарності (реакція на обстріл друкарні), що підтверджує стратегічну важливість книговидавання як фундаменту національної безпеки та ідентичності.

Ключові слова: книжковий ринок України, культурний спротив, трансформація видавничої справи, культурна деколонізація, україномовне книговидавання, інформаційний простір.

Актуальність теми дослідження. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило глибокі трансформації в усіх суспільних сферах, включаючи й книжковий ринок. В умовах воєнного часу книга швидко еволюціонувала, ставши не лише джерелом інформації, а й потужним інструментом культурного спротиву, а також ефективним засобом збереження та популяризації національної ідентичності. Незважаючи на зростання її символічної ролі, галузь зіткнулася з гострими системними проблемами. Аналітики зазначають, що основними викликами для книжкового ринку стали: логістичні труднощі, суттєве зменшення читацької аудиторії через масову вимушену міграцію, значне зниження купівельної спроможності населення, а також здорожчання матеріалів та кадрові проблеми [1]. Ці фактори вимагають від видавців максимальної стійкості та пошуку нових, креативних шляхів для дистрибуції. Проте,

саме необхідність протистояти цим викликам стимулює переформатування видавничої справи, підкреслюючи її критичну соціальну місію як фундаменту культурної безпеки.

Наразі українське книговидання перебуває на етапі, коли законодавчі виклики щодо мовного питання здебільшого подолано, а видавництва набули необхідного досвіду та інституційної стійкості. Проте повномасштабне вторгнення стало новим, екзистенційним викликом на шляху розвитку українського книжкового ринку. Попри ці труднощі, роль книговидання критично зросла. Як слушно зазначають експерти, розвиток України як незалежної і самостійної держави та розбудова національного інформаційного простору є неможливою без сильної та незалежної видавничої справи [2]. В умовах війни, книга виступає не лише культурним продуктом, а й ключовим елементом державної безпеки та ідеологічної оборони. Це вимагає від держави та галузі стратегічного підходу до підтримки, адже успіх нації в інформаційній війні безпосередньо залежить від життєздатності та якості її книжкового ресурсу.

Мета статті полягає у дослідженні трансформаційних процесів у українському книжковому ринку в умовах війни, зокрема аналіз впливу воєнних подій, мовної політики та законодавчих змін на розвиток видавничої галузі, структуру ринку, читацькі практики та стратегії адаптації видавців до кризових обставин. Стаття спрямована на виявлення тенденцій, що визначають нову парадигму функціонування українського книговидання як складової культурної ідентичності та інформаційного спротиву в умовах воєнного стану.

Виклад основного матеріалу. З відновленням Незалежності український книжковий ринок отримав другий шанс на розвиток, можливість формування приватних видавництв та рівноправної конкуренції на ринку. Однак у спадок галузь отримала непідготовленого до української книги споживача та надзвичайно складну ситуацію із засиллям російського контенту.

Аналітичні дані підтверджують критичний дисбаланс, що панував на ринку до 2014 року. Зокрема, частка російськомовного тиражу книг, виробленого безпосередньо в Україні, становила майже 40% [3]. Ситуація погіршувалася через масований імпорт: у 2013 році Україна офіційно імпортувала російських книг на 23 мільйони доларів [4]. Разом із цим, «сіре» завезення відслідкувати було ще складніше, але, за різними оцінками, до 70% книжок, що поширювалися в Україні станом на 2016 рік, мали походження з країни-агресора [5]. Це створило глибоку культурну залежність і

сформувало читацькі звички, які українському книговиданню довелося долати роками. Подолання цієї спадщини стало не лише економічним, а й стратегічним питанням культурної безпеки.

Це був не останній виклик українському книговиданню. Наступні роки принесли українському книговиданню нові випробування. Пандемія COVID-19 також суттєво вплинула на ринок, спричинивши тимчасове закриття книгарень та скорочення обсягів виробництва. Однак, саме під час цієї кризи виявилася критична важливість державної підтримки. Завдяки оперативному впровадженню програми «Підтримка» з так званою «ковідною тисячею», українське книговидання змогло не просто вижити, а й стабілізуватися. Менш ніж за два місяці українці придбали книжок на 1 мільярд гривень завдяки цій ініціативі [6]. Ця програма стала переконливою демонстрацією як потенціалу внутрішнього попиту на україномовну книгу, так і ефективності цільових державних інвестицій в гуманітарну сферу. Фактично, «Підтримка» дала індустрії потужний фінансовий поштовх, який допоміг їй зустріти наступний, ще більш руйнівний виклик – повномасштабну війну – з певною фінансовою «подушкою» та оновленою вірою у свого читача.

Початок повномасштабної війни завдав українському книжковому ринку надзвичайно сильного удару. Робота великих друкарень, більшість яких історично зосереджена у Харкові, була паралізована через постійні обстріли. Це, разом із суттєвою зміною пріоритетів суспільства у бік виживання та донатів на ЗСУ, критично вплинуло на загальний обсяг друку. Порівнюючи показники 2021 та 2022 року, загальний обсяг тиражу зменшився майже в 4 рази [3]. Це колосальне падіння відображає не лише руйнування виробничої бази, а й шок від вторгнення. Проте, попри цю катастрофу, сама галузь виявила неабияку стійкість, швидко переорієнтувавши контент на підтримку національного духу та інформаційного спротиву. Саме ці виклики стимулювали пошук нових, ефективніших методів дистрибуції та комунікації, необхідних для відновлення ринку.

Після початку повномасштабного вторгнення відбулася різка та свідомо відмова українського суспільства від споживання російського книговидання. Цей процес, керований громадянською свідомістю, був швидко підтриманий на законодавчому рівні: Президент підписав закон про заборону ввезення та розповсюдження книг з країни-агресора [7].

Завдяки цим рішучим діям – свідомій відмові суспільства від російського контенту та законодавчій забороні імпорту з країни-агресора – українське книговидання досягло історичного рубежу. Станом на 2024 рік, відсоток україномовного видання, за даними Книжкової палати України, склав 90,88% [8]. Це є значним прогресом у порівнянні з критично низькими показниками 2014 та навіть 2016 років, коли ринок був заповнений російським продуктом. Такий результат свідчить про успішну культурну деколонізацію та зміцнення національного інформаційного простору навіть в умовах війни. Фактично, втрата зовнішнього конкурента та зростання патріотичного попиту створили унікальне вікно можливостей, яке українські видавці ефективно використали для утвердження культурної суб'єктності та насичення ринку власним продуктом.

Великим потрясінням для української книжкової індустрії стало влучання російських ракет у харківську друкарню «Фактор-друк» – ключове виробниче підприємство, що обслуговувало такі відомі видавництва, як Vivat, «Клуб сімейного дозвілля» (КСД), «Ранок» та інші. Незважаючи на шалені збитки, руйнування виробничих потужностей та невизначеність щодо подальшої долі виробництва, суспільство відреагувало миттєвим єднанням та потужною підтримкою. У соціальних мережах стрімко поширився тренд підтримки друкарні, що закликав до масової купівлі їхніх вцілілих книжок задля надання фінансової та моральної підтримки галузі. Книгарні оперативно видавали персональні знижки на продукцію постраждалих видавництв. Навіть великі логістичні компанії, такі як «Нова пошта», підтримали цей рух, надаючи можливість оформити безкоштовну доставку по Україні всіх замовлень, оформлених, наприклад, на сайті Vivat [9]. Ці дії були не просто маркетинговим кроком, а чітким сигналом про те, що український бізнес та суспільство розглядають книговидання як критично важливу сферу, захист якої є спільною справою. Це продемонструвало безпрецедентний рівень синергії нації задля збереження культурної інфраструктури книговидання як елемента національної стійкості, підтвердивши, що книга є не лише бізнесом, а й об'єктом суспільної культурної цінності.

Російська агресія завдала удару не лише гігантам, але й численним меншим друкарням та поліграфіям, чий втрати не отримали широкого розголосу. Багато з них, постраждавши від обстрілів, були змушені або повністю закрити бізнес, або екстрено покинути рідні міста для продовження бізнесу, або закритися назавжди, не маючи змоги продовжувати ведення діяльності. Їхнє виживання ускладнювалося постійним

дефіцитом кваліфікованих кадрів, проблемами з логістикою та постачанням матеріалів, відключеннями електроенергії, а також посиленням конкуренції з боку поліграфічних підприємств у більш безпечних регіонах. Це призвело до фрагментації виробничої бази та створило нові виклики для стабільності всієї книжкової екосистеми маленьких виробництв книжок.

Проте, паралельно з цим руйнівним процесом, в Україні спостерігається обнадійливий феномен: збільшується кількість нових невеликих видавництв. Ці нішеві гравці, на відміну від старих масових, часто зосереджені на високій естетиці, якісному дизайні та перевиданнях класики, які здатні конкурувати із закордонними примірниками за рівнем оформлення. Прикладом такого свіжого підходу є нове видавництво «Квітка» [10]. Цей тренд демонструє, що війна не зупинила прагнення до естетичної досконалості та інновацій у дизайні. Навпаки, він підкреслює, що висока якість візуальної комунікації та пакування стає стратегічним пріоритетом у боротьбі за увагу читача та утвердження культурної суб'єктності.

Висновки. Проведене дослідження підтвердило, що повномасштабне вторгнення Росії стало каталізатором радикальних трансформацій українського книжкового ринку, перетворивши його з комерційної сфери на ключовий елемент національного спротиву та безпеки. В умовах війни книга змінила свою роль, вона остаточно перестала бути лише культурним продуктом, набувши статусу потужного інструменту ідеологічної оборони та збереження національної ідентичності. Видавнича справа набула критичної соціальної місії, що вимагає стратегічного державного підходу до її підтримки.

Поєднання свідомої відмови суспільства від російського контенту та законодавчої заборони імпорту з країни-агресора призвело до історичного рубежу, коли частка україномовного видання станом на 2024 рік досягла понад 90% [8]. Це свідчить про успішне зміцнення національного інформаційного простору та використання унікального вікна можливостей для утвердження культурної суб'єктності.

Попри колосальне падіння обсягів тиражу на 2022 рік та руйнування ключової інфраструктури, галузь продемонструвала надзвичайну стійкість. Реакція суспільства та бізнесу (тренд підтримки, безкоштовна доставка) показала безпрецедентний рівень національної солідарності, підтвердивши, що книга є об'єктом суспільної культурної цінності, а її захист – спільною справою нації.

Виклики війни стимулюють переформатування ринку. Спостерігається

фрагментація виробничої бази (закриття/релокація малих друкарень) та водночас феномен нових нішевих видавництв, які фокусуються на високій естетиці та якісному дизайні. Це підкреслює, що майбутнє українського книговидання залежить від інституційної стійкості, інновацій у дизайні та ефективної державної політики, спрямованої на підтримку цих життєво важливих культурних інституцій.

Список використаних джерел:

1. Голубовський Р. Тенденції розвитку книжкового ринку України в умовах війни. Економіка та суспільство. 2024. № 61. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-61-109.
2. Шпак В. Сучасні тренди українського книговидання. Інтегровані комунікації. 2018. № 4. С. 39-44. DOI: 10.28925/2524-2644.2018.4.6.
3. За десятиліття друк російськомовних книг скоротився з 40% до 1%. Скільки-скільки? 30 травня 2024. URL: <https://skilky-skilky.info/za-desiatylittia-druk-rosiyskomovnykh-knyh-skorotyvsia-z-40-do-1/>
4. Українська правда. Життя. Ввезення російських книжок в Україну скоротилося в рази – Кириленко. Українська правда. Життя. 26 вересня 2016. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2016/09/26/218346/>
5. В'ячеслав Кириленко закликав депутатів підтримати урядовий законопроект про захист українського книжкового ринку від російської пропаганди. Урядовий портал. 23 вересня 2016. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/249346524>.
6. МКІП: Українці витратили мільярд гривень на книжки в рамках програми «Підтримка». Урядовий портал. 15 лютого 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/mkip-ukrayinci-vitratili-milyard-griven-na-knizhki-v-ramkah-programi-ypidtrimka>.
7. Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення обмежень на ввезення та розповсюдження видавничої продукції, що стосується держави-агресора, Республіки Білорусь, тимчасово окупованої території України : Закон України від 19.06.2022 № 2309-IX : Чинний. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2309-20#Text>
8. Відомості бібліографічного реєстру книжкової продукції*. Державна наукова установа «Книжкова палата України імені Івана Федорова». URL: <http://www.ukrbook.net/>
9. Безкоштовна доставка завдяки підтримці від Нова Пошта 25 травня 30 червня. 2024. Інтернет-магазин Vivat. URL: <https://vivat.com.ua/aktsii/bezkoshtovna-dostavka-vid-nova-poshta/>
10. Про видавництво «Квітка». Видавництво «Квітка». URL: <https://kvitkabooks.com/>

Іщенко Анастасія Павлівна, магістрантка кафедри дизайну
Карпов Віктор Васильович, науковий керівник,
доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ВІЗУАЛЬНИЙ НАРАТИВ ВІЙНИ В СУЧАСНІЙ ДИТЯЧІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ

***Анотація.** У даній статті досліджується, як сучасне українське книговидання розкриває травматичну тему війни для наймолодшої аудиторії – дітей, оскільки в цьому контексті дитяча книга виступає не лише як засіб комунікації, але й як терапевтичний інструмент. Дослідження має на меті визначити ключові тенденції у візуалізації воєнних подій, а також з'ясувати, які сенси, цінності та меседжі намагаються донести ілюстратори та видавці. Шляхом аналізу сучасних видань, стаття ідентифікує ефективні візуальні стратегії, що допомагають дітям осмислити нову реальність, опрацювати досвід травми, водночас плекаючи ідеї стійкості, надії та національної ідентичності.*

***Ключові слова:** дитяча література, книжковий дизайн, графічний дизайн, ілюстрація, дитяча психологія.*

Вступ. Війна, розв'язана проти України, змінила суспільну, культурну та особистісну реальність, перетворивши травматичний досвід на частину повсякденного життя мільйонів громадян. Особливо гостро ця проблема стосується дітей, чие психічне здоров'я та бачення світу формується в умовах постійної небезпеки, сирен та вибухів. Для дитини, яка є свідком воєнних подій, осмислення війни вимагає не лише психологічної підтримки, а й коректного, зрозумілого та чутливого інструментарію.

Сучасне книговидання миттєво відреагувало на виклики часу, створивши низку видань, присвячених осмисленню війни. Проте, якісному дослідженню підлягає не лише текстовий, а й візуальний наратив, який у будь-якій книзі є рівнозначним засобом комунікації. Тож, важливо розуміти не тільки насичення змісту, його моралей та цінностей, але й роботу ілюстраторів: які обирають кольори, композиції та образи; чи відрізняється це від інших тематик дитячої літератури та інше.

Матеріали та методи. Обрані джерела забезпечують всебічну теоретичну та емпіричну базу для аналізу візуального наративу війни в українській дитячій літературі,

охоплюючи психологічні, мистецтвознавчі та соціально-контекстуальні аспекти. Психологічна та терапевтична основа обґрунтовується працями Маргарет Мерга і Сайіді Мат Роні [4], а також Софії Москаленко [5], які пояснюють цінність і сприйняття читання дитиною. Агнешка Цабай [1] поглиблює цей аспект, аналізуючи бібліотерапію через фентезійні бестселери, демонструючи механізм психічного відновлення через занурення у вигаданий світ. Контекстуальне підґрунтя надає дослідження О. Костюк та співавторів [2], яке через аналіз дитячих малюнків є доказом сприйняття війни, важливим для коректної візуалізації травми. Крім того, ці джерела допомагають довести, що тема війни та національна ідентичність є актуальними і для дітей сусідніх країн. Мистецтвознавча база для аналізу ілюстрацій формується завдяки роботам І. Рябінової та В. Сироїд [8] та Івана Братуся [6], у яких структурується визначення особливостей та функцій ілюстрацій у дитячій книзі. Дослідження Антоніни Дубрівної й Інги Єрмак [7], а також Світлани Кот та співавторів [3], занурюють у специфіку цифрової ілюстрації та загальних візуальних трендів воєнного часу.

Обрані книжкові видання слугують практичним матеріалом, необхідним для емпіричного аналізу дослідження: «Героїчні казки» І. Мацко; «Книжечка-мандрівочка. ЗСУ» І. Тараненко, М. Лешак, О. Михед; «Казка про світло» Х. Поліщук; «Таємні історії маленьких і великих перемог» Т. Стус; «Битва за місто» В. Чернишенко та «Дітлахи. Незламні історії».

Виклад основного матеріалу. За своєю сутністю книга є елементом культури, освіти та людського розвитку, виступаючи носієм пам'яті, знань та ціннісних орієнтирів. Для дитини книга є першим вікном у світ, що пропонує безпечний простір для пізнання складних емоцій та соціальних взаємодій. У цьому процесі казки виконують функцію універсального інструменту для опрацювання первісних страхів, моральних дилем і, що найважливіше, формування механізмів психологічної адаптації через символічне відображення боротьби добра і зла. Софія Москаленко [5] зазначає, що саме казки створюють середовище визначення моралей та моделі поведінки, які допомагають у пошуках значущості в подальшому житті. Те саме стосується і фентезі літератури [1]: завдяки магічності та нереалістичності читач охочіше ототожнює себе з книжковим персонажем, тоді як основні мотиви історії (конфлікти, перемоги) залишаються без змін. Важливість читання та його ефективна комунікація дітям є ключовою умовою для їхньої подальшої залученості. Дослідження Маргарет Мерга та Сайіді Мат Роні

підкреслюють: обов'язок педагогів і батьків полягає у свідомій інтервенції та активному обґрунтуванні цінності читання, не лише як навички, а й як джерела задоволення та формування самооцінки[4].

Російсько-українська війна торкнулася усіх прошарків побутового життя, особливо невинного дитячого життя, перетворивши травматичний досвід на частину повсякденності. Оскільки діти є нашим майбутнім, а війна – це небезпечний фактор, що впливає на їхній подальший розвиток, необхідність коректного осмислення цих подій набуває стратегічного значення. Дитина, яка ще не має навичок читання, насамперед сприйматиме книгу візуально. Саме тому при створенні видання для молодшої аудиторії якісно структуровані ілюстрації є критично важливими. Особливий інтерес становить поліфункціональність ілюстрації, де експлікативна функція невіддільна від емоційної та пізнавальної. Ілюстрація прямо впливає на ключові психічні процеси дитини, такі як сприйняття, увага та пам'ять. Як стверджують І. Рябінова та І. Братусь [6, 8], якісна дитяча ілюстрація є потужним засобом розумового та морального розвитку, що робить її незамінним інструментом виховного процесу. Ця тема має транснаціональну важливість для всіх країн регіону. Дослідження, проведене серед дошкільнят у Литві [2], є ключовим доказом: вторгнення Росії в Україну сприймається як пряма регіональна загроза, що робить конфлікт актуальним для сусідніх країн. Оскільки діти глибоко обізнані про війну через медіа, але часто не можуть висловити емоції словами, ілюстровані книги стають необхідним візуальним інструментом для дітей регіону. Вони допомагають осмислити інформацію, зняти емоційну напругу та знайти візуальні засоби для вираження своїх страхів і підтримки національної ідентичності в умовах зовнішньої загрози.

У контексті військового конфлікту, ілюстрації набувають статусу художньої інформаційної зброї та невід'ємної складової національного супротиву. Візуальний наратив у дитячій літературі наслідую загальні тенденції популярного цифрового мистецтва [3], яке виступає як дієвий інструмент інформаційного фронту. А. Дубрівна та І. Єрмак [7] визначили, що цифрова ілюстрація в умовах воєнних реалій має чіткі концептуальні особливості, що полягають у тематичних векторах: хроніки війни, уславлення героїв та глузування над ворогом (іронічність). Для реалізації цих концепцій ілюстратори використовують узагальнення форми, обмеження кольорової палітри, стилістику графіки коміксів і анімації та поєднання реальних об'єктів з

увними. Це підтверджує, що візуальний наратив, який переходить у дитячу книгу, має чітку утилітарну та функціональну задачу – підняття патріотичного духу та підтримка психіки, створюючи гостру дихотомію між героїчним «своїм» та дегуманізованим «іншим» [3].

Текстовий наратив, створений Іриною Мацко у виданні «Героїчні казки», є прикладом трансформації травматичної дійсності в безпечний казковий простір. Сюжет чітко вибудовує архетипічний конфлікт між Вільним краєм та Болотом, що дозволяє дитині дистанціюватися від жаху реальності та чітко ідентифікувати добро і зло. Візуальний наратив, реалізований Марією Чайкою, є рівнозначним носієм текстової частини, який цілеспрямовано пом'якшує зміст через низку стратегій. Для зображення антагоніста, Короля Боїнь, використовує сатиричний гротеск та брудно-зелену палітру. Це перетворює реальну загрозу на нікчемний об'єкт висміювання, мінімізуючи дитячий страх, тоді як теплі кольори фону символізують життя і свободу. Найбільш символічним є образ дівчини з вогненно-рудим волоссям і бандурою. Домінування червоних тонів у цьому зображенні символізує життєву силу, пристрасть та український дух, а бандура підкреслює культурну спадкоємність, візуалізуючи ідею, що культура і мистецтво є джерелом сили в боротьбі. Таким чином, візуальний наратив створює безпечну рамку для опрацювання складної інформації, перетворюючи реальний біль на казковий урок стійкості та формуючи національну ідентичність.

«Книжечка-мандрівочка. ЗСУ», що входить до серії «Книжечок-мандрівочок», у яких в алфавітному форматі розкривається тематика названого видання, на відміну від алегоричних казок, її наратив поєднує освітній та героїчний дискурси. Візуальний стиль є стриманим, мілітаризованим, але не агресивним. Кольоровий код використовує захисні оливкові та брунатно-зелені відтінки, які контрастують з яскравими кольорами. Використаний рожевий колір дітьми може сприйматися, як яскравий та водночас заспокійливий, хоча насправді його наявність зумовлена геральдикою Збройних Сил України. Важливим є гуманістичний аспект: ілюстрація «Ветеран і ветеранка» фокусується на мирному житті та прийнятті травми, зображуючи ветеранку з протезом у яскраво-рожевому одязі, що переводить фокус із бойових дій на важливість соціальної адаптації та ціну свободи. Дизайн книги працює на нормалізацію військової тематики для дитячої свідомості, використовуючи контрастні кольори, гумор і фокусуючись на гуманістичних цінностях та формуванні стійкості.

«Казка про світло» Христини Лукашук, на відміну від прямолінійної героїзації чи дидактики, оперує архетипами, символами та багатошаровими метафорами, що дозволяє дитині сприймати книгу через тяглість історії та культури. Оповідь, охоплює шлях української землі від створення до перемоги над злом. Візуальний наратив, виконаний у техніці, що імітує колаж, ручну графіку та має текстурований вигляд. Це надає образам архетипічної ваги та глибини. Особливе місце займають візуальні метафори: образ рук з відрами символізує захист і господарювання на власній землі, а зображення чорного силуету, що нагадує собаку чи вовка, є втіленням заздрісного ворога та темряви, що заважає цьому господарюванню.



1) «Героїчні казки» І. Мацько. Ілюстраторка: М. Чайка; 2) «Книжечка-мандрівочка. ЗСУ» І. Тараненко, М. Лешак, О. Михед; 3) «Казка про Світло», авторка та ілюстраторка – Х. Лукашук

«Таємні історії маленьких і великих перемог» Тані Стус є прикладом бібліотерапевтичного інструменту, яку було досліджено в праці Цабай Агнешки [1], де текстовий та візуальний наративи свідомо структуровані для опрацювання дитячої травми через дуальність сприйняття – реалістичне та казкове. Текстовий наратив складається з десяти оповідань, що мають двоскладову структуру: реалістична частина фіксує безпосередній досвід війни та казкова частина, яка пропонує метафоричне, художнє, пояснення цих складних емоцій і ситуацій. Такий прийом допомагає дитині знайти опори та сприйняти події, які відбуваються сьогодні.

Візуальний наратив, створений Мартою Кошулінською, підтримує цю терапевтичну функцію через пластичну графіку, емоційну теплоту та символізм. Ілюстрації виконані у стилі, що створює відчуття затишку та безпеки, незважаючи на контекст. Палітра переважно стримана, тепла, з домінуванням синіх, рожевих і жовтих

відтінків. Наприклад, на обкладинці зображені діти з соняшниками – символ надії. Яскраво-рожевий колір у слові «перемог» підкреслює позитивний, оптимістичний фінал. Сюжет «Дітлахи. Незламні історії» заснований на реальних історіях сучасних дітей, має подвійну мету: фіксацію пережитого досвіду та надання опори і підтримки. Авторка Олена Скуловатова у передмові прямо зазначає важливість не приховувати реальність, але водночас оберігати вразливу психіку, наповнюючи історії любов'ю, добром і надією.

Візуальний наратив Катрін Мускат використовує стиль, який можна охарактеризувати як теплий, емоційно-центричний мінімалізм. Ілюстрації вирізняються приглушеною палітрою, де теплі коричневі, пісочні та світло-рожеві відтінки домінують, створюючи відчуття затишку та безпечного простору. Такий візуальний код прямо працює на зниження тривожності. Обкладинка, стилізована під нотатник, візуально підкреслює особистий характер історій. На ілюстрації, де хлопчик Данило вирушає у мандрівку до нової країни, акцент зроблено на речах, що створюють комфорт: рюкзак, іграшка-талісман, термос, цукерки. Зображення знайомих, улюблених предметів є символікою стабільності та безпеки, що дитина бере із собою у невідомість. Таким чином, у книзі «Дітлахи. Незламні історії» візуальний наратив Катрін Мускат виконує терапевтичну функцію, нормалізуючи досвід війни через емоційну підтримку та акцентування на цінностях дому, сім'ї та любові, що є необхідним для опрацювання травми у дітей дошкільного та молодшого віку. Текстовий наратив Володимира Чернишенка «Битва за місто» використовує віршований виклад, що спрощує сприйняття та сприяє запам'ятовуванню. Сюжет чітко розділяє простір на затишне, зелене, світле Місто та загрозливий, смердючий простір, звідки насувається ворожа техніка. Персоніфікація транспорту, яким люблять гратися діти, створює зрозумілий та контрольований конфлікт.

Візуальний наратив Тетяни Копитової є щемливим і працює на посилення емоційного контрасту. Ілюстрації свідомо використовують різкий контраст. Місто зображено в яскравих, сонячних, зелених і пастельних тонах, що символізують мир, затишок і стабільність. Водночас сцена вторгнення різко переходить у темні, помаранчеві та попелясті тони вибухів і диму, що візуалізує загрозу, але не натуралізує її. Ворожа техніка зображена з агресивними, злими, загрозливими обличчями, що ілюструє їхню злу волю. На противагу цьому, головний герой, Тракторинка, має великі, добрі очі,

висловлюючи рішучість і співчуття. Цей прийом дозволяє дітям емоційно прийняти та класифікувати військову техніку як носіїв зла чи добра. Літак, зображений обкладинці, на нічному тлі з ореолом місяця, виступає як міфічний рятівник та діє рішуче. «Битва за місто» використовує персоніфікацію транспорту як головний механізм ідентифікації та героїзації. Візуальний наратив будується на контрасті кольорів і чіткому емоційному маркуванні персонажів, що ефективно допомагає батькам та дітям обговорити болючі теми війни та утвердити віру в перемогу.



1) «Дітлахи. Незламні Історії» О. Скуловатова. Ілюстраторка: К. Мускат; 2) «Таємні історії маленьких і великих перемог» Т. Стус. Ілюстраторка: М. Кошулінська; 3) «Битва за місто» В. Чернишенко. Ілюстраторка: Т. Котипова

Висновки. Проаналізовано шість українських видань дитячої літератури на тему війни, і на основні цього можна ствердити, що всі книги, зі сторони текстового змісту, є інструментами бібліотерапії, спрямованими на опрацювання травми війни та формування у дітей національної ідентичності і стійкості. Спільними ознаками є чітка моральна дихотомія, де конфлікт зображується як архетипічне протистояння між добром та злом. Для безпечного опрацювання травматичних тем широко використовуються терапевтичні механізми, такі як алегорія, персоніфікація та дуальність структури. Говорячи про візуальний наратив, то ілюстратори свідомо обирають стилістику, яка є емоційно-контрастною: у більшості з обраних книг домінує пластична графіка, тоді як у творах про безпосередній конфлікт ворог зображується карикатурним як механізм психологічного зниження загрози. У кольоровій палітрі переважають теплі тони, жовто-блакитна гама та соковиті зелені як символи України і миру, що контрастують із

брудно-зеленими, болотними чи попелястими відтінками, що асоціюються з ворогом. Ці видання суттєво відрізняються від класичної дитячої літератури, оскільки вони прямо обговорюють складні теми і мають чітку дидактичну місію – не лише розважити, а й сформувати світогляд.

Головна функція візуального нарративу – створення психологічно безпечної рамки для опрацювання травматичного змісту. Оскільки дитяча психіка оперує переважно образами, ілюстрація є своєрідним візуальним фільтром, що дозволяє контролювати рівень впливу. Ілюстрації цілеспрямовано зображують не жахи війни, а сили і механізми спротиву. Інша важлива функція – візуалізація надії та стійкості.

Список використаних джерел:

1. Cabaj, A. (2023). Bibliotherapy of children affected by war by means of fantasy literature. *Psychological Opinion and Practice*, 13(2023), 132-137.
2. Kostiuk, O., Lesinskiene, S., Lapinskaite, A., & Sambaras, R. (2023). How preschool children in Lithuania perceive the war in Ukraine: analysis of drawings. *Modern Pediatrics Ukraine*, (6), 68–74.
3. Kot, S., Mozolevska, A., Polishchuk, O., & Stodolinska, Y. (2024). The Discursive Power of Digital Popular Art during the Russo-Ukrainian War: Re/Shaping Visual Narratives. *Arts*, 13(1), 38.
4. Merga, M. K., & Roni, S. M. (2018). Children's perceptions of the importance and value of reading. *Australian Journal of Education*, 62(1), 54–69.
5. Moskalenko S. (2023). *Fairy Tales in War and Conflict: The Role of Early Narratives in Mass Psychology of Political Violence*.
6. Братусь І. (2017). Функції ілюстрацій у дитячій літературі. *Інноваційний розвиток науки нового тисячоліття*. 32-35.
7. Дубрівна, А. П., Єрмак, І. О. (2023). Цифрова ілюстрація в контексті російсько-української війни. *Ukrainian Art Discourse*, (2), 126–132.
8. Рябінова, І. М., Ямроз, Л. С., & Токарев, О. В. (2024). Сучасна дитяча книжкова ілюстрація: художньо-образні особливості та техніки виконання. У екзистенційні виклики освіти, науки, безпеки та здоров'я в сучасних умовах: пошуки молодих вчених (с. 410–414).

Канібас Кристина Михайлівна, магістрантка кафедри дизайну

Карпов Віктор Васильович, науковий керівник, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

РОЛЬ ПЛАКАТУ У ГРОМАДСЬКІЙ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

***Анотація.** У статті розглядається плакатне мистецтво як засіб громадської комунікації в умовах війни. Досліджуються такі функції як формування колективної свідомості, підтримка бойового духу та збереження пам'яті про події для наступних поколінь. Також у статті проаналізовано доробок сучасних українських митців, їхній вклад у творення національної свідомості та пам'яті про визначні події в сучасній історії України. Як результат визначено роль плаката суспільній комунікації під час воєнних дій.*

***Ключові слова:** дизайн, соціальний плакат, воєнний плакат, національна ідентичність, українські митці.*

Вступ. Вплив плакатного мистецтва на життя людини неможливо переоцінити. Багатовікова історія, адаптація під будь-які тогочасні тенденції, розвиток суміжних напрямів та агітаційна сила плаката зробила його чудовим комунікативним засобом. Особливого значення комунікація набуває у часи війни, адже від неї залежить моральний дух, національна єдність, інформаційна безпека тощо. Плакат, як візуальний засіб передачі повідомлення, є однією з найоперативніших і найвпливовіших форм комунікації із суспільством. На тлі повномасштабного вторгнення, плакат знову став інструментом культурної дипломатії, спротиву та національної ідентичності українського народу.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження було обрано плакат як одну з форм комунікації із суспільством. Предметом дослідження є специфіка та особливості функціонування плаката у воєнному середовищі, його роль у формуванні національної свідомості та патріотичних настроїв суспільства. Метою дослідження є аналіз впливу плаката на формування національної ідентичності та на забезпечення інформаційної безпеки населення. Завданнями статті вбачено проаналізувати особливості сучасних українських плакатів, визначити роль плаката як інструменту формування громадської

позиції й культурної пам'яті. Для роботи було використано методи культурологічного, порівняльного та візуально-семіотичного аналізу.

Результати. Сьогодні неможливо говорити про засоби впливу на свідомість людей, не згадавши про плакати. Протягом століть плакатне ремесло зазнавало кардинальних змін, підлаштовуючись під тогочасні тенденції, кожного разу адаптуючись під потреби суспільства і, тим самим, набувало рис самобутньої, універсальної та унікальної ланки мистецтва. Візуальна сила та можливість швидкого донесення інформації до суспільства зробила плакат основою для розвитку. Розвиток плакатного мистецтва протягом століть. Під час національно-визвольної війни важливу роль відіграє мистецтво. Споконвіку художнє осмислення та відтворення військових подій несе не лише естетичну функцію, передусім це важливо для інформаційної комунікації, психологічної підтримки та мобілізації сил населення.

У сучасному світі роль плаката під час війни зумовлена потребою мати універсальний інструмент комунікації із суспільством. Залежно від потреб та завдань, комунікаційні елементи плаката виконують різні функції, такі як інформаційна, психологічна, мобілізаційна, дипломатична та меморіальна.

Інформаційна функція плаката полягає у донесенні правди про воєнні події, спростуванні фейків та протидії інформаційним маніпуляціям з боку країни-агресора. Також не менш важливими є інформування населення про правила безпеки, дії у разі надзвичайних ситуацій, про евакуації, гуманітарну допомогу тощо. У часи, коли полем боротьби стає й інформаційний простір, плакат є ефективним засобом комунікації, який здатний швидко охоплювати великі аудиторії.

Плакати, створені благодійними організаціями, фондами, державними установами можуть виконувати одночасно як психологічну, так і інформаційну функції, тим самим підтримуючи морально й водночас надаючи актуальну інформацію. Такі образи як сила та незламність, що втілюються у плакаті, допомагають людям долати страх, втому та невизначеність. Це особливо важливо, коли війна триває довго.

Візуальні образи стають формою культурної дипломатії, які доповнюють офіційні державні заяви потужною вербальною аргументацією. Дипломатична функція плаката зумовлена потребами у зовнішній підтримці країн, спрямована на формування емпатії, при цьому закликаючи до рішучих дій щодо країни-агресора.

Потенціал мобілізаційної сили плакатів був наочно доведений ще за часів

Другої Світової Війни, коли візуальні образи активно використовувались у створенні пропаганди армії. Доктор Деніел Коулінг, відомий як старший історик Національного музею армії в Лондоні, казав, що під час Другої світової війни міністерство інформації часто вдавалось до використання плакатів та інших засобів впливу, таких як кіно, радіо, книги та брошури задля того, аби впливати на суспільну думку. [8]

Меморіальна функція плакатів виражається у збереженні та відтворенні пам'яті про події війни, героїв і цивільних жертв. В глобальному значенні плакат стає своєрідним документом, де фіксують не лише історичні факти, а й емоційний стан, передаючи досвід суспільства. Надалі ці документи допомагатимуть наступним поколінням осмислити трагедію війни, частково осягнути масштаби трагедій. Говорячи про плакат в умовах війни слід зазначити, що його основне завдання вбачає не лише привернення уваги. Не менш важливим є процес поповнення культурної спадщини нації.

На тлі повномасштабного російського вторгнення українські митці залучають свої сили для створення візуальної комунікації не тільки з мешканцями країни, але і зі світовою спільнотою. Величезну кількість творів українців представлено за межами батьківщини з метою інформування про злочини та із закликами про допомогу світу у цій боротьбі. Плакати українського дизайнера Миколи Коваленка, як зазначає сам автор, націлені привернути увагу міжнародної спільноти до війни. Роботи митця були представлені на виставках у Канаді, США, Іспанії, Італії тощо. [7]

За стилем роботи Миколи можна вважати мінімалістичними, сповненими символізму та метафоричності. Простота, чіткість та сила образу без додаткового візуального навантаження сприяють миттєвому зчитуванню інформації. Роботи митця є ефективним засобом комунікації в іноземному середовищі, адже документують і репрезентують українську позицію далеко за її межами. Плакат «Russian world» репрезентує сутність ворожого світу, де замасковано справжні мотиви та плани. Контраст між тлом та фоном посилює напругу та передчуття нападу. «Російський мир» асоціюється із гнівом, агресією, смертю — аж ніяк не з «миром».



Рис.1. Микола Коваленко, «Russian world»

Прикладом ідеологічної різниці у сприйнятті війни може стати одна з робіт Миколи Гончарова. Плакат «FRUIT» демонструє контраст між ворожим та мирним, між злом та добром. Образ у плакаті є візуальним коментарем, що відображає реальність війни, у якій навіть базові речі, залежно від системи цінностей сторін, мають кардинально різне значення. У контексті війни такі символи краще виконують свою комунікативну роль, адже завдяки йому світ має змогу побачити, що насправді несе за собою ворожа ідеологія та культура. Наслідки нав'язування та поширення ворожої культури на теренах мирної держави можна побачити на ще одній знаковій роботі митця. Плакат «Refugee» демонструє біль, страждання та сум за втраченими домівками понад 13 мільйонів українців. Через збройну агресію ворога, люди, разом зі своїми речами, лишили дорогоцінні спогади, теплі моменти та мирне життя у своєму місті. У образі людини на плакаті, що створений з уламків втрачених домівок, бракує головної деталі – серця, яке назавжди лишається у рідному домі.



Рис.2. Микола Гончаров, «Fruit»



Рис.3. Микола Гончаров,
«Refugee»

Для підтримки ментального стану та посиленні віри у перемогу, митці документують визначні події та створюють роботи, які ввійдуть в історію як докази незламності, виключної майстерності та мужності українських воїнів. Український книжковий графік, ілюстратор та аніматор Максим Паленко у своїй роботі «Москва» зобразив подію, що трапилась 13 квітня 2022 року. ВМС України завдали по крейсеру удару двома крилатими протикорабельними ракетами «Нептун», внаслідок чого крейсер потонув. Ця подія закарбувалась в історії не лише як значна матеріальна втрата флотилії ворога, але і моральною поразкою, адже разом із кораблем потонула і гордість російського флоту.

У композиції плаката увага прикута до двох головних образів. Першим силуетом є символ російської Чорноморської флотилії — російський ракетний крейсер «Москва». Другий образ є обличчям влади російської держави. Колірна гама підкреслює драматичність події, передає шоківий стан та занепокоєння. Флагман що йде під воду є метафорою до краху імперії та планів російської влади. Окрім підтримки духу та віри, цей твір виконав низку інших функцій. Завдяки образу поразки агресора, плакат виконав свою мобілізаційну функцію, а саме мотивував підтримувати сили оборони, сприяти їхній роботі та допомагати армії. Дипломатична функція була зумовлена наочним доказом неефективності ворожої влади, що певною мірою псував образ країни з однією з найсильніших армій світу. Також плакат виконав інформаційну функцію, адже звернув увагу на факт затоплення крейсера, що мало визначне значення як символічне, так і військове.



Рис.4. Максим Паленко, «Москва»

Благодійні фонди та громадські організації також активно залучають плакат як форму комунікації задля інформування, надання допомоги та підтримки потерпілих внаслідок воєнних дій. Постери про ментальне здоров'я під час війни від Дитячого фонду ООН «UNICEF» створені для того, аби допомогти впоратись зі стресом у реаліях сьогодення. Завдяки лаконічному та стриманому дизайну, інформація сприймається легко на невимушено. Поради як поводитись у різних ситуаціях, опановувати себе та зберігати спокій є важливим елементом протистояння. Створення внутрішньої опори дає відчуття своєрідного контролю над ситуацією, що дає можливість зберігати «холодний розум» навіть під час жахливих подій.

НЕ ВІДКЛАДАЙ
ТУРБОТУ
ПРО СЕБЕ
НА «ПІСЛЯ ВІЙНИ»
ТИ, ТВОЄ ЖИТТЯ,
ТІЛО ТА ЕМОЦІЇ —
ВАЖЛИВІ КОЖНОЇ МИТИ!



Рис.5. «UNICEF», Постери про ментальне здоров'я під час війн

Навіть у складні часи суспільству вкрай необхідно вміти дати собі раду. Аби створювати опір ворогу важливо вміти створювати речі, що тримають купи людей та об'єднують їх задля спільної мети.

Внесок плаката у важкі для країни часи важко переоцінити, адже завдяки йому люди мають можливість не лише зрозуміти ненависть у собі, але і зберігати щастя, відтворювати його у свій власний спосіб, ділитись ним з оточенням. Тому багато сучасних дизайнерів використовують свій талант для створення щирих та щемких повідомлень, де наголошують на нескінченній силі та міці українців. Нікіта Тітов у своєму плакаті, присвяченому праці волонтерів, висловив вдячність за невпинну роботу, адже люди, які допомагають з щирого серця, наближають перемогу.



Рис.6. Нікіта Тітов, «Волонтери! Дякуємо!»

Олександр Грехов, відомий своїми іронічними ілюстраціями, у своїх роботах неодноразово висловлював подяку людям, які попри всі обставини щодня виборюють незалежність, захищають небо, рятують життя, лікують поранених, лагодять критичну інфраструктуру та працюють, аби будувати майбутнє України разом.



Рис.7. Олександр Грехов, «Люди-світлячки»

Висновки. На основі проведених досліджень, роль плаката у громадській комунікації у воєнний період полягає в ефективній та оперативній передачі повідомлення суспільству. Плакат посідає важливе місце серед інструментів громадської комунікації, завдяки поєднанню візуальної мови, емоційного тону та інформаційній частині. Під час війни плакатне мистецтво виконує такі функції, як дипломатичну, меморіальну, інформативну, психологічну та мобілізаційну.

Завдяки внеску сучасних українських митців військовий плакат став потужним засобом культурної ідентичності та спротиву. Ці твори демонструють незламність та стійкість, відстоюють місце України на міжнародній арені, говорячи про проблеми гучніше, ніж слова.

Плакат об'єднує однодумців, підтримує патріотичні настрої, допомагає у складних ситуаціях, надихає на нові звершення та зберігає пам'ять про важливе. Наразі плакат є інструментом опору, що загартовує та зміцнює національний дух. Україна може боротись не лише зброєю, але і культурою, ідеєю та цінностями.

Список використаних джерел:

1. Гончаров М. "Fruit". SUNSEED-ART. URL: <https://sunseed-art.com/en/product/640b039efcf7290bf8bcc5d5/fruit>
2. Гончаров М. "Refugee". SUNSEED-ART. URL: <https://sunseed-art.com/en/product/629745ebf120f913084d2e97/refugee>
3. Грехов О. ["Люди-світлячки"], 2023. Notion. URL: <https://prjctr.notion.site/a441535fb4fb4a9cab4cda445ee3a869?p=4b954cc2d0794bbc940c5ec590a4427a&pm=c>
4. Паленко М. "Moscow". SUNSEED-ART. URL: <https://sunseed-art.com/ua/product/>

6295e3f9eab4bd1a5817af77/moscow

5. Постери про ментальне здоров'я під час війни - Спільнотека ЮНІСЕФ Україна. Спільнотека ЮНІСЕФ Україна. URL: <https://spilnoteka.org/postery-pro-mentalne-zdorovya-pid-chas-vijny/>
6. Тітов Н. ["Волонтери! Дякуємо!"], 2023. Печеніжинська ТГ | Печеніжинська ОТГ. URL: <https://pnotg.gov.ua/news/sogodni-mi-vislovlyumo-vdyachnist-lyudyam-yaki-znashli-u-sobi-sili-robiti-dobri-ta-potribni-spravi-nezvazhayuchi-ni-na-scho-2023-04-20>
7. Черничко А. Війна в кольорах: Плакати Миколи Коваленка – Bird In Flight. Bird In Flight. URL: <https://birdinflight.com/nathnennya-2/20220418-mykola-kovalenko-placards.html>
8. Lele T. 'We had no idea of what it would become': How Keep Calm and Carry On became a divisive 21st-Century phenomenon. BBC Home - Breaking News, World News, US News, Sports, Business, Innovation, Climate, Culture, Travel, Video & Audio. URL: <https://www.bbc.com/culture/article/20250805-how-keep-calm-and-carry-on-became-a-21st-century-phenomenon>

УДК: 7.012., 376

Кардаш Олег Васильович,

професор кафедри дизайну, доктор технічних наук, професор

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ДИЗАЙН В УМОВАХ ВИКЛИКІВ ТА ВИПРОБУВАНЬ

Анотація. В статті на основі аналізу практичних матеріалів та творчих робіт розглядаються питання дизайну щодо практичного та комунікаційного забезпечення населення в умовах військового стану. Визначаються вимоги до дизайну та напрями його завдань у військовий час. Вказано, що комунікаційні та соціальні потреби є актуальними на сьогодні в Україні та вимагають від дизайну, в умовах викликів та випробувань, креативних підходів в розробці візуальних, функціональних, естетично визначених дизайн-об'єктів. Методами дослідження є аналітичний, компаративний. Розглянуто нормативні і практичні матеріали щодо забезпечення захисту населення у військовий час, визначено необхідність універсального дизайну. Подано і розглянуто візуальну інформацію за напрямками: синтез мистецтв; арт-дизайн; графічний дизайн (кінофільми, постери, комікси, арт-буки, арт-інсталяції, ілюстрації, листівки, марки, етикетки, мурали). Висновки- основними висновками є: констатовано значущість проявлення піклування про маломобільні групи населення, однак, в нормативних документах не означено врахування їх потреб щодо розміщення в місцях захисту, забезпечення функціональними пристроями в побуті, які нададуть можливість виконувати практичні та фізіологічні потреби, а це ставить завдання до універсального дизайну; набуло розвитку інформаційне, художньо-емоційне забезпечення візуальної комунікації, але історичні приклади вказують на недостатність тематики візуальних графічних засобів.

Ключові слова: військовий час; виклики та випробування; інклюзія; захисні укриття; універсальний дизайн; синтез мистецтв; арт-дизайн; графічний дизайн.

Обмеження ресурсів, забезпечення мінімальної вартості виробів, а особливо - військового призначення, комунікаційні та соціальні потреби є актуальними на сьогодні в Україні та вимагають від дизайну, в умовах викликів та випробувань, гнучкості, креативності та адаптивності в розробці візуальних, функціональних, естетично визначених дизайн-об'єктів. Завдання дизайну у військовий час стосуються декількох напрямів: забезпечення якості життя населення та його комунікаційного забезпечення. Цьому присвячені практичні [2-5] та творчі роботи [6-19], які потребують

розгляду відповідно до сучасних вимог. Мета роботи у висвітленні завдань дизайну у складні періоди та надати оцінку існуючого стану. Складні обставини, що склалися, нагнітають психологічний тиск на населення, а це ставить вимоги та завдання створення дизайнерських рішень, які враховують психологію впевненості, емпатії, допомоги, емоційного підйому, відваги, інклюзії, інновацій в дизайн-проектуванні різноманітних об'єктів та, відповідно, бізнесі.

Розглянемо суттєві характеристики дизайну. Під час промислової депресії в тридцятих роках минулого сторіччя в Сполучених Штатах Америки саме промисловий дизайн допоміг бізнесу вийти з цієї кризи. Розгалужені стилі дизайну надавали можливість соціуму задовольняти свої матеріальні і естетичні потреби відповідно до його історичного розвитку. Знакові системи дизайну надавали і надають можливість ситуативного розуміння в різноманітних життєвих епізодах. Проектування продуктів, програм, послуг та середовищ з метою поліпшення життя, усунення бар'єрів та створення зручних рішень для всіх користувачів задіяно на таких рівнях - доступність, універсальність, доступність викладеної інформації - чітке та ефективне її донесення, розробка інтуїтивно зрозумілих та доступних інтерфейсів для цифрових сервісів, культурна чутливість, технологічна стабільність, відображення цінностей, ергономічність, економічна ефективність. Відомий французький дизайнер Філіп Старк - дизайнер промислових і ресторанних інтер'єрів, конструктор меблів і розробник предметів декору, цілком справедливо зауважив: “Дизайн – це не лише те, як щось виглядає, але й те, як це працює.” [1]

Досягнення гармонії між красою та практичністю, цифрові технології, поєднання технік, художня деталізація та використання композиційних і колористичних ефектів щодо надання предметам індивідуальності, дизайнерське самовираження, яке викликає емоції та примушує споживача до осмислення факту сприйняття. До складових дизайну як промислового мистецтва, мистецтва візуальної і вербальної комунікації в умовах викликів і випробувань особливе місце належить таким різновидам: ергодизайн, універсальний дизайн (інклюзивний дизайн) – формування інтер'єру, екстер'єру будівель; графічний дизайн (інформаційний, арт-дизайн (арт-терапія), емоційний дизайн, синтез мистецтв). Дуже важливим є питання забезпечення людей із втратою зору, кінцівок внаслідок, в тому числі, військових дій, можливостей пересування в мобільних візочках в ліфтах, на пандусах. З 1 квітня 2019 року набрали чинності нові

державні будівельні норми щодо обов'язкового створення безбар'єрного простору в Україні для маломобільних груп населення — ДБН В.2.2-40:2018 «Будинки і споруди. Інклюзивність будівель і споруд. Основні положення» [2]. Однак, питання щодо можливостей обслуговування себе у вбиральнях, ванних кімнатах, кухнях до цього часу є вкрай недостатньо з'ясованим.

Згідно з [3,4], в житлових і громадських спорудах - школах, садочках та лікарнях передбачено захисні укриття та споруди подвійного призначення - захист населення внаслідок надзвичайних ситуацій, військових дій або терористичних актів (рисунк 1). У столиці зведено нові автономні протирадіаційні укриття: «Це автономні споруди, здатні забезпечити безпеку мешканців навіть у разі тривалого відключення комунікацій» [5], однак, щодо інклюзійних особливостей в цих об'єктах не вказано.



Рис.1. Захисні укриття та споруди подвійного призначення

Інформаційне забезпечення, як правило, виконується відео та аудіо-трансляціями, спрямованими на громадянську мужність та уособлення негативу російських загарбників.

Кіномистецтво активно працює над розкриттям теми жахливої війни в Україні - документальні і художні роботи 2023-2025 років [6]: "Колона"; "Чому Росія віками намагається знищити Україну"; "Битва за Київ"; "Маленькі люди, які розв'язали війну"; "Чому Росія віками намагається знищити Україну" ; "Буча" ; "Безвихідь" ; "Да Вінчі" ; "Довга доба" ; "Ми, наші улюбленці та війна" ; "Реал" . Однак, це мистецтво, при усіх його документальних і художніх достоїнствах, більше мистецтво, ніж агітаційна пропозиція, яка напряду впливає на психологію глядача безпосередньо «як керівництво, до дії». Розглянемо в цьому напрямку існуючі творчі роботи.

Для прикладу, американський дизайн у другу світову війну задіяв використання графічного дизайну для пропагандистських постерів, візуальної комунікації, підвищення морального духу, підтримки армії, мобілізації цивільного населення та

формуванні візуального образу незламності нації в період війни. Це високо художньо, в реалістичному стилі подано в постерах (постери 1 – 9 на рисунках 2 – 10) [7].



Рис.2. Постер 1



Рис.3. Постер 2



Рис.4. Постер 3

Текст у перекладі: рис.2 «Ми можемо зробити це!»), також під назвою «Розі-клепальниця» за зразком культового узагальненого образу сильної жінки — працівниці військового виробництва; рис.3 «Йому потрібно щось більше за міцні нерви, Йому потрібна зброя, виготовлена з вашого брухту, здавайте зараз!»; рис.4 «Дамо їм з обох стволів.».



Рис.5. Постер 4

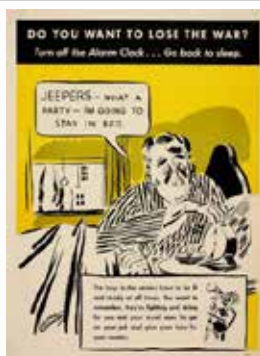


Рис.6. Постер 5



Рис.7. Постер 6

Текст у перекладі: рис.5 «Це може трапитися тут!»; рис.6 «Хочете програти війну? Вимкніть будильник... поспіть довше!»; рис.7 «Любий тато, ми виграємо війну ЗНАЧНО швидше, якщо будемо впевнені, що люди вдома працюють як прокляті, щоб підтримати нас!».



Рис.8. Постер 7



Рис.9. Постер 8

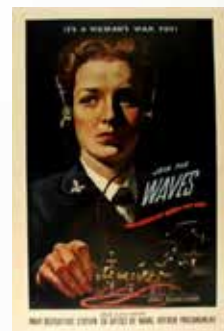


Рис.10. Постер 9

Текст у перекладі: рис.8 «У лавах розрив... коли тебе нема. Залишайся на роботі!»; рис.9 «Ми продовжуємо наступати, а Ти продовжуй вкладати!»; рис.10 «Це також і жіноча війна, вступайте до лав (назва жіночого підрозділу в ВМФ США). Ви потрібні своїй країні!». В цих роботах були художньо-емоційно задіяні актуальні питання, які, напролюд, через значний час, відповідають сучасним військовим викликам в Україні.

У США випустили комікс зі злим Путіним і Суперменом - подано вибух Кремля і втечу Путіна (рисунок 11) [8].



Рис.11. Ілюстрація комікса «зі злим Путіним і Суперменом»

Британський письменник і карикатурист Дерріл Каннінгем випустив графічний роман «Зліт диктатора» [9]: комікс про криваву біографію Путіна (рисунок 12).

Українські артбуки про війну включають Блекаут», що присвячений досвіду

життя під час обстрілів енергетичної інфраструктури., «Креатив у війні» та «Як ми назвемо цю війну?», Заграва» Сергія Майдукова (рис. 13, [10]), який документує досвід повномасштабного вторгнення через ілюстрації,



*Рис.12. Комікс про кривавого
Путіна*

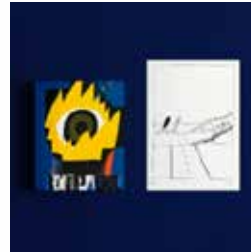


Рис.13. Обкладинка артбука

В артоб'єкті – інсталяції рисунок 14, [11], зображена світлина балерини, що надрукована на скріпленій смолою панелі зі стріляних гільз за допомогою ультрафіолетового принтера. Слова авторки: «...Працюючи над проєктом, я хотіла передати контраст жорстокості війни та мистецтва...» Проєкт Меморіалу українським розвідникам у Головному управлінні розвідки (ГУР), номіновано на премію Європейського Союзу в галузі сучасної архітектури — Mies van der Rohe Award (рисунок 15, [12]). Слід зауважити, що українська дияйнерка Женья Полосіна отримала американську премію за ілюстрацію до статті «Чотири сценарії закінчення війни в Україні» у The New York Times [13], (рис. 16).



*Рис.14. Світлина
балерини*



*Рис.15. Проєкт
Меморіалу*

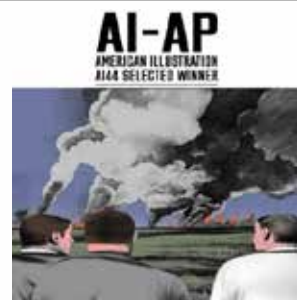


Рис.16. Ілюстрація

Оригінальні картинки з привітаннями до дня народження під час війни [14] (листівка 1, рисунок 17). Патріотична мотиваційна картинка [15] (листівка 2, рисунок 18) Фотоісторії ЗСУ [16] (листівка 3, рисунок 19). Також, є патріотичні листівки-по-

дяки для воїнів ЗСУ та гарно виконані листівки солдату, українському військовому, захиснику від дівчини, дружини, жінки. Картинка зі словами: «Ти – мій герой, моя гордість, моя надія!»



Цікавими роботами також є колекційна марка «Російський військовий корабель, все», рисунок 20, [17]; етикетка біла кругла «Слава Україні!» (воїн), рисунок 21, [18]; серед численних - відкритий до Дня авіації України мурал «Привид Києва», рисунок 22,[19].



Таким чином, основними висновками є: констатовано значущість проявлення піклування про маломобільні групи населення, однак, в нормативних документах не означено врахування їх потреб щодо розміщення в місцях захисту, забезпечення функціональними пристроями в побуті, які нададуть можливість виконувати практичні та фізіологічні потреби, а це ставить завдання до універсального дизайну; набуло розвитку інформаційне, художньо-емоційне забезпечення візуальної комунікації, але історичні приклади вказують на недостатність тематики візуальних графічних засобів.

Список використаних джерел:

1. Шоляк, В. (2025). Що таке арт-дизайн. URL: <https://wizeclub.education/blog/shh..o-take-art-dizajn> (Дата звернення: 15.10.2025).
2. Освіта (2019). З 1 квітня вступають у дію нові будівельні норми щодо інклюзивності будівель. URL: <https://auc.org.ua/novyna/z-1-kvitnya-vstupayut-u-diyu-novi-budivelni-normy-shchodo-inklyuzyvnohti-budivel-parchaladze> (Дата звернення: 15.10.2025).
3. Постанова КМУ (2024). Деякі питання ведення обліку об'єктів фонду захисних споруд цивільного захисту {Із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ№ 1074 від 20.09.2024} URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1331-2023-%D0%BF#Text> (Дата звернення: 15.10.2025).
4. LIGA.net (2023). В Україні затвердили нові норми будівництва укриттів. URL: <https://biz.liga.net/ua/all/nedvizhimost/novosti/v-ukraine-utverdili-novye-normy-stroitelstva-ukrytiy-vstupayut-v-silu-s-1-noyabrya2> (Дата звернення: 15.10.2025).
5. UKR.NET (2025). У Києві з'явилися нові укриття: Оболонь стала першою ... URL: <https://life.kyiv.ua/news/u-ki%D1%94vi-z-yavilisya-novi-ukrittya-obolon-stala-pershoyu-de-%D1%97h-uzhe-zveli> (Дата звернення: 15.10.2025).
6. Гречка - Новини Кропивницький (2025) .Фільми про війну в Україні: 14 стрічок, які варто ... URL: <https://gre4ka.info/zhyttia/filmy-pro-vijnu-v-ukrayini-14-strichok-yaki-varto-podyvytysya/> (Дата звернення: 15.10.2025).
7. Історична правда (2011). Американський агітпроп часів Другої світової. Частина 2 URL: <https://www.istpravda.com.ua/artefacts/4d46d99dd0b18/> (Дата звернення: 15.10.2025).
8. 24 Канал (2018). У США випустили комікс DC із Путіним і Суперменом. URL: https://24tv.ua/u_ssha_vipustili_komiks_zi_zlim_putinim_i_supermenom_foto_n1076298 (Дата звернення: 15.10.2025).
9. nv.ua (2021). «Зліт диктатора»: у Британії випустили комікс про криваву біографію Путіна. URL: <https://ua.news.ua/culture/vzlet-dyktatora-v-brytanyu-vypustily-komyks-o-krovavoj-byografyy-putyna> (Дата звернення: 15.10.2025).
10. harpersbaza (2024). Ілюстратор Сергій Майдуков створив артбук про війну в ... <https://harpersbazaar.com.ua/news/culture/ilyustrato...>
11. Вечірній Київ (2023). На Театральній площі біля опери встановили ... URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/81933/> (Дата звернення: 15.10.2025).
12. Суспільне культура. (2025). Меморіал українським розвідникам у ГУР номінували на престижну європейську премію — Mies van der Rohe Award URL: <https://suspilne.media/culture/1138424-memorial-ukrainskim-rozvidnikam-u-gur-nominuvali-na-prestiznu-evropejsku-premiu-mies-van-der-rohe-award/> (Дата звернення: 15.10.2025).
13. Суспільне культура (2025). На премії American Illustration перемогла українська

ілюстраторка Женя Полосіна URL: <https://suspilne.media/culture/996895-na-premii-american-ilustration-peremogla-ukrainska-ilustratorka-zena-polosina/> (Дата звернення: 15.10.2025).

14. pinterest (2022). Оригінальні картинки з привітаннями до дня народження під час війни. URL: <https://www.pinterest.com/pin/598626975487300321/> (Дата звернення: 15.10.2025).

15. Батьківщина-мати з мечем та щитом. Патріотична картинка зі словами “Вистоїмо. Переможемо. Відбудуємо.” Патріотична мотиваційна картинка URL: <https://planbphoto.com/ua/peremozhemo/> (Дата звернення: 15.10.2025).

16. Фотоісторії ЗСУ (2024). URL: https://www.ukrainer.net/fotoistoriia-72-ombr/?gad_source=1&gad_campaignid=22847126542&gbraid=0AAAAAovwxNZ5Gd9DzrihyR1vDPbckJRvu&gclid=CjwKCAjw0sfHBhB6EiwAQtv5qTOJT_DyiTpYQXOapgSeaO7yws0H4BZnwTmzY6dAwPLP6016qBjXVBoCfGoQAvD_BwE (Дата звернення: 15.10.2025).

17. Protovar (2023). Російський військовий корабель все» URL: <https://protovar.com.ua/ua/kolekciyna-marka-rosiyskiy-viyskoviy-kor-307032> (Дата звернення: 15.10.2025).

18. Етикетка біла круга "Слава Україні!" (воїн) (2024). URL: https://upack.kiev.ua/etiketki?product_id=1056&srsltid=AfmBOopGdLWHkrK2uYld41ytSU4lZsoNveBKatizGjeVZramHTy6hn-p (Дата звернення: 15.10.2025).

19. Мурал «Привид Києва» (2022). URL: <https://guide.kyivcity.gov.ua/places/mural-pryvud-kyueva> (Дата звернення: 15.10.2025).

УДК 72.012:316.613.4(043.2)

КОВЕДА АПОЛЛІНАРІЯ КЛИМЕНТІВНА, студентка кафедри дизайну
Миронова Ганна Анатоліївна, науковий керівник,
член-кореспондент Національної академії мистецтв України,
старший викладач кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ДИЗАЙН КУЛЬТУРНИХ ПРОСТОРІВ ЯК ЗАСІБ ЕМОЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ТА ВІДНОВЛЕННЯ СУСПІЛЬСТВА У КРИЗОВІ ЧАСИ

***Анотація.** У статті розглянуто роль дизайну сучасних українських культурних просторів, а саме книгарень, що набувають особливого значення у кризові часи війни. Досліджено айдентику та візуально-комунікаційні засоби, які впливають на емоційний стан відвідувачів і сприяють їхньому психологічному відновленню. На прикладах книгарень «Лісова книгарня», «Сенс», «Плакай» та «Readeat» проаналізовано специфіку використання кольорових рішень, мінімалізму, символіки української ідентичності та природних мотивів. Показано, що дизайн таких культурних просторів формує атмосферу затишку, згуртування та патріотичного піднесення, виступаючи інструментом суспільного відновлення. Дослідження підкреслює, що дизайн — це не тільки естетика, а спосіб турботи про людину й суспільство.*

***Ключові слова:** культурний простір, книгарня, фірмовий стиль, айдентика, візуальна комунікація, колір, ідентичність, емоційна підтримка, суспільне відновлення.*

Вступ. У такі кризові часи як війна, люди як ніколи потребують підтримки та соціальної взаємодії. Цю функцію найкраще за все виконують культурні простори, які об'єднують різних людей з метою підтримати та показати, що в такі важкі часи людина не самотня. Найголовніший інструмент, який робить простори саме такими є візуальна комунікація та зовнішня репрезентація. Для цього розробляється дизайн простору, який би приваблював аудиторію і в той же час виявляв підтримку до людей, які так чи інакше страждають через війну. Такими просторами є книгарні. Наразі можна спостерігати зріст кількості книгарень, які відкриваються як в Києві, так і в інших містах, адже попит на українську книгу зростає все більше і більше в кризові часи, через більшу цікавість до української літератури. Віднедавна книгарні виконують функцію не тільки магазину, а й місця, де люди збираються для проведення різноманітних

заходів, підтримки один одного, проведення майстер-класів, презентацій, тощо.

Об'єкт дослідження. Фірмовий стиль сучасних українських книгарень.

Предмет дослідження. Візуально-комунікаційні засоби айдентики книгарень як інструмент емоційної підтримки та культурного відновлення суспільства.

Мета дослідження. Виявити роль і специфіку дизайну культурних просторів, а саме книгарень у контексті емоційної стабілізації та суспільного відновлення в кризові часи.

Матеріали і методи. У дослідженні використано аналітичний, порівняльний та візуально-семіотичний методи для вивчення фірмового стилю сучасних українських культурних просторів і книгарень. Матеріальною базою слугували візуальні матеріали, офіційні сайти, соціальні мережі та публікації про брендинг культурних просторів у кризовий період 2022–2025 рр. Аналіз здійснювався з урахуванням психологічних аспектів сприйняття дизайну та його впливу на емоційний стан суспільства.

Результати. Першим і важливим аспектом який було досліджено це те як саме айдентика культурного простору, такого як книгарня, може впливати на ментальний стан людей та сприяти емоційному відновленню. Загалом можна сказати, що найголовнішим і вирішальним в дизайні є вибір кольорів, конструкції логотипу, матеріалів, освітлення — усе це формує простір, який «говорить» мовою підтримки та має позитивний вплив на психіку людини.

Важливим є саме вибір кольору. Як зазначено в статті UXPUВ, коли справа доходить до розробки рекламних продуктів, таких як плакати та банери, використання психології кольору може бути потужним інструментом для привернення уваги та спонукання до дії. Це стає важливо особливо в кризові часи. Так, наприклад, було досліджено книгарню «Лісова книгарня» в Ірпені. В своєму дизайні вони використали природні елементи, які створюють приємну атмосферу, зелений та рожевий колір, характерні для лісу і квітів, а також маскота-вовка, який також асоціюється з флорою та фауною. Також було помічено, що в книгарні пофарбовані стіни в зелений колір відповідно до айдентики книгарні, тому все працює в системі. Отже можна робити висновок, що саме кольорова гама та вибір палітри може позитивно впливати на емоційний стан людей та занурювати їх в спокійну атмосферу лісу, коли навколо відбуваються страшні події.

Наступний приклад, який було досліджено, це книгарня «Сенс», яка відкрила свої двері на початку повномасштабного вторгнення рф, ставши для людей осередком

не тільки літератури, а й згуртування молоді та проведення культурних заходів, які сприяють об'єднанню людей. Її назва каже сама про себе, вона про сенси, про те що заховано не тільки в книжках, а й в самих людях. Важливо зазначити, що в книгарні зробили сильну візуальну комунікацію, щоб залучити людей різних верств населення. В цьому їм допомогли візуальні рішення, такі як впізнаваний логотип, який має гармонійний шрифт. Приємні теплі кольори, і загалом айдентика допомагає відвідувачу побачити простір як острівець відпочинку, культурної зустрічі й перезавантаження. Отже, це є прикладом, як цілісна дизайн система може спонукати людей до комфортного проведення часу як за книжкою, так і в колі людей, зі спільними інтересами, що покращує емоційний стан під час війни.

Також повернення саме до української ідентичності, краще за все стимулює патріотичний настрій та дає відчуття приналежності до свого народу. Разом з тим, емоційний та виразний графічний дизайн є доступним засобом коментування знакових для держави подій, формує мову опору та поширює наративи української ідентичності. В цьому випадку було досліджено фірмовий стиль книгарні «Плекай», яка має у своєму логотипі національні мотиви. Саме вони створюють стиль, який спонукає людей до відчуття власної ідентичності. У цьому полягає його терапевтичний і патріотичний потенціал.

Графічна дизайнерка Альона Соломадіна зазначає, що мінімалізм стає загальною формою буття. Саме у її практиці акценти зміщуються на колір. Війна викликала у неї потребу в кольорі на фізичному рівні. Наразі у роботі вона пропонує візуальні рішення у яскравій кольоровій гамі. Яскраві кольори справді стали невід'ємною частиною успішного простору, який звертає на себе увагу та залучає людей своїм стилем. Мінімалізм та насичений колір було прослідковано в книгарні «Readeat». Для айдентики цього простору було обрано насичений зелений колір, який, окрім того, як зазначалося раніше, створює відчуття затишку та приналежність до природи, а також вирізняє книгарню серед інших, що залучає більшу аудиторію. Стиль мінімалізм, який притаманний цій книгарні, добре спрацьовує для залучення потенційного споживача, адже відсікає все зайве і правильно виставляє ієрархію елементів. Отже, можна стверджувати, що айдентика таких книгарень створює візуальний спокій у середовищі загальної напруги. Це не тільки комерційна естетика — це прояв турботи про людину, що переживає травматичний досвід.

Висновки. Проведене дослідження показало, що в час кризових ситуацій, а саме війни та постійної нестабільності, культурні простори, такі як книгарні, стали важливим осередком зібрання людей, громад, та небайдужих особистостей для підтримки один одного, читання, поширення української літератури. Люди неодноразово відвідують книгарні, адже вони стають місцем підтримки і допомагають ментальному відновленню суспільства, і саме творчість та дизайн, сприяли формуванню атмосфери цих просторів.

Список використаних джерел:

1. Грицай О., Мельник О. Ідентифікація українських міфологічних образів у сучасному дизайні. Наукові праці КНУТД. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18095>.
2. Стаття на сайті UX PUB на тему: Кольорова психологія в дизайні інтерфейсу та брендингу. URL: <https://ux.pub/vio/kolorova-psikhologhiia-v-dizaini-intierfieisu-ta-briendinghu-220c>
3. Стаття на сайті Суспільне Культура на тему: Велика розмова про дизайн. Візуальний бренд "Україна", жовтий і блакитний кольори, книжковий дизайн, рефлексії року. URL: <https://suspilne.media/culture/377786-velika-rozmova-pro-dizajn-vizualnij-brend-ukraina-zovtij-i-blakitnij-kolori-knizkovij-dizajn-refleksii-roku/>
4. Офіційний сайт книгарні Сенси. URL: <https://sens.in.ua/pro-nas>
5. Офіційний сайт книгарні Read&Eat. URL: <https://readeat.com/pro-nas>
6. Офіційна сторінка в Instagram Лісової книгарні . URL: <https://www.instagram.com/forestbooks.irpin/>
7. Офіційна сторінка в Instagram книгарні Плекай. URL: <https://www.instagram.com/plekay.podil/>

УДК 7.05:316.7](477.411)

Косюченко Ганна Юріївна, Магістрантка 2 курсу кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ТРАНСФОРМАЦІЯ АЙДЕНТИКИ ТА ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ КИЄВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ОФІЦІЙНІ ТА СПОНТАННІ ВІЗУАЛЬНІ СТРАТЕГІЇ

Анотація. Тези присвячено аналізу трансформації візуальної комунікації та айдентики міста Києва в умовах повномасштабного вторгнення. Наголошено, що підтримка візуальної комунікації столиці є важливим фактором фіксації життєстійкості суспільства та демонстрації образу міста. Метою роботи є дослідження та порівняння офіційних візуальних комунікацій міської влади та спонтанних мистецьких практик мешканців та гостей міста. Було проаналізовано трансформацію додатку «Київ Цифровий» як приклад комунікації влади з містянами через сервісний додаток, а також появу та дискусію про міські мурали та художні інсталяції митців та ентузіастів на вулицях міста. В результаті дослідження визначено, що айдентика воєнного Києва є гібридним феноменом, який поєднує як раціональний шлях її створення, так і емоційні, «народні» акти творчості і вираження.

Ключові слова: айдентика, воєнний стан, візуальна комунікація, «Київ Цифровий», бренд міста, спонтанні мистецькі практики.

Повномасштабне вторгнення та воєнний стан суттєво вплинули на розвиток та позиціонування міст та містечок України, що особливо яскраво простежується на прикладі Києва. Підтримка міської айдентики в такий період є важливим фактором, що формує емоційний зв'язок мешканців з містом та визначає його образ та шлях розвитку на міжнародній та національній арені. Аналіз показує, що візуальні стратегії воєнного Києва почали розвиватись не одним, а кількома паралельними шляхами: офіційним (раціональним) та спонтанним (емоційним). Йдеться про офіційні, керовані владою комунікації та, водночас, про спонтанні, «народні» мистецькі ініціативи.

Зміну фокусу та раціональної комунікації офіційних міських інформаційних та управлінських сервісів можна прослідкувати на прикладі додатку «Київ Цифровий» та його адаптації до контексту, в якому він існує. Міська влада запустила додаток у 2021 році, замінивши «Kyiv Smart City», стандартний міський сервісний додаток.

Його початковою метою був збір усієї інформації та міських послуг в одному місці («місто в смартфоні»). У старій версії додатку основною функцією була транспортна: його використовували для купівлі QR-квитків, поповнення транспортної картки, відстеження руху комунального транспорту, сплати комунальних послуг тощо.

Після 24 лютого 2022 року додаток трансформувався з сервісного на такий, який головною своєю функцією визначає безпеку. Його зручність та естетична складова відійшли на другий план, перемістивши на передній план виживання та допомогу з кризовими ситуаціями. Одними із найважливіших оновлень стали сповіщення про повітряну тривогу: швидкі повідомлення із характерним звуковим сигналом під час оголошення небезпеки та її відбою. Замість мап парковок чи відслідковування транспорту, ключовою стала мапа міських укриттів та бомбосховищ, а у розділі міських сервісів з'явилися сегменти з інформування про роботу інфраструктури і критичних сервісів (аптеки, гуманітарні штаби, «Пункти Незламності» тощо). З'явилось інформування про режим роботи метро та його зупинку у періоди, коли воно працювало як укриття, зміну маршрутів транспорту. Такий випадок є прикладом того, як офіційна айдентика демонструє свою гнучкість, обираючи шлях функціональності та користі, а не символізму та естетики.

Паралельно з цим раціональним та функціональним підходом, на вулицях міста виник інший трек - емоційний та спонтанний. До нього можна віднести такі проєкти, як міські мурали (наприклад, «Привид Києва» чи «Підтримка»), плакати, інсталяції, розпис барикад та протитанкових «їжаків». Це, свого роду, «наївне мистецтво» стало рефлексією місцевих жителів та гостей міста на події, що відбуваються. Подібні твори та проєкти закривали потребу у символах, відсутніх у офіційних міських сервісах, вносили аспект героїзації, слугували вираженню емоцій люті, надії та рефлексії на події.

Говорячи про ці ініціативи, можна згадати книгу Джейн Джейкобс «Смерть та життя великих американських міст» [1]. Книга стала фундаментальною основою багатьох праць про містобудування і створення міської айдентики. Робота Джейкобс акцентує увагу на тому, як самі мешканці формують середовище, в якому живуть, вносячи в нього власні сенси. Втілення цих тез якраз можна прослідкувати в тому, як розвивалось мистецтво та «образ» міста Києва під час повномасштабного вторгнення.

Таким чином, айдентика воєнного Києва постає перед нами як гібридний феномен.

Вона природно та позапланово поєднала два потоки: офіційний (раціональний та утилітарний) і спонтанний (емоційний та символічний). Саме цей баланс функції та емоції сформував унікальний, життєстійкий образ столиці, яка живе та функціонує за складних обставин, адже самі мешканці міста є рушійною силою, яка формує ці контексти.

Список використаних джерел:

1. Джейкобс Дж. Смерть і життя великих американських міст / пер. з англ. Н. Комарової. Київ : Основи, 2021. 464 с.

УДК: 7.05:686.853]:316.613.4(043.2)

Котик Вікторія Дмитрівна, студентка кафедри дизайну

Здор Оксана Григорівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ДИЗАЙН КАЛЕНДАРЯ ЯК МИСТЕЦЬКИЙ ВИСЛІВ, ДОКУМЕНТ ДОБИ ТА ІНСТРУМЕНТ СПРОТИВУ

***Анотація.** Розглянуто календар як мистецький та функціональний об'єкт, а також як засіб відображення емоційного стану суспільства: напруги і тривоги або сили і надії, які транслюються через композицію, графічні рішення, типографію, колір. Насамперед увагу зосереджено на ролі особистого досвіду дизайнера у формуванні візуального наративу. Дизайн календаря постає засобом осмислення психологічного стану сьогодення, відображенням колективної пам'яті та формою культурного спротиву, переворюючись на документ доби.*

***Ключові слова:** календар, графічний дизайн, ілюстрація, психологія, спротив.*

Вступ. Календар — один із найдавніших графічних артефактів, у якому візуальна система певного часу поєднується з культурною та духовною символікою. Сучасні дизайнери дедалі частіше виходять за межі його утилітарної функції, перетворюючи календар на художній вислів, здатний фіксувати емоційні та соціально значущі процеси. [1] Особливо виразно це проявляється у періоди суспільних потрясінь, коли дизайн стає виразником актуальних суспільних ідей, формою спротиву, а звичні зображення — носіями глибших змістів.[2]

Постановка проблеми. В умовах воєнного стану та колективного стресу українські митці шукають нову актуальну візуальну мову, щоб відобразити переживання суспільства. Календар як об'єкт дизайну поєднує циклічність часу з особистим і суспільним досвідом, що робить його ідеальною формою для відображення теми психологічного стану та спротиву.

Аналіз джерел і публікацій. Дослідження спирається на роботи українських дизайнерів і теоретиків візуальної комунікації, а також на сучасні практики студентських і авторських проєктів кафедри дизайну Університету Грінченка. Окремо розглянуто календарі незалежних українських студій, створені у 2022–2025 рр. як волонтерські

або благодійні видання.

Мета дослідження. Визначити, яким чином візуальна мова календарів здатна висвітлювати тему спротиву й психологічного стану, аналізуючи графічні засоби, актуальні концепції та емоційні стратегії в графічному дизайні.

Виклад основного матеріалу. Календар — це особлива структура часу, тому перекидний календар, настінний чи настільний, кожна сторінка якого є фрагментом цілого року, і тому кожен місяць може ставати емоційною главою візуального наративу на додаток до функціонального призначення календаря.[3]

У дизайні спротиву часто використовуються контрасти: темна й світла тональність, великі й малі об'єкти, руйнування й відродження в сюжетах композицій, холодна й тепла кольорова гама. Шрифтові рішення набувають особливої образності — від рішучих, геометричних форм до ламаних, тривожних. Колір стає носієм емоції: червоний — як енергія боротьби, синій — як пам'ять, жовтий — як віра у відродження.

Алегоричні календарі звертаються до образів природи, часу доби, річного циклу, і через них дизайнер осмислює психологічні коливання людини. Діапазон художньої мови зображень в таких виданнях від реалістичного до формалізованого і стилізованого під наївне мистецтво.

У буквальних же рішеннях відображаються реальні події, дати, волонтерські історії, популяризуються суспільно значимі ідеї, а також проекти по вшануванню героїв. Відомі чисельні приклади настінних календарів, присвячених українському війську, героїчному спротиву українського народу російській агресії.

Таким чином, календар перетворюється на форму колективного та особистого щоденника, який не лише фіксує час, а й формує сприйняття подій сьогодення.

Висновки. Дизайн календарів є унікальним інструментом культурної рефлексії. Він дозволяє поєднати графічну форму зі змістом, перетворюючи буденний об'єкт на простір емоційного переживання. У сучасній Україні календар стає знаком спротиву, провідником пам'яті, інструментом, що формує суспільну думку й способом відновлення внутрішньої рівноваги через мистецтво.

Список використаних джерел:

1. Шепеть Т., Садовшук К. Графічний дизайн у творчому доробку Юрія Гуцуляка. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2012. № 12. С. 35–39.

2. Скуба В., Стичинський І. Яким має бути календар пам'ятних дат російсько-української війни? <https://uinp.gov.ua/memorializaciya/memorializaciya-viyny-materialy-kruglyh-stoliv/yakym-maye-buty-kalendar-pamyatnyh-dat-rosiysko-ukrayinskoyi-viyny> (дата звернення 25.10 2025)
3. Балабуха Н., Здор О., Радько К. Календар митця як презентаційний дизайн-проект. Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції: Актуальні проблеми сучасного дизайну. Київ. 2025. С.86-89

УДК 7.012:[655.532:821.111-312.9](043.2)

Кузменко Вікторія Дмитрівна, студентка кафедри дизайну

Радько Катерина Володимирівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ІЛЮСТРАТИВНА КОНЦЕПЦІЯ ТА ХУДОЖНЄ ОФОРМЛЕННЯ РОМАНУ ДЖ. Р. Р. ТОЛКІНА “ВОЛОДАР ПЕРСНІВ: БРАТСТВО ПЕРСНЯ” У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ КНИЖКОВОЇ ЕСТЕТИКИ

Анотація. Мета цієї теми полягає в дослідженні і аналізі ілюстративної концепції та художнього оформлення роману Дж. Р. Р. Толкіна “Володар Перснів: Братство Персня” у контексті сучасної книжкової естетики. Ідея полягає у виявленні взаємозв’язку між літературною спадщиною Толкіна, його міфологічними і символічними образами, а також комплексним впливом культурно-мистецьких течій, зокрема руху “Arts and Crafts”, символізму В. Б. Єйтса, і творчості Е. Р. Еддісона. У темі проаналізовано, як ці впливи реалізуються не лише у тексті, а й у візуальному оформленні книги, і як сучасні ілюстратори та кінематографічні адаптації розвивають і трансформують образи Середзем’я.

Ключові слова: ілюстрація, книжкова ілюстрація, дизайн книги, книжкова естетика, літературна адаптація, художнє оформлення, фентезі.

Вступ. З огляду на сучасні культурні тенденції посилюється інтерес до фентезі як жанру, що має значний культурний та творчий потенціал. Підвищення уваги обумовлене безперервною творчою діяльністю авторів від початку ХХ століття і до сьогодні. Особливим прикладом став внесок Дж. Толкіна, який ще в 50-х роках минулого століття представив світові трилогію “Володар Перснів”. У цій роботі він створив складну міфологічну систему, що гармонійно поєднує стародавні мотиви з глибоким осмисленням сучасних для його часу проблем і тем, що робить твір актуальним і сьогодні. Трилогія не лише визначила подальший розвиток жанру фентезі, але й слугує потужним культурним феноменом із багатовимірними літературними, філософськими і художніми аспектами.

Матеріали та методи. Предметом аналізу стали впливи руху “Arts and Crafts”, символізму В. Б. Єйтса та стилістика Е. Р. Еддісона, які проявляються у візуальній

та текстовій складовій книги. Для досягнення цілей роботи застосовано аналітичний підхід, що дозволяє глибше зрозуміти зв'язки між літературною спадщиною Толкіна та його художніми образами. Крім того, використано порівняльний метод для вивчення трансформацій ілюстративного та кінематографічного образотворення Середзем'я.

Результати. Роман Дж. Р. Р. Толкіна “Володар Перснів: Братство Персня” є одним із найвизначніших творів фентезійного жанру, в якому описується уявний світ Середзем'я з численними народами, культурами та міфологією. Ця книга не лише розповідає про героїчну подорож, а й закладає основу для багатьох подальших творів у жанрі фентезі, задаючи тон оповіді, глибинність образів і символіку, що підтримує єдність світу [1].

Важливо звернути увагу на вплив культурно-мистецьких традицій, зокрема на творчість Вільяма Морріса. Джон Рональд Руел Толкін надихався творчістю В. Морріса, ключової постаті руху “Arts and Crafts” (“Мистецтв та ремесел”), який акцентував увагу на відродженні середньовічних ремесел, використанні архаїчних форм і орнаментів у мистецтві та літературі. Морріс наполягав на поєднанні естетики з функціональністю, вважав, що художні твори мають викликати не лише естетичне задоволення, а й певні емоції, а їхнє оформлення має бути орнаментованим та багат шаровим [2]. Ці ідеї надихнули Толкіна на використання середньовічних сюжетів, архаїчної мови, складних описів і символіки у своїй творчості.

Також важливим було вплив символістської поезії В. Б. Єйтса, яка додавала творчості Толкіна містичні та символічні аспекти [3]. Значно вплинув на Дж. Р. Р. Толкіна Ерік Рюкер Еддісон. По-перше, роман Еддісона “Змій-уроборос” є одним із перших зразків епічного фентезі, з яким пізніше працював Толкін. По-друге, стиль Еддісона із використанням архаїчних мовних форм і складної міфологічної системи вплинув на формування мовної та сюжетної структури у творах Толкіна, особливо у “Сильмариліоні” і “Володарі Перснів”. Таким чином, творчість Еддісона стала важливою підґрунтям для розвитку жанрового фентезі і вплинула на стиль і концепції Толкіна.

Нещодавнє дослідження, книга Голлі Ордвей “Tolkien's Modern Reading” пропонує погляд, який переосмислює впливи на Толкіна, акцентуючи, що його творчість не є лише пережитком середньовічного стилю, а інтегрує численні ідеї та літературні реалії модерної доби, починаючи з середини XIX століття. Ордвей

доводить, що Толкін активно читав та сприймав сучасну літературу і культуру, і саме ця складна взаємодія формувала багатогранність його світу, поєднуючи традиційні та модерні естетичні канони [4].

Щодо художньої естетики Середзем'я, варто розглянути, чи саме Толкін створив усталену візуальну концепцію уявного світу, чи сучасні уявлення базуються радше на подальших інтерпретаціях. У більшості сучасних фентезі книгах та екранізацій ельфи представлені як народ, що відзначається тонкою естетикою, їхня зброя має плавні, вигнуті лінії, що нагадують природні форми, як-от листя або гілки дерев, що підкреслюють їхню гармонію з природою і витонченість. Ці форми не просто естетичні, а також символізують легкість, швидкість і грацію ельфів, відображаючи їхню духовну красу та майстерність. Такі плавні вигини зброї контрастують із суворими та грубими формами гномів, які репрезентують їхню стійкість і ремісничу точність. Проте оригінальна літературна оповідь Толкіна дає лише натяки на ці характеристики, залишаючи значну свободу для художників інтерпретувати світ. Це підтверджують роботи таких ілюстраторів, як Алан Лі і Джон Хоу, які протягом десятиліть розвивали й деталізували візуальний образ Середзем'я задовго до появи відомої екранізації Пітера Джексона [5]. Сам режисер свідомо обрав співпрацю з цими художниками, щоб створити знайому і водночас унікальну візуальність фільмів, що збігалася із попередніми уявленнями фанатів.

Висновки. Вплив руху “Arts and Crafts” на Дж. Толкіна проявився у його прагненні поєднати красу та функціональність мистецтва, а також у захопленні середньовічними ремеслами, архаїчними формами і символікою, що відбилося у візуальному та літературному оформленні Середзем'я. Водночас творчість Еріка Рюкера Еддісона мала значний вплив на формування епічного стилю Толкіна. Особливу роль у формуванні візуального образу Середзем'я відіграли всесвітньо відомі ілюстратори Алан Лі і Джон Хоу, які створили знакові ілюстрації, що надали світу Толкіна унікального реалізму і деталізації. Разом ці впливи сформували неповторний художній і творчий стиль, який відображає багатогранність і глибину світу Середзем'я, створеного Толкіним [6].

Список використаних джерел:

1. Радько К. Методи побудови простору сучасної української книги у творчості Оксани Здор / К. Радько // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів

V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. – У 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 108-111.

2. Книга: Графічний дизайн та основи поліграфічного виробництва: Вільям Морріс та рух мистецтв та ремесл: підручник / BCCampus, Graphic Communications Open Textbook Collective. LibreTexts - Ukrayinska, 2022.

3. Блашків О. В. Символістські ознаки творчої спадщини В.Б.Єйтса: наукові записки. Серія : Літературознавство / за ред. проф. М. Ткачука. – Тернопіль: ТНПУ, 2007. – Вип. 22. – С. 224 – 232.

4. Annie Crawford. Review: Tolkien's Modern Reading: Book Reviews, Essays, The Imaginative Harvest of Holly Ordway, 2021. URL: <https://anunexpectedjournal.com/review-tolkiens-modern-reading>

5. Алан Лі: Твори. WikiArt: Енциклопедія візуальних мистецтв. URL: <https://www.wikiart.org/uk/alan-li>

6. romankorzhyk. Світ “Гобіта” Толкіна у світлинах: колоритні вінтажні ілюстрації. artefact.libroom, 2019.

УДК 378.147:7.05:37.015.3:17.022.1

Лихолат Олена Віталіївна,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ГУМАНІСТИЧНИЙ ВИМІР ІННОВАЦІЙ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАГІСТРІВ З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В УМОВАХ ВІЙНИ

***Анотація.** У статті розглянуто гуманістичний вимір інновацій у професійній підготовці магістрів з графічного дизайну в умовах війни. Акцент зроблено на трансформації змісту та ціннісних орієнтирів дизайн-освіти, що зумовлено екзистенційними викликами сучасності, цифровізацією освіти та необхідністю поєднання технологічної компетентності з гуманітарною рефлексією. Обґрунтовано, що гуманістичний підхід до інновацій у графічному дизайні спрямований на розвиток етичної свідомості, емпатії, культурного діалогу та відповідального мислення майбутніх фахівців. Запропоновано систему технологічних, методичних та ціннісних векторів оновлення магістерської програми, серед яких ключовими є захист пам'яті, ментальна стійкість, відповідальна комунікація, екологічна свідомість та культурна дипломатія. У статті підкреслено, що графічний дизайн у час війни набуває ролі гуманітарного опору, стаючи засобом культурного відродження, збереження ідентичності та утвердження людяності.*

***Ключові слова:** графічний дизайн, гуманістичний вимір, інновації, професійна підготовка, магістри, освіта під час війни, ціннісний вектор, дизайн-освіта, культурна ідентичність.*

Актуальність теми дослідження. У час, коли українська освіта переживає глибоку трансформацію під впливом війни, гуманістичний вимір стає центральною віссю професійної підготовки магістрів з графічного дизайну. Освітній процес, який ще нещодавно тяжів до технологічних інновацій, сьогодні знову повертається до свого головного призначення – формування людини як творця, здатного мислити критично, співпереживати й відповідально діяти при виконанні професійних завдань. Як зазначають І. Небесник, Г. Бучківська та В. Халайцян [1], графічний дизайн сьогодні охоплює не лише традиційні напрями, а й інтерактивні цифрові форми, мультимедійні рішення та тривимірне моделювання, що визначає його роль як «феномена художньо-проектної культури» [1, с. 45]. У цих умовах надзвичайно важливим стає питання

не лише технічної, а й гуманістичної підготовки фахівців, здатних усвідомлено використовувати візуальні засоби для комунікації, культурного діалогу й підтримки людяності в кризові часи. В умовах екзистенційних викликів війни графічний дизайн стає не лише засобом комунікації, а формою культурного спротиву, способом утвердження національної ідентичності, пам'яті та людяності.

Система професійної підготовки магістрів з графічного дизайну у XXI столітті переживає стрімку трансформацію, зумовлену цифровізацією освіти. Проте інновації у підготовці магістрів набувають гуманістичного змісту, коли технологія перестає бути самоціллю і стає інструментом розвитку мислення, емпатії та культурного самовираження. Провідні фахівці у сфері дизайну Майкл Мейер (Michael Meyer) та Дональд Артур Норман (Donald Arthur Norman) [2] переконливо доводять, що дизайн-освіта XXI століття повинна переосмислити власні методи, відходячи від формального оволодіння інструментами до формування здатності бачити смисли та взаємозв'язки між людиною, культурою й технологією. В українському контексті це означає створення навчального середовища, у якому інновації – це не лише цифрові технології чи AI-застосунки, а й педагогічні практики співпраці, взаємної підтримки, творчої рефлексії, переходу до праці над реальними соціально значимими кейсами [3].

Попри зростання кількості наукових досліджень, присвячених підготовці фахівців графічного дизайну, недостатньо дослідженою залишається методологічна база змісту навчання на основі інтеграції технологічних інновацій, гуманістичного виміру та соціальної відповідальності в контексті воєнних та гібридних викликів.

Мета статті полягає в окресленні ключових напрямів оновлення змісту магістерської програми «Графічний дизайн» відповідно до сучасних викликів цифрової економіки, глобальних трендів дизайн-освіти та воєнних викликів сучасного українського суспільства за технологічним, методичним та ціннісним векторами інновацій.

Виклад основного матеріалу. Сучасний етап розвитку України визначається екзистенційними викликами, спричиненими повномасштабною військовою агресією. Війна, що триває в Україні, радикально змінює контекст функціонування дизайн-освіти. Вона виявляє потребу у фахівцях, які можуть поєднати творчість, технологічну грамотність і гуманістичне мислення. В умовах воєнного протистояння та інформаційної війни, сфера графічного дизайну вийшла за межі суто естетичної та

комерційної площини, перетворившись на ключовий інструмент культурного спротиву, збереження ідентичності, стратегічної комунікації та трансляції національних смислів через візуальну мову. Війна кардинально змінила ціннісні пріоритети суспільства, вимагаючи від професіоналів графічного дизайну не лише володіння технічними навичками, але й глибокої соціальної, етичної та громадянської відповідальності. Дизайнер більше не є лише виконавцем комерційного замовлення. Він стає медіатором сенсу, відповідальним за збереження національної пам'яті, трансляцію гуманістичних наративів, протидію дезінформації та формування ментальної стійкості аудиторії. Ця стратегічна роль гостро підкреслює недостатність традиційних освітніх підходів, орієнтованих переважно на ринкові механізми.

У цьому сенсі гуманістичний вимір інновацій у професійній підготовці магістрів з графічного дизайну полягає не лише в оволодінні новими цифровими інструментами, а в тому, щоб технологічні інновації сприяли розвитку людяності, творчості та критичного мислення.

Війна радикально змінила уявлення про мету дизайнерської освіти. Сьогодні вона не може і не повинна бути нейтральною. Дизайн у війні набуває гострого етичного виміру, стаючи прямою формою гуманітарного опору та культурної оборони. Цей зсув перетворює дизайн із суто естетичної чи комерційної послуги на стратегічний інструмент національної стійкості. Візуальні продукти стають не просто елементом комерційного середовища, а частиною соціального й політичного наративу, що формує національну ідентичність, зміцнює психологічну стійкість і підтримує моральну єдність суспільства. Студенти-графіки українських вишів перетворюють візуальну мову навчальних графічних завдань на зброю правди, пам'яті та солідарності, створюючи плакати, соціальні кампанії, айдентику волонтерських ініціатив, які підтримують націю у кризові моменти.

Можна стверджувати, що на теренах України настав кінець «нейтрального» графічного дизайнера. Традиційні західні моделі дизайн-освіти часто оперували концепцією ціннісно-нейтрального фахівця, завдання якого зводилося до ефективного розв'язання технічного завдання від клієнта. Однак, в умовах, коли інформація є зброєю, а культура стає мішенню, «нейтральність» дорівнює співучасті. Сучасна українська освіта повинна готувати фахівців, які усвідомлюють, що їхні візуальні рішення завжди мають політичний та соціальний контекст. Це вимагає включення до

навчального процесу критичного аналізу пропаганди, етики візуальної комунікації та механізмів протидії дезінформації.

В сучасних умовах і відповідно до сучасних викликів цифрової економіки, глобальних трендів дизайн-освіти та воєнних викликів сучасного українського суспільства магістерська програма графічного дизайну має трансформуватися у гнучку, міждисциплінарну та гуманістично орієнтовану освітню модель, здатну поєднувати технологічну компетентність із розвитком критичного, креативного та етичного мислення. Така програма має формувати нову генерацію дизайнерів-дослідників, які не лише володіють інструментами цифрового середовища (традиційні графічні інструменти, AI-дизайн, AR/VR, генеративна графіка, інтерактивні медіа), а й розуміють соціальні та культурні наслідки своєї діяльності.

У межах технологічного вектора інновацій сьогодні критично важливо інтегрувати інструменти штучного інтелекту (AI), автоматизованого прототипування, візуальної аналітики та адаптивних навчальних платформ. Ці інструменти не лише розширюють можливості самостійної роботи студентів, але й створюють умови для персоналізованого навчання, дозволяючи магістрам опановувати новітні технології швидко, гнучко, в індивідуальному темпі. Паралельно з цим, методичний вектор вимагає рішучого переходу від традиційних лекційно-практичних форм до проєктно-дослідницьких студій, кейс-орієнтованого навчання та гнучких гібридних освітніх форматів, в тому числі і на основі ділових ігор. Така трансформація є фундаментальною, бо зміщує фокус з пасивного споживання інформації на активне системне мислення. Студенти вчаться не просто оформлювати графічні роботи, а розв'язувати комплексні проблеми, ефективно співпрацювати в командах і, що найважливіше в сучасних умовах, створювати соціально значимі дизайн-продукти, які мають реальний вплив на суспільство та культурний простір.

Ціннісний вектор інновацій передбачає виховання у здобувачів освіти гуманістичного світогляду, що базується на принципах етичної відповідальності, емпатії, культурного діалогу та візуального мислення як інструменту підтримки людяності. У воєнних реаліях саме дизайнер, здатний поєднати технологію і гуманізм, стає посередником між культурою, емоцією та інформацією, перетворюючи графічний дизайн на засіб духовного опору і відродження нації. Ціннісними векторами такої підготовки в умовах війни є:

- Захист пам'яті, коли дизайнери стають архіваріусами нації, використовуючи інструменти візуалізації даних та інтерактивних медіа для документування воєнних злочинів, втрат культурної спадщини та героїзму. Це пряма дія, спрямована проти спроб ворога стерти українську історію.
- Ментальна стійкість, яка реалізовується, коли дизайн використовується для психосоціальної підтримки суспільства, а саме для створення комунікаційних кампаній, що сприяють ціннісній регенерації, знімають рівень тривожності та консолідують громадянську свідомість навколо життєствердних наративів.
- Пряма дія, коли в процесі навчання магістри перетворюють свій продукт на інструмент мобілізації ресурсів (наприклад, через інтеграцію QR-донатів, волонтерських платформ), що робить акт споживання чи взаємодії з дизайном формою активної громадянської позиції.
- Відповідальна комунікація, яка формує у майбутніх дизайнерів здатність до критичного аналізу інформаційного простору, протидії дезінформації та формування візуальних наративів, що підтримують правду, довіру й солідарність у суспільстві. У межах цього напрямку особливе значення мають етичні стандарти візуальної журналістики, соціального дизайну та сторітелінгу, спрямованого на утвердження гуманістичних цінностей.
- Екологічна свідомість, що розглядає дизайн не лише як естетичну чи функціональну діяльність, а як спосіб гармонізації взаємин людини, природи й технології. У навчальному процесі це реалізується через впровадження принципів сталого дизайну, екологічної графіки, використання енергоефективних цифрових рішень і створення соціальних кампаній, які виховують культуру відповідального споживання.
- Соціальна взаємодія, яка передбачає виховання у студентів готовності працювати з реальними громадами, ініціювати проекти соціальної єдності, інклюзії, рівності можливостей. У рамках цього вектора навчальні завдання перетворюються на форми сервісного навчання, де дизайн виступає як інструмент соціальної співдії та підтримки вразливих груп населення.
- Ідентифікаційна саморефлексія, яка полягає у формуванні у здобувачів освіти здатності осмислювати власну національну, культурну й професійну ідентичність через творчі практики. Дизайн у цьому контексті стає засобом діалогу між минулим

і сучасним, між локальним і глобальним, допомагаючи студентам усвідомити свою роль у культурному відродженні країни.

- Культурна дипломатія, що спрямовує зусилля дизайнерів на створення візуальних образів, здатних репрезентувати українську культуру у світі. Через освітні проєкти, міжнародні колаборації, участь у бієнале та онлайн-платформах, майбутні магістри набувають досвіду комунікації гуманістичних смислів поза межами національного контексту, зміцнюючи імідж України як держави з високою візуальною культурою та ціннісною зрілістю.

У сукупності ці ціннісні вектори формують нову, критично важливу модель професійної підготовки магістрів з графічного дизайну. У ній навчання стає не лише шляхом до професійної майстерності, а й способом підтримки людяності, духовної стійкості та соціальної єдності – ключових складників гуманістичного відродження країни у час війни. Оновлена магістерська програма з графічного дизайну має стати інтелектуальною лабораторією майбутнього, у якій студент не просто опановує технічні навички, а навчається бачити, осмислювати й творити сенси – як дизайнер, громадянин і гуманіст.

Висновки. У результаті дослідження обґрунтовано, що професійна підготовка магістрів з графічного дизайну в умовах війни має виходити за межі суто технологічної парадигми та орієнтуватися на гуманістичні цінності, які забезпечують цілісність особистості майбутнього фахівця. Інновації в освітньому процесі повинні не лише підвищувати ефективність навчання, а й сприяти формуванню критичного мислення, емпатії, соціальної відповідальності та культурної рефлексії.

Визначено три ключові напрями оновлення змісту магістерської програми: технологічний вектор, що передбачає інтеграцію цифрових технологій, штучного інтелекту та мультимедійних платформ для розширення креативних можливостей студентів; методичний вектор, який акцентує увагу на проєктно-дослідницькому навчанні, міждисциплінарних студіях і роботі над реальними соціальними кейсами; ціннісний вектор, що формує гуманістичний світогляд, орієнтований на культурну пам'ять, ментальну стійкість, відповідальну комунікацію, екологічну свідомість, соціальну взаємодію, ідентичність і культурну дипломатію.

Отже, гуманістичний вимір інновацій у підготовці магістрів з графічного дизайну виступає необхідною умовою розвитку української дизайн-освіти в умовах війни.

Він сприяє відновленню культурного потенціалу нації, формуванню нової моделі творчої освіти – освіти, що виховує не лише професіонала, а й мислячу, співчутливу та соціально активну особистість.

Список використаних джерел:

1. Небесник І., Бучківська Г., Халайцян В. Розвиток графічного дизайну у ХХІ столітті: етапи розвитку. Актуальні питання гуманітарних наук. Мистецтво. Вип. 63, том 2, 2023. 336 с. С. 30-36. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/63_2023/part_2/63-2_2023.pdf
2. Meyer W., Norman D. A.. Changing Design Education for the 21st Century. She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation, 6 (1). 2020. P. 13-49. DOI: 10.1016/j.sheji.2019.12.002
3. Лихолат О. Пошук шляхів удосконалення освітньої програми з графічного дизайну магістрів. Актуальні питання графічної підготовки: теорія, практика та шляхи розвитку» / За загальною редакцією Д. Кільдерова, В. Харламенко. Київ, 2025. С. 576-579. URL: <https://enpuirb.udu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/893acc40-a01a-43c6-92d3-ae74442f803b/content>

УДК 7.012:[655.532:821.161.2-343](043.2)

Лобач Поліна Сергіївна, студентка кафедри дизайну

Волгін Юрій Євгенович, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ОБРАЗ ВІДЬМИ У СЛОВ'ЯНСЬКІЙ ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ФЕНТЕЗІ

Анотація. Розглянуто основні концепції образу відьми та коротку історію їхніх образів у слов'янській міфології. Досліджено, які тенденції репрезентації образів відьом застосовуються в сучасному українському фентезі на прикладі твору Валерії Савотіної «Чаклунка і культ». Окремо проаналізовано візуальну реконструкцію образу відьми — зокрема, способам її зображення в ілюстраціях та книжкових обкладинках.

Ключові слова: відьма, слов'янська міфологія, переосмислення образу, українське фентезі, ілюстрація, візуальна репрезентація.

Вступ. Образ відьми — один із найстійкіших і водночас найсуперечливіших архетипів у світовій та слов'янській культурі. Відьма з'являється на перетині міфології, релігії та фольклору, поєднуючи у собі риси темряви й зла з мудрістю, знанням та силою. У сучасній культурі, зокрема в українському фентезі, відбувається активне переосмислення знайомого нам образу відьми. Вона постає не в традиційному темному образі, а як символ внутрішньої сили, самопізнання та духовного пробудження. Де героїня вже не є однозначним антагоністом — натомість стає центром морального, духовного та соціального конфлікту.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є образ відьми як культурно-міфологічний феномен у слов'янській міфології, що використовується у фентезі. Предметом — способи використання художньої та візуальної репрезентації відьми у сучасному українському фентезі.

Результати. У слов'ян, як і в багатьох інших народів, було поширене вірування у чаклунство і образ відьми має давнє коріння що тісно пов'язане із язичницькими уявленнями про природу, магію та жіноче начало. Первісно відьма не мала суто негативного забарвлення: вона виступала як жінка-знаюча, охоронниця таємних знань, цілителька, посередниця між світом людей і світом духів. Саме слово «відьма» походить

від праслов'янського «vědati», тобто «відати, знати».[1] Пізніше, з утвердженням християнства, язичницькі уявлення про жінок, які володіють магічними здібностями, поступово трансформувалися. Відьма почала сприйматися як служниця темних сил, що вступає у контакт із нечистою силою та шкодить людям.

В українській літературі доволі широко використовують тему відьомства загалом. [2] Але в більш сучасних творах чаклунка все частіше постає головною героїнею, що обирає власний шлях який напрочуд відрізняється від образу виключно антагоністки, який часто використовувався в старших творах.[3] Одним із найвиразніших прикладів цього процесу є творчість Валерії Савотіної, зокрема її роман «Чаклунка та культ», у якому образ відьми отримує глибоке психологічне та філософське осмислення. Авторка відходить від традиційного сприйняття відьми як уособлення темних сил. Її героїня — не зла чарівниця, а жінка, що прагне зрозуміти природу власної сили й своє місце у світі. Магія у творі також стає метафорою внутрішнього пробудження, пізнання себе, подолання страху перед власною відмінністю. [4]

За тенденціями жанр фентезі сьогодні постає не лише як форма втечі від реальності, а як спосіб відтворення міфомагічного світогляду.[5] У сучасних ілюстраціях та книжкових обкладинках відьма відкривається не як уособлення зла, а як символ сили, жіночності, інтелекту та незалежності. Також автори все рідше наділяють чаклунок типовими рисами які асоціюють з відьмами — жорстокістю, хитрістю та егоїзмом, що відкриває нові можливості для візуального осмислення: відьма постає не як спотворена стара жінка у похмурих тонах і спотворених формах, а як жіночна, витончена, гармонійна постать, образ якої набуває світла, кольору й символічної глибини. Зовнішня краса тут стає не проявом спокуси, а відображенням гармонії між знанням, владою і жіночністю.[6] Таким чином, відбувається трансформація візуальної мови: відьма стає героїнею, а не загрозою.

Висновки. В сучасному фентезі образ відьми постає як символ свободи, самопізнання, опору стереотипам і внутрішнього пробудження. Темні, похмурі мотиви поступаються місцем м'яким кольоровим рішенням. Ілюстратори прагнуть не спотворювати образ, а показати його суть: відьма — це та, хто відає, жінка, наділена глибинною мудрістю й надзвичайною силою.

Список використаних джерел:

1. Відьма // Вікіпедія : вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Відьма>
2. Кметь, В. С. Архетип відьми в українській літературі XIX–XX століття // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна». — 2017.
3. Кузьменко, О. Образ відьми в українській літературі XX–XXI століття: від страху до прийняття. // Літературознавчі студії. — 2020.
4. Савотіна, В. Чаклунка та культ. — Київ: Vivat, 2021. — 352
5. Євмененко, О. В. Міфوماгічний світогляд сучасного українського фентезі // Літературознавчі студії. — 2023.
6. Deepwell, K. Feminist Interpretations of Witches and the Witch Craze in Contemporary Art. URL: https://repository.mdx.ac.uk/download/90a92ae314af9237689eaaadd89d2ebd804378eed5cb6a73df9460c6a86f1213/2886930/37942-123445-2-PB.pdf?utm_source=chatgpt.com

УДК 7.012:[659.126:791.65]:004(043.2)

Лозюк Даяна Михайлівна, студентка кафедри дизайну

Марченко Аліна Анатоліївна, доцентка кафедри дизайну, кандидатка педагогічних наук

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА КІНОТЕАТРІВ У КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ МЕДІАКУЛЬТУРИ

Анотація. *Оскільки у сучасному медіапросторі кінотеатри змушені конкурувати з цифровими платформами, уявлення про їхню роль трансформуються. Одним із провідних інструментів позиціонування стає візуальна айдендика [1]. Поєднання графічного дизайну, оформлення простору та цифрових технологій підкреслює особливості цього підходу: а саме формування брендів екосистем та інтеграцію дизайну у фізичні й цифрові простори. При розробці айдентики важливо враховувати принципи побудови унікального досвіду, щоб позиціонувати кінотеатр як унікальну розважальну локацію.*

Ключові слова: кіно, кінотеатр, фільми, візуальний стиль, брендинг, айдендика, естетика.

Вступ. Сфера застосування візуальної айдентики для кінотеатрів сьогодні є всеохоплюючою. Вона перестала бути лише інструментом реклами і перетворилася на суттєвий елемент, що формує унікальний досвід відвідувача. Цей підхід з'явився у ХХ столітті, але в подальшому став важливою складовою сучасної медіакультури. Назва цього підходу походить від поєднання слів «візуальний» та «ідентичність», підкреслюючи його ключові особливості – впізнаваність та послідовність.

Спочатку він проявився у поліграфії, а згодом поширився на оформлення інтер'єрів та цифрові платформи. Сьогодні цілісний брендинг залишається популярним та актуальним, оскільки він дозволяє створювати комплексні брендів екосистеми, що охоплюють усі точки контакту – від фізичних носіїв, як-от квитки, до цифрових інтерфейсів.

Результати дослідження. Об'єктом дослідження є візуальна айдендика та брендингові стратегії сучасних кінотеатрів. Методи дослідження включають аналіз актуальних підходів до створення візуальної айдентики, а також порівняльний метод

для вивчення кейсів провідних українських та світових кіномереж.

Дослідження показало, що кінотеатри активно реконструюють свої бренди, зміщуючи фокус з фільмів на "досвід" [2]. Ключові стратегії включають преміумізацію та персоналізацію. Візуальна айдентика стає сполучним елементом, що об'єднує фізичний простір (оформлення інтер'єрів, поліграфія) та цифрові платформи (сайти, мобільні додатки) в єдину брендову екосистему.

Результати аналізу дозволили встановити основні фактори впливу айдентики на сприйняття бренду кінотеатру: позиціонування, оскільки айдентика слугує головним інструментом диференціації, дозволяючи бренду зайняти чітку нішу (технологічний лідер, масовий ринок, культурний центр/артхаус); впізнаваність через цілісний візуальний стиль (логотип, фірмові кольори, типографіка), який послідовно використовується на всіх носіях і формує стійкий образ бренду; та формування досвіду (UX), де дизайн виходить за межі простої естетики і безпосередньо впливає на користувача, особливо у цифрових продуктах (наприклад, зручність мобільного додатку), що підсилює загальне враження.

На українському ринку яскравим прикладом є «Планета Кіно». Бренд позиціонує себе як технологічний лідер, що відображено в динамічній айдентиці та просунутому мобільному додатку [3]. Всі елементи бренду підтримують філософію "Щось більше, ніж кіно". Логотип з округлими формами та варіативний шрифт, що відсилає до історії кіножурналізму, підкреслюють технологічність та культурну обґрунтованість бренду [4].

Інший показовий кейс – «Multiplex» [5]. Головна мета бренду – орієнтація на масову доступність та розваги для всіх. Його візуальна ідентичність еволюціонувала до більш цілісної системи з мінімалістичним логотипом. Також можна побачити контраст між стандартним досвідом мультиплексу та рухом до створення преміальних, "інстаграмних" просторів.

Унікальним прикладом є кінотеатр «Жовтень» [6]. Це бренд-спадщина, чия ідентичність побудована на культурній значущості та зв'язку зі спільнотою. Його філософія – це культурний центр, простір для діалогу та арthaусу. Айдентика, розроблена з повагою до 90-річної історії, спирається на цей культурний спадок.

Висновок. Таким чином, при розробці сучасної айдентики для кінотеатру варто враховувати ключові риси цього підходу – контраст між "досвідом" та "продуктом",

використання цілісних візуальних систем та поєднання брендингу, дизайну і технологій. Естетика бренду виражається у фірмових кольорах, типографіці та рішеннях в оформленні простору.

Елементи дизайну, поліграфія чи інтерфейси повинні відображати соціальний статус (цільову аудиторію) бренду та його історію, а також ступінь технологічної інтеграції. Саме такий глибокий підхід, створений на перетині мистецтва, технологій та функціонального дизайну, формує емоційний зв'язок з аудиторією.

Список використаних джерел:

1. Your 5-step guide to leverage marketing for your cinema. DX. URL: <https://www.dx.tech/blog/your-5-step-guide-to-leverage-marketing-for-your-cinema>
2. Alamo Drafthouse: A Texas Tale of Movies, Meals & Mayhem. Blackhawk Digital Marketing. URL: <https://blackhawkdigital.com/alamo-drafthouse-story/>
3. Planeta Kino. MadCats Creative Agency. URL: <https://madcats.agency/en/planeta-kino>
4. Planeta Kino. Spiilka Design Büro. URL: <https://spiilka.com/en/projects/planeta-kino>
5. Multiplex Cinema chain Brand Identity development. R Agency. URL: <https://roooooo.com/multiplex-cinema-chain-brand-identity-development>
6. «Жовтень» більше, ніж кінотеатр. Kyiv Academy of Media Arts. URL: <https://www.k-a-m-a.com/news/zhovten-bilshe-nizh-kinoteatr/>

УДК 7.079:159.923.2-053.6]:355.01(043.2)

Мазніченко Аліна Валеріївна, студентка кафедри дизайну

Карпов Віктор Васильович, науковий керівник

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

РОЛЬ СУЧАСНИХ МОЛОДІЖНИХ ПЛАТФОРМ У ФОРМУВАННІ ІДЕНТИЧНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Анотація. У матеріалі розкрито роль молодіжних, культурних та міжнародних платформ у процесі формування української ідентичності під час повномасштабної війни. Показано, як сучасна молодь через участь у конкурсах, творчих програмах, фестивалях та освітніх ініціативах стає активним носієм культурних змін і громадянських цінностей. Особливу увагу приділено феномену цифрової активності молоді, яка перетворює онлайн-і офлайн-платформи на простір для самоідентифікації, культурного спротиву та формування нової громадянської позиції.

Ключові слова: молодь, ідентичність, культурні платформи, міжнародні конкурси, громадянські цінності, війна, Україна.

Вступ. З початком повномасштабного вторгнення країна зіштовхнулася не лише з військовою агресією, а й із глибокими соціокультурними змінами. Молодь, як найдинамічніша частина суспільства, опинилася в центрі цих трансформацій: війна стала каталізатором переосмислення цінностей, національної ідентичності та ролі кожного громадянина у спільному майбутньому [1].

За даними Міністерства молоді та спорту України, 92% українців пишаються тим, що є громадянами України, а 85% пов'язують своє майбутнє з державою. Це свідчить про зростання національної самосвідомості серед молоді, яка активно долучається до культурного та громадського життя [2].

Молодіжні ініціативи — волонтерські проекти, творчі конкурси, фестивалі, студентські організації — стали платформами, де формується нова система цінностей. Вони сприяють культурній інтеграції, взаємодії поколінь і розвитку відчуття спільності, що є важливою умовою формування сталої громадянської ідентичності [3].

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є культурні та молодіжні

платформи, що сприяють формуванню української ідентичності в умовах війни. Предметом дослідження є вплив участі молоді у конкурсах, міжнародних програмах і соціокультурних ініціативах на розвиток національної самосвідомості.

У дослідженні використано аналітичний, порівняльний та соціокультурний методи. Проаналізовано дослідження Міністерства молоді та спорту, звіти про міжнародну участь українських студентів у програмах Erasmus+, European Youth Event, Young Creative Awards, Goethe-Institut Kulturweit та ін [4][5]. Також враховано матеріали Українського культурного фонду й аналітичних центрів, які відстежують вплив молодіжних ініціатив на суспільні процеси.

Результати. У ході проведеного дослідження було виявлено ключові аспекти участі української молоді у міжнародних конкурсах, фестивалях та інших культурних платформах, що формують сучасну культурну ідентичність та соціальну активність молодого покоління. Основна увага приділялася аналізу того, яким чином ці ініціативи впливають на розвиток професійних компетенцій, формування громадянської позиції та інтеграцію української культури у міжнародний контекст [6].

По-перше, визначено, що міжнародні конкурси та фестивалі виступають ефективними інструментами представлення українського культурного продукту на глобальному рівні. Участь у міжнародних культурних платформах сприяє зміцненню професійних навичок, розвитку критичного мислення та налагодженню мереж міжкультурної взаємодії. З огляду на це, українська молодь отримує можливість демонструвати власні проєкти, адаптовані до сучасних тенденцій, одночасно інтегруючи національні культурні коди у світовий контекст.

Другим важливим аспектом є формування нової культурної суб'єктності та громадянської активності. Аналіз статистичних даних та кейсів участі у різних проєктах, показує, що молодіжні ініціативи сприяють розвитку відповідальності, комунікативних навичок та здатності до міждисциплінарної співпраці. Дослідження Міністерства молоді та спорту України [7] підтверджує, що понад 90% учасників подібних заходів відзначають зростання впевненості у власних компетенціях та розширення професійних горизонтів. Одним з визначальних факторів є поєднання творчої та соціальної складових діяльності. Виявлено, що молодіжні ініціативи, що включають волонтерську діяльність, освітні модулі або проєкти з фокусом на сталий розвиток, забезпечують не лише культурний, але й соціальний ефект. Комплексний

підхід, що поєднує креативність і соціальну відповідальність, забезпечує ефективне формування сучасної ідентичності та сприяє розвитку громадянської свідомості [8]. Також дослідження показало, що участь у міжнародних платформах сприяє зростанню професійної компетентності молоді. Кожен конкурс або фестиваль виступає як “лабораторія” для тестування нових ідей, презентації власних проєктів і отримання зворотного зв’язку від експертного середовища. Це сприяє не лише вдосконаленню технічних та креативних навичок, але й формуванню стратегічного мислення та навичок самопрезентації на міжнародному рівні.

Висновки. У результаті дослідження виявлено, що сучасні молодіжні платформи та участь у міжнародних конкурсах стали важливим чинником у формуванні та зміцненні української ідентичності в умовах війни, надаючи молоді можливість самовираження, об’єднуючи її навколо спільних цінностей і сприяючи розвитку нової культурної суб’єктності України у глобальному контексті.

Залучення молоді до культурних ініціатив, зокрема конкурсів, фестивалів та інших креативних проєктів, сприяє не лише обміну знаннями та досвідом, а й підвищенню національної самосвідомості, формуванню активної громадянської позиції та розвитку здатності до критичного мислення. В умовах війни ці процеси набувають особливої важливості, оскільки молоде покоління виступає не тільки носієм культурних цінностей і креативного потенціалу, а й символом стійкості, інноваційного підходу та майбутнього країни.

Список використаних джерел:

1. Вплив війни на молодь в Україні: звіт. Міністерство молоді та спорту України, 2024 URL: https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/2025/undp-impact-of-war-on-youth-in-ukraine_0.pdf
2. Міністерство молоді та спорту України. Українці пишаються своєю державою: результати всеукраїнського дослідження про ідентичність, 2025 URL: <https://mms.gov.ua/news/ukraintsi-pyshaiutsia-svoiciu-derzhavoiu-rezultaty-vseukrainskoho-doslidzhennia-pro-identychnist>
3. Міністерство молоді та спорту України. Оцінка молодіжних центрів і просторів та можливостей для молоді, 2024 URL: https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/2024/581917_0.pdf
4. European Parliament. European Youth Event (EYE) URL: <https://european-youth-event.europarl.europa.eu/en>

5. Young Creative Awards. Official Website URL: <https://www.youngcreativeawards.org>
6. Бойко С. Національна ідентичність як основа стійкості молоді в умовах війни: освітній та виховний потенціал // Нові технології навчання, 2024 URL: <https://www.journal.org.ua/index.php/ntn/article/view/420>
7. Міністерство молоді та спорту України. Вплив війни на молодь в Україні: соціологічне дослідження, 2023 URL: https://mms.gov.ua/storage/app/sites/16/Molodizhna_polityka/28.04_vplyv_vinyu_na_molod_v_ukrayini.pdf
8. Білик Н., Лещенко І. (ред.). Ідентичність як предмет гуманітарного дискурсу: збірник наукових праць. – Полтава: ПНПУ імені В. Г. Короленка, 2020 URL: <http://historic.pnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/01/Збірник-Ідентичність.pdf>

УДК 7.05:793.7]:004.92(043.2)

Манскова Юлія Юріївна, студентка кафедри дизайну

Марченко Аліна Анатоліївна, науковий керівник, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ХУДОЖНІ АСПЕКТИ 3D-МОДЕЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЖІВ У КІБЕРПАНКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Анотація. Жанр кіберпанк набуває особливої актуальності в сучасному світі, так як відображає переживання людства, пов'язані з розвитком технологій. Персонажі, які з'являються у творах цього жанру, мають особливий стиль, який легко впізнати. В тезах розглянуті основні художні аспекти створення персонажів в стилі кіберпанк, завдяки яких гравці зможуть повністю зануритись у дистопічну атмосферу гри.

Ключові слова: ігровий дизайн, персонаж, 3D-моделювання, кіберпанк, візуальний образ.

Вступ. Кіберпанк являє собою піджанр наукової фантастики, що показує інтеграцією суспільства та технологій в антиутопічних умовах. Назва походить від поєднання слів «кібернетика» та «панк», підкреслюючи ключові особливості жанру, які полягають у технологічності та образах героїв-аутсайдерів. Жанр з'явився у 1980-х роках і в подальшому став важливою складовою сучасної попкультури. Спочатку він проявлявся у літературі, кіно, а згодом і в коміксах та комп'ютерних іграх [2]. Сьогодні кіберпанк залишається актуальним, оскільки відображає сучасні страхи молоді щодо неконтрольованого розвитку технологій та штучного інтелекту, влади корпорацій та зростаючої соціальної нерівності в цифрову епоху.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є дизайн персонажів в іграх у стилі кіберпанк. Предметом дослідження є художні аспекти створення тривимірного персонажа в естетиці кіберпанку. Для визначення особливостей моделювання проаналізовано ігри жанру та визначено притаманні персонажам групи елементів дизайну. Додатково досліджено наукові статті з тематики кіберпанку та ігрового дизайну.

Результати. Одним з ключових елементів дизайну персонажів в стилі кіберпанк є біомодифікації та протези. Заміна органічних частин тіла технологіями символізує трансформацію персонажів і внутрішні конфлікти, пов'язані з прагненням контролювати власне тіло та набути нової сили [1]. Іншою ключовою особливістю стилю є контрастність. Персонажі нерідко носять темне вбрання, яке резонує з яскравим неоновим освітленням міста. Водночас їхні образи поєднують органічні форми тіла з гострими контурами протезів. Також контрастність може проявлятися у текстурах. Герої-панки зазвичай на собі мають бруд, а представники еліти здебільшого одягнені у чисте та акуратне вбрання.

Серед культових ігор в цьому жанрі виділяється рольовий екшн «Cyberpunk 2077». Одяг героїв гри багатошаровий, з елементами захисту, ремнями та пряжками. Свою індивідуальність вони виражають за допомогою яскравих зачісок, татуювання і пірсингу. У дизайні персонажів поширене протезування, вигляд якого прямо залежить від соціального статусу, демонструючи контраст між блискучими імплантами еліти та грубими кібервиробами аутсайдерів [3]. Іншим яскравим прикладом гри в такому жанрі є екшн-шутер «Ruiner». В дизайні головного героя відображаються основні риси стилю одягу кіберпанку, такі як брутальна шкіряна куртка, маска з LED-дисплеєм та протези. Також можна побачити контраст між чистою уніформою еліти та брудним та зношеним одягом представників «низів».

Висновки. При розробці персонажів для ігор в жанрі кіберпанк варто враховувати особливості цього стилю, які включають контраст між високими технологіями та соціальним занепадом, використання кібернетичних імплантів, естетику бунту та вуличного шику, що виражається у яскравих зачісках та багатошаровому одязі. При розробці 3D-персонажа важливо показувати його історію за допомогою текстури та матеріалів. Представники еліти мають блискучі костюми, а герої-бунтарі одягнуті у потерті, грубі тканини, на яких видимі шви та латки. Аналіз візуальних компонентів стилю створює значні можливості для розвитку в іграх, де він є ключовим напрямом, пропонуючи імерсивне відображення складної взаємодії людини та технологій.

Список використаних джерел:

1. Bintoroa C., Rachman V. Character Design Concept Art For A Cyberpunk Themed Story. International Journal of Art, Design and Metaverse. 2023. Т. 1, вип. 2 : Design, NFT,

and Metaverse. С. 34–35. ISSN 2985-8453.

2. Копанський Т., Сергеева Н. Естетика кіберпанку у мистецтві коміксів: витоки та особливості візуальної мови. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2021. Т. 3. С. 183–184. URL: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/74-1-24>.

3. Zhang X. The application of post-humanism in digital media visual design – cyberpunk 2077 as an example. International conference on social development and media communication, Sanya, 25–27 October 2022. 2023. P. 3.

УДК 7.012:[655.532:392.8(477)](043.2)

Марущак Вероніка Костянтинівна, студентка кафедри дизайну

Радько Катерина Володимирівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

РОЗРОБКА ПРОМО-ВИДАННЯ «З ХЛІБОМ-СІЛЛЮ. КАРТА УКРАЇНСЬКОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ КУХНІ»: НОВИЙ ФОРМАТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ СТАРИХ ТРАДИЦІЙ

***Анотація.** У статті досліджується розробка промо-видання (книга-довідник у журнальному форматі) “З хлібом сіллю: карта українських регіональних страв), де описуються традиційні страви для кожної області України з упором на ілюстрації і типографіку. Піднімається актуальність популяризації гастрономії як приводу для туризму і безпосередньо української кухні як невід’ємної частини культурного спадку. Основною метою створеної збірки є показати специфіку і особливості страв кожного регіону, через вплив територіального розташування і включити рецепт наступних страв, щоб надати можливість наблизитись до місцевої культури.*

***Ключові слова:** ілюстрації, довідник, графічний дизайн, промо-видання, українська кухня, артбук, книга рецептів, типографіка, гастрономія.*

Вступ. При згадці української культури перше що спадає на думку це борщ пампушки і галушки- національна кухня у всій своїй красі. Культура споживання і частування часто переплітається з традиціями, історією, віруваннями, народною творчістю. Це не тільки побут, а й стиль життя, в якому знання успадковуються і передаються поколіннями. Зараз у епоху швидкої інформації, набридливої реклами і величезної кількості контенту недостатньо просто розповісти про культуру, потрібно запровадити на неї тренд. Правильна популяризація передбачає доступну інформацію, цікаву подачу, вдалу візуалізацію і найголовніше: тема обговорення має бути близькою публіці. А що може бути більш близьким ніж смачна їжа і її споживання.

Матеріали та методи. Об’єктом дослідження є українська регіональна кухня, її значення і актуальність в нашій культурі від витоків до сьогодення. Предметом дослідження є експериментальний спосіб її популяризації у вигляді промо-видання “З хлібом-сіллю”. Використано матеріали кулінарних енциклопедій, етнографічних

збірників та музейних архівів, а також сучасні дослідження з гастрономічної культури України. Для створення візуальної концепції застосовано аналітичний метод, метод дизайнерського моделювання та порівняльного аналізу аналогічних видань. Дослідження проєкту передбачає два основні етапи: збір та структурування інформації і створення вдалого концептуального оформлення. Для макетування використано Adobe InDesign і Adobe Illustrator, а ілюстрації створено в растровому графічному редакторі Procreate.

Результати. Розглянути тему української кухні з однієї перспективи і цілком зрозуміти її важливість і потенціал неможливо, її складність полягає в безлічі причинно-наслідкових ланцюжках. Кожна подія в певному історичному періоді безпосередньо впливала, формуючи а іноді і кардинально змінюючи те що споживали і як споживали українці.

Для початку, саме географічне розташування вже є тим, що заклало картину наявного біорізноманіття: від агрокультур до м'яса. Від Сяну до Дону, від Карпатських хребтів до чорноморського узбережжя- кліматична специфіка різних регіонів у тандемі з родючими ґрунтами-чорноземами давала змогу вирощувати найрізноманітніші продукти. У поєднанні з місцевими традиціями паралельно розвивалася і гастрономічна база. Так в Галицькій кухні характерне використання грибів та ягід, на Слобожанщині популярні страви з дичини, а в приморських районах є давні традиції споживання риби та морепродуктів [1]

Українські землі завжди були наскрізним прохідним шляхом який з'єднував Європу з близьким Сходом. Чого тільки коштував шлях “з варягів у греки”, який забезпечував торгівельне життя Київської Русі. Ця відкритість як кордонів так і власної цікавості до культури інших народів зробила з територій українських земель мультикультурний пласт скріплений ланцюжком традицій частування. Тут зійшлись кулінарні традиції греків, турків, угорців, німців, євреїв, татар і багатьох інших. Навіть так, вироблена віками смакова культура настільки стабільна, що навіть запозичені в інших народів страви завжди пристосовувалися до стереотипів місцевого харчування, перероблялися і посвоєму вдосконалювалися.[2]

Унаслідок такого культурного обміну з'являлись страви з подібними рецептами, які адаптувались під місцеві умови. Цей процес призвів до того, що в різних частинах України можна знайти певні «подібності» (наприклад, начинка, спосіб приготування

чи спеції) але з яскравим локальним колоритом. Саме поєднання «запозичення + адаптація» стало характерною рисою української кухні.

Пропонований дипломний проєкт «З хлібом-сіллю» має на меті дослідити всі ці аспекти і виплавити з них привабливу картину нашої національної кухні. Історія і традиції змішані в цікаву концепцію стануть чудовим способом популяризації української гастрономії не тільки в межах країни а й за кордоном. Зараз українське питання стає гострим як ніколи, що також означає те що ми привертаємо увагу іноземців. Передусім-в контексті війни, але згодом і в контексті культури. Це яскраво видно в соцмережах, де через призму історичної окремішності популяризують наших культурних діячів, театральне та кіно-мистецтво, специфіку народного вбрання і оригінальність традицій, зокрема традицій споживання української кухні. Ця ідея новизни для іноземців має чітку позитивну динаміку. «Червоний суп», шматок смальцю чи картопля в тісті на пару стають трендом, і важливою задачею стає зберегти цю короткочасну зацікавленість споживача.

Незважаючи на, здавалося б, хаотичний спосіб, з яким відбуваються всі ці взаємодії, певним темам вдається привернути надмірну кількість уваги, таким чином виринаючи на вершину популярності. Завдяки своїй видимості ці популярні теми сприяють колективному усвідомленню того, що є трендом, а часом також можуть впливати на громадський порядок денний спільноти. [3] Проєкт, як і будь який український контент трансльований ,в тому числі і на іноземних споживачів, виконує передусім функцію утримання українського питання в масах і залучає підтримку і усвідомлену позицію аудиторії. Гасло “Never stop talk about Ukraine” має звучати більше і гучніше.

Збірка буде містити у собі не тільки довідкову інформацію, а й позиціонуватиметься як книга рецептів і артбук відповідно. Ілюстровані зображення страв мають привертати до себе якомога більше уваги і бути цілком реалістичними. Ілюстрації такого типу містять в собі ту гіперреалістичність і шарм якого важко досягти звичайною фотографією. Також в пріоритеті експериментальна типографіка, яка взаємодіятиме з ілюстрованими зображеннями. Одним із завдань постає включення карти, яка виступатиме довідковим елементом і проглядатиметься на кожній сторінці. Мета використання мапи тут полягає не лише у створенні географічно точного зображення, а й у вивченні її можливостей як виду мистецтва, інструменту комунікації. [4] Такий цікавий багатофункціональний формат

видання з інтерактивними елементами слугуватиме як практичному застосуванню так і суто естетичному, адже привабливий дизайн є невід'ємною складовою гарного промоутингу(просуванню) будь-якої продукції.

Висновки. Українська кухня сформувалася під впливом природних умов, історичних подій та культурних взаємозв'язків. Вона поєднує локальні традиції, багате біорізноманіття і впливи багатьох народів, утворюючи цілісну гастрономічну систему.

Дипломний проєкт «З хлібом-сіллю» покликаний осмислити ці процеси й подати їх у сучасному форматі-поєднуючи історичний матеріал, артбук і кулінарну збірку. Видання спрямоване на збереження й популяризацію української кухні як важливої складової національної культури.

Список використаних джерел:

1. Що таке “Українська кухня”? Історія, страви, смаки URL: <https://obarykada.com/chasopys/shho-take-ukrayinska-kuhnya-istoriya-stravysmaky/>
2. Артюх, Л. Ф. Традиційна українська кухня в народному календарі. - Київ : Мистецтво, 2013. - 280 с.
3. Asur, S., Huberman, B. A., Szabo, G., Wang, C. Trends in Social Media: Persistence and Decay. - Palo Alto : Hewlett-Packard Laboratories, 2011. - 9 p.
4. Балабуха Н. Український народний дім на алегоричній мапі Перемишля. Місто як текст / Н. Балабуха, О. Здор, К. Радько // Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року. – У 2-х т. – Т. 2. – Київ : КНУТД, 2023. – С. 46-49. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/46967/8/N_Balabukha_O_Zdor_K_Radko_KNUTD_2023_FOMD.pdf

УДК 7.012-029:17]:316.7(477)(043.2)

Марченко Аліна Анатоліївна,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

a.marchenko@kubg.edu.ua

ORCID: 0000-0003-2372-9294

ЕМПАТИЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК ПРОЯВ ГУМАНІЗМУ В СУЧАСНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті досліджено теоретичні засади емпатичного дизайну та його роль у ствердженні гуманістичних цінностей у сучасному культурному просторі України. Актуальність теми зумовлена воєнними й післявоєнними трансформаціями, зростанням суспільного запиту на візуальні комунікації, що підтримують гідність, психологічну безпеку та довіру, а також потребою інституціоналізації етичних стандартів дизайну. Показано, що емпатичний дизайн є інтегративним підходом, який поєднує етичну чутливість, інклюзивність і доступність, критичну візуальну грамотність та афективно-наративні механіки, формуючи передумови для соціальної згуртованості й відповідальної репрезентації вразливих груп.

Метою дослідження є концептуалізація емпатичного дизайну як прояву гуманізму, операціоналізація критеріїв «емпатичності» візуальних рішень і окреслення механізмів їх впровадження у публічних комунікаціях, культурних інституціях і цифрових сервісах. Методологія спирається на аналіз наукових джерел, порівняльний огляд міжнародних практик, кейс-дослідження українських культурних ініціатив, контент-аналіз візуальних кампаній. У результаті ідентифіковано ключові бар'єри: фрагментарність методичної бази, відсутність уніфікованих етичних протоколів та індикаторів оцінювання, обмеженість локальних досліджень аудиторій, ризики вторинної травматизації та ресурсні дефіцити; водночас виокремлено чинники успіху - участь цільових спільнот, доступність і читабельність, культурна чутливість, прозорість намірів, систематичне тестування та етичні чек-листи.

У результаті встановлено, що емпатичний дизайн є комплексною етико-комунікативною парадигмою, яка поєднує ненасильницьку іконографію, прозору навігацію, читабельну типографіку, безпечну колористику, доступність і співтворчість із користувачами («co-design» спільне проєктування). Виокремлено ключові бар'єри впровадження: фрагментарність методичної бази, нерівномірна культура етичної репрезентації та недостатність метрик емпатичності. Показано, що застосування новітніх цифрових технологій розширює можливості персоналізації, однак вимагає розроблення відповідних аналітичних протоколів..

Зроблено висновок, що емпатичний дизайн є стратегічним ресурсом гуманітарної відбудови й культурної дизайн-стратегії України, який підвищує легітимність і ефективність комунікацій. Емпатичний дизайн в українському культурному просторі виявляється як форма гуманізації комунікацій, у воєнних і післявоєнних умовах, він інтегрує мистецтво й соціальну відповідальність, сприяє формуванню довіри, знижує тривожність аудиторій, солідарності та культурної згуртованості.

Перспективи подальших досліджень охоплюють валідизацію індикаторів емпатичності, розроблення галузевих сценаріїв застосування (музейні та міські простори, медіа, освіта), а також вивчення впливу інтеграції III та XR на емпатичні стратегії комунікації та інтеграцію емпатичних компетентностей у дизайн-освіту й культурну політику країни.

Ключові слова: дизайн, емпатичний дизайн, гуманізм, візуальна комунікація, етична комунікація, культурна чутливість, інклюзія, психологічна безпека.

EMPATHIC DESIGN AS A MANIFESTATION OF HUMANISM IN THE CONTEMPORARY CULTURAL SPACE OF UKRAINE

Abstract. *The article explores the theoretical foundations of empathic design and its role in affirming humanistic values within the contemporary cultural space of Ukraine. The relevance of the study is determined by wartime and post-war transformations, the growing public demand for visual communications that support dignity, psychological safety, and trust, as well as the need for institutionalization of ethical standards in design.*

It is demonstrated that empathic design represents an integrative approach combining ethical sensitivity, inclusivity and accessibility, critical visual literacy, and affective–narrative mechanisms. Together, these elements create the prerequisites for social cohesion and responsible representation of vulnerable groups.

The purpose of the study is to conceptualize empathic design as a manifestation of humanism, to operationalize the criteria of “empathicity” in visual solutions, and to outline mechanisms for their implementation in public communications, cultural institutions, and digital services. The methodology is based on the analysis of academic sources, a comparative review of international practices, case studies of Ukrainian cultural initiatives, and content analysis of visual campaigns.

The study identifies key barriers, including the fragmentation of the methodological framework, the absence of unified ethical protocols and evaluation indicators, limited local audience research, risks of secondary traumatization, and resource constraints. At the same time, success factors are outlined: participation of target communities, accessibility and legibility, cultural sensitivity, transparency of intentions, systematic testing, and ethical checklists.

As a result, empathic design is defined as a comprehensive ethico-communicative paradigm that integrates nonviolent iconography, transparent navigation, legible typography, safe color schemes, accessibility, and co-creation with users (co-design). Key barriers to implementation include a fragmented methodological base, uneven culture of ethical representation, and the lack of “empathicity” metrics. It is shown that the introduction of advanced digital technologies expands the possibilities for personalization, yet requires the development of appropriate analytical protocols.

It is concluded that empathic design serves as a strategic resource for humanitarian recovery and cultural design strategy in Ukraine, enhancing the legitimacy and effectiveness of communications. Within the Ukrainian cultural context, empathic design functions as a form of humanizing communication. Under wartime and post-war conditions, it integrates art and social responsibility, fosters trust, reduces audience anxiety, and promotes solidarity and cultural cohesion.

Future research prospects include the validation of “empathicity” indicators, the development of sector-specific application scenarios (museum and urban spaces, media, education), and the study of the impact of integrating AI and XR on empathic communication strategies, as well as the incorporation of empathic competencies into design education and cultural policy.

Keywords: *design, empathic design, humanism, visual communication, ethical communication, cultural sensitivity, inclusion, psychological safety.*

Вступ. Сучасні воєнні та післявоєнні трансформації українського суспільства актуалізують гуманістично орієнтовані підходи в візуальній культурі та комунікаціях, де емпатичний дизайн постає як інструмент утвердження людяності, формування довіри та соціальної згуртованості. Зростає суспільний запит на візуальні комунікації, що не лише інформують, а й забезпечують гідність та психологічну безпеку, створюючи інклюзивне й етично вивірене середовище взаємодії. Водночас у вітчизняному дискурсі бракує цілісної методичної бази та уніфікованих критеріїв оцінювання емпатичності, що ускладнює впровадження сталих практик.

Потреба у методично виважених і етично відповідальних візуальних комунікаціях в Україні різко зросла під впливом війни та процесів відновлення, що висувають нові вимоги до психологічної безпеки, недопущення вторинної травматизації та підтримки гідності аудиторій. Емпатичний дизайн забезпечує інклюзивність для вразливих груп (ветерани, внутрішньо переміщені особи, люди з інвалідністю, діти), сприяє соціальній згуртованості та довірі між інституціями й громадянами, а

також підсилює ефективність публічних кампаній і культурних практик. Відсутність уніфікованих національних критеріїв оцінювання «емпатичності» та фрагментарність методичної бази створюють розрив між етичними намірами і практичними рішеннями. Євроінтеграційний курс і потреба гармонізації з міжнародними підходами вимагають стандартизації і доказового тестування візуальних рішень. У такій перспективі емпатичний дизайн постає як стратегічний ресурс гуманітарної відбудови, культурної дипломатії та стійкості суспільства, що обумовлює наукову і практичну значущість запропонованого дослідження.

Аналіз останніх досліджень засвідчує міждисциплінарний характер цієї проблематики та в сучасному науковому дискурсі проблема становлення та розвитку емпатичного дизайну розглядається в широкому контексті від філософсько-етичних засад гуманізму та людиноорієнтованого підходу до технологічних і освітніх аспектів його еволюції.

У міжнародному дискурсі емпатично орієнтований дизайн спирається на концепції емоційної взаємодії (D. Norman; P. Jordan; P. Desmet & P. Hekkert; M. Hassenzahl; M. Nagamachi; R. Picard), людиноцентровані та партисипативні методи (B. Gaver; J. Forlizzi & J. Zimmerman; B. Friedman), а також на семантичні, етичні й соціально-інноваційні парадигми (K. Krippendorff; R. Buchanan; E. Manzini; V. Margolin; S. Coștanza-Chock; C. Bowles; A. Walter; J. Gehl). В українському контексті дискурс підкріплюють дослідження соціального дизайну (О. Пархоменко), практики публічної графіки й етичної репрезентації (О. Векленко; О. Балашова), розвідки у сфері візуальних студій і культури (Б. Шумилович; К. Ботанова) та у сфері веб та цифрових інтерфейсах (О. Слітюк, В. Янчук).

Поняття емпатичного дизайну сформувалося на перетині гуманістичної етики, когнітивної психології та практик людиноорієнтованого проєктування. Сьогодні ним позначають методи й принципи, що забезпечують глибоке розуміння життєвого контексту користувача. Емпатія в цьому контексті функціонує як дослідницька процедура, що поєднує спостереження в реальному контексті, не переміщаючи об'єкт і не відриваючи його від середовища та інтерпретацію з подальшою етичною верифікацією рішень.

Філософсько-термінологічні засади емпатичного дизайну сягають естетичної концепції «Einführung» (від. нім. - естетичне співпереживання, ототожнення суб'єкта з об'єктом; англ. - «empathy» емпатія) в німецькій філософії кінця XIX ст., що

окреслювала механізм емоційного занурення суб'єкта в форму об'єкта. Ідейні витoki пов'язують із працями Р. Вішера та їх подальшим психологічним опрацюванням Т. Ліппса, який трактував «Einfühlung» як внутрішнє «співпереживання», завдяки якому стає можливим розуміння іншого та відчуття причетності [12].

На початку XX ст. ця традиція була інституціоналізована в англomовній гуманітарній науці через перекладацько-термінологічну роботу Е. Тітченера, що закріпила відповідність «empathy». Відтак концептуальна траєкторія від «Einfühlung» до «empathy» сформувала методологічне підґрунтя сучасних людиноцентрованих парадигм дизайну, в межах яких емпатія інституціоналізується як принцип доступу до досвіду користувача та як етико-нормативна рамка ухвалення проєктних рішень [6].

На межі XX та XXI століть емпатичний дизайн утвердився в дискурсі інноваційного менеджменту як аналітична парадигма для виявлення прихованих мотивацій і невисловлених запитів користувачів. Визначальним став підхід, що інтегрував контекстуальні дослідження, інтерв'ю та раннє прототипування, перетворивши їх на джерело проривних проєктних рішень [5]. Одночасно північноєвропейська школа систематизувала методи дослідження користувацького досвіду й описала емпатію як конструктивний ресурс на етапі передпроєктної невизначеності розроблення продуктів. У цей період було розвинуто інструментарій довготривалого занурення «дизайн-проби, зокрема методи щоденникової та артефактної самодокументації, які дають змогу фіксувати тонкі аспекти досвіду й інтерпретувати його з позиції користувача [7].

Однак потрібно відмежовувати «емпатичний дизайн» від «емоційного дизайну». Емпатичний і емоційний дизайн перебувають у відношенні перетину, але переслідують різні цілі. Моделі емоційного досвіду описуються як форма, значення та естетика що впливають на задоволення та мотивацію користувача [6]. Емоційний дизайн орієнтований на оптимізацію афективної взаємодії людини з об'єктом через три рівні переробки - вісцеральний, поведінковий і рефлексивний. Його мета - викликати доречні емоції, підвищити привабливість, зрозумілість і ефективність взаємодії, тобто покращити досвід користувача як такий. [14] Натомість емпатичний дизайн виходить за межі суто афективної оптимізації, він центрований на етичній відповідальності, інклюзії та культурній чутливості, спирається на участь спільнот («co-design» спільне проєктування), контекстуальні дослідження й травма-чутливі протоколи, а успіх оцінює не лише за емоційною реакцією, а й за індикаторами гідності, безпеки, довіри

та відновлення суб'єктності аудиторій.

Отже, емоційний дизайн відповідає на запит «як зробити взаємодію приємною й ефективною», тоді як емпатичний дизайн - на ширше запитання «як зробити взаємодію етично відповідальною й безпечною для конкретних людей у їхніх реальних контекстах» та інтегрує етичну чутливість, інклюзію та співтворення з аудиторіями, оцінюючи успіх не лише за емоційною реакцією, а й за відновленням суб'єктності, довіри та безпеки у взаємодії.

Вперше поняття «емпатичний дизайн» (empathetic design) сформувалося у межах гуманістичної та когнітивної парадигми сучасного проєктного мислення (design thinking), що виникла наприкінці XX століття. У межах парадигми «design thinking» емпатію було системно популяризовано як вихідний принцип людиноорієнтованого проєктування, дизайн визначається як мислення, зосереджене на людині, що починається з глибокого розуміння її контексту та потреб. У цьому підході здатність фахівця до співпереживання розглядається не як інтуїтивна риса, а як організована дослідницька процедура, яка поєднує спостереження у реальних умовах. [1].

Надалі, розробки в HCI (Human Computer Interaction - людино-комп'ютерна взаємодія) та когнітивній ергономії підсилили цей погляд де емоційна взаємодія між людиною та артефактом визначається як ефективність і прийнятність рішень, тож проєктні стратегії мають виходити з можливостей користувача, зрозумілості та передбачуваності взаємодії [9]. Паралельно в управлінсько-інноваційному дискурсі було обґрунтовано емпатичні методи як аналітичну парадигму для виявлення невисловлених запитів і прихованих мотивацій користувачів [5].

Подальша теоретична систематизація північноєвропейської школи окреслила емпатію як конструктивний ресурс ранніх, слабо структурованих етапів розроблення та запропонувала інструменти тривалого занурення (щоденникові й артефактні практики самодокументації) для фіксації тонких аспектів досвіду [7].

В українському інтелектуальному контексті емпатичний дизайн співзвучний гуманістичній традиції, зокрема концепції Григорія Сковороди, яка наголошує на гармонії між внутрішнім світом людини та її діяльністю, що резонує із сучасним «human-centered design», для якого центральними є гідність, автономія та суб'єктність користувача, а метою є створення соціокультурних і цифрових середовищ, що підтримують потенціал особистості в конкретних життєвих обставинах. [15].

В українському інтелектуальному контексті другої половини ХХ початку ХХІ ст. емпатичний дизайн окреслюється через практики й рефлексії таких діячів, як О. Векленко, О. Балашова, К. Ботанова та Б. Шумилович.

Ініційована О. Векленком харківська триєнале екоплаката «4-й Блок» сформувала традицію соціально чутливого плаката, як інструменту суспільного діалогу, пам'яті та солідарності, що резонує з етичними цілями емпатичного дизайну [13].

Дослідницькі ініціативи О. Балашової у сфері музейних і публічних комунікацій воєнного часу (архівація досвіду, робота з травмою та культурною пам'яттю) демонструють процедури обережного представлення вразливих історій і залучення спільнот [10]. Тексти К. Ботанової про солідарність, турботу та деколоніальність у культурній політиці надають концептуальну мову для емпатично зорієнтованих практик у мистецьких інституціях і комунікації зі спільнотами [3].

Сукупно ці напрями формують українську парадигму емпатичного дизайну, де пріоритетами є культурна чутливість, участь спільнот, інклюзія, пам'ять і безпека аудиторій.

Сучасний етап розвитку проектних практик засвідчує, що емпатія в дизайні є не кон'юнктурною реакцією на тренди, а інституціоналізованою відповіддю на суспільну травму та запит на психосоціальну безпеку. Вона набуває статусу етико-методологічної парадигми турботи, покликаної знижувати тривожність реципієнтів, відновлювати довіру й підтримувати відчуття гідності та автономії.

Емпатично орієнтований підхід виконує функцію нормативного каркасу проектування де дизайн оцінюється за етико-комунікативними індикаторами: зрозумілістю, передбачуваністю, доступністю та емоційною коректністю, нарівні з традиційними естетичними параметрами.

У площині візуальної мови емпатично-орієнтовані рішення реалізуються через ненасильницьку іконографію та стриману символіку, спрямовані на зниження емоційної напруги і недопущення ретравматизації. Навігаційні системи будуються за принципами однозначної ієрархії та передбачуваності, з мінімізацією когнітивного навантаження й високою помітністю ключових елементів. Типографіка передбачає використання шрифтів із підвищеною читабельністю (достатній кегль, інтерліньяж, контраст, відсутність декоративних спотворень) і доступністю для різних груп користувачів.

Колористичні рішення ґрунтуються на палітрах зі зниженою насиченістю

та контрольованою яскравістю, із достатнім контрастом для доступності, а також уникненням поєднань, що можуть виступати емоційними тригерами. Наскільки правильно підібрана палітра кольорів, залежить, як користувач сприйматиме продукт, які емоції у нього виникнуть. Правильно розставлені акценти, дотримання балансу між зображеннями та описами, типографіка та шрифти, все це допомагає створити цілісну картину та передати потрібні сенси [16].

Застосування цифрових технологій XR та ШІ розширює потенціал емпатично орієнтованої комунікації (персоналізація, моделювання ситуацій, адаптивні інтерфейси), однак водночас висуває підвищені вимоги до етичного регулювання: недопущення маніпулятивних практик, забезпечення приватності й інформованої згоди, коректної репрезентації травматичного досвіду.

Емпатичний дизайн у сучасному культурному просторі України функціонує не лише як естетична практика, а як механізм гуманізації комунікацій, спрямований на підтримку гідності, довіри та соціальної згуртованості. Його результат вимірюється не формальною вишуканістю, а соціальним ефектом: посиленням взаємопідтримки, зниженням тривожності аудиторій, підвищенням доступності та формуванням «естетики людяності» у публічному просторі.

Висновки. Отже, емпатичний дизайн постає як еволюція гуманістично орієнтованого проєктного мислення: від естетичної ідеї «Einfühlung» до інституціоналізованих практик співтворчості, етичної верифікації. На відміну від емоційного дизайну, емпатичний дизайн робить фокус на етичній відповідальності, інклюзивності, що особливо важливо для культурних інституцій і сервісів у суспільствах, які переживають кризові трансформації.

В українському культурному просторі особлива увага приділяється українському контексту війни й післявоєнного відновлення, де емпатичний дизайн набуває стратегічного значення й підтримує психологічну безпеку, довіру та соціальну згуртованість, а також формує етичні стандарти публічної комунікації. У цьому контексті емпатичний дизайн в українському культурному просторі розглядається як форма гуманізації комунікацій у воєнних і післявоєнних умовах: він поєднує мистецькі засоби з соціальною відповідальністю, спирається на дослідження користувача, емоційний інтелект і принципи доступності та інклюзивності, інтегруючи їх у єдину проєктну логіку. Доробок українських авторів візуальної культури й дизайну (зокрема практики

соціально чутливого плаката, музейної та міської комунікації, роботи з травматичними наративами і пам'яттю) окреслює локальні вимоги до його застосування.

На цьому тлі, гостро постає питання щодо концептуалізації емпатичного дизайну як прояву гуманізму та окреслення засад його практичної верифікації і процедур оцінювання, придатних для застосування в публічних комунікаціях, культурних інституціях та цифрових сервісах, що потребує подальшого наукового дослідження.

Список використаних джерел:

1. Brown T. Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. New York: HarperBusiness, 2009. 272 p.
2. Desmet P. M. A., Hekkert P. Framework of Product Experience. International Journal of Design. 2007. 1(1). P. 57 - 66.
3. Kateryna Botanova. European Press Prize. 2021.
4. Leonard D., Rayport J. F. Spark Innovation Through Empathic Design. Harvard Business Review. 1997.
5. Leonard D., Rayport J. F. Spark Innovation Through Empathic Design. Harvard Business Review. 1997.
6. Mallgrave H. F., Ikonomou E. (eds.) Empathy, Form, and Space: Problems in German Aesthetics, 1873–1893. Cambridge (MA) The MIT Press 1994. 364 p.
7. Mattelmäki T. Design Probes. Helsinki: University of Art and Design Helsinki, 2006. 199 p.
8. Mattelmäki T. Design Probes. Helsinki: University of Art and Design Helsinki, 2006. 199 p.
9. Norman D. A. The Design of Everyday Things. Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books, 2013.
10. Olga Balashova. Documenting Ukraine, IWM. 2022.
11. Stueber K. Empathy. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. 2008. Winter 2008 Edition.
12. Vischer R. Über das optische Formgefühl: ein Beitrag zur Aesthetik. Leipzig Credner 1873. 88 s.
13. XII International Eco-Poster Triennial "The 4th Block". Kharkiv, 2025.
14. Норман Д. Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас / Дональд А. Норман; пер. з англ. П. Білак, С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2019. 304 с.
15. Сковорода Г. Твори: у 2 т. Т. 1–2. Київ : Обереги, 1994.
16. Слітюк О., Янчук В. Емоційний дизайн як основа створення вебпродуктів // Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 25 квітня 2024 р.). Київ: КНУТД, 2024, С.129-132.

УДК 7.04: 746

Мельник Мирослав Тарасович,

кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

5445941@ukr.net

ORCID: 0000-0002-0494-9403

СИМВОЛИ І ЗНАКИ ВІЙНИ В УКРАЇНСЬКИХ ТЕКСТИЛЬНИХ ОРНАМЕНТАХ

Анотація. *Наводяться приклади включення стилізованих зображень солдатів, зброї і воєнної техніки в традиційні українські орнаменти художніх текстильних виробів (килимів, рушників, вишиванок), створених під час російсько-української війни, аналізується їх знаково-символічне наповнення та еволюція сприйняття в 2022-2025 роках.*

Ключові слова: *художній текстиль, традиційний орнамент, воєнний орнамент, мілітарний орнамент, воєнна вишивка, символ війни.*

Від найдавніших часів орнаменти в були своєрідною мовою, в якій лінії, кольори, ритми, мотиви відображали життя народу. Зображення воєнних об'єктів також включали в традиційні орнаментальні текстильні композиції: британські солдати, які брали участь у імперських війнах ХІХ ст., із залишків військової форми шили орнаментовані клаптикові ковдри [5]; японські текстильники від часів китайсько-японської (1894-1895 рр.) і до кінця Другої світової війни виготовляли агітаційні кімоно [4]; в'єтнамська війна (1959—1975 рр.) позначилася на традиційних текстильних вишивках лаоських біженок [6]; війна в Афганістані (1979—1989 рр.) найбільше вплинула на орнаменти килимів [8]. Російсько-українська війна не стала виключенням.

Одною з перших повномасштабне вторгнення в Україну у текстильних орнаментах відобразила художниця білоруського походження Руфіна Базлова. Її робота «Гхск war» символічно вказала відомий напрям «русского военного корабля», а орнамент з військовою технікою оздобив одну з вишитих сорочок В. Зеленського [7].

З 2022 року стилістику народної орнаментики з символами війни в багатьох своїх текстильних роботах поєднала Катя Лісова. «Люті взори» включають протитанкові

їжаки, безпілотники «Байрактар», ракетні комплекси «Джавелін» та артилерійські системи «Хаймарс» — знакові воєнні об'єкти, які на початку вторгнення змінили перебіг війни, стали символом української боротьби та міжнародної підтримки України. Традиційні килимові композиції Лісова «переклала» на мову війни у серії «Килимове», а мотиви старовинної рушникової вишивки Східного Поділля оздобила знаками війни у серії «Люті вишиванки». Текстильні колажі Лісової з серії «Темні часи» також поєднують традиційні орнаментальні мотиви з воєнними [2].

Соломія Гороб'юк розробила орнамент мілітарного рушника-диптиха, вписавши в традиційну схему образи українських військових (чоловіка і жінки) з «Джавелінами» в руках, апелюючи до рівності статей [1, с. 14-15].

На відміну від наведених вище прикладів, бренд «Вільні люди» відобразив у своїх вишитих орнаментах стилізований український літак «Мрія» та зразки новітнього озброєння суто українського виробництва: FPV-дрони, далекобійні та розвідувальні безпілотники, а також крилату ракету «Нептун», якою у 2023 році було знищено крейсер «москва» [3].

Висновок. Символи і знаки війни з'являлися в традиційних орнаментах багатьох народів, не просто фіксуючи важкі події, а піднімаючи бойовий дух та пророкуючи перемогу над ворогами. Мотиви і наративи цих орнаментів змінюються залежно від сприйняття війни. Орнаментовані воєнними мотивами килими, рушники, сорочки та інші текстильні вироби, головне призначення яких створювати затишок і прикрашати, навіть після перемоги будуть нагадувати, що ніколи не можна втрачати пильності і завжди треба бути готовими захищати свою батьківщину зі зброєю в руках.

Список використаних джерел:

1. Денисюк Ж. З. Мілітарна символіка в сучасних вишиванках як джерело новітнього культурного кодування і смислотворення. Мистецтвознавчі записки: зб. наук. пр. 2023. Вип. 43. С. 9–18.
2. «Люті взори». Відкриття виставки Каті Лісової. Мітець. 2023. 19 квітня. URL: <https://mitec.ua/lyuti-vzory-vidkryttya-vystavky-kati-lisovoyi/>
3. Мельник А. Ударні безпілотники, мідл-страйки та ракета: до Дня захисника в Україні створили вишиванку зі зброєю. Hochu.ua. 2025. 29 вересня. URL: <https://news.hochu.ua/ukr/cat-fashion/novini-modi/article-157982-udarni-bezpilotniki-midl-straiiki-ta-raketa-do-dnia-zaxisnika-v-ukrayini-stvorili-visivanku-zi-zbrojeiu-foto/>
4. Fujikake K. Textiles of Battle: A Look at Japanese Wartime Propaganda Kimono. 2023.

- June 15. Unseen Japan. ULR: <https://unseen-japan.com/japan-wwii-propaganda-kimono/>
5. Hollander S. C. War and Pieced. International Quilt Museum. 2018. URL: <https://www.internationalquiltmuseum.org/exhibition/war-and-pieced>
6. Rahim S. Textiles show history of Secret War in Laos and how women perceived conflict. NBC News. 2023. April 17. URL: <https://www.nbcnews.com/news/asian-america/textiles-show-history-secret-war-laos-women-perceived-conflict-rcna79191>
7. Sorensen M. Rufina Bazlova. 2025. OnCurating. Issue 60. pp. 110-115
8. Thill V. Lessons from the Afghan Women Who Weave Modern War into an Ancient Tradition. Artsy. 2019. Mart 12. URL: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-lessons-afghan-women-weave-modern-war-ancient-tradition>

УДК 7.05:658.89:316.7(477)

Мороз Владислава Вікторівна, магістрантка кафедри дизайну

Єфімов Юрій Володимирович, науковий керівник,

старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ВПЛИВ ЦІННІСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НАЦІОНАЛЬНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ НА ДИЗАЙН АЙДЕНТИКИ РЕСТОРАНІВ

***Анотація.** У статті досліджено, як глибокі ціннісні трансформації українського суспільства впливають на формування візуальної айдентики ресторанів. Розглянуто теоретичні підходи до культурної ідентичності, брендінгу та гастрономічного позиціонування. Проаналізовано як місцеві традиції визначають нові підходи до візуальної комунікації та бренд-дизайну закладів харчування. Особлива увага приділяється взаємозв'язку між культурними кодами, естетичними цінностями та сучасними дизайнерськими практиками, що формують унікальний стиль та пізнаваність брендів. Показано, що айдентика ресторанів може виступати медіумом комунікації культурної трансформації, ключовим інструментом у відтворенні національної ідентичності, засобом входження в новий культурний дискурс і підтримки національного простору, що створює емоційний зв'язок між брендом ресторану та його аудиторією.*

***Ключові слова:** ресторанный брендинг, візуальна айдентика, культурна трансформація, національна ідентичність, дизайн комунікації, гастрономічний бренд.*

Вступ. У сучасному світі дизайн відіграє ключову роль у формуванні візуальної культури та ідентичності брендів. У контексті глобалізації, цифрової комунікації та суспільних потрясінь (включно з війною, міграційними процесами, трансформаціями цінностей), культурний простір України переживає глибокі зрушення. У цьому процесі ресторани як точки з'єднання гастрономії, туризму й локальної культури набувають нової ролі. Вони стають не просто місцями споживання, а локальними культурними артефактами, що мають потенціал для комунікування змінених культурних цінностей та ідентичності.

Айдентика закладу давно перестала бути просто набором естетичних рішень, адже сьогодні вона є засобом передачі цінностей, емоцій та культурного контексту. В

період активних змін, що відбуваються в Україні, особливе значення набувають процеси ціннісних трансформацій національного культурного простору. Вони формують нові напрямлення у сприйнятті краси, традицій, спадщини та сучасності, що безпосередньо впливає на підходи до графічного дизайну. З огляду на це, дизайн айдентики ресторану стає важливим каналом трансляції ціннісного коду нового наративу.

Мета цієї статті полягає у дослідженні того, яким чином ціннісні трансформації національного культурного простору впливають на дизайн айдентики ресторанів, а також запропонувати дизайн-концепти, які враховують цей вплив і сприяють культурному зміцненню.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні споживачі частіше звертають увагу не лише на якість продукту чи послуги, а й на емоційний та культурний образ бренду. Ресторан, як соціокультурний простір, має відображати ритм часу, поєднуючи традиційні елементи з сучасними дизайнерськими рішеннями. Класичні концепції культурної ідентичності та брендингу підкреслюють, що бренд своєрідно «вбирає» культурні коди спільноти, транслюючи їх у візуальні форми [1]. У сфері гастрономії їжа, гастрономія і страви виконують роль сенсорних елементів брендів. Вони стають частиною «сенса-карти» території, через яку люди сприймають місце як унікальне [2]. Графічний дизайн у ресторанному бізнесі стає способом комунікації між брендом та його аудиторією, через який передаються ідеї автентичності, гостинності та національної приналежності. Дизайн ресторанів розглядається як візуальне представлення культури та частини цілісного досвіду споживача через дизайн-стратегії, включаючи бренд-дизайн та дизайн онлайн-платформи [3].

Тож ресторанна айдентика не є нейтральною. Вона має потенціал бути медіумом культурної трансформації, коли дизайнер обирає символи, колір, шрифти не з позиції просто «гарно», «гармонійно», «досконало», а з етичним наміром. У сучасній Україні відбуваються трансформації: посилення національної самосвідомості, відродження мовної культури, акцент на локальне виробництво і екологічність, а також критичне переосмислення спадщини [4]. Теперішні зміни в громадській свідомості сприяють підвищенню рівня зацікавлення до української культури, мови, ремесел, історії. Це стимулює появу нових естетичних форм та напрямів у графічному дизайні. Зростає попит на візуальні рішення, які не лише приваблюють увагу, а й мають змістовне наповнення, відображаючи глибинні історичні сенси. У цьому середовищі ресторан

як бренд має реагувати на такі запити. Ця реакція має бути спрямована не лише на адаптування меню, а й на трансформування цілісного образу бренду так, щоб він говорив спільною мовою з оновленим суспільством і створював відповідний емоційний клімат [5]. Це спонукає дизайнерів та митців до переосмислення національних образів, кольорів, орнаментів та форм з позиції сучасного бачення.

Формування айдентики ресторану сьогодні є проявом культурної позиції. Тож, графічний дизайн стає своєрідною мовою культури, яка здатна відобразити національну ідентичність у нових, сучасних візуальних формах. Цінності «локальної ідентичності», «смаку предків», «прозорості історичного походження» стають очікуваними з боку споживачів. У дизайні це означає впровадження в айдентику таких елементів, які апелюють до локальних мотивів, історичних матеріалів, етнографії, а також комунікаційної відкритості щодо споживчої інформації - «звідки продукти», «хто готує», «історія рецепта».

У ресторанному брендингу вже помічаються ці тенденції. Дизайн стає не просто стилем, а формою дискурсу, коли бренд бере на себе відповідальність перед місцевою культурою та суспільством [6]. В останні роки в Україні спостерігається тенденція до переосмислення національної ідентичності та повернення до культурного коріння [4; 5]. Це виявляється у бажанні дизайнерів та власників бізнесів створювати айдентику, яка підкреслює українську самобутність, але при цьому залишається сучасною та конкурентоспроможною. Ресторани все частіше відмовляються від копіювання західних шаблонів і шукають натхнення у місцевих традиціях, народному мистецтві, архітектурі, ремеслах та природних кольорах українського ландшафту, це і дає змогу самовираження саме на теренах України.

Наприклад, у графічних рішеннях сучасних ресторанів часто можна побачити стилізовані орнаменти, візерунки, мотиви вишивки, гравюри, лінійні ілюстрації, шрифти з етнічними рисами чи натхненні стародавніми літерами. Такі елементи не лише створюють естетичну гармонію, а й мають глибоке символічне значення, адже втілюють зв'язок бренду з національною культурою. Водночас, щоб уникнути надмірного фольклоризму, дизайнери поєднують традиційні мотиви з мінімалістичними формами, сучасними кольоровими рішеннями та адаптивною типографією.

Ціннісні зміни також впливають на комунікативну складову дизайну. Сучасна аудиторія цінує щирість, екологічність та культурну відповідальність брендів. Це

стимулює появу нових підходів до дизайну айдентики, що базуються на концепції дизайну, який несе сенс, де кожен візуальний елемент має зміст і чітко визначену мету. Так дизайн айдентики перестає бути лише прикрасою, а перетворюється на носія національного коду.

Варто зазначити, що глобальні процеси також впливають на дизайнерські рішення. Айдентика ресторану має не лише локальне, а й міжнародне значення, бо вона має бути зрозумілою для різних аудиторій, зберігаючи при цьому свою унікальність. Тому українські дизайнери дедалі частіше поєднують автентичні культурні мотиви з універсальними елементами сучасного візуального стилю, створюючи баланс між національним та загальним. Таким чином, можна побачити різницю між теперішнім часом та тодішнім.

Отримані результати дослідження підтверджують, що графічний дизайн у сучасному українському ресторанному бізнесі є не лише комерційним інструментом, а й відображенням культурних процесів, які формують нову естетику національного образу. Сучасний дизайн айдентики ресторанів має будуватись, з урахуванням таких принципів:

- Консистентність і послідовність бренду через всі шляхи взаємодії зі споживачем. Айдентика (логотип, меню, інтер'єр, вебсайт, пакування) має бути цілісною. Слід мати на увазі, що у ресторані брендинг – це не лише «гарне логотип», а узгоджений користувацький досвід.
- Чутливість культурних кодів що зводиться до того, коли дизайнер має уникати кліше (наприклад, тризуб на кожному елементі) і натомість працювати з символами менш очевидними, якими можуть бути текстури, образні мотиви орнаментів, стилізовані форми візуалізації страв, локальні кольори.
- Сприйняття через сенсорні сліди, що зводиться до того, коли дизайн «відчувався» як смак. Це асоціативно має бути пов'язаним з тим, що гастрономія – це завжди сенсорний досвід, тож айдентика має «пробуджувати» смакові чи запахові асоціації візуальними натяками.
- Використання адаптивних інтерфейсів та цифрових точок контакту зі споживачами з огляду на діджиталізацію. Тож ресторанна айдентика мусить об'єднувати тим же візуальним фірмовим кодом окрім констант ще й сайт, мобільний додаток, QR-меню, соцмережі.

- Включення історичних наративів в дизайні закладу, що зводиться до використання ілюстрацій, інфографіки, коротких історій у меню чи на вивісках, які розповідають про походження регіону, рецепт, ремесло.

Висновки. В результаті проведеного дослідження встановлено, що ціннісні трансформації національного культурного простору України мають значний вплив на розвиток графічного дизайну, зокрема у сфері створення айдентики для ресторанів. Глибокі ціннісні трансформації культурного простору України впливають на очікування споживчів й наративи фізичного місця. Дизайн айдентики ресторанів у такій ситуації має ставати не лише «маркетинговим інструментом», а культурним актом. Якщо дизайн відповідає цінностям локального контексту, він може підтримати суспільну довіру, відновлення культурної самосвідомості та посилити територіальну ідентичність. Ресторанна айдентика, яка побудована з повагою до історії, культури та сучасних суспільних смислів, може стати частиною нової культурної екосистеми України, де кожний ресторан мініатюрно розповідатиме історію місця, запрошуватиме до діалогу й залишає слід у пам'яті відвідувачів.

Список використаних джерел:

1. Amer M. Cultural Identity and Branding: an Integrated Approach to Enhance the Heritage Value. PhD in Architecture: Innovation and Heritage Advisor: Francesca Geremia; Maria Francesca Renzi. July 2023. DOI:10.13140/RG.2.2.34737.35680
2. Berg P., Sevón G. Food-branding places – A sensory perspective. Place Brand Public Diplomacy. 06 November 2014. Vol. 10. P. 289–304. DOI:10.1057/pb.2014.29
3. Cheng W., Niu Ch., Huang L., Zhang Y. Design Strategies for Culinary Heritage Restaurants from a Cultural Sustainability Perspective: Focusing on Generation Z Consumers. Sustainability. 2025, 17(8), 3401. DOI:10.3390/su17083401
4. Скавронська І. В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи Україні в умовах глобалізації. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2009. Вип.2. С.232-244. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/skavronska2.htm
5. Мосендз О., Касьяненко К., Красильникова І. Роль національних мотивів у сучасному українському дизайні та їхній вплив на глобальні тренди. Український мистецтвознавчий дискурс. 2024. № 6. С. 97-108. DOI:10.32782/uad.2024.6.12
6. Allison N. How restaurants shape national identity in a culturally diverse city. Food, Culture & Society. 10 Oct 2025. DOI:10.1080/15528014.2025.2565119

УДК 72.05:364.62-053.2]:355.01(043.2)

Нечипоренко Дарина Олександрівна, студентка кафедри дизайну

Гаркін Петро Володимирович, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну, член Спілки дизайнерів України

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

РЕКРЕАЦІЙНІ ЦЕНТРИ ЯК ОСЕРЕДКИ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ ДІТЕЙ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Анотація. У тезах розглянуто діяльність рекреаційних центрів як осередків психологічної підтримки дітей у період війни. Дослідження спрямоване на вивчення ролі рекреаційних просторів у стабілізації емоційного стану, соціальної адаптації та відновленні базового відчуття безпеки серед дітей, які пережили травматичний досвід. Особливу увагу приділено специфіці функціонування таких центрів на неокупованих територіях України та їхньому впливу на формування здорового середовища для розвитку особистості.

Розглянуто приклади застосування культурно-комунікаційних програм та групових занять, які довели свою ефективність у процесі психологічної реабілітації дітей. Здійснено порівняльний аналіз українського і європейського досвіду в контексті організації подібних центрів для дітей, що пережили наслідки збройних конфліктів.

Ключові слова: рекреаційні центри, емоційний стан, психологічна підтримка, діти, війна, соціальна адаптація.

Вступ. Повномасштабна війна в Україні радикально змінила умови дитячого життя: вимушені переміщення, втрата звичного способу життя, невизначеність та вплив повітряних тривог, суттєво підвищили ризики проблем з психологічним станом у дітей і підлітків. Вони належать до найбільш психологічно вразливих категорій населення. Травмівна подія здатна суттєво вплинути на їхній подальший психологічний розвиток і формування особистості [1]. У відповідь на ці виклики на неокупованих територіях України виникає потреба у рекреаційних центрах для дітей — від тимчасових дитячих «центрів» до стаціонарних і реабілітаційних таборів.

Ці місця мають виконувати комплексну функцію: забезпечувати безпечне середовище для навчання та гри, давати доступ до психосоціальної підтримки й сприянню соціальної інтеграції дітей у суспільство. Масштабні програми, такі

як ЮНІСЕФ в Україні (проект «Спільно») і практики благодійних фондів «Voices of Children», «UCARE», «Caritas Ukraine» та міжнародних організацій слугують емпіричною базою для аналізу умов і ефективності роботи рекреаційних центрів.

Основна частина. Дослідження ґрунтується на аналізі з відкритих джерел, зокрема матеріалів ЮНІСЕФ Україна, звітів благодійних організацій «Voices of Children», «UCARE», «Caritas Ukraine», публікацій у відкритих медіа та соціальних мережах, що висвітлюють діяльність дитячих рекреаційних центрів у воєнний період. Також застосовано метод контент аналізу (опис практик, цитати фахівців, характеристики програм), а також порівняльний аналіз для оцінки різних форматів роботи з дітьми у межах гуманітарних ініціатив.

Український досвід створення рекреаційних центрів для дітей у воєнний час демонструє інтеграцію соціально-психологічних й культурно-освітніх підходів. Одним із показових прикладів є проект «Спільно. Точка зустрічі» реалізований у партнерстві з Дитячим фондом ООН (ЮНІСЕФ Україна) та місцевими громадами. З березня 2024 року в межах цього проекту організація спільно з волонтерами та кваліфікованими викладачами проводить для дітей і підлітків заняття з арт-терапії, медіаграмотності, англійської мови та протимінної безпеки [2].

Психологи відзначають, що головною цінністю таких центрів є створення простору довіри та безпеки. За спостереженнями фахівців, діти, які пережили війну, часто стикаються з відчуттям втрати — домівки, близьких, звичних речей і соціальних зв'язків. Це породжує внутрішню образу та дезорієнтацію, що може перерости у відчуження від світу. У рекреаційних центрах вони поступово відновлюють почуття захищеності, отримуючи підтримку від дорослих і можливість відчути себе у стабільному середовищі [3].

Данні активності поєднують освітню, психологічну й соціальну складові: діти не лише отримують знання, а й відновлюють навички комунікації, довіри й співпраці. У багатьох громадах «Точки зустрічі» виконують роль стабілізаційних просторів, де дитина може відчути безпеку та підтримку дорослих. За даними ЮНІСЕФ, лише у 2024 році понад 30 тисяч дітей скористалися послугами подібних центрів на неокупованих територіях України.

Порівняння українського досвіду із міжнародними практиками показує, що ключові принципи організації рекреаційних просторів для дітей у кризових умовах

є подібними: безпечне середовище, участь громади, кваліфікована психологічна допомога та творчі методики реабілітації.

У країнах Європейського Союзу, зокрема у Польщі та Німеччині рекреаційні простори для дітей, які пережили травматичний досвід війни чи міграції, створюються на базі освітніх і громадських інституцій за підтримки держави. Їхня діяльність спрямована на відновлення відчуття стабільності, формування навичок адаптації до нових умов та розвиток соціальної взаємодії молодіжних хабів.

У Польщі з 2022 року активно діють Центри інтеграції для дітей українських біженців, створені спільно з ЮНІСЕФ, Міністерством освіти та місцевими органами влади. У цих просторах діти можуть відвідувати безкоштовні заняття з мови, творчості, спорту, а також отримувати консультації психологів. Особливий акцент робиться на створенні атмосфери прийняття та безпеки, що є ключовим чинником успішної адаптації.

У Німеччині схожа модель реалізується в межах ініціатив «Child friendly spaces», підтримуваних Міжнародною організацією з міграції (IOM) та «Save the Children». Тут упроваджується системний підхід, коли освітні активності поєднуються з психосоціальною реабілітацією. Дослідження показують, що в таких умовах діти швидше відновлюють здатність до навчання й формують позитивну самооцінку.

Досвід США у створенні «Community Recreation and Resilience Centers» після стихійних лих та кризових подій демонструє інший, але сумісний підхід. У цих центрах поєднано освітню, спортивну та терапевтичну діяльність, спрямовану на відновлення психологічної рівноваги дітей. Принцип міждисциплінарної співпраці — участь психологів, педагогів, тренерів і соціальних працівників — забезпечує комплексність допомоги [4]. Важливим елементом є системний моніторинг емоційного стану дітей та адаптивне планування занять відповідно до результатів спостереження.

Висновки. Рекреаційні центри під час війни виконують важливу функцію відновлення психічного здоров'я, соціальної адаптації та відчуття безпеки у дітей. Український досвід, зокрема проєкт «Спільно. Точка зустрічі» за підтримки ЮНІСЕФ, доводить ефективність поєднання освітніх, творчих і спортивних практик у роботі з травмованими дітьми. Порівняння з міжнародними моделями показує спільні принципи — безпечне середовище, участь громади, міждисциплінарна підтримка. Українські центри вирізняються гнучкістю та здатністю адаптуватися до умов війни,

забезпечуючи дітям простір для відновлення, розвитку та формування стійкості.

Список використаних джерел:

1. Коляда О., Оніщенко Н. Особливості психоемоційного стану дітей в умовах війни. Проблеми екстремальної та кризової психології Проблеми екстремальної та кризової психології. 2024. 1(7) С. 93–04.
2. Art therapy helps nine year old find hope for future URL: <https://www.unicef.org/ukraine/stories/art-therapy-helps-find-hope>
3. Три години спокою: що означає Безпечний простір для сімей в Ізюмі URL: <https://www.unicef.org/ukraine/en/stories/three-hours-of-peace>
4. National Child Traumatic Stress Network / U.S. досвід — «Building Community Resilience for Children and Families» (Оклахома, США). Досвід інтеграції рекреаційних/дозвілєвих програм як частини системи підтримки дітей після катастроф. С. 45–46 URL: https://www.nctsn.org/sites/default/files/resources/building_community_resilience_for_children_families.pdf

УДК 7.012:[659.126:78]:172.16(477)(043.2)

Овдійчук Тетяна Володимирівна, студентка кафедри дизайну
Миронова Ганна Анатоліївна, науковий керівник,
член-кореспондент Національної академії мистецтв України,
старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

РОЛЬ БРЕНДУ DM.MEDIA У ФОРМУВАННІ ГУМАНІСТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ

Анотація. У дослідженні проаналізовано роль бренду DM.MEDIA у формуванні гуманістичних цінностей у сучасній українській культурі як інструмента впливу на ціннісно-орієнтаційні моделі цифрового покоління. Сучасний український культурний простір переживає етап глибинних ціннісних трансформацій, зумовлених суспільними змінами, пошуком нових ідентичностей та зростанням ролі гуманістичних орієнтирів. У цьому контексті досліджено феномен культурного брендингу як інструменту формування гуманістично спрямованої цифрової взаємодії. В дослідженні особлива увага приділяється бренду DM.MEDIA як сучасному музичному лейблу, що реалізує гуманістичний потенціал у цифровій екосистемі, створюючи спільноту, орієнтовану на повагу до індивідуальності, творчої самореалізації та підтримки. Проаналізовано візуально-комунікаційну стратегію бренду DM.MEDIA в контексті міжнародної гуманітаристики та трансформацій українського культурного простору. Робота розкриває взаємозв'язок між гуманістичною концепцією сучасної цифрової культури та впливом бренду на формування ціннісного мислення аудиторії, що свідчить про його роль як актуального культурного медіатора в умовах цифрової реальності.

Ключові слова: гуманізм, культурні трансформації, цифрове середовище, музичний лейбл, DM.MEDIA, гуманістичне мислення, сучасна гуманітаристика.

Вступ. В умовах глобалізації та цифровізації суспільства український культурний простір зазнає глибинних змін, що пов'язані з переосмисленням ролі людини, її прав, свободи, гідності та творчого потенціалу. Однією з ключових тенденцій сучасної міжнародної гуманітаристики є звернення до гуманістичних цінностей як засобу збереження людяності в умовах соціальних і технологічних криз. Мистецькі практики та культурні бренди стають важливими учасниками цього процесу, набуваючи значення не лише як бізнес-проекти, а як платформи для підтримки автентичності, свободи

самовираження та формування духовних смислів. У цьому контексті DM.MEDIA демонструє приклад поєднання творчості, соціальної відповідальності та гуманістичної філософії, формуючи цифрову екосистему спільноти однодумців.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є процес впливу культурних брендів на формування гуманістичних цінностей у сучасній українській цифровій культурі. Предметом дослідження є особливості комунікаційної та візуально-ціннісної стратегії бренду DM.MEDIA як інструмента формування гуманістично орієнтованого мислення аудиторії. Мета дослідження полягає у виявленні ролі бренду DM.MEDIA у процесі трансляції гуманістичних цінностей та формуванні спільноти, заснованої на принципах поваги, свободи творчості та емоційної підтримки. Практичне значення дослідження полягає у визначенні ефективних підходів до побудови культурних брендів із гуманістичним спрямуванням, що може бути застосовано для розвитку нових і трансформації вже існуючих брендів у сфері музичного та креативного бізнесу. У процесі дослідження було проаналізовано: концепції гуманістичних цінностей у контексті сучасної української культури та міжнародної гуманітаристики; візуально-комунікаційну стратегію бренду DM.MEDIA (логотип, айдентика, типографіка, кольорова палітра, емоційна стилістика); механізми формування та підтримки цифрової спільноти навколо бренду; способи трансляції гуманістичних орієнтирів через соціальні мережі, музичний контент та бренд-комунікацію; порівняльні характеристики гуманістичного позиціювання у сучасній культурі.

Результати. Трансформація культурного простору України відбувається у гуманістичному напрямі. Аналіз сучасних культурних тенденцій свідчить про поступовий перехід від споживацької моделі до пошуку глибших смислів, пов'язаних зі свободою самовираження, духовною автентичністю та повагою до особистості. Українські креативні бренди дедалі частіше розглядаються як соціально-гуманітарні агенти, що не лише пропонують продукт, але й продукують цінності, спрямовані на збереження людяності, підтримку індивідуальності та формування емоційної солідарності.

У міжнародному контексті сучасна гуманітаристика актуалізує поняття культурного гуманізму як засобу протидії цифровій деперсоналізації. Згідно з глобальними гуманітарними концептами, гуманізм проявляється як форма культурної відповідальності, яка підкреслює унікальність особистості в умовах масовості

та алгоритмічності цифрової комунікації. У цьому контексті бренд DM.MEDIA цілеспрямовано впроваджує гуманістичну концепцію, створюючи цифрове середовище, в якому людська емоція стає ключовим носієм смислу.

Бренд DM.MEDIA функціонує як комунікаційна екосистема, орієнтована на принцип «спільнота як цінність». На відміну від традиційних музичних лейблів, що зосереджуються переважно на комерційному просуванні, DM.MEDIA формує платформу, у межах якої артист постає не як «продукт», а як суб'єкт творчого процесу. Йому надається простір для самовираження, емоційної відкритості та формування особистого наративу.

Візуальна айдентика бренду реалізує концепт «технологічного гуманізму». Аналіз фірмового стилю та візуальної мови свідчить про поєднання динамічних цифрових форм із м'якими композиційними рішеннями, метафорику руху та емоційністю. Такий баланс між цифровою модерністю та емоційною доступністю виражає прагнення поєднати технологічні можливості з людською сутністю. Естетичне сприйняття бренду підкреслює ідею, в якій технологія не повинна знеособлювати людину, а навпаки — сприяти її розкриттю.

У межах цієї структури гуманістичне мислення формується як емоційно-ціннісна модель поведінки учасників спільноти бренду. У комунікаціях DM.MEDIA акцентується важливість свободи вибору, поваги до культурного розмаїття, емпатійної взаємодії, недискримінації за стилем, жанром чи емоційним станом. Ці цінності проектується як на слухача, так і на артиста, формуючи стійке гуманістичне світобачення, засноване на визнанні значущості людського досвіду та права на персональну ідентичність.

Таким чином, бренд DM.MEDIA постає як інструмент національної культурної самоідентифікації у глобальному контексті. Він не лише розвивається в межах локального українського простору, але й презентує українську гуманістичну модель мислення міжнародній аудиторії через універсальну мову музики. Це сприяє поєднанню національної культурної ідентичності з глобальними гуманістичними цінностями, інтегруючи українську культурну думку в міжнародний гуманітарний дискурс.

Висновки. У процесі дослідження проаналізовано роль бренду DM.MEDIA у формуванні гуманістичних цінностей у сучасній українській культурі, а також визначено його вплив на ціннісно-орієнтаційні моделі цифрового покоління. З'ясовано, що бренд виступає не лише виробником музичного контенту, а й активним культурним суб'єктом,

здатним моделювати нові форми соціальної взаємодії на засадах поваги, підтримки та творчої свободи. Встановлено, що DM.MEDIA функціонує як комунікативна платформа, яка у процесі взаємодії з аудиторією транслює гуманістичні орієнтири, сприяє емоційній автентичності, відкритому діалогу та самоідентифікації особистості у цифровому середовищі. Отже, гуманізм у межах сучасного брендингу постає не лише як етична категорія, а як культуроутворюючий механізм, здатний формувати нову українську ідентичність, засновану на людяності, відкритості та інноваційності.

Список використаних джерел:

1. Zoghaib A., Luffarelli J., Feiereisen S. Branding with music: How can music contour and tonality enhance perceived brand innovativeness and brand evaluations?. Psychology & Marketing. 2023. URL: <https://doi.org/10.1002/mar.21875>
2. Chetan A., Iancu I. The Role of Visual Identity in Music Perception: A Talk with Specialists on Song Likability, Perceived Quality and Emotional Reactions. KOME. 2023. P. 1–17. URL: https://komejournal.com/files/KOME_OF_ChetanIancu.pdf
3. Овдійчук Т., Миронова Г., Сучасні тенденції в дизайні музичних лейблів. Сталий розвиток суспільства та дизайн діяльність у просторі територіальної айдентики. Збірник матеріалів науково-практичної конференції, м. Київ. 16-17 квітня 2025 р., м. Київ. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 200 с. С. 131-134.
4. Балл Г.О. Орієнтири сучасного гуманізму (в суспільній, освітній психологічній сферах). К. Рівне: Видавець Олег Зень, 2007. 172 с.
5. Сухомлинська О. В. Духовно-моральне виховання молоді: загальні тенденції й індивідуальний пошук / О. В. Сухомлинська. – К. : Добро, 2006. – 42 с.

УДК 7.012:[685.811.6:2-264](043.2)

Пішкович Тетяна Русланівна, здобувачка вищої освіти кафедри дизайну

Радько Катерина Володимирівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ВІЗУАЛЬНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ОБРАЗІВ ЯПОНСЬКИХ ДУХІВ У ДИЗАЙНІ КАРТ ТАРО ЯК ЗАСІБ ХУДОЖНЬОГО ОСМИСЛЕННЯ МІФУ

Анотація. Розглянуто процес створення ілюстративного ряду образів японських духів (йоккаїв) для авторської колоди карт Таро "Таро казок йоккаїв" (Tales of Yōkai Tarot). Досліджено синтез східної міфологічної символіки та західної езотеричної традиції Таро як засобів художнього осмислення міфу, що породжують нові візуальні форми. Проаналізовано особливості стилістики, композиції та колористики, що дозволяють адаптувати автентичні образи йоккаїв до сучасного дизайнерського контексту, зберігаючи їхню символічну глибину.

Ключові слова: Таро, йоккаї, японська міфологія, візуальний дизайн, архетип, ілюстрація, художня інтерпретація.

Вступ. Сучасний дизайн дедалі частіше звертається до традиційних міфологічних систем як до джерела символів і архетипів, що мають універсальний характер. Дуже популярним є звернення до східної культури, де образи духів, демонів та божеств мають не лише сакральне, а й естетичне значення. Японські йоккаї — міфологічні істоти, які втілюють страхи, звички, чесноти та вади людини — стають чудовим матеріалом для ефектної адаптації у сучасному ілюстративному дизайні. Поєднання їхніх образів із символічною структурою карт Таро створює новий культурний продукт, у якому візуальний дизайн виступає інструментом міжкультурного діалогу між японською міфологічною традицією та західною езотеричною системою.

Матеріали і методи. У дослідженні використано аналітичний, компаративний та візуально-структурний методи. Матеріальну базу становлять класичні колоди Таро (Марсельська, Райдер-Вейт-Сміт, Таро Тота), японські візуальні джерела (гравюри укійо-е, зокрема роботи Кацусіки Хокусая, Торої Кунієсі, Йошітоші Цукія) та зразки сучасних артбуків і цифрових ілюстрацій на тему йоккаїв (проекти Nyakki Yagyō, Yōkai

Parade, Nihon no Kaidan).

Візуальний аналіз включає зіставлення архетипових образів Таро (Блазень, Смерть, Вежа, Зірка тощо) з міфологічними персонажами японського фольклору (Кіцуне, Тенгу, Юрей, Ононаго), визначення спільних символічних рис та їхніх композиційних еквівалентів у дизайні.

Постановка проблеми. Попри велику кількість інтерпретацій Таро у сучасному мистецтві, спроби адаптації східної демонології часто залишаються поверхневими або еклектичними. Проблема полягає в пошуку балансу між етнографічною достовірністю японських традиційних образів та художнім узагальненням, яке відповідає філософії Таро.

Постає ключове питання дослідження: якими методами та засобами графічного дизайну можна досягти гармонійного синтезу між етнографією, структурною логікою Таро та сучасною художньою інтерпретацією, що несе гуманістичний зміст?

Результати. Авторська колода «Таро казок йокаїв» (Yokai Folktales Tarot) є практичним результатом дослідження що синтезує японську міфологічну традицію та європейську езотеричну систему. Візуальне рішення колоди ґрунтується на принципі художнього осмислення міфологічних образів, яку запропонував Джозеф Кемпбелл. Він розглядав міф як відображення універсальних психічних структур, здатних до нескінченних трансформацій у мистецтві [1].

Концепція колоди передбачає трансформацію архетипів Таро, описаних, зокрема, у праці Артура Е. Вейта «The Pictorial Key to the Tarot» [2], у наративні образи японського фольклору. Замість прямого цитування канонічних символів, пропонується їхнє переосмислення через призму універсальних міфологем. Цей підхід дозволяє створити новий культурний продукт на стику традицій, де, наприклад, архетип «Сили» може розкриватися не через образ жінки та лева, а через міф про мужність, втілений у конкретному йокаї. Як зазначає Майкл Ділан Фостер у своєму дослідженні «Pandemonium and Parade: Japanese Monsters and the Culture of Yōkai», йокаї здавна виконували функцію морально-дидактичних персонажів у японських казках та легендах, що робить їх ідеальним матеріалом для такого перенесення [3].

Візуальна мова колоди є свідомим поєднанням стилістичних ознак японської графіки та композиційних принципів європейської ілюстрації. За основу взято естетику гравюру укійо-е, для якої характерні пласка перспектива, лінійна ритміка та акцент на

силует [4], що можна побачити в роботах Кацусіки Хокусая. Ці елементи поєднуються з символічно навантаженою колористикою, властивою європейській традиції Таро.

У колористичному рішенні використовується символіка традиційних японських кольорів, адаптована до семантики Таро. Червоний відтінок, який в Японії асоціювався з захистом від зла та життєвою енергією [5], означає активну силу та перетворення. Синій — колір шани та вірності, що широко використовувався в текстилі періоду Едо, відповідає картам глибинного пізнання та духовності та досвіду. Золотий — що є символом просвітлення та нетлінності у буддизмі, означає досягнення та осягнення, трансформацію та просвітлення.

Смислове навантаження колоди акцентує гуманістичне прочитання міфологічних образів — не у відтворенні жахаючого аспекту йокаїв, а у виокремленні їхньої філософської та моральної складової. Це відповідає сучасному тренду в культурології, який розглядає монстрів не як загрозу, а як метафору «Іншого» та джерело для рефлексії про власну природу людини [6]. Через синтез двох культурних кодів створюється універсальна візуальна мова, яка робить складні архетипічні поняття доступними та актуальними для сучасного користувача карт.

Колода «Таро казок йокаїв» репрезентує новий підхід до міжкультурного діалогу в графічному дизайні, а практична реалізація проєкту демонструє потенціал сучасного дизайну як інструменту художнього осмислення культурної спадщини.

Висновки. Візуальна інтерпретація міфів у дизайні Таро є інструментом, що дозволяє актуалізувати його гуманістичний зміст— ідею гармонії, відповідальності та усвідомлення власної природи через синтез архетипів, кольору і композиції [9].

Таким чином, колода «Таро казок йокаїв» репрезентує інноваційний підхід до міжкультурного діалогу в графічному дизайні. Вона є не лише набором ілюстрацій, а закономірним результатом аналізу архетипічних основ двох традицій. Практична реалізація проєкту демонструє, як візуальний дизайн може виконувати роль інструменту художнього осмислення культурної спадщини, трансформуючи міф у сучасний наратив.

Список використаних джерел:

1. Campbell, J. The Hero with a Thousand Faces. Princeton University Press, 2008.
2. Waite, A. E. The Pictorial Key to the Tarot. London: Rider & Co., 1911.

3. Foster, M. D. Pandemonium and Parade: Japanese Monsters and the Culture of Yōkai. University of California Press, 2009.
4. Ueno, N. The Aesthetics of Ukiyo-e and Its Modern Adaptations. Kyoto Art Journal, 2017
5. Kazumasa, K. Japanese Folklore and Yokai Art. Tokyo: Pie International, 2016.
6. Asma, S. T. On Monsters: An Unnatural History of Our Worst Fears. Oxford University Press, 2009.
7. Nichols, S. Jung and Tarot: An Archetypal Journey. Weiser Books, 1984.
8. Yoda, H., Alt, M. Yokai Attack! The Japanese Monster Survival Guide. Kodansha, 2008.
9. Тавлуй, А., Радько, К. Концепція дизайн-проєкту колоди карт Таро та культурна трансформація, Редакційна колегія 2025, с.176.

Погосьян Дарина Рафаїлівна

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Житомир, Україна

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВІДНОВЛЕННІ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я ВОЇНІВ

Тема відновлення ментального здоров'я є надзвичайно важливою, особливо в умовах сучасних реалій. Після участі в бойових діях багато українських воїнів стикаються з психологічними наслідками – посттравматичним стресовим розладом (ПТСР), депресією, тривогою та труднощами з адаптацією до мирного життя. Наразі неабияк важливим є вдосконалення сучасних методів для комфортного надання ментальної допомоги. Наприклад, останнім часом в Україні застосовуються цифрові технології віртуальної реальності з метою реабілітації воїнів. Окрім цього доступними є онлайн-платформи, через які можна здійснювати психологічну підтримку воєнних та цивільного населення.

Метою дослідження є розгляд використання цифрових технологій у відновленні ментального здоров'я воїнів, які користуються популярністю на даний момент. У ході роботи були використані загальнонаукові методи аналізу, синтезу, узагальнення та дедукції.

Серед сучасних способів відновлення ментального здоров'я останнім часом набули популярності технології віртуальної реальності або ВР (у перекл. з англ. virtual reality або VR), біологічний зворотній зв'язок (БЗЗ), мультисенсорні кімнати тощо. Доступними є три ступені занурення та взаємодії: неімерсивна, напівімерсивна та імерсивна. Такі інноваційні технології можуть використовуватись у якості додаткового клінічного інструменту для терпії при тривожних розладах, ПТСР та аналгетичного відволікання пацієнтів, які проходять хворобливі процедури [1, 103-104]. Наприклад, з літа 2022 року волонтери проєкту «Art Therapy Force» допомагають медзакладам використовувати технології віртуальної реальності як допоміжний засіб для реабілітації. Наразі реабілітація за допомогою VR є поширеною у більшості закладах в Україні [6].

Проект «Recovery» включає в себе найбільшу національну мережу реабілітаційних центрів для поранених військових, який заснували Віктор та Олена Пінчуки з ціллю

допомоги Силам безпеки й оборони України. Кабінети облаштовані відповідно до стандартів технологічності та інклюзивності. Вони містять обладнання із віртуальною реальністю, тренажери та необхідні апарати для реабілітації [5].

Окрім реабілітаційних центрів, з метою відновлення психологічного здоров'я можна залучитися допомогою онлайн-платформ: «Ти як?», «Mental Help» та «МН4U».

Всеукраїнська програма ментального здоров'я «Ти як?» впровадилась за ініціативою першої леді Олени Зеленської. На сайті доступні: інструменти самопомоги, алгоритми та техніки для управління стресом, корисні матеріали, тестування на визначення наявного емоційного стану, а також безкоштовні курси, які допомагають краще піклуватись про себе та інших. Також доступними є допомога онлайн, офлайн та гарячі лінії [2].

Проект «Mental Help» створений за ініціативи ООН та за підтримки агентства Fondation de France. Залучившись допомогою цієї онлайн-платформи можна швидко підібрати спеціаліста та забронювати зручний для себе час. Терапевтичні сеанси є безкоштовними [3].

Проект «МН4U» запроваджується за підтримки Швейцарії та втілює підходи «Концепції розвитку охорони психічного здоров'я в Україні на період до 2030 року». Онлайн-платформа містить багато корисних матеріалів, які допоможуть відновити ментальне здоров'я: статті, відео, онлайн-освітні курси, особисті історії амбасадорів, гарячі лінії допомоги [4].

Отже, на даний момент великого поширення набула реабілітація українських військовослужбовців за рахунок використання перспективних інноваційних цифрових технологій віртуальної реальності або VR. Вони активно застосовуються у більшості закладах нашої країни. Окрім цього, доступними є онлайн-платформи, які надають психологічну підтримку: «Ти як?», «Mental Help» та «МН4U».

Список використаних джерел:

1. Куриченко Н., Приходько І. Інноваційні цифрові технології, які використовуються для проведення психологічної реабілітації військовослужбовців. *Disaster and crisis psychology problems*. 2025. №1 (9). С. 103-120. DOI: 10.52363/dcpp-2025.1.9. URL: <http://repositc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/25163/1/%D0%96%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB-1%289%29-2025-103-120.pdf> (дата звернення: 19.10.2025)
2. Онлайн-платформа «Ти як?». Всеукраїнська програма ментального

здоров'я. URL: <https://howareu.com/> (дата звернення: 20.10.2025)

3. Онлайн-платформа «Mental Help». URL: <https://mentalhelp.com.ua/> (дата звернення: 20.10.2025)

4. Онлайн-платформа «MH4U». URL: <https://www.mh4u.in.ua/> (дата звернення: 20.10.2025)

5. Проєкт «Recovery». URL: <https://recoveryua.org/pro-proekt> (дата звернення: 20.10.2025)

6. VR, іпотерапія, відновлення через мистецтво: інноваційні методи реабілітації військових в Україні. URL: <https://bzh.life/ua/plany/1714567220-vr-ipoterapiya-vidnovlennya-cherez-mistetstvo/> (дата звернення: 19.10.2025)

УДК 7.012:655.3.066.26]:655.532(043.2)

Романюк Катерина Валеріївна, здобувачка вищої освіти кафедри дизайну

Радько Катерина Володимирівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

СИНТЕЗ БОТАНІЧНОГО МИСТЕЦТВА ТА ДИЗАЙНУ У СТВОРЕННІ АВТОРСЬКОГО КАЛЕНДАРЯ

Анотація. Розглянуто особливості розробки авторського календаря «Сад, що дихає» як приклад поєднання традиційного мистецтва та сучасного дизайну. Досліджено поняття ботанічної ілюстрації як специфічного виду прикладної графіки та доведено її актуальність у сучасному візуальному просторі. Основна частина дослідження присвячена практичним етапам: описано процес проектування перекидного календаря, принципи побудови природної композиції та інтеграції авторської ілюстрації зі шрифтом для створення унікального стилю проєкту. Особливу увагу приділено методу створення ілюстрацій традиційними графічними техніками, що надає виданню унікальності та художньої цінності.

Ключові слова: Ботаніка, ботанічна ілюстрація, календар, авторський, композиція, дизайн, баланс, поліграфічна продукція, естетичний.

Вступ. До появи фотографії ботанічна ілюстрація була чи не єдиним способом фіксування проявів рослинного світу. Сучасні наукові видання, інтернет ресурси, заповнені фотографіями рослин, що їх зроблено за допомогою мікро лінз, або навіть і мікроскопу, які допомагають нам відкрити дивовижний світ флори, недосяжної неозброєним оком. Однак в минулому саме художники фіксували ботанічний світ, описували та привертали увагу до дрібних деталей будови рослин. [1]

Сьогодні сфера застосування природничих мотивів у графіці та мистецтві всеохоплююча. За допомогою сучасних технологій друку, нанесення найрізноманітніших зображень на будь-які ужиткові носії є можливим — це і друк патернів на тканині, посуді, декораціях, предметах інтер'єру, а також рекламна продукція — календарі, банери, листівки, упаковка тощо [2].

Проєкт ілюстративного календаря «Сади, що дихають», спирається саме на рекламну конструкцію, вжиткову функцію та популяризацію традиційного мистецтва

ботанічної ілюстрації.

Матеріали та методи. У процесі дослідження теми було проаналізовано широкий спектр джерел, які стосуються як історії розвитку авторських календарів, так і сучасних тенденцій поєднання мистецтва та наукової ілюстрації. Особливу увагу приділено ролі ботанічних зображень у формуванні естетичного та пізнавального аспектів календаря — від суто декоративних елементів до засобів візуальної інтерпретації природних об'єктів і популяризації ботанічних знань.

Також велику увагу було приділено використанню традиційної графічної техніки виконання — аквареллі. Аналізувались пізнавальна цінність, художній стиль і роль у візуальному сприйнятті багатьох художників, таких як Наталія Купчик, Альона Грінчук, П'єр-Жозеф Редутте та інших.

Постановка проблеми. У сучасному світі спостерігається зростання інтересу до розробки поліграфічної продукції, зокрема у форматі авторських календарів. Проте, попри популярність ботанічних мотивів, значна частина таких проєктів зосереджується переважно на декоративній функції зображень, залишаючи поза увагою їхню пізнавальну та культурно-освітню цінність. [3]

Дизайн це перш за все про естетику та комфорт. Необхідно забезпечити ці дві властивості у календарі, зберігаючи текстуру ручної роботи ілюстрацій та шрифту.

Результати. Календар це той аксесуар, який супроводжує людство вже тисячі років, допомагаючи організовувати час, планувати події та впорядковувати життя. Від стародавніх єгипетських систем обліку днів до сучасних настінних, настільних та кишенькових варіантів. Це не просто зручний спосіб організувати свій день, а справжній інструмент управління часом, який суттєво впливає на ефективність та продуктивність у всіх сферах життя. Вони допомагають планувати події, відслідковувати важливі дати, створювати списки справ і контролювати виконання завдань. У сучасному світі, де кожна хвилина має значення цей продукт стає незамінним помічником як у професійній діяльності, так і в особистому житті.

Календар “Сад, що дихає” позиціонує себе як поліграфічний продукт, готовий до використання. У оформленні проєкту поєднано традиційну вишукану ботанічну графіку та акциденцію рукописного шрифту.

Проєктування календаря розпочинається з визначення концепції та основної ідеї, формування загальної теми й способів її візуалізації. До цілісної системи календаря

входять такі складові, як композиційне рішення всього комплексу аркушів (наприклад, 12 місяців та обкладинка) і кожного окремого аркуша, стилістика зображень, вибір графічної техніки, типографічні прийоми, структура календарної сітки, колірне вирішення, а також елементи фірмового стилю бренду. Сукупність цих компонентів визначає художній образ календаря та його функціональну придатність [4].

Ілюстрації до календаря створено у техніці акварелі. Кожна композиція побудована на дослідженнях рослини, її характеру та асоціативному значенні. Перед початком роботи було переглянуто багато видів рослин. Головний акцент у ілюстраціях зроблено на природності форм, а також на структурі зображуваної квітки. Завдання полягало у точній копії, не спотворенні кольору чи структури об'єкту. Саме це допомагає у досягненні балансу між календарною сіткою та ілюстративною композицією листа.

Маючи сформований досвід у створенні ботанічних ілюстрацій та їх інтеграції в графічний дизайн. Набуті навички у сфері дизайну дозволяють стверджувати, що флористичні композиції ефективно підсилюють візуальну ідентичність, а також підвищують естетичну цінність поліграфічних та бренд-матеріалів. Дизайнерський досвід дає стверджувати, що квіткові композиції можуть стати чудовою окрасою до фірмового стилю, поліграфії, тощо.

Висновок. На основі проведеної роботи можна зробити висновок, що проєкт, створення сучасного авторського календаря, гармонійно поєднує ботанічну тематику, вінтажний шарм та мінімалістичну чіткість комплексного дизайн-проєкту. Використання деталізованих ботанічних ілюстрацій є не просто декоративним прийомом, а основним засобом формування емоційної та естетичної цінності графічного об'єкта.

Дизайн календаря виходить за межі простого інструмента планування часу, виконуючи важливі освітні та культурні функції: він популяризує ботанічні знання, розвиває почуття прекрасного та слугує щоденним нагадуванням про зв'язок людини з природою. Проєкт підтверджує актуальність і комерційний потенціал виробів, створених на перетині мистецтва, природи та функціонального дизайну.

Список використаних джерел:

1. 300-Year-Old Botanical Illustrations and the Art They Inspire Today. My Modern Met. URL: <https://mymodernmet.com/history-of-botanical-illustration/>
2. Ткаченко М. І. БОТАНІЧНА ІЛЮСТРАЦІЯ ЯК СПЕЦИФІЧНИЙ ЖАНР

ПРИКЛАДНОЇ ГРАФІКИ ТА МИСТЕЦТВА. УКРАЇНСЬКИЙ МИСТЕЦТВОЗНАВЧИЙ
ДИСКУРС UKRAINIAN ART DISCOURSE. 2024. Т. 1, № 2. С. 140–147.

3. What is botanical art? | Kew. Royal Botanic Gardens, Kew | Kew. URL: <https://www.kew.org/read-and-watch/what-is-botanic-art>

4. Балабуха Наталія. Здор Оксана Григорівна, Радько Катерина. .КАЛЕНДАР
МИТЦЯ ЯК ПРЕЗЕНТАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН-ПРОЄКТ. VII Міжнародна науково-
практична конференція «АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ» 2025.
С. 86-89.

УДК 7.05:741.6:159.9(477)

Рублик Маргарита Володимирівна, студентка кафедри дизайну
Волгін Юрій Євгенович, старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ДИЗАЙН ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРИЛЕРУ: ВІЗУАЛЬНА МОВА СПРАВЕДЛИВОСТІ ТА ГУМАНІЗМУ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

***Анотація.** У статті досліджується роль книжкового дизайну у жанрі психологічного трилера як інструменту для візуальної рефлексії на ціннісні трансформації в сучасному українському суспільстві. Дизайн у цьому контексті розглядається не лише як естетична оболонка, а як повноцінний засіб комунікації, що формує емоційний зв'язок із читачем та створює простір для опрацювання колективних тривог. Дослідження обґрунтовує, що через продумані дизайнерські рішення жанр психологічного трилера стає не лише формою втечі від реальності, а й важливим культурним інструментом для осмислення складних соціальних та гуманістичних питань.*

***Ключові слова:** графічний дизайн, дизайн книги, книжкова ілюстрація, психологічний трилер, візуальна комунікація, ціннісні трансформації, гуманізм, українська книга.*

Вступ. У сучасному світі, який переживає глибокі зміни та невизначеність, жанр психологічного трилера виходить за межі простої розваги. Він стає своєрідним відображенням суспільних тривог і пошуку справедливості. Для українського суспільства, що проходить через історичні випробування, такі історії мають особливе значення — вони допомагають осмислити складні емоції, зрозуміти власні переживання та зберегти віру в людяність.

Водночас сила трилера проявляється не лише в сюжеті. Сучасний книжковий дизайн уже не сприймається як декоративне оформлення — він перетворюється на самостійну візуальну мову, яка може передавати емоції та ідеї. Колір, композиція, типографіка та ілюстрації здатні посилювати драматизм, передавати внутрішні конфлікти героїв і підкреслювати гуманістичні мотиви твору. Дизайн виступає не лише як засіб оформлення, а як інструмент мислення, що допомагає глибше відчувати і

зрозуміти сенс історії.

Матеріали та методи. У дослідженні використано поєднання теоретичних і практичних методів. Аналітичний метод застосовано для вивчення наукових джерел із теорії емоційного дизайну, психології сприйняття та жанрових особливостей трилера. Метод синтезу допоміг об'єднати інформацію з галузей графічного дизайну, мистецтвознавства та когнітивної психології, щоб сформуванати цілісне розуміння візуальної мови книги.

Мистецтвознавчий і компаративний аналіз дали змогу розглянути символіку візуальних рішень і порівняти різні підходи до оформлення видань у жанрі психологічного трилера.

Об'єктом дослідження є дизайн книги у жанрі психологічного трилера як засіб культурної рефлексії.

Предметом дослідження є засоби графічного дизайну — колір, типографіка та ілюстрація, що формують візуальну мову для передачі тем справедливості та гуманізму.

Результати. Проведене дослідження показало, що дизайн книги у жанрі психологічного трилера виконує багатошарову роль — від естетичної до концептуально-комунікативної. Як наголошує Дональд Норман [4], емоційний дизайн формує глибокий зв'язок між людиною та об'єктом через візуальні і сенсорні стимули. У книжковому контексті це означає, що графічні елементи здатні не лише супроводжувати текст, а й створювати емоційне тло, підсилюючи драматургію оповіді. Вони формують настрій читача ще до занурення у зміст, задають ритм сприйняття й допомагають глибше відчувати атмосферу твору.

Згідно з ідеями Шона Адамса [1], дизайн впливає на спосіб, у який ми мислимо й відчуваємо. У психологічному трилері це проявляється через використання контрастних кольорів, монохромних площин, напружених шрифтових рішень і лаконічних композицій, які підсилюють атмосферу невизначеності, страху або пошуку істини. Такі прийоми дозволяють створювати емоційну напругу та підкреслювати теми внутрішньої боротьби, справедливості та гуманізму.

Українські дослідження у сфері книжкового дизайну [2] підтверджують, що сучасна українська школа графічного дизайну тяжіє до синтезу змісту й форми, де візуальне рішення є логічним продовженням авторської ідеї. Дизайнери використовують символічні образи, метафоричну типографіку та стриману палітру для вираження

колективних переживань суспільства — болю, надії, прагнення до справедливості.

Як зазначає Оксана Здор [3], дизайн книги є результатом синтезу змісту й форми, де кожен елемент — текстовий, графічний або композиційний — виконує роль у створенні цілісного художнього образу. У цьому підході візуальна складова не лише супроводжує зміст, а й розкриває його глибинні сенси через колір, типографіку, ритм і структуру сторінки. У жанрі психологічного трилера такий синтез набуває особливого значення, адже дизайн допомагає передати емоційний напруження, внутрішні конфлікти героїв і загальну філософію гуманізму твору.

Таким чином, результати дослідження свідчать, що дизайн психологічного трилера перетворюється на самостійну візуальну мову, здатну комунікувати з читачем на рівні емоцій та ідей. Він стає засобом гуманістичної рефлексії, що дозволяє через естетику говорити про справедливість, моральний вибір і внутрішню людську гідність.

Висновки. Дослідження підтвердило, що дизайн психологічного трилера має важливе значення у формуванні емоційного й смислового простору книги. Завдяки поєднанню текстових і візуальних засобів оформлення створюється особливий тип комунікації, у якій дизайн виступає не лише як елемент оформлення, а як повноцінна частина художнього висловлювання.

Отже, дизайн психологічного трилера можна розглядати як інструмент гуманістичної комунікації, що допомагає суспільству через візуальну мову осмислювати складні теми добра і зла, провини та відновлення. Книжковий дизайн у цьому жанрі стає не просто естетичною складовою, а важливим культурним чинником, який сприяє збереженню духовних цінностей і розвитку критичного мислення читача.

Список використаних джерел:

1. Адамс, Ш. Як дизайн спонукає нас думати, відчувати, діяти // ArtHuss — Київ. — 2022. — С. 218-233.
2. Балабуха Н. М., Здор О. Г., Радько К. В. Дизайн книги як проєктна робота студентів освітньої програми «Графічний дизайн» Університету Грінченка // АРТ-платФОРМА. — 2024. — Т. 9, № 1. — С. 304-323. URL: <https://art-platforma.kmaesm.edu.ua/index.php/art1/issue/view/11/9> (дата звернення 19.10.25)
3. Здор О. Дизайн книги: синтез змісту і форми: мистецькі та наукові аспекти // Ерделівські читання – 2020: Матеріали XXV Міжнародної науково-практичної конференції (Ужгород, 2020 р.) — Ужгород: Видавництво УжНУ, 2020. — С. 145–148. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/38215/1/ZdorOG_articleErdely2020.pdf (дата

звернення 22.10.25)

4. Норман Д. А. «Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас» // ArtHuss — Київ. — 2019. — С. 41-47, 53-58. URL: <https://drive.google.com/file/d/1LZM3dlir3DJ9GBxPpu3P61-1ePiUobki/view> (дата звернення 20.10.25)

Рульова Єлизавета Вікторівна, магістерка групи КДТА1-24-1.4д

кафедри дизайну Київського столичного

Карпов Віктор Васильович, доктор історичних наук

завідувач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ДИЗАЙН КОД МІСЬКОЇ АЙДЕНТИКИ КИЄВА

Відповідно до визначення британського Департаменту громад та місцевого самоврядування від 2006 року дизайн-кодом називають набір ілюстрованих правил проектування та вимог, які є прикладами та інструкціями з питань розвитку міста або області. Це графічна мова, за якою живе велике місто, працюють муніципальні структури, до якої дослухається бізнес. Його неможливо розробити без залучення спеціалістів різних галузей, представників громад, підтримки з боку владних структур. У разі вдалих рішень він полегшує життя містянам, створює зрозумілі канали комунікації всередині міста, проектує публічні простори і поповнює міський бюджет. Якщо ж дизайн-код відсутній, це закладає підвалини для соціального незадоволення, нерівних правил гри для усіх видів торгівлі, візуальної засміченості та значних збитків.

У сучасних умовах розвитку урбаністичних просторів важливою складовою є створення ефективної та гармонійної міської айдентики. Київ, як столиця України, має потужний історичний, культурний та економічний потенціал, що визначає його імідж на міжнародній арені. Айдентика міста не тільки сприяє розвитку економіки міста, але й активно впливає на візуальний вигляд урбаністичного середовища. Важливим завданням є встановлення нормативних вимог до носіїв айдентики та створення естетично привабливого міського середовища.

Міська айдентика — це система візуальних елементів, що забезпечують впізнаваність міста і відображають його ідентичність. Це сукупність символів, кольорів, шрифтів, логотипів, а також елементів інфраструктури, таких як дорожні знаки, вивіски, зовнішня реклама тощо, які виконують роль кодування середовища. Від дизайну міської айдентики безпосередньо залежить не лише естетичний вигляд міста, але й зручність, комфорт і емоційний зв'язок з його жителями та гостями.

Дотичне до міської айдентики поняття бренд міста – це емоційна складова,

що створює враження про місто. Він базується на його особливостях, досліджених експертами, і має на меті створити стратегію, що підкреслює ці особливості. Брендинг формує філософію, а айдентика – це візуальна комунікація цієї філософії через кольори, шрифти та інші елементи. Отже, брендинг та айдентика взаємопов'язані процеси, які по суті утворюють певний код.

Дизайн код міста є набором візуальних стандартів і правил, які визначають, яким чином повинні виглядати об'єкти зовнішньої реклами, інфраструктура та інші елементи, що формують міський простір. Метою цього коду є забезпечення гармонії між жителями міста та рекламою, архітектурою і природними ландшафтами.

«Правила чистого міста», або дизайн-код — це чіткі правила, які формують комфортний та безпечний оточуючий простір на вулицях, без візуального шуму зовнішньої реклами. Сюди також входять хороше освітлення, зручна інфраструктура, інклюзивність та навіть елементи громадського мистецтва, як-от мурали. Остання тема особливо актуальна для Києва, вуличне візуальне мистецтво якого не регулюється належним чином. У результаті з'являється стінопис з Есмеральдою на історичній будівлі Києва, шквал обурення і петиція про мурали.

Дизайн-код це цілісна система, яка не просто регулює зовнішню рекламу та вивіски, а й допомагає місту уніфікувати вказівні знаки та створити стратегію руху міста на роки вперед. Нижченаведені 6 аспектів регулюються правилами системи, а саме:

- Громадські території (як-от парки, сквери, тротуари, зупинки громадського транспорту та місця для паркування);
- Навігація (містить елементи вуличної, дорожньо-транспортної та велосипедної інфраструктури);
- Благоустрій (зовнішня реклама, інформаційні вивіски та освітлення вулиць);
- Тимчасові споруди (наприклад, літні тераси, вбиральні, кіоски);
- Малі архітектурні об'єкти (фонтани, вуличні меблі, артоб'єкти тощо);
- Елементи озеленення (ландшафтний дизайн).

Дизайн-коди можуть існувати на різних рівнях, а їх впровадження може бути ініціативою місцевих органів або громадських активістів. Кожне місто має свої вимоги, але всі вони затверджуються міською радою.

У Києві цей документ впроваджено у 2017 році та відображено у нормативному

акті «Правила розміщення рекламних засобів у місті Києві». Основна мета дизайн-коду – гармонізувати зовнішню рекламу з архітектурою міста, зберегти історичну та культурну цінність столиці. Згідно з рішенням КМДА, місто поділили на 5 зон, де нулем вважається центр Києва, вільним від реклами. Сюди потрапили також центральні вулиці, площі та парки, а також низка транспортних розв'язок. Як результат, за кілька років потому у Києві зникло 75% зовнішньої реклами у центральній частині міста. Впорядковано центральну вулицю Хрещатик та Андріївський узвіз де повністю виключено використання великих рекламних конструкцій.

У центральних районах, особливо в історичних зонах, таких як Софійська площа, Андріївський узвіз чи Хрещатик, заборонено встановлення білбордів, а дозволяються лише сітілайти та лайтбокси, які відповідають загальному стилю району. Висота рекламних конструкцій обмежується 2,5 метрами, щоб уникнути переважаючого над архітектурними об'єктами, а кольорова гама має бути стриманою, без надмірно яскравих і агресивних відтінків, які можуть порушити візуальну гармонію. Конструкції розміщуються з урахуванням просторових обмежень: не менше 30 метрів від перехресть, із заборонаю встановлення на тротуарах, пішохідних зонах чи перед фасадами історичних будівель.

У зонах із високою інтенсивністю руху людей, таких як зупинки транспорту чи входи до метро, дозволено розміщення лише інформаційної реклами, яка не заважає пересуванню громадян. Особливі вимоги передбачено для історичних будівель: реклама не повинна закривати декоративні елементи фасадів, шрифти та композиція мають бути лаконічними та естетично відповідати контексту міста, з акцентом на культурну та історичну цінність міського простору.

Візуальна айдентика Києва є складною та багатогранною, протягом століть зазнавала значних змін, відображаючи історію, еволюцію міста, його культуру та цінності. Візуальна айдентика Києва не є статичною, вона постійно еволюціонує, щоб відображати нові реалії та прагнення міста. Дослідження візуальної айдентики міст має важливе значення, оскільки допомагає глибше зрозуміти, як візуальні образи міста формують його сприйняття та впливають на життя містян.

Дизайн-код міста Києва постійно оновлюється з урахуванням нових технологій, соціальних потреб та глобальних трендів у містобудуванні. Сучасні тенденції включають:

- Розумні міста: Впровадження Інтернету речей для оптимізації міських процесів (Київ цифровий).
- Екологічний дизайн: Збільшення кількості зелених зон, використання перероблених матеріалів.
- Інклюзивний дизайн: Забезпечення доступності для всіх груп населення.
- Креативні простори: Створення місць для творчості, мистецтва та інноваційних проектів.

Дизайн-код міста Києва є ключовим інструментом для забезпечення гармонійного та сталого розвитку столиці. Він дозволяє зберегти історичну спадщину, інтегрувати сучасні технології та створювати комфортні умови для життя мешканців. Постійне оновлення та адаптація дизайн-коду до нових викликів сприяє формуванню унікального образу Києва як сучасного, динамічного та культурно багатого міста.

УДК 7.01:32.019.5:316.75(477)

Синявська Наталія Віталіївна, старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ПРОБЛЕМАТИКА ТА ТЕНДЕНЦІЇ ОСМИСЛЕННЯ СПРОТИВУ Й ОПОРУ АГРЕСІЇ ЧЕРЕЗ МИСТЕЦТВО

***Анотація.** Сучасні війни та акти агресії актуалізують роль мистецтва у формуванні духовного опору, моральної свідомості та гуманістичних цінностей. У мистецтві ХХ–ХХІ століть простежується тенденція до осмислення війни як історичного явища і також як глибокого екзистенційного досвіду, що вимагає нової художньої мови. Українські митці через метафоричність і символічність образів зберігають людяність, гідність і національну пам'ять, трансформуючи травматичний досвід у мистецькі форми та художньо-образні прийоми.*

***Ключові слова:** мистецтво опору, спротив, ідентичність, гуманітарний фронт, національна пам'ять, культурна терапія, мистецькі практики.*

Актуальність теми дослідження. В умовах воєнних конфліктів мистецтво набуває статусу не лише естетичної, а й морально-комунікативної сили [1]. Художня образність стає засобом збереження людяності, гідності та ідентичності [2]. Мистецтво перетворюється на мову спротиву, через яку суспільство осмислює втрати, біль і водночас – надію [3].

Виклад основного матеріалу. Українське мистецтво має давні традиції художнього відтворення боротьби за свободу. Найяскравіші творчі постаті у першій половині ХХ ст., які зображували боротьбу за духовну стійкість нації – це Микола Самокиш – баталіст, який показував війну через призму боротьби за честь, свободу й гідність; Олена Кульчицька – мисткиня, яка утверджувала духовну стійкість українців через декоративну орнаментальну символіку, возвеличуючи ідеї духовного розвитку народу; Ніл Хасевич – головний художник українського підпілля, який є також засновником протиперського українського культурного спротиву. Їхня творчість стала підґрунтям для сучасних художніх форм спротиву, у яких поєднано історичну пам'ять і сучасні реалії.

На сьогодні впевнено мистецтво можна розглядати як форму опору та джерело свідчень. У ХХІ столітті воно фіксує не лише події, а й емоційно-духовну реальність

війни. Воно виконує функції документування, свідчення та психотерапії. Показовим прикладом є міжнародна виставка «Мистецтво опору» 2022 р. та 2023 р. (м. Валенсія) [4], яка демонструє твори українських митців, створені в умовах війни, що мають терапевтичну та комунікативну силу, передають порив протистояння, гостроту боротьби.

Сьогодення вимагає розглядати мистецтво як зброю. Попри домінування воєнної техніки, мистецтво виступає потужною зброєю культурного фронту. Митці організовують виставки, інсталяції, театральні постановки, створюють фільми, формуючи спільну гуманітарну платформу спротиву. Вони дедалі частіше використовують символи, ідеологічні образи, іконографічні коди. Їх об'єднує спільна мета – збереження ідентичності, боротьба за суверенітет і перемогу. Митці несуть основне повідомлення про право на життя, свободу та гідність.

Визначаючи роли мистецтва у сучасних реаліях, варто звернути увагу на такі основні тенденції сучасного мистецтва опору: збереження культурної ідентичності через створення нових символів; переосмислення історичного досвіду у нових медіа-формах; розвиток мистецтва як гуманітарного фронту; мистецтво як катарсис – допомога суспільству у подоланні травми.

Висновки. Мистецтво спротиву – це не лише естетичне, а й моральне свідчення часу. У періоди воєнних потрясінь воно виконує функції документування, духовного захисту та формування гуманітарного простору. Творчість українських митців демонструє неперервність культурної пам'яті та здатність мистецтва перетворювати біль у силу.

Список використаних джерел:

1. Івчик Наталія. Війна та мистецтво: історичні ремінісценції. Блог. 27 Вересня 2025. URL: <https://nataliaivchyk.com/vijna-ta-mystetstvo-istorychni-reminiistsentsiyi/>
2. Черкасов М. П. Теоретичні засади психології художнього образотворення. Наука і освіта : наук.-практ. журнал. 2011. № 3. С. 103-106.
3. Точинський Микола. Як мистецтво змінює розмову про війну. Укрінформ. 01.07.2025. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/4010197-ak-mistectvo-zminue-rozmovu-pro-vijnu.html>
4. OBJECTS art prize Представляє виставку Мистецтво опору. URL: <https://www.prizeobjects.com.ua/uk/exhibitions/2023-macvac/>

УДК 7.05:655.3.066.11]:398(=161.2)(043.2)

Сирота Валерія Валеріївна, студентка кафедри дизайну

Здор Оксана Григорівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ФОЛЬКЛОРНІ МОТИВИ В ДИЗАЙНІ УКРАЇНСЬКИХ КНИЖОК ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Анотація. Розглянуто роль графічного дизайну та книжкової ілюстрації як засобів збереження й популяризації української культурної спадщини. Зокрема, звернення до фольклору є важливим інструментом відновлення історичної пам'яті. Показано, що сучасна ілюстрація, поєднуючи традиційні й цифрові техніки, виконує не лише естетичну, а й комунікаційну функцію, сприяючи актуалізації фольклорних образів. Підкреслено важливість комплексного дизайн-рішення видання — типографії, колористики, композиції. Зроблено висновок, що дизайн книги на основі фольклорних елементів є ефективним інструментом культурного опору глобалізації.

Ключові слова: книга, графічний дизайн, фольклор, ілюстрація, культурна спадщина.

Вступ. Національна ідентичність є основою культурної стійкості, а її збереження стає особливо значущим в умовах російсько-української війни та згодом післявоєнної відбудови. Український фольклор виступає джерелом історичної спадкоємності і ключовим елементом захисту культури.[1] У цьому контексті графічний дизайн і, зокрема, книжкова ілюстрація перестають бути лише елементом естетики, а видозмінюються на потужний інструмент, що перетворює усну традицію у зрозумілу візуальну мову.

Актуальність роботи полягає в аналізі того, як використання фольклорних елементів у дизайні книги допомагає зміцнити національну самосвідомість.

Мета дослідження — визначити роль дизайну книги та ілюстрації як ефективних засобів збереження і захисту української культурної спадщини через популяризацію фольклорних мотивів.

Основний матеріал. До графічного дизайну та книжкової ілюстрації сформовано запит сучасного українського суспільства на збереження й популяризацію національної

культурної спадщини. Зокрема, звернення до фольклору є важливим інструментом відновлення історичної пам'яті та рушієм до формування нової візуальної мови.[2] Роль ілюстратора полягає у трансформації словесних фольклорних описів у сучасний графічний образ. Це не просто малювання чи копіювання, а свідомо інтерпретація ідей та архетипів, що є важливим способом збереження історичної спадкоємності.[3] Книжкова ілюстрація виконує комунікаційну функцію, створюючи емоційний зв'язок читача з маловідомими елементами фольклору, наприклад, Арідник або Чугайстр. Яскравим прикладом актуалізації класичного фольклорного образу є перевидання казки «Хуха-Моховинка» Василя Короліва-Старого, ілюстроване Андрієм Щербаком, де засоби цифрового мистецтва використані для успішної адаптації твору до сучасного медіа-простору.[4]

Окрім того, якісна ілюстрація є засобом автентичності, оскільки вона підкреслює унікальність українських традицій через свідому стилізацію під наївне мистецтво, як народна картина або витинанки. Збереження спадщини залежить від комплексного дизайн-рішення, де всі елементи книги утворюють єдину систему. Типографія має стилістично відповідати темі й створювати візуальне враження зв'язку з минулим, колористика — бути символічно обґрунтована і базуватися на народній культурі. Крім цього, композиція видання та верстка формують простір, де ідентичність відчувається читачам в повній мірі.

Вагомий внесок у розвиток української книжкової графіки зробив художник-мультиплікатор та ілюстратор В'ячеслав Легкобит (1941–1980). Він співпрацював із видавництвами «Веселка», «Дніпро» та ін. Його творчість відзначалася поєднанням реалізму і казкової декоративності, що дозволило йому створювати нові образні рішення. Майстерність Легкобита якнайдуше простежується в ілюстраціях до збірки українських народних скоромовок «Перепеличка мала-невеличка» (1975) та казки «Солом'яний бичок» (1972).

Слід також відзначити, що чи не найвідомішим прикладом нової національної візуальної мови стала «Абетка» (1999) видавництва «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» з ілюстраціями Костя Лавра.

У цьому контексті, дизайнер, який працює з національною спадщиною, несе професійну відповідальність за коректну інтерпретацію джерел. Створення якісного графічного продукту на основі фольклору є важливим елементом культурного

опору глобалізації та засобом збереження, популяризації і укріплення національної самосвідомості.

Висновки. Дослідження підтверджує, що графічний дизайн є незамінним елементом у процесі збереження й трансляції українських культурних традицій. Фольклорні мотиви, якісно перекладені у сучасний візуальний код через дизайн книги, набувають нової сили і забезпечують історичну спадкоємність. Книжковий дизайн та ілюстрація з фольклорними мотивами, засновані на глибокому розумінні національних символів, ефективно відображають ідентичність та діють як важливий механізм культурного захисту, сприяючи укріпленню національної свідомості.

Список використаних джерел:

1. Скрипник Г. Українська фольклористична енциклопедія. ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України. Київ. 2019. URL: <https://www.etnolog.org.ua/pdf/stories/dovidkovi/2019/ufe> (дата звернення 17.10.25)
2. Кошка А.Д., Здор О.Г., Лихолат О.В. Ілюстрована книга в українському культурному просторі: між традицією та сучасністю (на прикладі авторського дизайну до твору Івана Франка). Український мистецтвознавчий дискурс. 2025. Випуск 3. С. 60-69.
3. Михайлюк О., Гула Є., Гальчинська О., Бризгунова М. УКРАЇНСЬКІ ФОЛЬКЛОРНІ МОТИВИ В КНИЖКОВІЙ ІЛЮСТРАЦІЇ. Актуальні проблеми сучасного дизайну. КНУТД. 2024. С.320-323 URL: https://er.knutd.edu.ua/bits_tream/123456789/28449/1/APSD_2024_V2_P320-323.pdf (дата звернення 19.10.25)
4. «Хуха Моховинка». Класика української казки в форматі digital art. Art Ukraine. 2015. URL: <https://artukraine.com.ua/n/khukha-mokhovinka-klasika-ukrainskoi-kazki-v-formati-digital-art/> (дата звернення 17.10.25)

УДК 7.012:655.3.066.11]:172.15(043.2)

Скорич Марія-Дарина Віталіївна, студентка кафедри дизайну
Миронова Ганна Анатоліївна, науковий керівник,
член-кореспондент Національної академії мистецтв України,
старший викладач кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ДИЗАЙН КНИГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ

***Анотація.** Досліджено роль дизайну книги як одного з ключових чинників у формуванні та збереженні української національної ідентичності, а також як інструмент підвищення інтересу до української літератури. Акцентовано увагу на тому, що візуальна складова (типографіка, ілюстрація) є не лише естетичним, а й ідеологічним чинником, що забезпечує трансляцію культурних наративів. Підкреслено значущість книжкового дизайну в контексті повномасштабної війни, де книга стає символом незламності духу, а її сучасне оформлення є важливим для залучення нової читачької аудиторії та популяризації національної спадщини.*

***Ключові слова:** дизайн книги, дизайн, книга, національна ідентичність, культурна спадщина, книжкова ілюстрація, книгодрукування, сучасний дизайн книги.*

Вступ. В контексті сучасних подій, збереження та трансляція національної культурної спадщини набуває особливого значення, зокрема через практики дизайну художніх видань. Історія книгодрукування в Україні, починаючи з XVI століття, нерозривно пов'язана з боротьбою за мовну та культурну ідентичність. Книга завжди була символом національного опору та сприяла формуванню української самосвідомості. У сучасних умовах повномасштабного вторгнення та інформаційної агресії, коли відбувається цілеспрямоване знищення української культури та історичної пам'яті, роль книги набуває ключового значення. Національна ідентичність — це динамічний процес, що формується на основі стійкого емоційного зв'язку з традиціями та культурою. У цьому контексті, дизайн книги стає потужним інструментом візуалізації ідентичності та трансляції її у світ, посилюючи ідею національної стійкості.

Актуальність дослідження зумовлена подвійним викликом: необхідністю

культурного опору та збереження національної спадщини в умовах воєнних загроз, а також потребою активної популяризації української літератури серед широких верств населення, особливо молоді. Сучасний читач, звиклий до високих стандартів візуального контенту, вимагає, щоб книга була не лише змістовною, а й естетично привабливою та конкурентоспроможною. Дизайн є мостом, що веде до класичних та сучасних українських текстів, збільшуючи інтерес до них.

Метою дослідження є розкриття особливостей дизайну книги як засобу збереження та трансляції української національної ідентичності, культурної спадщини та інструменту популяризації національної літератури в умовах сучасних викликів.

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є дизайн українських книжкових видань, що відображають національну тематику та забезпечують популяризацію літературної класики. Предметом дослідження – візуальні засоби у дизайні української книги як елементи формування національної ідентичності та підвищення її привабливості для читача.

У ході дослідження використано комплексний підхід. Історико-культурологічний метод застосовувався для аналізу еволюції українського книжкового дизайну та його зв'язку з національно-визвольними рухами. Порівняльний метод був залучений для зіставлення візуальних рішень у різних типах видань (масових та подарункових) з точки зору їхньої здатності привертати читачку увагу та збільшувати комерційний і культурний інтерес. Також було застосовано метод візуального аналізу для виявлення специфічних типографічних та ілюстративних прийомів, що кодують національні символи та підвищують естетичну цінність продукту.

Результати. Проведене дослідження довело, що дизайн книги виступає важливим інструментом збереження й передачі національної ідентичності та культурної спадщини, а також сприяє поширенню й популяризації національної літератури, поєднуючи естетичну, комунікативну та ідентифікаційну складові. Дизайн є інструментом, що не лише супроводжує текст, а й візуалізує національні коди, закріплює культурні маркери та відображає ментальні характеристики суспільства.

Однією з найефективніших стратегій популяризації класики є її переосмислення у сучасних візуальних кодах, адже ілюстрація та візуальна символіка мають вагоме значення для залучення читача. До прикладу «Місто» Валер'яна Підмогильного з ілюстраціями Максима Павлюка (видавництво «Основи») стало зразком того

як, абстракція, символізм та психологізм ілюстрації, передаючи урбаністичний та екзистенціальний конфлікт, зробили український модернізм популярним і заохотили широку аудиторію до читання. В свою чергу, видання драми-феєрії «Лісова пісня» Лесі Українки з ілюстраціями Поліни Дорошенко (2014) відійшло від традиційного оформлення канонічного твору, використавши оригінальний, грайливий та сучасний формат, який забезпечив міжнародне визнання (каталог The White Ravens) та привернув увагу молоді до міфопоетичної образності класики. Окрім індивідуальних арт-видань, зростає роль серійного мінімалістичного дизайну (наприклад, серії «Vivat» або «Віхола»), який використовує стриману естетику та символічне кодування на обкладинці (змія, лупа, шахові фігури), що робить класичні твори візуально впізнаваними та актуальними на книжкових полицях. Така стратегія є першим кроком до подолання упереджень щодо "застарілості" української класики та залучення нової аудиторії. Якісний дизайн та сучасна репрезентація класичної української літератури, до прикладу творів О. Кобилянської, І. Франка, В. Винниченка сприяє не лише збереженню, але й активному розповсюдженню культурної спадщини. У ширшому контексті, візуальна якість видань є прямим чинником підвищення їхньої конкурентоспроможності та культурної ваги. Приклад оновленого видання «Міста» (2025), випущеного з оригінальним оформленням (м'яка обкладинка, відкритий корінець) після обстрілу типографії, символізує національну стійкість і демонструє, як форма видання може виконувати функцію візуального наративу про сьогодення.

Також для забезпечення органічного зв'язку з національною графічною спадщиною ключовим є використання шрифтів, розроблених на основі історичних стилей письма (устав, півустав, скоропис, в'язь). Такий підхід дозволяє візуально оновити класичні тексти та збільшити їхню привабливість, зберігаючи при цьому високу ергономіку читання.

Варто зазначити, особливої уваги в контексті популяризації української літератури заслуговують подарункові видання. Завдяки детальній і продуманій роботі над дизайном, що охоплює кожну дрібницю (від вибору матеріалів до технології друку), книга трансформується з простого носія інформації на культурну та естетичну цінність. Висока якість виконання не лише підвищує статус самого видання, але й збільшує інтерес цільової аудиторії власне до змісту української літератури.

Висновки. Дизайн української книги є стратегічним інструментом формування

та зміцнення національної ідентичності і ключовою складовою популяризації літературної спадщини. У часи воєнних випробувань книга функціонує як візуальний маркер української культури, демонструючи історичну спадкоємність і стійкість нації. Проведений аналіз довів, що графічне оформлення, зокрема ілюстративна складова, несе не лише естетичну, але й ідентифікаційну функцію. Воно сприяє глибокому осмисленню творів через візуалізацію національних кодів, міфопоетичних образів та інтеграцію стилізованих елементів народного мистецтва. Як засіб візуального наративу, дизайн актуалізує культурну пам'ять та впливає на читацьке сприйняття, а отже, є необхідною умовою для збільшення читацького інтересу до української літератури та забезпечення стійкості національної видавничої справи в умовах сучасних викликів.

Список використаних джерел:

1. Грицак, Я., Комаров, О. Шлях становлення української ідентичності. — Запоріжжя : Платформа спільних дій, 2021. — 35 с
2. Кочубей, Т. Д. Розвиток українського книговидавання у XVII столітті в контексті європейських культурно-освітніх процесів // Матеріали Міжнародної наукової конференції «Бібліотека. Наука. Комунікація. Інтеграція у міжнародний бібліотечний простір» (Київ, 8–10 жовтня 2024 р.) : у 2 т. / Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. — Київ : НБУВ, 2024. — Т. 2. — С. 299–302.
3. Миронова Г.А, Карпов В.В., Романішина В.О., Секвенційне мистецтво та дизайн коміксів у жанрі вестерн. Український мистецтвознавчий дискурс: наук. журнал, 2025. №1. С. 102-111.
4. Олійник, О. Ознаки унікальності української друкованої книги в контексті глобальної диджиталізації мистецтва. Культура і мистецтво у сучасному світі : збірник наукових праць. Київ : Київський національний університет культури і мистецтв. № 24. С. 243–252.
5. Єлисеєва В., Миронова Г., Тенденції розвитку ілюстрації в дитячій літературі від витоків до сьогодення. Сталий розвиток суспільства та дизайн діяльність у просторі територіальної айдентики. Збірник матеріалів науково-практичної конференції, м. Київ. 16-17 квітня 2025 р., м. Київ. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 200 с. С. 60-64.
6. Кириченко С., Миронова Г., Кардаш О., Роль графічного дизайну у формуванні візуальної ідентичності книги. Сталий розвиток суспільства та дизайн діяльність у просторі територіальної айдентики. Збірник матеріалів науково-практичної конференції, м. Київ. 16-17 квітня 2025 р., м. Київ. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 200 с. С. 97-99.
7. Леся Українка. Лісова пісня: драма-феєрія в трьох діях / іл. Поліни Дорошенко.

— Київ : Основи, 2014. — 152 с.

8. Підмогильний, В. Місто / іл. Максима Павлюка. — Київ: Основи, 2014. — 272 с.

9. Івахно А. В. Розробка дизайну ілюстрацій до новели «Intermezzo» Михайла Коцюбинського : кваліфікаційна робота здобувача освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 022 "Дизайн" / А. В. Івахно ; наук. кер. О. В. Єжова. — Київ : КНУТД, 2025. — 85 с.

10. The White Ravens 2014 : каталог найкращих дитячих та юнацьких видань / Міжнародна молодіжна бібліотека (International Youth Library). — Мюнхен : International Youth Library, 2014. — 114 с.

Сокіра Дар'я Олександрівна, студентка кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ВПЛИВ НАСТІЛЬНИХ ІГОР НА КОГНІТИВНІ ЗДІБНОСТІ ТА МЕНТАЛЬНЕ ЗДОРОВ'Я ВІЙСЬКОВИХ ТА ЦИВІЛЬНИХ

***Анотація.** Війна – це глибока рана в ментальному здоров'ї перш за все військових. На жаль, значна кількість людей утримується від звернення по допомогу до психологів та інших відповідних фахівців через суспільну стигматизацію та низку інших чинників. У результаті нерідко вдаються до звичних, «перевірених» способів, щоб відволіктися від проблем: малювання, музика, прогулянки, та, не менш важливе, настільні ігри. Вони допомагають з ментальними травмами, психічними розладами та мають потенціал як допоміжний інструмент в терапії.*

***Ключові слова:** графічний дизайн, психологія, стигматизація, ветеран, терапія, TT-RPG, травма.*

В Україні наразі немає жодної людини, яка не постраждала від російської агресії якщо не фізично, то психологічно. Нажаль, нехтуючи ментальною складовою, деякі люди спроможні на самогубство. За даними Міністерства охорони здоров'я України, щороку по всьому світу понад 720 000 людей закінчують життя самогубством, себто одна людина кожні 11 хвилин. Це третя найпоширеніша причина смертності серед 15–29 річних. В Україні впродовж 2021 року зареєстровано 5 914 самогубств (87% – чоловіки, 13% – жінки). Проте реальні цифри можуть бути вищими.

За даними щорічного звіту Національної організації з запобігання самогубствам серед ветеранів, в Україні у 2022 році зареєстровано 6 407 випадків самогубств серед ветеранів, при цьому суїцид був другою провідною причиною смерті серед ветеранів молодше 45 років. Нажаль, через величезну стигматизацію та радянську «каральну психіатрію», в нашій країні і досі панує наратив, що це не є визнаною проблемою.

Але попри це, довіра до цієї галузі зростає: спираючись на дослідження Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?», частка тих опитаних, хто вже звертається до психологів або психотерапевтів, збільшилась із 7% у 2022 році до 17% на початку 2025 року.

Наразі в більшості бригад та армійських корпусів запроваджуються підрозділи

морально-психологічного забезпечення (надалі - МПЗ). В МПЗ працюють фахові військові психологи, що готують військових до бойових дій та працюють зі стабілізацією стану ветеранів в терапії.

Терапія це не завжди про фізичний стан. До кожної людини має бути свій підхід, і терапія може відбуватись за допомогою настільних ігор. За даними американської Національної Бібліотеки Медицини (National Library Of Medicine), настільні рольові ігри (TT-RPG) стимулюють невербальні системи пам'яті завдяки креативному підходу, пропонуючи альтернативний шлях обробки травми. Наприклад, гра «Dungeons and Dragons», завдяки структурованості правил та необмеженій рольовій системі дозволяє розкрити свою травму у вигляді іншої ідентичності, себто ігрового персонажа, через якого можна дослідити травму та зробити процес одужання менш неприємним через те, що пацієнт знову переживає травму, наче «свіжу». Завдяки такому підходу можна вибудувати довірливі стосунки з пацієнтом, що допомагає йому в психологічній складовій лікування та сформувати компанію однодумців. Травма не єдине, з чим може допомогти RPG – подібні ігри, як настільні так і відео-ігри, розвивають стратегічне мислення та допомагають з нерішучістю та асоціальністю, віддзеркалюючи в собі непередбачуваність рішень та вербальну і невербальну взаємодію з персонажами відповідно. Така гра, як «Монополія», особливо допоможе з нерішучістю та стратегічним мисленням, вибудовуванням планів тощо. Такі ігри, які мають в собі економічну складову, також позитивно впливають на фінансові навички людини, «мистецтво домовлятися» та інше. Тому темою дипломного проєкту обрано саме дизайн гри за мотивами «Монополії»

В терапії можуть допомогти й інші настільні ігри, такі як шахи, шашки, нарди тощо. Вони розвивають в людині стратегічне мислення, логіку, стресостійкість. Згідно зі статтею з сайту *Frontiers in Psychology*, шахісти мали вищу локальну ефективність, ніж контрольна група. Графіки показали, що виконавчі, уважні, швидкісні та візуально-конструктивні відділи мозку відігравали центральну роль у візуалізації мозку шахістів. Аналіз спільнот показав, що шахісти мали дещо іншу когнітивну організованість. Завдяки цьому можна припустити, що шахи та подібні ігри добре впливають на навички стресостійкості, логічного мислення тощо.

Також, цитуючи Національну Бібліотеку Медицини, можна зазначити, що для застосування настільних ігор в терапії потрібні глибші дослідження їх впливу на людей.

Висновки. Настільні ігри різного гатунку можуть допомогти в реабілітації від ментальної травми, але ця тема все ще потребує глибших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Mastering Your Dragons: Using Tabletop Role-Playing Games in Therapy / S. R. Rosenblad та ін. National Library Of Medicine. Behavioral sciences (Behav sci). 31.03.2025. URL: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC12023950/>
2. Sala G., Foley J. P., Gobet F. The Effects of Chess Instruction on Pupils' Cognitive and Academic Skills: State of the Art and Theoretical Challenges. Frontiers in Psychology. 23.02.2017. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2017.00238/full>
3. The effect of chess on cognition: a graph theory study on cognitive data / L. Gonzalez-Burgos та ін. Frontiers in Psychology. 17.09.2024. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2024.1407583/full>
4. Чайковський, В., (2025). АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ПРЕСУЇЦИДАЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ У ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ-ВЕТЕРАНІВ. Collection of Scientific Papers «ΛΟΓΟΣ», (September 5, 2025; Boston, USA), 198–203. <https://doi.org/10.36074/logos-05.09.2025.034>
5. Іванов П., Журавська Л. Відбір, підготовка, відновлення. Військовий психолог з Кропивницького – про роботу з бійцями. Suspilne Media. 17.02.2024. URL: <https://suspilne.media/kropyvnytskiy/686236-vidbir-pidgotovka-vidnovlenna-vijskovij-psiholog-z-kropyvnickogo-pro-robotu-z-bijcami/>
6. Міністерство Охорони Здоров'я України. Суїцидальна поведінка: як її помітити та допомогти близьким?. Сайт Міністерства Охорони Здоров'я України. Пресцентр, Психічне здоров'я. 09.09.2022. URL: <https://moz.gov.ua/uk/%E2%80%98suicidalna-povedinka-jak-ii-pomititi-ta-dopomogti-blizkim>

УДК 7.012:[655.532:398.22(477)](043.2)

Солодка Юля Володимирівна, студентка кафедри дизайну

Здор Оксана Григорівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ПОТЕНЦІАЛ МАЛЬОПИСУ В РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ НА ПРИКЛАДІ ВИДАННЯ ЗА МОТИВАМИ ОПОВІДАННЯ Н. МАТОЛІНЕЦЬ «ВСІ КОРАЛІ НА ЗАХИСТ БОГІНИ»

***Анотація.** Розглянуто теми ідентичності та історичної спадкоємності в мальовисі за мотивами оповідання Н. Матолінець «Всі коралі на захист богині». В українській візуальній культурі мальовис постає формою, що сприяє осмисленню національної пам'яті і розглядається як приклад інтеграції українських традиційних культурних символів в сучасний мистецький простір.*

***Ключові слова:** мальовис, ілюстрація, книга, дизайн, національна пам'ять.*

Сучасна українська культура переживає період активного переосмислення теми національної ідентичності, особливо в умовах війни й інформаційного тиску. Саме мистецтво, зокрема мальовиси, стають одним із ключових медіумів для збереження та трансляції культурних кодів, їхнього переосмислення. Через поєднання тексту й зображення вони здатні передавати як уявні образи, так і історичні сенси у доступній формі.

Метою роботи є обґрунтування художньо-символічного потенціалу мальовису як сучасної форми збереження української культурної пам'яті на прикладі мотивів оповідання Н. Матолінець та порівняння художньої стратегії з уже існуючими українськими мальовисами, які репрезентують історичну пам'ять.

Мальовис за мотивами оповідання Наталії Матолінець «Всі коралі на захист богині» розглядається як спосіб візуально осмислити тему спадкоємності поколінь, національної пам'яті та сили культурних символів. В оповіданні коралі постають не лише етнографічними атрибутами, а й магічною зброєю, стаючи символом єдності минулого й сучасного, традиції та боротьби. Це відповідає традиційним уявленням про українські намиста як про обереги, що здатні відвертати зло, хвороби й нещастя [1].

Оповідання Н. Матолінець «Всі коралі на захист богині» розвиває тему колективної пам'яті через метафору коралів як живої енергії, що передається від покоління до покоління. Намиста уособлюють фрагмент історії — і водночас частинку особистості. Цей мотив створює багатоплановий культурний код: коралі стають містком між минулим і сучасним, між матеріальним і духовним.

В українській візуальній культурі мальопис часто постає посередником між минулим і сьогоденням. Такі твори, як «Воля: The Will» (В'ячеслав Бугайов, Олександр Філіпович і Денис Фадєєв), «Кобзар» (Ілля Бакута) та «Максим Оса» (Ігор Баранько), передають історичні теми у доступній і водночас емоційно насиченій формі [2]. Також до розвитку жанру долучилися Костянтин Сулима з візуальними новелами «Буйвітер» і «Тарас Бульба», Максим Прасолов і Олексій Чебикін із серією «Дагопак», а проєкти «Тато» Олександра Ком'яхова та «Іменем міста» Костянтина Зоркіна зображають важливі події сучасності і перетворюють мальопис на форму висловлювання стосовно важливих суспільних проблем, зокрема національної ідентичності, спадкоємності та пам'яті.

Звернення до традиційних мотивів у сучасній формі має ще одну важливу мету — актуалізацію віднайдення національної ідентичності через візуальний досвід. Мальопис як формат може залучати підліткову та молоду аудиторію до переосмислення традиції, а також робити українську культуру більш видимою, естетично привабливою й актуальною. Серед сучасних читачів, зокрема молоді, особливо востребованою є форма мальопису з усіма особливостями організації і сприйняття подібних книжкових видань. Тому надзвичайно важливим є особливий інтерес серед здобувачів освіти українських вишів, зокрема, Університету Грінченка, до дизайну книги і ілюстрації. [3]

Отже, мальопис за мотивами оповідання Н. Матолінець «Всі коралі на захист богині» розглядається як приклад інтеграції традиційного українського символізму в сучасне середовище засобами графічного дизайну. Через образ коралів простежується ідея історичної спадкоємності, у якій предмети побутової культури перетворюються на символи захисту, пам'яті та стійкості народу. Такі твори не лише зберігають культурну спадщину, а й формують нові способи її пізнання та інтерпретації, поєднуючи літературу й дизайн в одній з найпопулярніших зараз формі подання літературного твору в книжці — мальована історія. Саме тому створення таких творів — не лише

мистецький акт, а й форма культурного опору. [4]

Список використаних джерел:

1. Коновалова О. Корали і бурштин у комплексі прикрас українського народного строю: історико-символічні виміри. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. 2022. № 2 (52). С. 67-73.
2. Белов Д. Український комікс : бібліотечно-інформаційний вимір : дис. доктора філ. наук. Київ, 2021. 213 с.
3. Балабуха Н., Здор О., Радько К. Дизайн книги як проєктна робота студентів спеціалізації «графічний дизайн» Університету Грінченка. АРТ-платФОРМА. 2024. № 1 (9), С. 304-323.
4. Нестеренко О. Вербально-візуальний контент сучасних українських онлайн-мальовисів. Мовознавчий вісник. № 36. 2024. С.183-194.

Сотник Леонід Іванович,

Доцент кафедри монументального і станкового живопису,

заслужений діяч мистецтв України,

Київська державна академія декоративно-прикладного мистецтва і дизайну імені Михайла Бойчука

Київ, Україна

leonidsotnik213@gmail.com

ORCID: 0009-0007-0059-8670

ЕВОЛЮЦІЯ ЖИВОПИСУ: ДІАЛОГ МІЖ РЕАЛІСТИЧНИМ ЗОБРАЖЕННЯМ, АБСТРАКТНИМИ ФОРМАМИ ТА ЦИФРОВИМИ МЕДІА

***Анотація.** У статті розглянуто історичну еволюцію живопису від класичного реалізму до сучасного цифрового мистецтва. Проаналізовано зміни художньої мови та засобів виразності під впливом технічного прогресу, соціокультурних трансформацій та розвитку цифрових технологій. Особлива увага приділена взаємодії традиційної реалістичної школи з авангардними течіями початку ХХ століття та сучасним медіа-мистецтвом.*

***Ключові слова:** живопис, реалізм, абстракція, цифрове мистецтво, нові медіа, еволюція художніх практик.*

Вступ. Живопис завжди був дзеркалом культурного та духовного розвитку суспільства. Від відтворення об'єктивної реальності за допомогою класичних технік до пошуків нових форм і медіа, ця мистецька практика демонструє неперервний діалог між традицією та новаторством [1; 2; 6; 9]. Сьогодні цей діалог особливо актуальний, адже цифрові технології відкрили нові горизонти для художників, трансформували не лише матеріали та інструменти, але й способи взаємодії з глядачем [6; 7]. Важливим аспектом сучасної мистецької освіти стає підготовка дизайнерів до роботи у цифровому середовищі та соціальних мережах [2].

Реалізм як основа художньої мови. Реалістичний живопис упродовж століть виконував роль головного засобу збереження візуальної пам'яті людства [3]. З часів Відродження митці вдосконалювали техніку перспективи, світлотіні, пропорцій [4; 5], прагнучи максимально наблизити зображення до дійсності. Реалізм ХІХ ст. заклав фундамент академічної художньої освіти, що й досі

є важливим етапом професійної підготовки художників і дизайнерів [3; 2]. Однак на межі XIX–XX століть художники почали відходити від натуралізму, розкриваючи власне бачення світу через спрощені форми, експериментальні композиції та суб'єктивні кольорові рішення [4].

Абстрактне мистецтво та пошук нової мови. Авангард початку XX століття (імпресіонізм, кубізм, футуризм, супрематизм) став радикальною відповіддю на традиційний академізм [4]. Василь Кандинський, Казимир Малевич, Пабло Пікассо шукали «духовну сутність» мистецтва поза межами буквального відображення реальності [5].

Абстрактне мистецтво стало спробою передати невидиме: емоцію, ритм, енергію. Саме тоді сформувався принцип вільної художньої мови — відмова від ілюзії глибини на користь площинності та експресії кольору [4; 5]. Цей перехід до абстракції змінив мислення митців та підготував ґрунт для подальшого експериментування з формою [5].

Діалог традиційного й цифрового. Наприкінці XX – на початку XXI століття розвиток цифрових технологій відкрив новий вимір для художників [6; 7]. Комп'ютерна графіка, цифровий живопис, VR/AR-інструменти дозволяють поєднувати традиційні техніки з мультимедійними експериментами [8]. Сьогодні художники працюють у гібридному середовищі: спершу створюють ескізи вручну, а далі вдосконалюють їх у цифрових редакторах (Photoshop, Procreate, Krita) [8; 9], формуючи власний візуальний почерк. Виникає явище «цифрового реалізму», коли комп'ютерна техніка дозволяє досягати фото-реалістичних ефектів, і водночас «цифрової абстракції», що поєднує алгоритмічні генерації, штучний інтелект та інтерактивність [6; 7; 9].

Соціокультурний вимір сучасного живопису. Живопис нині виходить за межі полотна та галереї, перетворюючись на мультимедійний простір для діалогу з аудиторією [6; 7]. NFT-мистецтво, цифрові інсталяції та віртуальні виставки змінюють сприйняття художнього твору: тепер глядач може взаємодіяти з роботою, занурюватися у VR-простір або отримувати унікальний цифровий артефакт [9]. Разом з тим, попри технологічні інновації, реалістичне та абстрактне мистецтво не втрачають актуальності [1; 4]. Воно часто поєднується: художники створюють традиційні полотна, які стають основою для цифрових трансформацій або мультимедійних перформансів [2; 8].

Висновки. Еволюція живопису — це не лінійний процес від «старого» до

«нового», а постійний діалог між різними художніми мовами [1; 4; 6]. Реалізм, абстракція та цифрові медіа не заперечують одне одного, а співіснують, взаємно збагачуючи сучасне мистецтво. Сьогодні художник може одночасно працювати в традиційній техніці, експериментувати з абстрактними формами та використовувати цифрові інструменти, створюючи нову багатовимірну художню реальність [2; 7; 9].

Список використаних джерел:

1. Брильов С. В., Кузьмічова В. С., Колесников В. В. Образотворче мистецтво та дизайнвепохудіджиталізації: тренди, виклики. Науковий альманах «АРТ-платФОРМА». 2024. Т. 10, № 2. С. 228–241. DOI: <https://doi.org/10.51209/platform.2.10.2024.228-241>
2. Брильов С. В., Кузьмічова В. С., Колесников В. В. Особливості підготовки дизайнерів у рамках навчальної дисципліни «Медіа арт»: запоруки успішної роботи в цифровому мистецтві та соціальних мережах. Науковий альманах АРТ-платФОРМА. 2025. Т. 11, № 1. С. 213–228. DOI: <https://doi.org/10.51209/platform.1.11.2025.213-228>
3. Гомберг Г. Історія живопису: від печерного мистецтва до сучасності. Київ: ArtBook, 2021.
4. Кандинський В. Про духовне в мистецтві. Львів: Видавництво Старого Лева, 2019.
5. Малевич К. Світ як безпредметність. Київ: Мистецтво, 2018.
6. Manovich L. AI Aesthetics. Moscow: Garage Museum of Contemporary Art, 2020.
7. Paul C. Digital Art. Thames & Hudson, 2023.
8. Popper F. From Technological to Virtual Art. MIT Press, 2018.
9. Shanken E. A. Art and Electronic Media. Phaidon Press, 2015.

УДК 741.5:659.113(477.91)-053.6

Суховієва Анастасія Андріївна, студентка кафедри дизайну
Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,
кандидатка педагогічних наук, доцент, доцент кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ КАВ'ЯРНІ «FREESIA» У ТРАНСФОРМОВАНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ЛАНДШАФТІ ВІЙНИ

Анотація. У статті розглянуто особливості формування фірмового стилю кав'ярні «Freesia» в умовах трансформації культурного ландшафту, спричиненої війною в Україні. Доведено, що візуальна айдентика кав'ярні набуває гуманітарного змісту, перетворюючись із комерційного інструменту на засіб культурного опору, підтримки локальної ідентичності та соціальної стійкості. Проаналізовано сучасні підходи до брендингу в контексті культурних змін, естетики емпатії та комунікативної етики. Запропоновано методичні орієнтири для розробки айдентики кав'ярень як осередків культурної взаємодії в умовах воєнного та післявоєнного відновлення.

Ключові слова: фірмовий стиль, айдентика, культурний ландшафт, гуманітарний дизайн, брендинг кав'ярні, сучасна естетика.

Актуальність теми дослідження. Кав'ярня є не лише місцем споживання напоїв, але й візуальним та емоційним простором, що здатний впливати на сприйняття послуг через форму. Дизайн бренду допомагає розкрити його ціннісну пропозицію, створює емоційний фон і підкреслює його унікальність. В умовах воєнного становища в Україні культурний простір переживає глибоку трансформацію – змінюється сприйняття брендів, змінюються очікування споживачів та роль локальних закладів громадського харчування. Кав'ярня як соціальний простір і елемент міської культури здобуває нове значення. Вона може виступати як майданчик для збереження локальної ідентичності, культурного діалогу та колективної стійкості. Формування фірмового стилю кав'ярні «Freesia» в таких умовах не є просто комерційною задачею. Кав'ярня «Freesia» має функціонувати на висококонкурентному ринку Києва, де фірмовий стиль стає вирішальним фактором диференціації. Айдентика такої кав'ярні є дизайн-проектом із гуманітарним змістом, що звертається до зміненого культурного

ландшафту, коли символіка, колір, типографіка й атмосфера мають не лише естетичну, а і смислову функцію. Дослідження дизайну ресторанної чи кав'ярневої айдентики в контексті культури війни та відродження України є малодослідженим, тому тема є вкрай актуальною.

Мета дослідження полягає у визначенні ключової специфіки формування фірмового стилю кав'ярні «Freesia» з урахуванням трансформацій культурного простору в умовах війни; проаналізувати дизайн-рішення констант бренду (логотип, кольорова палітра, типографія, графіка, пакування і носії), які мають виступати засобами комунікації та ідентичності; запропонувати рекомендації щодо дизайн-підходу, який репрезентує гуманістичні, культурні та локальні цінності.

Виклад основного матеріалу. Воєнні обставини прискорюють процеси культурного переосмислення сфери комунікації, обслуговування клієнтів і брендингу території. Зокрема, дослідження О. Фоменко [1] підкреслює, що війна стала каталізатором оновлення національної ідентичності та ролі культури як символу спротиву. Комплексний аналіз символіки та графічних прийомів, які використовуються у військово-патріотичній айдентичі у своєму дослідженні здійснили О. Кравченко і К. Безмеліцина [2], які систематизували основні елементи (кольорова гамма, типографія, композиційні рішення та символіка), що сприяють формуванню патріотичної ідентичності в сучасному українському контексті і розкрили вплив графічних символів на створення емоційного зв'язку зі споживачем та зміцненню національної свідомості спільноти. Це означає: фірмовий стиль кав'ярні «Freesia» має враховувати не лише дизайнерські тренди, але й культурну, гуманітарну функцію, роль в локальному середовищі та символіку, що зміцнює громадську стійкість.

Кав'ярня «Freesia» може виступати майданчиком культурної рефлексії: включати локальні рецепти, історії, локальних виробників, підтримку переселенців або ініціатив місцевої громади. Через дизайн айдентики такі ініціативи стають видимими [3]. Це можуть бути написи на стінах, комунікація в меню, онлайн-середовищі. Цей підхід підсилює культурну пам'ять і підтримує наратив «ми відновлюємо, ми пам'ятаємо». Адже розвиток культурної спадщини в умовах війни має стати пріоритетом для відновлення і брендингу.

Таким чином, дизайн фірмового стилю стає не просто естетикою, а гуманітарною комунікацією [4], що підтримує територіальну ідентичність, культурну самобутність і

соціальну згуртованість.

Працюючи над розробкою фірмового стилю кав'ярні «Freesia» були визначені такі компоненти фірмового стилю в їх гуманітарному вимірі:

- Логотип і символіка. У воєнний час дизайн логотипу може містити образні елементи, що асоціюються зі стійкістю, надією, надійністю або уособлювати візуальне бачення локального коріння.
- Кольорова палітра з одного боку має містити заспокійливі тони (наприклад, приглушені зелений або бежевий) як чинник емпатії; з другого боку – мають бути акцентні елементи, які привертають увагу, але не викликають агресію. Дослідження айдентики в Україні показують, що палітра та символіка важливі для формування емоційного зв'язку [2].
- Типографія і тон комунікації мають бути зрозумілими, людяними, уникати «воєнної агресивності», підтримувати атмосферу прихильності та спільноти.
- Айдентика має включати як фізичний простір (інтер'єр кав'ярні, елементи зовнішньої реклами, медіа), так і цифрову присутність (сайт, соцмережі - UX-дотики). В умовах воєнної ситуації дизайн має передавати прозорість і соціальну відповідальність. Тож архівні фотографії самого місця, історії команди, підтримка локальної громади виступає важливим фактором довіри.

Визначений дизайн кав'ярні «Freesia» передбачає поєднання елегантної темної бази з ніжними світлими акцентами, що відображає цінність та якість продукту. Основна увага буде зосереджена на створенні візуального образу, що транслює глибину смаку та теплий затишок, і водночас сприяє усвідомленню моменту відпочинку, емоційному і ментальному відновленню.

Особливу увагу буде приділено:

- Кольорова палітра буде побудована на контрасті глибоких, насичених кольорів (червоний, бордовий), які символізують міцність кави та елегантність, та ніжних, базових відтінків (молочний, кремовий) для підкреслення легкості та повітряності.
- Естетика дизайну буде базуватися на принципах усвідомленого мінімалізму, де кожен елемент (логотип, типографія) є максимально лаконічним, щоб не перевантажувати увагу гостя і запрошувати його до спокою.
- Практична імплементація буде передбачати використання темного тла для преміальних носіїв (меню, пакування) та впровадження унікальних, але мінімалістичних

тактильних деталей (наприклад, спеціальні текстури або тиснення), що підкреслюють унікальність моменту споживання.

Висновки. Формування фірмового стилю кав'ярні «Freesia» в умовах трансформованого культурного ландшафту війни є складним багатовимірним процесом, який поєднує дизайн, брендинг, соціальну роль і гуманітарну функцію. Дизайн-рішення мають враховувати культурні зміни у суспільстві, потребу в символах стійкості, локальні історії та виробників, а також створення цифрової і фізичної комунікації, що викликає довіру й підтримує ідентичність. В результаті айдентика «Freesia» може стати не просто брендом кав'ярні, а активним актором культурного відновлення, місцем, де через дизайн, смак і сервіс буде формуватися новий образ громади, відповідальний перед історією, відкритий до майбутнього. Головною ідеєю фірмового стилю кав'ярні «Freesia» є створення атмосфери «усвідомленого мінімалізму», де кожен елемент фірмового стилю запрошує гостя цінувати швидкоплинність часу, цінувати мить відпочинку і відновлення сил. Дизайн сприятиме впізнаваності кав'ярні, формуватиме позитивне емоційне сприйняття та відображатиме сучасний підхід до брендингу у сфері послуг.

Список використаних джерел:

1. Fomenko O. Brand new Ukraine? Cultural icons and national identity in times of war. *Place Branding and Public Diplomacy*, 2023, vol. 19, issue 2, No 8, 223-227. DOI: 10.1057/s41254-022-00278-y
2. Кравченко О., Безмеліцина К. Символіка та графічні прийоми у військово-патріотичні айдентиці. *Theory and Practice of Design*. 2024. № 4(34). С. 336–343. DOI:10.32782/2415-8151.2024.34.36
3. Зозуля Д. А., Дейнеко Ж. В., Ткаченко В. П. Базові рекомендації щодо створення фірмового стилю. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : тези доповідей VII Міжнар. наук.-техн. конф., 17-21 травня 2022 р. Харків : ХНУРЕ, 2022. Т. 1. С. 126-127. URL: <https://openarchive.nure.ua/handle/document/20494>
4. Норман Д. А. Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас; пер. з англ. П. Білак, С. Святенко. Київ : ArtHuss, 2019. 304 с.

УДК 7.05:794]:613.86(043)

Тузинська Карина Євгенівна, студентка кафедри дизайну

Здор Оксана Григорівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ДИЗАЙН НАСТІЛЬНИХ ІГОР ЯК ОДИН З ЧИННИКІВ У ВІДНОВЛЕННІ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я

Анотація. Розглянуто настільні ігри як ефективний засіб підтримки ментального здоров'я й доступний психотерапевтичний ресурс. Вплив настільних ігор на формування комунікативних навичок, емпатії, їхній когнітивно-терапевтичний ефект для різних вікових груп. Значення візуальної складової настільних ігор, важливість стилістичної єдності усіх дизайн компонентів гри, залежність дизайнерських рішень від тематики, сюжету на настрою гри.

Ключові слова: настільна гра, графічний дизайн, ілюстрація, ментальне здоров'я, комунікативні навички.

Вступ. У сучасному світі рівень психологічного навантаження зростає, тому питання відновлення ментального здоров'я набуває особливої актуальності. Одним із ефективних, доступних, водночас комфортних і потужних засобів для цього є настільні ігри. Вони поєднують соціальну взаємодію, інтелектуальну стимуляцію та емоційне розвантаження.

Метою дослідження є визначення ролі настільних ігор у сприянні відновлення ментального здоров'я, а також значення графічного дизайну у цьому процесі. У роботі розглядається графічний дизайн не лише як естетичний компонент, а як активний чинник психоемоційного впливу, що визначає глибину залучення, комфорт і довіру гравців, а отже – підсилює терапевтичний та соціальний потенціал настільних ігор.

Основний матеріал. Настільні ігри сприяють соціалізації та зниженню відчуття ізоляції, яке часто призводить до депресивних розладів або тривожних станів. Для багатьох людей, особливо після пережитого стресу, втрати або соціальної тривоги, саме гра стає безпечним простором для поступового повернення до активної взаємодії з іншими.

Крім того, настільні ігри мають значний когнітивно-терапевтичний ефект.

Вони стимулюють уяву, пам'ять, увагу, логічне мислення, планування та гнучкість мислення, дають змогу проявити себе. Дослідження, проведені серед літніх людей, довели, що регулярне залучення до настільних ігор допомагає підтримці когнітивних функцій, знижує ризик деменції та депресій. Такі ігри як шахи, «Каркассон», «Діксіт» чи «Скребл», вимагають концентрації та стратегічного підходу, що активізує роботу мозку та формує відчуття контролю над процесом – це важливий чинник для людей, схильних до тривоги. Також настільні ігри популярні серед молодшої аудиторії, яка має можливість у грі отримати досвід, який важко отримати в реальному житті або відпочити від тривог, переживань і проблем. [1]

Ще один важливий аргумент до залучення ширшої аудиторії до настільних ігор – це емоційне розвантаження та регуляція настрою, адже у грі людина може безпечно переживати емоції. Це сприяє розвитку емоційної зрілості та здатності контролювати власні реакції, а також довіри й спільної відповідальності. В умовах контрольованої гри люди вчаться взаємодіяти, приймати поразку без відчуття загрози та поступово формують нові позитивні поведінкові звички. Особливо ефективними є кооперативні ігри (Pandemic, Forbidden Island чи Hanabi), де учасники разом досягають спільної мети.

У сучасному ігровому середовищі дизайн гри є першою взаємодією між гравцем і грою. Людина реагує на зображення за долі секунди, і в цей момент вирішує, чи зацікавилася грою. Саме візуальний образ: пакування, ігрові дошки, типографія, іконографія, дизайн та ілюстрації на картках – формує емоційне враження, створює відчуття довіри, викликає емоційне залучення та асоціації з безпечним простором, пробуджує бажання повертатися до гри. [2]

Настільна гра-стратегія Deus lo Vult створена в естетиці середньовічної мініатюри. В ній стилізовано ігрові дошки, сюжети і персонажів, також велика роль у створенні атмосфери гри належить виконаним вручну каліграфічним написам, середньовічному орнаменту. Що свідчить про глибоку зануреність в тему середньовіччя розробників гри, дизайнера, ілюстратора і каліграфа. [3]

Графічний дизайн є не лише візуальним елементом настільних ігор, але й психологічним чинником, що впливає на емоційний стан, рівень залученості та когнітивне навантаження гравців. Наприклад, ігри Calico, Wingspan чи Parks, часто відзначають саме за здатність до «сенсорної терапії». Через стилістичне і колористичне

рішення, ілюстрації, шрифти, оздоблювальні графічні елементи дизайн гри формують середовище, яке може сприяти відчуттю контролю, безпеки та соціальної взаємодії гравців, що є одним з ключових аспектів ментального добробуту (ігри: Dixit, Mystrium, Everdell). Багато настільних ігор використовують спокійні, збалансовані кольорові палітри які асоціюються з безпекою та гармонією.

Висновки. Настільні ігри – це не лише розвага, а й доступний психотерапевтичний ресурс, який може бути інтегрований у програми психологічної підтримки, реабілітації та профілактики ментальних розладів. Позитивний вплив настільних ігор пояснюється поєднанням когнітивної стимуляції, соціальної взаємодії, емоційного балансу та гри як природного способу навчання й відновлення. Успішні настільні ігри вирізняються продуманим візуальним рішенням, узгодженим з тематикою, сюжетом та настроєм гри. Єдність ілюстрацій, шрифтів і кольорової палітри створює цілісний образ і підсилює емоційний зв'язок із гравцем. Настільні ігри можуть стати ефективним засобом підтримки ментального здоров'я.

Список використаних джерел:

1. <https://www.mdpi.com/2076-328X/15/4/441/> (дата звернення 19.10.25)
2. Daniel Solis. Graphic Design for Board Games. CRC Press. 2024. p 302
3. <https://www.kickstarter.com/projects/deusvult/deus-lo-vult-the-board-game-of-rampage-betrayal-an>

Хелемська Єкатерина Ігорівна, студентка кафедри дизайну
Волгін Юрій Євгенович, старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

РЕДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ КУЛЬТУРНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ АНТИЧНОГО МІФУ В СУЧАСНІЙ ГРІ «THE CREW»

***Анотація.** У статті розглядається редизайн як інструмент культурної трансформації та переосмислення античних міфів у контексті сучасної ігрової культури. На прикладі гри «The Crew» аналізується процес інтерпретації сюжету «Одіссеї» Гомера та його адаптація до цифрової естетики XXI століття. Розглянуто дизайнерські методи, спрямовані на створення балансу між традиційною міфологічною спадщиною та сучасними візуальними тенденціями.*

***Ключові слова:** редизайн, міфологія, геймдизайн, культурна трансформація, Одіссея, візуальна культура.*

Вступ. Сучасна дизайнерська практика дедалі більше виходить за межі функціональних чи естетичних завдань і формує потенціал культурної трансформації — процесу, у якому старі культурні коди переосмислюються і адаптуються до нових умов. У контексті ігрового дизайну редизайн — не лише вдосконалення механіки чи візуального оформлення, але й рекомпозиція культурної спадщини. У грі «The Crew», яка побудована на правилах D&D і сюжетній основі Одіссеї, цей процес набуває особливого значення: минуле (античний міф) переосмислюється через сучасний інтерактивний досвід.

Актуальність роботи зумовлена тим, що у дизайн-освіті та художній культурі в Україні та світі все більш актуальними є питання: як інтегрувати традиційні культурні наративи у цифрове середовище, як трансформувати міфологічні архетипи у грі, яка є водночас розвагою та формою художньої комунікації.

Матеріали та методи.

Об'єктом дослідження є процес редизайну як форма культурної трансформації в межах сучасного геймдизайну.

Предметом дослідження виступає інтерпретація античного міфу — зокрема сюжету «Одіссеї» Гомера — у візуальній та наративній структурі гри «The Crew».

Дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, який поєднує елементи геймдизайну, культурології, семіотики та філософії дизайну. Використано методи порівняльного аналізу (для зіставлення античного джерела з візуальною адаптацією), структурно-семіотичного аналізу (для дослідження символічного шару гри), а також дизайнерського моделювання.

Матеріальною базою дослідження є власна гра «The Crew», у якій сюжетна структура наслідує подорож Одиссея, але трансформована у контексті науково-фантастичного світу. Візуальна мова проєкту має за основу поєднання мінімалістичних форм, цифрової палітри з домінуванням холодних тонів та мотивів, що покликаються на давньогрецьку естетику.

Редизайн було проведено у кілька етапів: аналіз первинного візуального рішення, переосмислення сюжетних ліній у контексті сучасних тем (пошук ідентичності, техногенна ізоляція, взаємодія людини та машини) і створення нової графічної системи, що поєднує символізм античності з динамікою цифрової культури. У процесі було використано програмні засоби Adobe Photoshop, Illustrator та Procreate, а також розроблено систему айдентики персонажів і середовищ, базовану на геометричних архетипах.

Результати. Ми виявили, що сучасна інтерпретація античного міфу через інтерактивне середовище здатна виконувати функцію культурного мосту між минулим і теперішнім. Гравець стає не просто спостерігачем, а учасником міфу, що перезаписується у цифровій формі. Візуальні рішення сприяли формуванню нової емоційної динаміки — образи богів, чудовиськ і героїв втратили класичну монументальність та натомість набули людських рис і внутрішнього конфлікту.

Іконографічна мова гри переосмислює традиційні символи: лавровий вінок перетворюється на інтерфейсну емблему досягнень, міфічні моря — на абстрактні цифрові простори. Це підкреслює трансформацію культурних кодів у межах постцифрової епохи, де гравець водночас є інтерпретатором і співтворцем наративу.

У редизайні «The Crew» продемонстровано, що геймдизайн може бути формою культурного діалогу: він не лише адаптує античний сюжет, але й відображає сучасні цінності — самопізнання через технології, етичний вибір у межах віртуальної свободи, ідею колективної подорожі як метафори людського досвіду у світі цифрової невизначеності.

Висновки. У ридизайні гри «The Crew» показано, що дизайн може бути потужним інструментом культурної трансформації: він дозволяє інтерпретувати античний міф у сучасному геймерському середовищі, створюючи новий зміст із культурної спадщини. Архетипічні наративи та візуальні коди міфу оживають в інтерактивному просторі, а дизайнерський процес формує культурний досвід, який має значення не лише у межах гри, але й для художньої культури.

Таким чином, ридизайн — це не тільки технічне чи естетичне завдання, а і форма культурної діяльності, що поєднує минуле і майбутнє, традицію та інновацію, міф і гру. У перспективі це відкриває нові шляхи для розвитку дизайнерської освіти, інноваційних технологій у культурі й створення інтерактивних художніх продуктів із глибинним культурним змістом.

Список використаних джерел:

1. “Into the Woods: A Practical Guide to the Hero’s Journey.” GameDeveloper.com. 2013
2. “Games and the Imagination – The Game as Quest.” GameDev.net. 2006.
3. Salen K., Zimmerman E. Rules of Play: Game Design Fundamentals. MIT Press, 2003
4. Pérez E. Beyond the old game design: a new design paradigm in Game Studies through C-K Theory. DiGRA Proceedings, 2023
5. Іваненко О. Міфологічні архетипи в сучасному дизайні. — Київ : Артбук, 2021. — 212 с.
6. Чепига Н. Інтерактивна культура: гра як форма сучасного мистецтва. — Харків : Центр культури, 2020. — 184 с.
7. Norman D. The Design of Everyday Things. — Cambridge, MA : MIT Press, 2013. — 370 p.
8. Campbell J. The Hero with a Thousand Faces. — Princeton : Princeton University Press, 2008. — 416 p.
9. Huizinga J. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture. — London : Routledge, 2007. — 240 p.
10. Грей С. Філософія геймдизайну: від структури до сенсу. — Львів : Видавництво ЛПНУ, 2022. — 198 с.

УДК 7.01:7.04:72.01:004

Хівренко Костянтин Вікторович,

Асистент кафедри образотворчого мистецтва і архітектурної графіки

Київський національний університет будівництва і архітектури

Київ, Україна

khivrenko.kv@knuba.edu.ua

ORCID: 0009-0009-9260-5384

ТРАНСФОРМАЦІЯ ХУДОЖНЬОЇ ТА АРХІТЕКТУРНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ: СИНТЕЗ ТРАДИЦІЙНИХ І ЦИФРОВИХ МЕТОДІВ У УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Вступ. Сучасна мистецька й архітектурна освіта України переживає глибокі зміни, зумовлені не лише цифровізацією, а й соціокультурними викликами воєнного часу.

Педагогічна спільнота постала перед потребою переосмислити традиційні методи, які формували художнє мислення архітектора протягом десятиліть.

Рисунок, живопис, композиція й пластика, що становили основу візуальної підготовки, сьогодні набувають нового змісту завдяки цифровим технологіям, дистанційним і віртуальним форматам.

Війна змінила не лише організацію навчання, а й його сутність: художня освіта стала засобом психологічної підтримки, культурного опору та збереження духовної стійкості суспільства.

Основний зміст. Рисунок і живопис в архітектурній освіті є не допоміжними, а базовими дисциплінами, що формують художній світогляд, розуміння форми, ритму й гармонії. В умовах війни вони набули нового сенсу — стали засобом внутрішнього опору, духовної рівноваги та збереження культурної тяглості.

Поеднання класичного рисунка з цифровими технологіями дає змогу студентам створювати образи, які відображають сучасний стан суспільства — біль, надію, відродження. Цифрові засоби (Blender, ZBrush, SketchUp, Procreate, Photoshop) забезпечують мобільність і безперервність навчання, дозволяючи працювати навіть за умов евакуації чи дистанційного формату. Проте основою творчості залишається рука художника — особистий почерк і жива енергія лінії, які неможливо відтворити алгоритмом.

Художня освіта сьогодні — це також простір психологічної підтримки й міжкулінарного діалогу. Викладачі розробляють інтегровані практикуми, онлайн-майстерні, міждисциплінарні завдання, що поєднують рисунок, архітектуру та цифрове моделювання. Такий підхід не лише розвиває професійні компетентності, а й виховує відповідальність, емпатію, етичне ставлення до творчості.

Нова модель гібридного мистецького навчання поєднує академічну культуру з інноваційними технологіями. Цей синтез формує середовище, у якому студенти розвивають не тільки професійні навички, а й креативне мислення, здатність до комунікації та рефлексії. Мистецтво стає засобом осмислення реальності й формування нової естетики — естетики відбудови та надії.

Висновки. Трансформація художньої та архітектурної освіти під впливом війни стала каталізатором духовного оновлення й переосмислення ролі творчості. Поєднання традиційних і цифрових методів забезпечує безперервність навчання та формує нове покоління фахівців, здатних мислити образно й технологічно. Мистецтво в архітектурній освіті сьогодні — не лише передача знань, а й засіб культурного опору, що зміцнює гідність і віру суспільства.

Подальші дослідження мають бути спрямовані на розробку інтегрованих методик, які поєднують академічну школу рисунка з цифровими технологіями, зберігаючи спадкоємність української мистецької освіти та її гуманістичні засади.

Список використаних джерел:

1. Бадюл М. Особливості вивчення інноваційних технологій у архітектурній освіті // Архітектурна освіта і наука. 2024. № 1.
2. Брильов С. В., Кузьмічова В. С., Колесников В. В. Образотворче мистецтво та дизайн в епоху діджиталізації // Арт-платФОРМА. 2024. № 2.
3. Гончаренко В. Дизайн та образотворче мистецтво. Львів: Академія, 2021.
4. Карпенко О. Традиції й інновації у мистецькій освіті. Київ: Мистецтво, 2018.
5. Лопухова С. Рисунок і живопис для майбутніх дизайнерів в умовах пандемії // Деміург. 2021. № 1(3).
6. Oxman R. Theories and models of parametric design thinking // Design Studies. 2017.
7. Agirbaş A. A methodology for 3D digital sketching practice in undergraduate architectural education // Journal of Art & Design Education. 2023.

УДК 351.85|130.02(477):008

Хлібосолов Ігор Олексійович, доцент кафедри гуманітарних наук
Київська муніципальна академія естрадного та циркового мистецтв
Київ, Україна
i.khlibosolov@kmaecm.edu.ua
ORCID: 0009-0003-0493-0109

ТРАНСФОРМАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ГУМАНІТАРНОГО ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ВІЙНИ

Анотація. *Формування української ідентичності є багатогранним процесом, який відбувається повсякчас і щоденно перебуває у стані змін контекстуальних чинників під впливом об'єктивних обставин розвитку українського суспільства. Процес формування ідентичності культурного простору зумовлений комплексною взаємодією історичних, соціокультурних, мовних, релігійних чинників, а також динамікою громадянської та етнічної самосвідомості та регіональними відмінностями. Велика кількість провідних вчених та прями згадки про «інтелектуальні дискусії» та їхню мету «створити дискурс інтелектуальних і культурних еліт» вказують на те, що академічна робота є не лише описовою, а й активною, спрямованою на «конструювання» або «відбудову» української ідентичності. Це впливає на суспільну свідомість і потенційно на державну політику, підкреслюючи перформативний аспект наукових досліджень у процесі націєбудівництва.*

Ключові слова: *трансформація, національний культурний простір, ідентичність, теорія культурного простору, мовний чинник ідентичності, історична пам'ять.*

Вступ. Аналіз теоретико-філософських підходів до вивчення проблеми української ідентичності засвідчує помітний зсув в академічному дискурсі від суто етноцентричного до громадянсько-політичного розуміння української ідентичності. Якщо раніше акцент міг бути зроблений на етнічних маркерах, то праці Ярослава Грицака, який застерігає від «етнізації» історії та просуває ідею «громадянської української нації», а також дослідження Володимира Кулика, що підкреслюють визначальну роль вибору над походженням, демонструють формування консенсусу щодо ширшого, інклюзивного визначення нації. Цей напрямок досліджень активно сприяє формуванню національної самосвідомості.

В теоретичному культурологічному дискурсі виділяються модерний та

постмодерний підходи до формування ідентичності. Модерні підходи наголошують на способах конструювання та збереження цілісності і стабільності ідентичності, розглядають ідентичність як відносно стійку гомогенну сутність, модерністи розглядають одне-два джерела ідентичності, вивчають шлях формування ідентичності як відстань між «очікуванням» і «задоволенням», між «проектом» та «ідентичністю». Прихильники модерних підходів наголошують на відносній цілісності суб'єкта і розглядають процес формування ідентичності як націленість у майбутнє.

Постмодерні підходи наголошують на механізмах уникнення фіксації та збереження свободи вибору, розглядають ідентичність як об'єкт постійних перетворень та змін, що формується з різних джерел, акцентують на ситуативності ідентичностей, на їх розщепленості та децентрованості, розглядають формування ідентичності в умовах домінування «тепер» [3, с. 243]. Теоретична розробка окреслених проблем створює перспективу подальших досліджень у цьому предметному полі, необхідність яких зумовлена недостатністю структурних досліджень синтезу дискурсивного конструювання української національної ідентичності та політики ідентичності як методологічної основи формування та сталого розвитку національного культурного простору [23].

Метою статті є оприлюднення результатів дослідження трансформаційних процесів у сфері української гуманітаристиці та культурному просторі.

Виклад основного матеріалу. Прикладом формування ідентичності національного культурного простору виступає національна айдентика, така як герб, прапор, гімн та народні обереги, що втілюють багатовікову боротьбу українців за свободу, незалежність та самовизначення, будучи уособленням національної єдності та патріотизму. На тлі розвитку національної айдентики виникає напрям наукових студій з вивчення процесів формування національної мілітарної ідентичності засобами айдентики. На думку основоположника цього напрямку в науці Віктора Карпова переосмислення власного історичного досвіду, пошук джерел національної мілітарної ідентичності як основи стійкості та міцності суспільства постає моральною основою українського коду, знаковою системою, що утверджує верховенство духу справедливості та мужності [7].

У сучасних умовах повномасштабної війни військова символіка стала невід'ємною складовою інформаційної, ідеологічної та моральної оборони держави і відстоювання

семантики та семіотики національного культурного простору. Інституційною основою проведення політики ідентичності у військовій сфері стало Міністерство оборони України. В основу сучасних образів українського війська покладено історичні традиції, регіональні особливості територіальної айдентики та характер завдань підрозділів [6].

Відродження українських нагород різних історичних періодів української державності у новітній нагородній системі Збройних сил України, розвиток традиційних ідейних основ військової символіки свідчить про рішуче повернення до першоджерел української фалеристики. Військові нагороди різних історичних формацій української державності стали основою новітньої нагородної системи. Захоплення історичним минулим не просто відкриває шлях до нових ідейно-теоретичних та образотворчих підходів формування відзнак, пов'язаних із бойовою діяльністю військ, конкретним видом військової звитяги, а й засвідчує повний розрив із радянськими та пострадянськими наративами у цій області знань [1], що є характерною ознакою загального процесу.

Подолання «концепції двох Україн» є одним із найвагоміших наслідків вторгнення. Микола Рябчук зазначає, що проєкт амбівалентної пострадянської України «доживає свого віку». Відбувся очевидний крок у бік українізації, і українська мова вже не сприймається як другорядна чи меншовартісна. У сфері символічної політики «українська Україна» починає перемагати, незважаючи на окремі дискусії. Хоча залишки амбівалентності, такі як ностальгічна прив'язаність до колоніального минулого чи звички споживання російського культурного продукту, ще існуватимуть на рівні ментальності, вони вже не визначатимуть вектор розвитку нації [17].

Повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року стало поворотним моментом у формуванні та консолідації української ідентичності. Ця відкрита агресія значно вплинула на ставлення громадян України до головних маркерів національно-громадянської ідентичності. Війна дала поштовх до кардинального зміцнення позицій загальнонаціональної ідентичності й, відповідно, до різкого зменшення показників радянсько-російської ідентичності в українському соціумі [19]. В роки війни відбулися значні зміни у ставленні громадян до символічних цінностей, пов'язаних з державністю України та її захистом Силами оборони, що є важливою ознакою зміцнення загальнонаціональної ідентичності.

Урядом України прийнято стратегію державної політики у сфері утвердження

української національно-громадянської ідентичності як складової гарантування національної безпеки України [20]. Українська громадянська ідентичність законодавчо визначена як стійке усвідомлення громадянином України, закордонним українцем свого політико-правового зв'язку з Україною, українським народом та громадянським суспільством. Також отримала своє правове визнання категорія української національної ідентичності, що означає стійке усвідомлення особою належності до української нації як самобутньої спільноти, об'єднаної назвою, символами, географічним та етносоціальним походженням, історичною пам'яттю, комплексом духовно-культурних цінностей, зокрема українською мовою і народними традиціями [4].

Трансформація ідентичності культурного простору за час війни набули безпрецедентних масштабів. Опитування Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) проведене у липні 2022 року засвідчило, що 85% населення України передусім вважали себе громадянами своєї країни. Зростання частки громадян, які ідентифікують себе як українці, до понад 90-95% від переписних 77% стало можливим головним чином за рахунок реідентифікації тих, хто раніше називав себе росіянами [11].

Дослідження, проведені Центром Разумкова у 2017 році в рамках проекту «Формування спільної загальнонаціональної ідентичності громадян України в нових умовах: особливості, перспективи і виклики», засвідчили наявність передумов і тенденцій, сприятливих для формування спільної загальнонаціональної ідентичності громадян України і, таким чином, для консолідації суспільства. Події 2022 року практично підтвердили цю тезу. Опитування показало наявність серед громадян усвідомленого запиту на формулювання загальноприйнятних цілей розвитку країни, «національної ідеї», спільне бачення більшістю жителів різних регіонів України чинників об'єднання українського суспільства. Національною ідеєю в результаті впливу війни стала ідея незалежності української держави та вибір європейського цивілізаційного вектору її розвитку. Спостерігається вищий рівень патріотизму, загальнонаціональної та української соціокультурної самоідентифікації [15].

Повномасштабне вторгнення викристалізувало проблеми, пов'язані з історичною ідентичністю, та спонукало до використання знань про минуле для розуміння перебігу сучасних подій та їхнього застосування для подальшого розвитку держави та суспільства. Зважаючи на екзистенційний характер війни, для України вкрай, вважає дослідник А.

Мартинів, важливо мати чітку позицію щодо власної історичної ідентичності, адже на «ментальність українців суттєво вплинула тривала відсутність власної державності, територіальна та цивілізаційна роз'єднаність українських земель, цілеспрямована денаціоналізація української еліти, помітні нашарування радянської ментальності» [13, с. 320–321]. Йдеться про використання знань про минуле для розуміння перебігу сучасних подій та можливостей їх застосування для подальшого розвитку держави та суспільства й соціуму. Історична ідентичність є однією із підвалин ідентичності національної констатує інший вчений В. Кидонь [8].

В умовах воєнного часу активно формується новітня національна пам'ять, яка стане осердям повоєнної української національної ідентичності. До неї вже входять такі знакові події, як оборона Києва та Київщини, тривалі битви та операції, подібні до оборони Бахмута чи «Азовсталі», а також знищення флагмана Чорноморського Флоту РФ, крейсера «Москва». Микола Рябчук переконаний, що шок від повномасштабного вторгнення набагато потужніший, ніж у 2014 році, що робить процес консолідації ідентичності незворотним, і відкату назад цього разу не буде. Українці об'єдналися як нація у протистоянні російській агресії, і ця мобілізація закладає тривале відчуття спільноти та єдності, якого неможливо позбутися [17]. Війна, яка є трагедією, парадоксальним чином стала потужним каталізатором внутрішньої згуртованості та самовизначення, зміцнюючи та консолідуючи українську ідентичність, а не руйнуючи її, як, можливо, було задумано агресором.

Проведене у липні 2025 року у співпраці з доктором соціологічних наук, професором кафедри соціології Львівського національного університету ім. Івана Франка Наталією Черниш опитування серед 1000 респондентів показало, що:

- 94% відчують себе громадянами України;
- за час повномасштабної війни самоідентифікація українців ще більше змістилася у бік країни загалом: 77% людей асоціюють себе з Україною загалом, ніж зі своїм регіоном;
- 52% вважають себе європейцями і лише 8% - «радянською людиною» [25].

Мова як щит та зброя набула нового, потужного значення мовної ідентичності. Українська мова з 2022 року набула не лише комунікативної, а й символічної ваги. Вона стала маркером спротиву колоніальній спадщині та агресії, показником відмежування від «руського мира» та підтвердженням державності. Мова стала символом незалежності

та єдності, потужним інструментом, що формує національну ідентичність. Після 2022 року українці не просто переходять на українську, вони активно формують нову, впевнену ідентичність, обираючи її як акт громадянської позиції [2; 5; 10; 18].

Частка громадян, які вважають українську мову рідною, зросла з 77% у 2021 році до 87% за рік, при цьому українська мовна ідентичність переважає в усіх регіонах [21]. Українська мова більше не може бути «поза політикою»; вона є мовою спротиву, вільних людей, мовою майбутнього, на відміну від російської – мови агресора, окупанта та спадщини імперії, яка не відмовилася від колоніального мислення. Це свідчить про глибокий психологічний зсув: війна перетворила ідентичність з чогось, що історично сприймалося як «страждаюче», на щось активно обране та захищене. Це перехід до суб'єктності та самовизначення як основних принципів сучасної української ідентичності.

Упродовж 2-14 вересня 2025 року Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) провів власне всеукраїнське опитування громадської думки «Омнібус», до якого за власною ініціативою додав запитання, які стосуються мовної політики в Україні.

КМІС має тривалий досвід вивчення ставлення українців до мовного питання. Наприклад, з 1990-х років КМІС ставить запитання про статус російської мови і за останніми даними в 2024 році 64% виступали за те, що російська мова має бути усунута з офіційного спілкування (і ще 15% вважали, що російська мова може бути офіційною в окремих областях, але були проти такого її статусу у своїй області).

Респондентам пропонували три умовні варіанти мовної політики.

- «Стратегічна українізація» – можна також називати лагідною українізацією, тобто зміцнення позиції української мови, але в довгостроковій перспективі без тиску щодо побутового використання російської мови;
- «Радикальна українізація» – стигматизація і тиск на російськомовних громадян для переходу на українську мову, заборона використання російської мови і на побутовому рівні;
- «Прихована русифікація» – використання нібито демократичного підходу («якщо більшість населення хоче», «вибір батьків учнів») для фактичного зміцнення і поширення російської мови на різних рівнях.

Варіант мовної політики, який користується найбільшою підтримкою,

стратегічна українізація, повністю чи скоріше підтримують його 87% українців, і з них 53% підтримують повністю. Лише 10% респондентів відповіли, що такий варіант є скоріше чи зовсім неприйнятним для них.

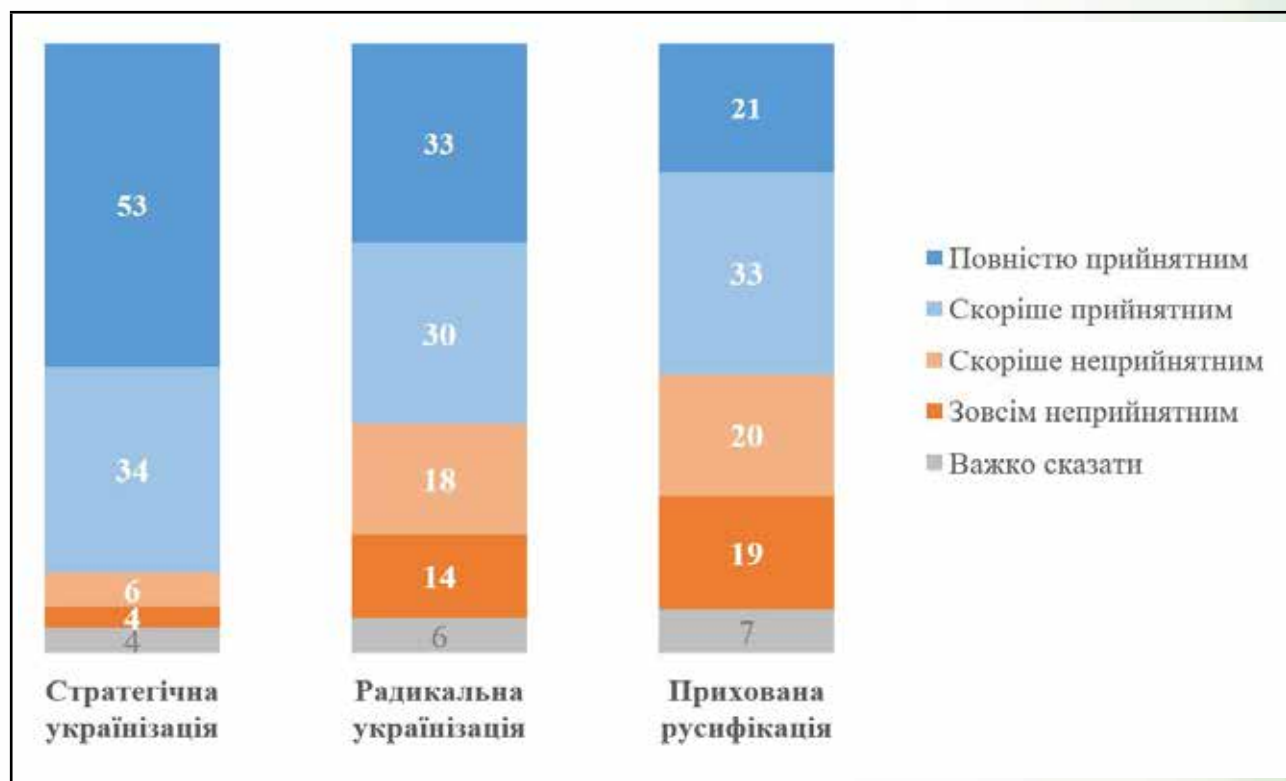


Рис. 1. Результати опитування щодо підтримки варіацій мовної політики в Україні.

Це єдиний варіант, який користується абсолютною підтримкою мешканців усіх регіонів (81-90% залежно від регіону) і всіх мовних групи (83-88% залежно від мови спілкування вдома) – стратегічна українізація. Тобто цей варіант має не лише найбільшу підтримку на національному рівні, але також і забезпечує консенсус між регіонами та між мовними групами України. Анатолій Грушецький у коментарі до результатів опитування стверджує, що в умовах повномасштабного вторгнення українці демонструють свою єдність для опору російському ворогу, а результати опитування показують, що є цілком консенсусний виважений підхід до мовної політики, який схвалюється абсолютною більшістю наших громадян у цілому. Ця формула мовної політики сприяє розвитку української мови і найголовніше – при цьому є об'єднавчою для суспільства [22].

Переосмислення історичної пам'яті є невід'ємною частиною цього процесу. В

умовах воєнного часу формується новітня національна пам'ять, що стане осердям повоєнної української національної ідентичності. Ключові історичні наративи, такі як трагедія Бабиного Яру чи депортація кримських татар, мають стати «місцями пам'яті» для всієї нації, органічною частиною українського історичного наративу. Державна політика пам'яті має бути спрямована на збереження етнокультурної основи національної пам'яті та водночас уникнення її етнічної винятковості, інтегруючи історичне минуле національних меншин. Історична пам'ять є потужним фактором утвердження національного культурного простору і задля цього органами державного управління у сфері культури здійснюються заходи зі збереження пам'яті про війну, як це зроблено департаментом культури та туризму Київської обласної державної адміністрації на місці боїв за селище Мощун у битві за Київ [14; 24].

Виклики та перспективи ідентичності в умовах вимушеної еміграції та окупації також є значними. Вимушена еміграція створює труднощі для збереження культурної ідентичності, включаючи втрату контакту з рідною землею та необхідність адаптації до нових культурних середовищ. Проте українські емігранти активно використовують соціальні мережі та спільноти для збереження культурної ідентичності, підтримуючи зв'язок з рідною культурою, обмінюючись досвідом та спільно діючи на користь української спадщини [12]. Це підкреслює, що цифровий простір є критично важливою ареною для збереження ідентичності та опору, особливо для переміщених осіб. В умовах масового переміщення населення через війну, цифрові платформи стають життєво важливими розширеннями культурного простору, що дозволяють безперервне формування та підтримку ідентичності, незважаючи на фізичну роз'єднаність. Водночас, Росія проводить цілеспрямовану політику знищення української ідентичності на окупованих територіях, що включає «перевиховання» дітей, мілітаризацію, індоктринацію та створення атмосфери страху [16]. Після перемоги, як зазначає М. Рябчук, важливо буде ретранслювати патріотичні почуття у почуття громадянської відповідальності, боротьбу з корупцією та здатність працювати злагоджено в невоєнних умовах [17].

Висновки. Повномасштабне вторгнення Росії стало каталізатором для безпрецедентної консолідації та трансформації української ідентичності. Ця агресія прискорила перехід суспільства від етноцентричного до громадянсько-політичного самоусвідомлення. Спостерігається значне зміцнення громадянської ідентичності,

зростання ролі української мови як маркера опору та єдності, а також формування нової національної пам'яті, що ґрунтується на спільному досвіді боротьби. Культурний опір та мистецтво відіграють життєво важливу роль у підтримці духу нації та формуванні нового національного наративу, а цифровий простір виявився критично важливим для збереження ідентичності, особливо для переміщених осіб. Загалом, спостерігається перехід від пасивного наративу «жертви» до активного наративу «опору» у національному самосприйнятті, що відображає глибокий психологічний зсув до обраної та захищеної ідентичності.

Список використаної літератури:

1. Oliveira, Humberto Nuno de; Lytvyn, Serhii; Karpov, Viktor. (2024) Military decorations of Ukraine for the War / Condecorações Militares da Ucrânia para a Guerra. Lisboa, Academia Falerística De Portugal. 171 p.
2. Азарова Л.Є. Мова як головна ознака ідентичності української нації. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/195353155.pdf>
3. Везомська С. Ж., Каюн В. О., Голубчик Г. Д. Роль культурної спадщини в процесі конструювання національної ідентичності українців. Вісник науки та освіти. 2024. Вип. 10 (28). С. 1387–1404.
4. Закон України «Про основні засади державної політики у сфері утвердження української національної та громадянської ідентичності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2834-20#Text>
5. Казакевич О. Роль мови у формуванні національної ідентичності. Наукові записки Національного університету «Острозька академія», 2017. Серія «Культурологія». Вип. 18. С. 77-79.
6. Карпов В., Умберто Нуно ді Олівейра. Мілітарні нагороди Збройних сил України. Одеса: ОЛДІ+, 2024. 126 с.
7. Карпов В.В. Історичні витоки української військової символіки та її розвиток в незалежній Україні: дис.. ... док. іст. наук: 07.00.01 / В.В.Карпов; ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький держ. пед. ун-т ім. Г.Сковороди». Переяслав-Хмельницький: Переяслав-Хмельницький держ. пед. ун-т ім. Г.Сковороди, 2015. 464 с.
8. Кидонь В. Історична ідентичність в умовах російсько-української війни. С. URL: <https://ndiu.knu.ua/images/2024/Zrazok.pdf>
9. Козак Н. Мистецький опір російському «не вторгненню» в Україну. East/West: Journal of Ukrainian Studies. 2022, Volume IX, № 1. P. 68-106. URL: <https://ewjus.com/index.php/ewjus/article/download/585/388/1686>
10. Кулик Володимир. Українська мова – наш головний маркер неналежності до «руського міра». URL: <https://glavcom.ua/publications/132459-volodimir-kulik->

ukrajinska-mova-%e2%80%94-nash-golovnij-marker-nenalezhnosti-do-%c2%aBrusskogo-mira%c2%BB.html.

11. Кулик В. Хто належить до української нації? URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2023/09/29/163184/>

12. Культурні маркери ідентичності українців в умовах вимушеної еміграції. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/19087/1/MR_Sushevskuy%20Anatoliy.pdf

13. Мартинов, А. Українська історична ідентичність у загальноєвропейському контексті: спільні риси та особливості. Міжнародні зв'язки України: наукові пошуки і знахідки. 2012. Випуск 21. С. 314–331. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/188253/20-Martynov.pdf?sequence=1>

14. Мистецтво в обороні: Колективна монографія. Нац. Акад. мистец. України/ Ін-т. пробл. Сучас. Мистец. НАМ України; Ін-т. культурології НАМ України; Редкол.: В. Сидоренко (голова), І. Савчук, Г. Чміль та ін.; Упоряд. : О. Клековкін, І. Кузнєцова, М. Черкашина-Губаренко. Київ: Фенікс, 2024. 1024 с.

15. Основні засади та шляхи формування спільної ідентичності громадян України - ЦентрРазумкова. URL: https://razumkov.org.ua/images/Material_Conference/2017_04_12_ident/2017-Identi-3.pdf

16. Перевиховання, зміна ідентичності та асиміляція: як Росія перетворює українських дітей на ресурс для агресії - ZMINA.info. URL: <https://zmina.info/articles/perevyhovannya-zmina-identychnosti-ta-asymilyacziya-yak-rosiya-peretvoryuye-ukrayinskyh-ditej-na-resurs-dlya-agresiyi/>

17. Після війни ніхто більше не питатиме про ідентичність: Микола Рябчук про те, що немає концепції "двох Україн". URL: <https://suspilne.media/culture/556851-pisla-vijni-nihto-bilse-ne-pitatime-pro-identichništ-mikola-rabcuk-pro-te-so-nemaє-koncepcii-dvoh-ukrain/>

18. Поліщук Р.М. Мова як чинник збереження національно-культурної ідентичності. Молодий вчений, 2018. № 11(63). С. 740-744.

19. Поліщук Ю. Національна та громадянська ідентичності в Україні в умовах російсько-української війни. Політичні дослідження, 2024. № 2(8). С. 73-93.

20. Про схвалення Стратегії утвердження української національної та громадянської ідентичності на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2023–2025 роках. Постанова Кабінету Міністрів України № 1322 (2023). URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-skhlavennia-stratehii-utverdzhennia-ukrainskoi-na-a1322>

21. Сікорська В., Дідур Л. Українська мовна ідентичність під час повномасштабного вторгнення рф. Причорноморські філологічні студії, 2023. №2. С. 42-51.

22. Ставлення до окремих варіантів мовної політики в Україні. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1555&page=1&fbclid=IwY2xjawNM19JleHRuA-2FlbQIxMABicmlkETFyeDlmSU1HR0k5SWFPWm4xAR4l29VDK-iCozg-rSu4jhocq->

fA-MZs47NEV_orAmYEbaNpANeFQbDjdBIvfag_aem_Mf61nCTTTLuqnNzndLkXlg

23. Степанова О. А. Національний культурний простір України: концептуальні засади розвитку і становлення. Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора культурології за спеціальністю 26.00.01 «Теорія та історія культури». Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, Міністерство освіти і науки України. Національна музична академія України імені П. І. Чайковського, Міністерство культури України. Київ, 2017. 451 с.

24. Фронт і тил: як культура допомагає вистояти під час війни – Букви. URL: <https://bukvy.org/front-i-tyl-yak-kultura-dopomagaye-vystoyaty-pid-chas-vijny/>

25. Як змінилась самоідентифікація українців і скільки вважають себе "радянською людиною". URL: https://www.rbc.ua/rus/news/k-zminilas-samoidentifikatsiya-ukrayin-tsiv-1758546239.html#goog_rewarded

УДК 159.9:7.07

Ціпан Юлія Миколаївна, студентка кафедри дизайну

Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ГУМАНІТАРНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКОГО ДИЗАЙНУ У СФЕРІ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я

***Анотація.** У статті досліджується гуманітарна роль українського графічного і візуального дизайну в контексті підтримки ментального здоров'я населення в умовах воєнного стану. Розглянуто, як дизайнерські практики можуть виступати інструментами регуляції емоцій та підтримки ментального здоров'я в умовах війни. На прикладі світових і локальних платформ (Headspace, «Ти як?», UpLife) аналізуються підходи до створення довіри, безпеки й терапевтичного досвіду у цифровому середовищі. Поєднано практичні висновки із теоретичними уявленнями про архітектуру візуальних систем (за матеріалами дослідження студентських проєктів з дизайну книги) та пропонується дизайн-підхід, орієнтований на український культурний контекст і мистецькі практики відновлення.*

***Ключові слова:** український дизайн, айдентика, ментальне здоров'я, Headspace, «Ти як?», UpLife, арттерапія, художньо-проєктна культура, соціальна комунікація, відновлення, війна, Україна.*

Актуальність теми дослідження. Війна кардинально змінила роль графічного дизайну в Україні, вивівши його з площини суто естетичного та комерційного обслуговування у сферу стратегічної гуманітарної комунікації. В умовах, коли мільйони громадян переживають психосоціальну травматизацію [1], дизайн перетворюється на інструмент первинної психологічної підтримки. Його ефективність перестає вимірюватися комерційними показниками, натомість визначається здатністю регулювати емоційний стан та формувати ментальну стійкість. Ця зміна ролі становить сутність гуманітарного виміру сучасного українського дизайну вебсайтів у сфері ментального здоров'я.

Коли говоримо про дизайн у сфері ментального здоров'я, важливо відмовитись від уявлення про нього як про «косметичну» обкладинку для продукту. Візуальна

мова бренду і тон взаємодії інтерфейсу – це перші кроки «психологічні взаємодії» між сервісом і користувачем: вони формують очікування, знижують бар'єр звернення по допомогу та можуть буквально змінювати стан користувача вже з моменту входу в додаток.

Саме тому цифрові сервіси ментального здоров'я вимагають інтеграції клінічної наукової бази з продуктовим дизайном. Для них критичною є здатність викликати довіру, гарантувати безпеку користувача та формувати терапевтичний досвід, який функціонує ефективно і поза межами традиційної терапевтичної сесії. Досвід глобальних гравців (Headspace) [2] у цій сфері послуг, локальних ініціатив («Ти як?» [3] - українська національна програма) та нових комерційних інструментів (UpLife) [4] дає змогу виокремити перевірені практики й адаптувати їх до культурно-специфічних умов України.

Метою дослідження є аналіз дизайн-підходів сервісів Headspace, «Ти як?» і UpLife щодо створення довіри, безпеки та терапевтичного досвіду у цифровому середовищі; зіставити практичні рішення з теоретичними уявленнями про архітектуру візуальних систем (структуру інтерфейсу, типографіку, ритм, візуальну семантику) та запропонувати дизайн-підхід, що поєднує функціональність, емпатію і культурну релевантність для українського контексту в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. В Україні, де частота психічних проблем значно зросла у зв'язку з повномасштабною війною, ефективний дизайн має ще й соціальну функцію – створювати простір довіри і заземлення. Сучасні платформи вже намагаються це робити по-різному – розглянемо їх підходи, щоби винести практичні уроки для українських проєктів.

Headspace – це приклад продукту, який будував довіру через поєднання доказової бази (медитативні практики, клінічні дослідження), прозорого контент-менеджменту та дизайну, що акцентує емпатію. На сайті можна побачити дружню тональність, прості онбордингові шляхи, візуальну мову, яка зменшує тривожність користувача. Headspace можна вважати глобальним «еталоном» емоційно-орієнтованого дизайну. Headspace довгі роки був прикладом продукту, що зробив медитацію «доступною» завдяки простому й доброзичливому візуалу. Після низки стратегічних кроків (мердж із Ginger, розширення послуг), бренд оновив айдентику, зберігши впізнавану помаранчеву ноту, але додавши більш багату палітру і власну кастомну типографію [5]. Такий

крок це зроблено для того, щоб передавати ширший спектр емоцій і позиціонувати сервіс як «супровідник» для різних потреб у ментальному здоров'ї. Новий візуальний підхід підкреслює емпатію, професіоналізм і масштабність послуг, при цьому зберігаючи простоту інтерфейсу й увагу до мікро інтеракцій (плавні анімації, ритм, тощо).

Практичні уроки від Headspace:

- Смілива, але не агресивна палітра теплих кольорів дає позитивний, підбадьорливий ефект.
- Уніфікована система ілюстрацій + кастомний шрифт створюють відчуття компетентності й одночасно людяності.
- Інтерфейс акцентує увагу користувача на простих кроках (journeys), мінімізуючи когнітивне навантаження.

«Ти як?» — це всеукраїнська програма, ініційована на державному рівні для розвитку мережі МНПСС (mental health and psychosocial support). Вона більше про інфраструктуру послуг, верифікацію, гарячі лінії та інтеграцію офлайн/онлайн сервісів, а не лише про комерційний додаток. Її сила — у створенні національної платформи й культурі звернення по допомогу як нормі. Візуально проєкт націлений на широку аудиторію, має чітку інформаційну структуру і тон комунікації, що підкреслює державну підтримку і доступність.

Практичні висновки для дизайну продукту:

- У національних проєктах пріоритет — довіра і ясність.
- Айдентика, орієнтована на всю спільноту, має бути нейтральною, інклюзивною, без сильних емоційних «піків».
- Інтеграція офлайн-ініціатив і локальних сервісів — важлива частина екосистеми допомоги.

UpLife позиціонує себе як додаток із набором «journeys», опорою на КПТ (когнітивно-поведінкову довіру) і практики майндфулнес, що полягає у розвитку усвідомленості шляхом концентрації на даний момент без суджень. Користувацький досвід цього сайту робить акцент на персоналізації, трекінгу настрою, коротких щоденних ритуалах і курсових програмах, що підвищує прихильність користувача через звичку. Візуально UpLife дотримується сучасних підходів: мінімалізм, зрозуміла ієрархія, дружні ілюстрації та помірна палітра, що сприяє фокусуванню на виконанні вправ.

Практичні уроки від UpLife:

- Персоналізація шляхів (journeys) підвищує залучення.
- Щоденні ритуали і треки формують корисні звички.
- Дизайн повинен «підштовхувати» до маленьких перемог, які стають терапевтичними маркерами прогресу.

Аналізуючи дизайн-підходів сервісів Headspace, «Ти як?» і UpLife щодо створення довіри, безпеки та терапевтичного досвіду у цифровому середовищі, можна їх узагальнити:

- Інтерфейс має зменшувати емоційне навантаження, він має давати ясні кроки та точку опори, не мати візуальний і когнітивний «шум». Використання природних тонів і помірної контрастності знижує напруження (уроки Headspace). Айдентика на таких сайтах має бути як сигнал безпеки. Логотип, кольори і тон комунікації мають промовляти «не судимо», «допомагаємо», а не «продаємо».
- Шрифт має бути читабельним, людиноорієнтованим. Сама типографія має привертати увагу і створювати умови для активації акту емпатії. Можна спиратися на досвід формування емоційного тону в книжковому дизайні, коли рукописні елементи чи каліграфічні акценти додають тепла там, де це доречно.
- Інтерфейс має бути технічно якісним і в той же час знижувати тривожність, що є можливим за умов поміркованої будови кожної сторінки, з опорою на чітко зрозумілий ритм, мати мікро анімації. Має бути продумана система блоків, починаючи від головного екрану до інших блоків головної сторінки (як архітекtonіка видання), де кожен модуль самодостатній, але налаштований у загальну систему. Головною ідеєю такої системи, яка базована на модульній архітекtonіці контенту, є «читабельність» інтерфейсу і передбачуваність, що зменшує когнітивне навантаження на глядача.
- Візуальні коди повинні враховувати локальні символи, мову, табу та способи вираження емоцій. Для цього можна використовувати абстрактні мотиви національного мистецтва (наприклад, елементи народного орнаменту, стилізацію природи) у формі тонких текстур або патернів, що не агресують, але створюють відчуття приналежності до місця, нації, культури. Це важливо для ветеранів і тих, хто переживає втрати. Такі мистецькі мотиви можуть бути інструментом «заземлення».
- Арт терапія та мистецькі проекти можуть бути частиною екосистеми відновлення, їхня візуальна мова може бути включена в айдентичку для підсилення емпатії й автентичності. Можна розглянути можливість додавання розділів/модулів з простими

арт-вправами (скетч-завдання, кольорові медитації, візуальні рефлексії), які можна проводити самостійно або з коучем. Цей блок має бути візуально відокремлений, теплий і емоційно привабливий, без натяку на клінічну практику, а мати виключно творчий потенціал.

- На сайті має бути прозора людиноорієнтована комунікація. Тон повідомлень має бути простим, природним, відкритим, створювати довіру і асоціюватися з виразом - «ти в безпеці, ми поруч».

Висновки. Досліджуючи дизайн сайтів ментального здоров'я можна прийти до таких висновків: по-перше, дизайн має базуватися на гуманітарних засадах, що виявляється у одночасному володінні технологією, емпатією та культурною чутливістю. По-друге, дизайн сайтів Headspace, UpLife і «Ти як?» дає корисні підказки, що виявляються у емоційному мінімалізмі, персоналізації шляхів, інтеграції офлайн-ресурсів і прозорій комунікація. Усе це на досліджуваних сайтах переноситься у локальний контекст з адаптацією образів, що є важливо для наслідування. По-третє, український дизайн повинен поєднувати традицію та сучасність. Як у книжковому дизайні (синтез змісту й форми), так і в цифрових продуктах шрифт, ритм сторінки/екрану, ілюстрації мають працювати на формування довіри й відчуття цілісності. По-четверте, мистецькі практики відновлення можуть і повинні бути частиною цифрової екосистеми: вони підсилюють автентичність, дають мову для рефлексії й створюють відчуття спільності.

Список використаних джерел:

1. Martsenkovskyi D. Shevlin M, Ben-Ezra M ets. Mental health in Ukraine in 2023. Eur Psychiatry. 2024 Mar 27; 67(1):e27. doi: 10.1192/j.eurpsy.2024.12.
2. Headspace: Meditation & Health. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.getsomeheadspace.android&hl=uk>
3. Ти як? Всеукраїнська програма ментального здоров'я. (HowAreU / Всеукраїнська програма). URL: <https://howareu.com/>
4. UpLife. URL: <https://www.uplife.app/>
5. Stephen P. The Headspace logo history, symbol and meaning: A commitment to mental health. Fabrik. Blogs/Logofile. URL: <https://fabrikbrands.com/branding-matters/logofile/headspace-logo-history-symbol-and-meaning/>

УДК 7.05:658.827(043.2)

Череватова Вікторія Володимирівна, студентка кафедри дизайну
Белянська Тетяна Анатоліївна, викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ЯК ДИЗАЙН ПАКУВАННЯ ПЕРЕТВОРЮЄ НАТУРАЛЬНИЙ ПРОДУКТ НА ЕМОЦІЙНИЙ ВИБІР? ДОСЛІДЖЕННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ У СЕГМЕНТІ HEALTHY FOOD.

***Анотація.** У даному проєкті проаналізовано і розроблено дизайн упаковки для натуральних солодоців.*

Візуальна складова – важливий чинник успіху продажів. Унікальний та продуманий дизайн упаковки корисних солодоців найкраще донесе до покупця ключові властивості товару. Це дозволяє скоротити витрати на просування товару. А естетика та креатив підвищать кількість спонтанних покупок.

Метою роботи було розробити впізнаваність бренду враховуючи всі вимоги до стандартів упаковки. Пошук унікальних форм упаковки, підбір еко матеріалу, вибір кольорів які асоціюються з натуральністю, аналіз ілюстрацій і розробка ескізів, розробка логотипу бренду.

***Ключові слова:** упаковка, натуральні солодоці, дизайн, бренд, впізнаваність.*

Вступ. Протягом досить великого проміжку часу упаковка виконувала лише функцію із захисту виробу чи продукту від різноманітних ушкоджень. Однак з розвитком торгової мережі почали з'являтися, як щільна конкуренція серед виробників схожого асортименту продукції або товарів, так і необхідність у рекламі для заохочення покупців до придбання конкретного товару. Тому до складу захисної функцій упаковок додано ще й споживчо-маркетингову функцію, її головна роль - зробити товар унікальним, щоб привабити якомога більше покупців. Для виконання цієї задачі з'явилася необхідність не тільки у маркетологах, але й фахівцях з дизайну упаковки, насамперед графічних дизайнерів. Саме тому було проаналізовано нові тенденції уподобань та естетичних смаків потенційних споживачів, специфіка оформлення товарів конкурентів, особливості дизайну упаковки товару та ін. Розроблено нові ідеї для вирішення проблеми привабливості товару та створений оригінальний дизайн для корисних солодоців. Враховано гармонійне поєднання всіх елементів: шрифт,

ілюстрації, інформацію для споживачів, кольори, форму та матеріал, щоб товар викликав зацікавленість та впізнаваність.

Матеріали та методи. Перед початком роботи була ціль проаналізувати дизайн упаковки харчової групи, взявши до розгляду приклади дизайну упаковки відомих зарубіжних та вітчизняних брендів у кондитерській сфері, виявивши їх особливості та звернувши увагу на національно-культурний контекст.

Особливу увагу звертаємо на дизайн упаковки товарів харчової групи солодоців, адже вони бувають різними і дуже чутливі до будь-яких зовнішніх чинників: моди, естетичних запитів та ін. Саме на його основі було вибрано дизайн упаковки, матеріал, техніку виконання ілюстрацій, пастельну кольорову палітру та підбір шрифтів.

Задача полягала у створенні максимально цікавої форми упаковки, щоб зробити продукт впізнаваний споживачеві поміж інших брендів.

Постановка проблеми. Основна проблема полягає у розміщенні і дотриманні всіх норм дизайну упаковки, розроблення унікального і впізнаваного бренду по зовнішньому вигляду відповідно до задуму дизайну.

Результати. Врахувавши такі аспекти дизайну упаковки для натуральних солодоців:

- Візуальна привабливість і впізнаваність: Пастельні відтінки надають стриманий дизайн, що асоціюється з натуральністю і екологічністю — це ключ до того, щоб виділитися на полиці. Кольори викликатимуть певні позитивні емоції для придбання товару. Для цього використана обрана гамма кольорів, привабливу графіку та цікаві шрифти.
- Цільова аудиторія: З врахуванням групи споживачів дизайн відповідає потребам і очікуванням конкретної аудиторії. Аудиторії яка дбає про своє здоров'я, свідомо підходить по вибору солодкого продукту для себе і своєї сім'ї та дбає про навколишнє середовище.
- Розповідь про бренд: Упаковка допомагає розповісти філософію і історію бренду та підкреслити його унікальність і цінності.
- Функціональність та матеріали: Упаковка надійно захищає солодоці від пошкоджень, світла, та перепадів температури, щоб зберегти їх смак, аромат та зовнішній вигляд протягом усього терміну придатності. Споживачі цінують зручність, тому було використано зручні і практичні елементи, такі як перфорація для легкого

відкривання і порційні пакування.

- Екологічність: Використання біорозкладних, відновлюваних матеріалів, таких як картон або перероблений папір, що підвищує екологічну відповідальність бренду.
- Вибір матеріалу: Матеріал упаковки підкреслює статус продукту. Надійна картонна упаковка для поодиноких солодких виробів. Скляна банка забезпечить свіжість для довшого та кращого зберігання крихких солодошів. Жестяні коробки підійдуть, як гарний подарунковий варіант.
- Взаємодія з покупцем: Упаковка має викликати позитивні емоції та бажання купити продукт. Наприклад, для подарункових солодошів важливий елегантний дизайн, що створює відчуття свята.
- Інтерактивність: Бренд додає на упаковку інтерактивні елементи, такі як QR-коди, ігри. З доцільністю їх використання. Це збільшує залученість клієнтів.

Висновок. Проаналізувавши упаковки відомих брендів харчової групи кондитерської сфери було створено власний дизайн. Розроблений проєкт впізнаваної упаковки на полицях, створений для різної цільової аудиторії, за для більшого охопту ринку, продумана пастельна кольорова гамма, розроблений шрифт та вибрані матеріали, що дбають про екологію і тлумачить філософію продукту.

Дизайн упаковки це не тільки засіб для зберігання продукту від зовнішніх факторів а й художня цінність, мистецтво.

Ідеальна упаковка для солодошів – це гідна оправа, в якій ласощі виглядають ще смачнішими і бажанішими.

Список використаних джерел:

1. Упаковка для кондитерських виробів, яка продає: принципи дизайну URL: <https://tcd.kiev.ua/uk/upakovka-dlya-konditerskih-virobiv-yaka-prodaye-printsipi-dizajnu/> (Дата звернення: 10.20.2025)
2. Огляд Українського ринку натуральних солодошів на фруктовій основі у 2016 році URL: <https://koloro.ua/ua/doslidzhennya/oglyad-ukrayinskogo-rynku-naturalnyh-solodoshhiv-na-fruktovij-osnovi-u-2016-roczyi/> (Дата звернення: 10.21.2025)
3. Healthy Sweets for the Soul Vegan Gluten-Free Refined Sugar-Free|Preservative-Free URL: https://www.instagram.com/p/DNQTArhPKW_/?img_index=5&igsh=dWFwYjRkZXpxdGI2 (Дата звернення: 10.20.2025)

УДК 7.012:[655.532:82-312.4](043.2)

Швидка Дарина Костянтинівна, студентка кафедри дизайну

Радько Катерина Володимирівна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

СВІТЛО І ТІНЬ ЯК ЗАСІБ СТВОРЕННЯ НАПРУЖЕННЯ В ІЛЮСТРАЦІЯХ ДО ДЕТЕКТИВНОГО ЛІТЕРАТУРНОГО ТВОРУ

***Анотація.** Розглянуто варіанти оформлення і способи створення напруження в дизайні детективної книги. Проведено паралелі між ілюстраціями різних детективних історій, досліджено їхній вплив на глядача, проаналізовано роль стилю ілюстрацій для дорослого читача. Об'єктом дослідження є детективні видання, розраховані на дорослу аудиторію.*

***Ключові слова:** книжкова ілюстрація, дизайн книги, світлотінь, детективна література, візуальна інтерпретація, комунікація з читачем.*

Вступ. Для чого потрібна світлотінь у мистецтві? Її значення надзвичайно велике. Світлотінь допомагає підкреслити форму об'єктів, без неї предмети, які ми бачимо кожного дня, були б плоскими. Також завдяки світлотіні в ілюстраціях, картинах, анімаціях створюється відчуття глибини у зображенні [1]. Окрім цього, світлотінь виступає засобом створення глибини образів, підсилення певних емоцій і настрою зображення. Темні силуети на фоні можуть підсилити загадковість, напругу у вже намальованій ілюстрації [2]. Оформлення детективного видання має на меті передати і тему, і атмосферу книги достовірно [3]. Саме тому дизайн кожної книги відіграє таке велике значення. Від дизайнерського рішення практично залежить ставлення читача до літературного твору. Кожного року на книжкових полицях українських видавництв з'являється дедалі більше книжок вітчизняних авторів детективів, тому задача створити цікаве атмосферне оформлення жанрового твору, враховуючи і ефект світлотіні в ілюстраціях є надзвичайно актуальною [4].

Матеріали та методи. Об'єктом дослідження є ілюстрації до окремих літературних творів окресленого жанру. Предметом дослідження є способи зображення світла і тіні, що впливають на емоційний стан споживача. Предметом огляду є існуючі ілюстраційні матеріали минулого і сучасності. Також дослідження базується на

особистому досвіді розробки дизайну книги «Мова тіла» А. К. Тернер.

Результати. Ілюстрації допомагають читачеві зрозуміти сюжет і уявити атмосферу твору. Сучасний ринок пропонує широкий діапазон варіантів дизайну книги, у якому ілюстрації мають відповідати жанру книги. Дитячі детективи відрізняються від детективів для дорослих. У творах для дітей менш жорстокі і менш складні сюжети, в той час як у дорослих детективних історіях сюжет більш заплутаний. Підібравши правильну кольорову палітру, відштовхуючись від тематики і цільової аудиторії і використовуючи знання світлотіні ілюстратор може зробити правильну атмосферу для твору, який він ілюструє. Сучасні графічні редактори дуже полегшили роботу ілюстраторів з світлотінню і ефектами, які можуть додати ще більше напруги до зображень, задуманих дизайнером. Створюючи ілюстраційний ряд до книги, дизайнер, ілюстратор має приділяти увагу не лише протоколу чіткого зображенню подій, що відбуваються у творі. Він має вміти додавати тонкі і непомітні сенси до зображень.

Першим детективом в історії літератури був Огюст Дюпен, персонаж роману Едгара Аллана По «Вбивства на вулиці Морґ». Книгу було видано 20 квітня 1841 року. Від цього твору прийнято вести відлік початку розвитку детективного жанру у літературі, хоча, історії з елементами розслідування злочинів видавалися і до нього. Завдяки світлу і тіні на єдиній ілюстрації до цього твору ми бачимо картину хаосу. Наявність тривожних силуетів створює відчуття напруги і тривоги, наче щось жахливе вже відбулось. Отже, ілюстрації в детективному жанрі — це не просто малюнки, а повноцінні візуальні засоби передачі тієї атмосфери інтриги та процесу розслідування, які є серцевиною детективного роману. Як приклад розглянемо ілюстрації молодшої української ілюстраторки Софії Оксаніч до популярного українського психологічного трилеру з елементами детективу «Я бачу, вас цікавить п'ятьма». За допомогою світлотіні і обмеженої кольорової палітри авторка створила ряд напружених ілюстрацій, що переконливо передають атмосферу книги.

Висновок. Детективний трилер А. К. Тернер «Мова тіла» це моторошна історія напруженим і непередбачуваним сюжетом. Після повномасштабного вторгнення читачі стали більше звертати увагу не лише на історичні книги чи книги на національну тематику, але й на жанр фантастики, детективу. Контрастні переходи світла і темряви акцентують увагу читача на важливих деталях і формують емоційне сприйняття сюжету в детективах. Отже, світлотінь у дизайні детективної книги не лише прикрашає

зображення, а й підсилює драматизм і глибину історії.

Список використаних джерел:

1. Kong Lan. The Dance of Light and Shadow: Exploring the Transformative Power of Luminosity and Darkness in Painting. China. 2024. 7 с. URL: <https://www.atlantis-press.com/article/125998565.pdf>
2. Roberto Casati. Patrick Cavanagh. The Art of the Shadow: How Painters Have Gotten It Wrong for Centuries. Massachusetts. 2023. URL: <https://thereader.mitpress.mit.edu/the-art-of-the-shadow-how-painters-have-gotten-it-wrong-for-centuries/>
3. Christopher P. Jones. Art Fundamentals: How Illumination & Shadow Add Meaning to Artworks, The use of light and dark in paintings. United Kingdom. 2022. URL: <https://christopherpjones.medium.com/art-fundamentals-how-light-shadow-add-meaning-to-artworks-38e346c84e0e>
4. Балабуха, Н. М., Здор, О. Г., Радько, К. В. (2024). Дизайн книги як проєктна робота студентів освітньої програми «Графічний дизайн» Університету Грінченка. АРТ-платФОРМА, 9(1), 304-323.

УДК165.74:821.161.2.09Франко(043.2)

Юшкевич Вероніка Миколаївна, студентка кафедри дизайну
Миронова Ганна Анатоліївна, науковий керівник,
член-кореспондент Національної академії мистецтв України,
старший викладач кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ГУМАНІСТИЧНІ ЦІННОСТІ У ТВОРАХ ІВАНА ФРАНКА І ВИКЛИКИ СУЧАСНОГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ

***Анотація.** У статті розглядається феномен гуманістичних цінностей у творчості Івана Франка в контексті сучасних культурних і світоглядних викликів. Проаналізовано гуманістичні мотиви його поетичних, прозових та публіцистичних творів, а також сатиричних і казкових оповідань. З'ясовано, що Франків гуманізм має активний, діяльний характер і ґрунтується на ідеях праці, справедливості, моральної гідності та духовного самовдосконалення людини. Звернення до Франкової спадщини дозволяє осмислити моральні основи сучасного українського суспільства в умовах глобалізації, кризи ідентичності та переоцінки культурних орієнтирів.*

***Ключові слова:** гуманізм, духовність, Іван Франко, ідентичність, культура, сучасність, цінності.*

Вступ. Сучасна цивілізація стоїть перед низкою кризових викликів – моральних, екологічних, культурних і ціннісних. Гуманізм – ідея, що стверджує цінність людини як найвищої міри всього сущого, – знову набуває особливої ваги. В українській культурі провідним носієм гуманістичних ідей став Іван Франко – митець, мислитель, філософ, учений і громадський діяч, який своєю багатогранною діяльністю утвердив людину як центральну цінність буття. У сучасному культурному просторі, де поряд із глобалізаційними процесами триває боротьба за національну ідентичність, звернення до Франкової спадщини допомагає осмислити духовні основи українського гуманізму і знайти відповіді на питання нашого часу.

Актуальність теми зумовлена потребою переосмислення гуманістичних засад людського буття в контексті сучасних цивілізаційних змін і духовного відродження українського суспільства. Зокрема звернення до творчої спадщини Івана Франка набуває особливої актуальності в сучасному культурному просторі, де поряд із

глобалізаційними процесами триває боротьба за національну ідентичність, духовну самобутність і моральні орієнтири.

Метою даної роботи є всебічне дослідження гуманістичних цінностей у творчій спадщині Івана Франка та визначення їхньої ролі у контексті сучасного культурного простору України і світу.

Результати. Перші серйозні аналітичні спроби осмислити сутність духовних пошуків і світогляд Івана Франка з'явилися у 20-30-х роках ХХ століття. Серед дослідників цього періоду окремо слід відзначити постать М. Возняка, який започаткував новий розділ у франкознавстві – вивчення світогляду Івана Франка [1]. Провідними на сучасному етапі дослідження творчості письменника є новаторські ідеї О. Забужко, яка звернулась до національно-екзистенційних пошуків І. Франка, в чий особі сконцентровано духовний досвід переломного для долі національної культури покоління української інтелігенції [2] та Б. Тихолоза, який здійснив комплексне осмислення філософської лірики І. Франка в аспекті діалектичного саморозгортання поетичної рефлексії [5].

Слід зазначити, що у центрі цих численних дослідницьких пошуків залишається постать митця-гуманіста, для якого людина, її духовна сила та гідність становили найвищу цінність. Гуманістичні мотиви наскрізно проходять через усю літературну спадщину Івана Франка – від ліричних поезій до філософських поем і соціально-психологічної прози.

У поемі «Мойсей» [8] Франко розкриває трагедію пророка, який веде свій народ до свободи, але стикається з нерозумінням, сумнівами та зневірою. Цей твір – не лише біблійна алюзія, а й глибока притча про духовне лідерство, моральну самопожертву та вірність ідеалам. Мойсей Франка – гуманіст, який бачить у свободі не привілей, а моральний обов'язок.

У збірці «З вершин і низин» та поезії «Каменярі» [6] Франко утверджує ідею праці як вищої форми людського служіння, як морального імперативу, що перетворює світ і очищує душу. Його «каменярі» – символ покоління, яке, долаючи темряву нещасття й рабства, будує новий світ на засадах правди й любові.

Навіть у сатиричних чи казкових творах – наприклад, у «Лисичці-черничці» [7] – Франко не просто розважає, а вчить: сміх у нього має виховну силу, він спрямований проти брехні, лицемірства, жорстокості. Під іронічною оболонкою цих творів приховано

віру в можливість морального вдосконалення людини, у виховну місію культури.

Таким чином, гуманізм Франка не обмежується співчуттям чи м'якістю серця – це активна етика дії, заклик до боротьби, до праці, до вдосконалення себе і суспільства.

Так, дослідник творчості Івана Франка А. Швець наголошує, що «добро і зло як різні грані духовного буття людини завжди присутні у Франкових творах чи то в мисленнєвих актах персонажів, чи в їхніх учинках, чи в образах персоніфікованих видінь» [4]. Його гуманістичний ідеал – це людина гідності, що здатна чинити опір злу не насильством, а розумом, чесністю, співчуттям.

Для України, що прагне зміцнити свою незалежність і культурну суб'єктність, надзвичайно важливо не втратити духовного стрижня. Гуманізм Івана Франка є частиною українського культурного коду, який поєднує любов до рідної землі з відкритістю до світу, шану до людини з прагненням до справедливості. Адже, як зазначає М. Й. Матковський, «провідна ідея творчості мислителя – служіння інтересам рідного народу та загальнолюдським поступовим, гуманним ідеям» [3].

Висновки. У результаті проведеного дослідження доведено, що гуманістичні цінності у творчій спадщині Івана Франка становлять цілісну систему світоглядних орієнтирів, яка ґрунтується на ідеях людяності, праці, правди, любові та солідарності. Обґрунтовано, що Франків гуманізм є не лише історико-літературним явищем, а й актуальним соціокультурним феноменом, здатним забезпечувати духовну стабільність та моральну самоідентифікацію особистості у сучасному глобалізованому світі. Проаналізовано зміст основних гуманістичних ідей письменника та з'ясовано, що вони мають універсальний характер і можуть бути ефективно застосовані у сучасному гуманітарному дискурсі України та світу. Підтверджено, що Франкове розуміння людяності як найвищої форми культури набуває особливого значення в умовах сучасних цивілізаційних криз, коли моральні орієнтири суспільства зазнають трансформацій.

Список використаних джерел:

1. Возняк М. Пам'яті Івана Франка. Опис життя, діяльності й похорону. Відень, 1916. 92 с.
2. Забужко О. С. Філософія української ідеї та європейський контекст: франківський період. Київ: Основи, 1993. 123 с.
3. Матковський М. Й. Гуманістичні ідеї Івана Франка у становленні сучасної української молоді : автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. Київ, 2014. С.17.

4. Швець А. «Важка до добра дорога»: гуманістичні візії Івана Франка. Слово і час. 2024. №6. С. 30.
5. Тихолоз Б. Філософська лірика Івана Франка: Діалектика поетичної рефлексії: Монографія / Наук. ред. та авт. післям. В.С. Корнійчук. Львів, 2009. 319 с.
6. Франко І. Зібрання творів у п'ятдесяти томах. Том 1. Поезія. Київ: Вид-во «Наукова думка», 1976. 502 с.
7. Франко І. Лисичка-черничка. Краків: Українське видавництво, 1940. 13 с.
8. Франко І. Мойсей. Поема. Львів, 1905. 102 с.

Биковська Діана Миколаївна, здобувачка освіти, група ГДБ- 2-2-4-40д,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

Повідомлення на тему:

**НАРАТИВ ГЕРОЇЗМУ, БОРОТЬБИ, СТІЙКОСТІ ТА ЗАХИСТУ
ДЕРЖАВНОСТІ В УКРАЇНСЬКОМУ ТЕАТРІ ТА КІНЕМАТОГРАФІ, У
МУЗИЧНОМУ, ОБРАЗОТВОРЧОМУ МИСТЕЦТВІ ТА АРТДИЗАЙНІ**

Серед значної кількості мистецьких тем, присвячених супротиву гнобленню українців, їх боротьбі за свободу можна, щодо сьогодення, виокремити такі.

- Українське мистецтво завжди було частиною боротьби за свободу. У театрі, кіно, музиці й образотворчому мистецтві часто показують героїв, які захищають народ і державу.
- Тема героїзму — це приклад сили духу народу. Герої — це не лише воїни, а й звичайні люди, які не здаються в складні часи.
- Театр передає емоції боротьби через живу гру акторів. Сучасні вистави часто присвячені війні, окупації, патріотизму, пам'яті полеглих.
- Кінематограф формує образ захисника України. Фільми, як-от “Кіборги”, “Мирний-21”, “Снайпер. Білий ворон”, показують реальні історії мужності.
- Музика об'єднує й підтримує людей під час боротьби. Пісні воєнного часу, гімни, сучасні патріотичні композиції створюють відчуття єдності.
- Героїчний наратив — це не лише про минуле, а й про сьогодення. Митці, у тому рахунку, образотворчого мистецтва, артдизайну реагують на події війни, створюють твори про стійкість, віру та перемогу (наприклад, Street art - мурали Києва - “Нігоян”, “Привид Києва” тощо).
- Мистецтво допомагає не втратити надію. Мистецтво зміцнює морально, надихає боротися й нагадує, заради чого важливо зберігати державність.

Зайва Яна Олександрівна, здобувачка вищої освіти, група ГДб-1-24-4.0д
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

Повідомлення на тему:

СЕРІЯ ЛИСТІВОК ДО УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ СВЯТ

Представлено серію авторських листівок, присвячених українським народним святкам — Різдву Христовому, Великодню, Івану Купалу, Яблучному Спасу, Святому вечору та Дню врожаю. Кожна композиція передає атмосферу свята — від родинного затишку до літнього обрядового дійства. Українські народні свята є важливою частиною культурної спадщини, адже вони відображають духовні цінності, побут і світогляд нашого народу. Метою створення серії було бажання зобразити традиції української родини і зв'язок людини з природою через певні художні образи.

Ця тема є важливою особисто для мене, хотілося показати, які гарні й теплі наші традиції, і наскільки вони важливі для нас, українців, через їхній безпосередній зв'язок з природою, родиною та добром. У кожного зі свят свій особливий настрій і свої кольори. Тому, як дизайнер, працюючи над листівками, я намагалася не просто малювати картинки, а передати відчуття кожного свята.

Наприклад, у листівці до Різдва я показала родинний затишок, світло свічок і відчуття тепла, коли вся сім'я збирається за святковим столом. У Великодній листівці головними стали яскраві кольори, писанки, весняні квіти — усе, що символізує відродження і радість. Іван Купала — це літо, вогнище, вінки на воді, магія природи, тому ця листівка вийшла найбільш казковою й таємничою. У Яблучному Спасі я хотіла показати щедрість літа, стиглі фрукти й тепло серпневого сонця. Святвечір для мене — це спокій, гармонія та молитва, а День врожаю — вдячність землі за її щедрість.

Для оформлення я використала народні орнаменти, елементи українського одягу, рослинні мотиви й теплі відтінки кольорів, що створюють відчуття гармонії. Написи зроблено акцидентним шрифтом, який підкреслює святковість і додає національного колориту.

Робота спрямована на популяризацію українських свят і традицій серед молоді, а також на збереження культурної пам'яті за допомогою мови графічного дизайну, є

спробою поєднати традиційне народне мистецтво з сучасним графічним підходом. Такі роботи сприяють формуванню національної ідентичності та підтримують інтерес до української культурної спадщини.

Майстренко Анастасія Сергіївна, здобувачка вищої освіти кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

Повідомлення на тему:

НАРАТИВ ГЕРОЇЗМУ, БОРОТЬБИ ТА СТІЙКОСТІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ДИЗАЙНІ

Актуальність дослідження визначається трансформацією ролі дизайну у сучасному українському культурному просторі, що відбулася після початку повномасштабної війни. Дизайн став не лише сферою творчого самовираження, але й ефективним інструментом культурної комунікації, соціального спротиву та фіксації історичної пам'яті. Візуальні образи, створені українськими дизайнерами, формують у свідомості громадян відчуття стійкості, єдності та усвідомлення спільних цінностей. Метою дослідження є виявлення художніх і комунікативних механізмів вираження героїзму, боротьби та національної гідності у сучасному українському дизайні.

Український дизайн у період війни став культурним фронтом країни. Завданням дизайну стало не лише створення візуально привабливої презентації певного продукту поліграфії, а й пропагандою патріотичних ідей. Особливої уваги заслуговують соціальні кампанії та візуальні бренди, що стали впізнаваними не лише в Україні, а й в усьому світі під час повномасштабної війни.

Яскравим прикладом є проєкт «Bravery» від Banda Agency, що став візуальним символом української сміливості. Започаткована у 2022 році у співпраці з Офісом Президента та Мінцифри, ця масштабна кампанія мала на меті закріпити за Україною асоціацію зі сміливістю та показати світові хоробрість українців.. Чітка типографіка, мінімалізм та емоційна напруга у кольорах і композиції створили впізнаваний образ України як країни, що протистоїть страху й хаосу через гідність і мужність. Кампанія отримала міжнародне визнання і стала важливим інструментом культурної дипломатії.

Не менш значущим є рух PosterUkraine — спільнота дизайнерів і художників, які з перших днів війни створюють плакати, що відображають події, біль і героїзм українського народу. Їхні роботи експонуються на виставках у Європі та США, стаючи засобом документування боротьби та водночас терапевтичним актом для самих митців.

Серед ключових мотивів — образ воїна-захисника, жінки-волонтерки, символіка світла і життя як протипага руйнуванню.

Проекти «Pictoric», «UAnimals», «Palianytsia» та «United24», демонструють, як дизайн може поєднувати естетичну форму з гуманістичним змістом. Зокрема, візуальні кампанії благодійних фондів спрямовані на залучення міжнародної аудиторії до допомоги Україні через емоційно чесну, але стриману візуальну мову. Дизайнери активно використовують національні кольори, символіку пшениці, тризуба, птахів як образів волі, а також поєднують традиційні мотиви з сучасною графічною стилістикою.

Візуальна мова героїзму в українському дизайні характеризується поєднанням естетики простоти й внутрішньої сили. Це не патетичний героїзм, а людський — уособлений у звичайних людях, які чинять опір і продовжують жити. Саме тому наратив стійкості формується не лише через зображення солдатів, а й через побутові сцени, плакати про жінок, дітей, волонтерів, тварин — тих, хто символізує життєствердність і незламність. Такий підхід сприяє розвитку гуманістичної парадигми сучасного дизайну.

Висновки. Ідея героїзму, боротьби та стійкості у сучасному українському дизайні є багаторівневим та динамічним явищем. Він відображає не лише історичні події, а й внутрішні стани суспільства — біль, надію, вдячність і віру у перемогу. Дизайн у цьому контексті виступає як форма культурного опору, засіб консолідації нації та водночас міжнародна мова комунікації про цінність свободи. Таким чином, сучасний український дизайн не лише фіксує реальність війни, а й формує нову етико-естетичну парадигму, в центрі якої — людина, її гідність і незламність.

Список використаних джерел:

1. Banda Agency. Bravery — бренд України. URL: <https://bravery.in.ua>
2. PosterUkraine — українська плакатна ініціатива. URL: <https://posterukraine.com>
3. Pictoric. Проекти українських ілюстраторів. URL: <https://pictoric.com>
4. United24. Офіційна платформа підтримки України. URL: <https://u24.gov.ua>
5. Сидоренко О. Візуальна комунікація у кризові періоди: український досвід. // Культура і мистецтво, 2023.

Москаленко Діана Андріївна, здобувачка вищої освіти, група ГДб-1-24-4.0д
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

Повідомлення на тему:

НЕ ПРАВИЙ БЕРЕГ

Київ – серце України, поділене річкою Дніпро на два береги. Досліджуючи культурний ландшафт столиці України, було виявлено, що його Правобережжя є магнітом як для молоді так і для дорослих. Різноманітні бізнеси, івент-холи, музеї та галереї переважно розміщуються на Правому березі міста. Лівобережний масив (неформально — Лівобережка) — житловий район Києва, зведений у 1970-х роках на місці колишньої Микільської Слобідки, незаслужено обходять увагою і даремно, адже велика частина киян проживає саме на Лівому березі Дніпра. Тут розташовані: Київський академічний театр драми і комедії, Міжнародний виставковий центр, арт-галерея “Panopticum” у Дніпропетровському районі Києва (на ДВРЗ), Патріарший собор Воскресіння Христового Української Греко-Католицької Церкви, Культурний кластер “Краків”, Музей Пошти та мініатюр. Чисельність населення житлових районів Лівобережжя робить цей простір потенційно привабливим для розвитку підприємств, культурних ініціатив і громадських просторів.

Система парків Лівого берега — справжня перлина нашого міста. Саме на це звертає увагу проєкт «Не Правий берег», який має на меті популяризувати культурний ландшафт Лівобережжя та висвітлити його паркові й культурні зони відпочинку.

У межах проєкту розроблено серію з шести листівок та конверт у вигляді мініатюрних інтерактивних мап. Вони містять додаткову інформацію, що допоможе орієнтуватися у парках Лівого берега та віднайти цікаві локації, позначені ромбовидними фігурами з нумерацією. Конверт із легендою слугує довідником, який пояснює розташування об’єктів на листівках. Для зручності користувачів додано ексклюзивні факти, прокладено маршрути до парків і розраховано орієнтовний час прибуття — пішки та громадським транспортом. Все зручно і легко!

Популяризація Лівого берега – крок до єднання міського простору. У час війни особливо важливо розвивати та збагачувати культурний ландшафт усіх частин столиці, відновлюючи баланс між двома берегами міста. Проєкт «Не Правий берег» — це спроба подивитися на Київ по-новому, побачити гармонію там, де її часто не помічають.

Остапенко Світлана Сергіївна, здобувачка вищої освіти, група ГДб-2-24-4.0д
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

Повідомлення на тему:

**РОЛЬ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО МИСТЕЦТВА У ФОРМУВАННІ
МІЖНАРОДНОГО РОЗУМІННЯ ВІЙНИ: ХУДОЖНИК ЯК ПРОВІДНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ДОСВІДУ**

Сучасне українське мистецтво стало тією мовою, що ретранслює національну травму та досвід війни для світової спільноти. Художники виконують роль рупорів емоцій та пам'яті, трансформуючи особисті переживання в універсальні образи, які стають життєво важливим інструментом культурної дипломатії. Дослідження показують, що цифрове мистецтво (плакати, ілюстрації, NFT,) стало домінуючим в медіа, оскільки кіберпростір забезпечує безпеку та швидкість для оперативного поширення наративів стійкості та спротиву. Окрім візуалізації українського спротиву (через стріт-арт, що є формою експлікації травми), мистецтво і митці є активно залученими до психосоціальної реабілітації військових та цивільних. Цільові програми арт-терапії допомагають опрацьовувати травматичний досвід без слів, сприяючи відновленню внутрішнього спокою та соціальній реінтеграції. Успіх українського візуального наративу є результатом синергії творчої сили художника та інституційної підтримки (як-от PinchukArtCentre, MOCA NGO та Український Інститут). Стратегічне просування цих арт-проектів на міжнародні арени, наприклад, експозиції у Гаазі, трансформує художній твір на юридично вагомий візуальний доказ воєнних злочинів, сприяючи формуванню глобального консенсусу щодо необхідності правосуддя.

Попович Руслана Олександрівна

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

Повідомлення на тему:

ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНЕ ОСМИСЛЕННЯ ТЕМАТИКИ СПРОТИВУ, ОПОРУ АГРЕСІЇ ТА МИСТЕЦЬКІ ПРАКТИКИ ВІДНОВЛЕННЯ МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я ВОЇНІВ

Агресія в Україні актуалізувала подвійну роль мистецтва: фіксація національного спротиву та психоемоційне відновлення захисників. Художньо-образна сфера є потужним інструментом, що відображає незламність нації (тема спротиву) і водночас слугує терапевтичним простором для зцілення травм воїнів (практики відновлення).

Осмислення спротиву в мистецтві:

Художньо-образне осмислення опору створює символічні коди та архетипи (Воїна-Захисника, стійкості Народу), які консолідують суспільство та зберігають історичну пам'ять. Ці образи, насичені емоційним змістом, надають сенс боротьбі та мотивацію. Мистецтво перетворює травму на свідому пам'ять, а опір – на етичну цінність, виконуючи роль культурного "щита", який стверджує людську гідність.

Мистецькі практики як шлях до зцілення:

Мистецтво набуває критичного значення як інструмент відновлення ментального здоров'я військовослужбовців, чий бойовий досвід часто призводить до ПТСР та труднощів у вербалізації пережитого. Арт-терапія (малювання, музикотерапія, драма) виступає як ефективний, невербальний метод психокорекції та реабілітації.

Рибченко Вероніка Іванівна, здобувачка вищої освіти, група ГДб-1-24-4.0д
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

Повідомлення на тему:

КОЛИ МІФ СТАЄ ІСТОРІЄЮ: ПОДОРОЖ У СВІТ ЄГИПЕТСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Проект “Єгипетська міфологія”, що його було створено під час навчального курсу з дисципліни “Серії друкованої продукції”, представляє шість листівок формату А-4. Кожна з цих листівок зображає певний графічний елемент одного із символів єгипетської міфології. Обрано шість найвідоміших символів, а саме – Око Сонця, Анх, Скарабей, Лотос, Око Місяця та Посох і Ціп. Усі ці символи мають значення людських або природних благ. Певні паралелі зі значеннями символів стародавнього Єгипту можна прослідкувати у символіці української міфології.

“Око Сонця” являє собою око бога Ра і символізує божественний захист, відродження і сонячну енергію. В українській міфології є образ Дажбога – бога Сонця, подібного до Ра. Наступним є “Ключ життя” або “Анх” – з назви випливає значення символу. Для України схожим за значенням є знак хреста. Знак “Скарабея” у єгиптян уособлює переродження та захист, а в українській міфології подібне значення має знак «змій» або «сонячне коло» – символ циклічності та оновлення. В стародавні часи як у Єгипті, так і в Україні, вважалося, що життя рухається по колу, як сонце. В обох культурах присутня квітка, що є символом духовності і краси. Єгипетський “Лотос” – символ жіночності і український цвіт калини. Символом бога Тота є “Око Місяця”, що уособлює мудрість та інтуїцію. В Україні місяць теж вважався охоронцем ночі, символом таємниць та жіночої енергії. В обрядах часто згадується пара “Сонце – Місяць”, як у єгипетській традиції Ра – Тот. “Посох і ціп” у єгипетській традиції є символом влади, опіки над народом і божественного порядку. За часів Гетьманства подібне значення мали жезл та булава. В обох традиціях – предмети влади, що об’єднує земний світ і духовний.

Лаконізм дизайну серії розкриває історичну та міфологічну частину єгипетської культури в парі із українською. Це хороший та цікавий спосіб популяризувати серед широкого загалу маловідому часточку історії нашої батьківщини.

Тернавська Кіра Олегівна, здобувачка вищої освіти, група ГДб-1-24-4.0д
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

Повідомлення на тему:

РОЗРОБКА СЕРІЇ ЛИСТІВОК ПРО КРАСУ МІНЕРАЛІВ «ГЕОМЕТРИЯ ПРИРОДИ». ПРЕЗЕНТАЦІЯ ДОСВІДУ РОБОТИ

Колекцію листівок розроблено в рамках навчальної дисципліни «Серії друкованої продукції». Кожна з листівок присвячена унікальному кристалу чи мінералу. Темою серії стало дослідження, як за допомогою кольору та форми можна передати характер предмета.

У цьому проекті зображено шість каменів: рожевий кварц, аметист, гірський кришталь, авантюрин, агат і цитрин. Серія листівок присвячена феномену природної краси кристалів та мінералів. Наш світ здатний самотійно створювати об'єкти, естетика яких вражає та здається майже «іншопланетною». Натхненням став контраст між земним походженням мінералів і тим, що камені виглядають як магічні артефакти. Основною ідеєю серії було передати унікальну енергію та характер кожного каменю за допомогою певного кольору та форми, проілюструвати різноманіття природної краси від різких кристалічних структур до м'яких та органічних форм.

«Рожевий кварц» зображено в рожевих і бузкових тонах на м'якому пастельно-зеленому тлі. Палітру було використано для передачі енергії любові і ніжності. «Аметист» постає глибоким насиченим фіолетовим кольором. Камінь аметисту часто асоціюється з духовністю та інтуїцією

«Гірський кришталь» втілює абсолютну чистоту і внутрішню гармонію. Поряд з ним «Авантюрин» несе в собі енергію удачі, процвітання, зв'язку з природою.

«Агат» був обраний для розкриття краси його внутрішньої структури. Яскраві червоні та сині візерунки на синьому тлі символізують стабільність і моральну стійкість. Останнім каменем серії є «Цитрин». Камінь сонця і позитиву проілюстрований за допомогою динамічної композиції. Яскраво-жовтий і рожевий на світло-блакитному тлі передають оптимізм та достаток.

Головним завданням стало передати сутність та настрій, використовуючи лише

базові інструменти графічного дизайну – колір та форму. В результаті мета досягнута шляхом ретельного підбору палітр та композиційних рішень. Серія «Геометрія природи» демонструє, що простими засобами можна передати складні поняття.

УДК 741.05:794

Колосова (Садовська) Таїра Анатоліївна, студентка 4 курсу, спеціальність “Графічний дизайн” Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Балабуха Наталія Миколаївна, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ТА ЕМОЦІЙНА ВЗАЄМОДІЯ У НАСТІЛЬНІЙ ГРІ “ШАЛЕНІ МОРДАХИ”

Анотація: Представлено авторський задум бакалаврського дипломного проєкту, присвяченого розробці оновленого візуального стилю карткової гри «Шалені мордахи». Візуальна комунікація є одним із ключових аспектів сучасного графічного дизайну, адже саме через зображення, колір, форму та композицію відбувається взаємодія між продуктом і користувачем. У контексті настільних ігор це має особливе значення, адже візуальний стиль безпосередньо впливає на емоційне сприйняття, інтерес та залученість гравців.

Ключові слова: карткова гра, дизайн, айдентика, редизайн, ілюстрація, дипломний проєкт.

Основний текст:

Настільні ігри на сьогодні є популярним видом дозвілля, який поєднує розвагу, емоційний контакт між гравцями та спілкування. Сучасний гравець цінує не лише цікавий ігровий процес, а й якісний дизайн, що формує перше враження про продукт. Тому актуальність дипломного проєкту полягає у створенні сучасного візуального рішення для карткової гри «Шалені мордахи» — гри, у якій ключову роль відіграють персонажі та їхні емоції.

Гра «Шалені мордахи» побудована на поєднанні гумору, експресивної графіки та яскравої кольорової палітри, що створює атмосферу легкості та веселощів. Кожен персонаж гри має унікальний характер і міміку, які допомагають передати настрій і

стимулюють комунікацію між гравцями. Через візуальні образи та графічні рішення гра формує позитивний емоційний досвід, сприяє спілкуванню, співпереживанню та креативному мисленню. Демонструє, як засоби візуальної комунікації можуть перетворити звичайну настільну гру на засіб емоційної взаємодії та розширення соціальних зв'язків.

Метою дипломного проєкту є аналіз і розробка візуальної системи настільної гри «Шалені мордахи», яка поєднує художню виразність із психологічним впливом на гравців, створюючи цілісну емоційну атмосферу гри.

На момент розробки гра перебуває у стадії концептуального проєктування. Основна ідея полягає у переосмисленні графічної візуалізації попередньої версії «Шалених мордах» і створенні нового графічного стилю, який зможе конкурувати на ринку настільних ігор. У процесі підготовки зібрано візуальні референси, проведено аналіз стилістичних напрямів у сучасному ігровому дизайні, а також визначено ключові вимоги до майбутнього продукту: впізнаваність, динамічність, простота сприйняття та позитивний емоційний ефект.

Велика увага приділяється ілюстраціям персонажів, адже саме вони формують характер і настрій гри. Для створення унікальних образів планується використовувати ручну графіку з подальшою цифровою обробкою у векторному форматі.

Під час дослідження проаналізовано низку успішних настільних ігор, таких як УНО, Монополія, Мафія, які використовують яскраві кольори, виразну типографіку й впізнаваних персонажів. На основі цього аналізу формується нова графічна концепція гри «Шалені мордахи», орієнтована на українського користувача, але з потенціалом для розповсюдження на міжнародному ринку.

Подальші етапи роботи над дипломним проєктом включають створення серії ескізів, тестування візуальних варіантів, розробку макетів карт, пакування та рекламних матеріалів. Результатом має стати цілісний графічний комплекс — від ілюстрацій до брендової айдентики, який зможе повноцінно представити гру як сучасний продукт.

Висновки.

Проект ребрендингу карткової гри «Шалені мордахи» перебуває на етапі творчого пошуку та дослідження. Робота спрямована на формування сучасного дизайну гри, що поєднує креативність, національну самобутність та професійний підхід до візуаль-

ної комунікації. Очікуваним результатом стане створення нового образу гри, здатного викликати позитивні емоції у гравців і зацікавити широку аудиторію.

Список використаних джерел:

1. Вайт. А В. Основи графічного дизайну : навч. посіб. — Київ: [ArtHuss], 2023. — 240с.
2. Левенець О. І. Графічний дизайн як засіб візуальної комунікації : електронний навчальний модуль розміщено на сайті [Левенець О. І. Графічний дизайн як засіб візуальної комунікації : Електронний посібник - Модуль. Графічний дизайн (<https://sites.google.com/view/dcptoformat/informatika-10-11/modul-grafichnyi-dizajn>). Режим доступу: URL. Дата доступу: 5.11.2025.
3. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям: монографія. Київ: ArtHuss, 2023. 206с.

УДК 7.012:655.533]:159.937.51(043.2)

Белова Яна Євгенівна студентка кафедри дизайну, Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Волгін Юрій Євгенович науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну. Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

РОЛЬ КОЛЬОРУ У ФОРМУВАННІ ЕМОЦІЙНОЇ АТМОСФЕРИ ІЛЮСТРАЦІЇ

***Анотація.** Розглянуто роль кольору в контексті дизайну та ілюстрації. Як насиченість та співвідношення кольорів впливає на атмосферу ілюстрації, на прикладі ілюстраторів «золотої доби». Було проаналізовано роль та особливості використання кольору в польській школі плакату. Досліджено його психологічні та символічні аспекти.*

***Ключові слова:** Колір, графічний дизайн, ілюстрація, колірна гама, сприйняття кольору.*

Вступ.

Колір завжди мав важливу роль у створенні образів. Він не лише формує композицію, а й виконує емоційну функцію – допомагає передати настрій, атмосферу, внутрішній стан персонажів, ідею твору. Правильний вибір кольорів на ілюстраціях може зробити його більш живим, цікавим і легким для розуміння глядачами. [1] Ілюстратори можуть використовувати різноманітні поєднання кольорів, тим самим підкреслюючи напруженість моменту. Правильне використання кольору дає можливість подати важку та важливу тему в невимушеній атмосфері (наприклад для дитячих книжок).

Матеріали та методи.

Об'єктом цього дослідження виступає колір, як один з фундаментальних елементів у створенні ілюстрації. Предметом є його способи реалізації в ілюстраціях. Матеріалами студіювання виступили ілюстраційні роботи Едмунда Дюлака та плакати польської школи дизайну. Використано метод системного аналізу візуальності кольору в плакатах та ілюстраціях.

Результати.

Сучасне розуміння поняття кольору започаткував Ісаак Ньютон, з його відкрит-

тям фізичних властивостей видимого (білого) світла, складу світлового проміння, а також світлового спектру випромінювання. До кола учених, які здійснили значний внесок у вивчення та розуміння суті світла та кольору долучилися: Гіппократ, Абу Алі ібн Сіна (Авіценна), Леонардо да Вінчі, Ісаак Ньютон, М. В. Ломоносов, О. І. Реріх, В. М. Бехтерев, Е. Герінг, Г. Гельмгольц, Р. Штайнер та ін. [2]

Визначено, що найсильніший вплив кольору буде спрямований радше до почуттів, ніж до розуму, і матиме емоційне, а не інтелектуальне значення. Колір – атрибут форми, але він не може її замінити. Якщо дитині дати розмальовку та кольорові олівці, це розважить її – розфарбовуючи корову у фіолетовий колір з рожевими плямами; проте корова залишиться коровою, так само як хамелеон лише намагався стати генієм свого виду, але луснув у спробі злитися з оточенням, перетворившись на тартан. [3]

Яскравим прикладом важливості кольору в ілюстрації є роботи Едмунда Дюлака, цей всесвітньо визнаний ілюстратор використовував різноманітні комбінації кольорів, але з прослідковуваними патернами. Схоже, що Дюлак використовував у своїх картинах аналогічні кольори парами або трійками (а також їхні комплементарні відтінки). Зазвичай він застосовував лише один або два кольори повної насиченості (частіше за все синьо-фіолетовий або темно-кадмієво-червоний), щоб підкреслити переважно нейтралізовану палітру. В його варіаціях кольори повної насиченості вирізнялися, немов маяки, надаючи життєвості та динаміки стриманим відтінкам решти нейтралізованої колірної гами. [4]

Про коректні кольорові рішення точно все знає польська школа плакату. Під впливом яскравих кольорів народного мистецтва вони поєднують друковані гасла, часто написані від руки, з популярними символами, створюючи стислу метафору. Використовуючи такі характеристики, як живописний жест, лінійність і яскраві кольори, а також індивідуальність, гумор і фантазію, польський плакат зробив різницю між дизайнером і художником менш очевидною. Плакати польської школи плакату значно вплинули на міжнародний розвиток графічного дизайну в плакатному мистецтві.

Висновки.

Колір відіграє ключову роль у створенні атмосфери ілюстрації, адже саме через колір ілюстратор передає настрій, емоційний стан та зміст зображуваного. Вдало підібрана палітра здатна не лише посилити візуальний вплив твору, а й спрямувати увагу глядача, підкреслити характер персонажів чи подій. Колір формує емоційний тон ілю-

страції – від спокою та гармонії до напруги чи тривоги – і таким чином стає одним із головних засобів художньої виразності, що визначає цілісність і глибину образу.

Список використаних джерел.

1. Чому колір такий важливий у створенні ілюстрацій? <https://abysm.kukhnia.cx.ua/ukraincyam/chomu-kolir-takiy-vazhliviy-u-stvorenni-ilyustraciya.html>
2. Розанов, М. П. «Психологія кольору: особливості, вплив і семіотичне значення.» *Збірники наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса.* (2019): 188-190.
3. The art of illustration by Sullivan, Edmund J. (Edmund Joseph)
4. Me and Edmund Dulac <https://flyingponystudios.blogspot.com/2014/08/me-and-edmund-dulac.html?m=1>
5. Polish School of Posters
https://en.wikipedia.org/wiki/Polish_School_of_Posters