

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Запорізький національний університет · Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Черкаський державний технологічний університет · Національна спілка художників України
Науковий фаховий журнал «Український мистецтвознавчий дискурс»

KYIV DESIGN CONFERENCE 2026

Київська конференція з дизайну.
Сталий розвиток суспільства
та дизайн-діяльність у просторі
айдентики територіальних громад

16 квітня 2026 р.
м. Київ

УДК 7.05:655.4]:004.8(043.2)

Коведа Аполлінарія, студентка кафедри дизайну

Миронова Ганна, науковий керівник, член-кореспондент Національної академії мистецтв України, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ДИЗАЙНІ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ КНИГАРЕНЬ: ІНСТРУМЕНТИ ТА ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ.

Анотація. У статті розглядається використання штучного інтелекту у дизайні візуальної комунікації книгарень. Проаналізовано основні інструменти штучного інтелекту, які можна використовувати для створення візуального контенту в соціальних мережах. Також визначено основні переваги та недоліки використання штучного інтелекту у сфері дизайну. У результаті дослідження встановлено, що штучний інтелект може бути ефективним інструментом для створення сучасного та привабливого візуального контенту, а також для просування бренду книгарні у соціальних мережах.

Ключові слова: штучний інтелект, візуальна комунікація, дизайн, соціальні мережі, контент, книгарня, брендинг, генеративні нейромережі.

Вступ. В сучасному світі технології розвиваються з неймовірною швидкістю і прикладом таких технологій є штучний інтелект, який зараз активно використовується для покращення та полегшення роботи в оформленні соціальних мереж. Оскільки візуальний контент стає важливим компонентом комунікації бренду, постає питання як дизайн робити швидше, різноманітніше та вдало для аудиторії. Оскільки тренди та контент загалом є швидкоплинними, від дизайнера вимагається гнучкість та опрацювання великої кількості контенту. Саме тоді штучний інтелект стає оптимальним інструментом, який допомагає в організації багатьох процесів, як наприклад розробка стратегії або генерації візуальних елементів. Оскільки книгарні стають дуже популярними місцями для відпочинку, розвитку, досліджень, заходів, та відповідно повинні мати аналогічний акаунт у соціальних мережах, який би залучав більшу аудиторію. Саме тому в цій статті було розглянуто як штучний інтелект може покращити візуальну комунікацію та зробити роботу над контентом ефективнішою.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є процес візуальної комунікації книгарень у соціальних мережах.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є використання технологій штучного інтелекту для створення візуального контенту та формування візуального стилю книгарень у соціальних мережах.

Мета дослідження. Метою дослідження є визначення можливостей використання штучного інтелекту у дизайні візуальної комунікації книгарень, а також дослідження сучасних інструментів штучного інтелекту для створення контенту в соціальних мережах.

Матеріали і методи. У процесі дослідження було використано методи аналізу наукових джерел та інтернет-ресурсів, порівняння можливостей традиційних методів створення візуального контенту та інструментів штучного інтелекту, а також метод узагальнення отриманої інформації. Крім того, було застосовано метод візуального аналізу прикладів використання штучного інтелекту при створенні контенту для соціальних мереж.

Результати. На сьогодні соціальні мережі стали одним із основних майданчиків для просування бренду та його реклами. Оскільки велика кількість людей користується соціальними мережами, бренди можуть якнайшвидше та ефективніше знайти свою аудиторію та стати впізнаваними. На даний момент найпопулярнішим інструментом для ефективного ведення сторінки є саме використання ШІ починаючи від аналізу, розробки стратегії, закінчуючи створенням самого контенту. В цій статті було розглянуто саме випадок залучення ШІ для розробки візуального стилю книгарень та подібних культурних просторів. Саме штучний інтелект стає невід'ємною частиною прогресу та розвитку багатьох сторінок в соціальних мережах, але також потребує знання як їм користуватись

для швидшої та ефективнішої роботи.

Було розглянуто як саме ШІ може допомогти та розширити можливості при створенні візуальної комунікації. Відповідно до статті «MediaHead» [1] до цих можливостей можна включити такі елементи: генерація зображень та відео, які можна використовувати для створення дописів, сторис, та іншого типу контенту, а також ретушування та покращення якості зображень. Також набуває поширення ШІ-представник бренду, або група людей, які просувають контент, а саме UGC-крейтори. Ці всі інструменти потенційно можуть стати результативними та можуть мати позитивний вплив на покращення сторінки книгарень та їх промоцію.

Якщо розглядати книгарні, які вже мають свої профілі в соціальних мережах та активно їх ведуть, то зазначено, що наразі ШІ як візуальний інструмент використовується вкрай рідко та не має своєї популярності в цій ніші, однак має гарний потенціал. Найпоширенішим стає візуалізація книг на різних фонах, що дає можливість економити час, та робити предметні фотозйомки набагато швидше. Однак можна на цьому не зупинятися та створювати візуальний контент, що охоплює також і відео.

Було досліджено, що окрім економії часу та грошей, ШІ має також і інші переваги, наприклад велика варіативність дизайну. Звертаючись до статті *New Strategies* [2] наразі стокові сервіси не можуть запропонувати таку різноманітність контенту як генеративній нейромережі, такі як Nano Banana, Midjourney, DALL-E, Adobe Firefly, ChatGPT для зображень, та Runway для відео. Стає все легше та зручніше згенерувати необхідні матеріали в одному стилі за допомогою ШІ, аніж витратити купу часу на пошук елементів на стокових сервісах. Тим не менш ШІ може видавати помилки, або видавати схожі елементи які вже існують, тому вимагає перевірки. Окрім як варіативності, залучення ШІ для просування сторінок книгарень в соціальних мережах, може набагато покращити та оновити вигляд контенту, створювати зображення, які захоплюють, та створюють нову просунуту ланку в контенті.

Відзначивши переваги, також варто зазначити також і недоліки які має ШІ. Багато, хто вважає що ШІ може бути загрозою, однак варто сказати, що це лише інструмент, який також вимагає певних знань у використанні. Безсумнівно він набагато полегшує роботу, проте варто враховувати можливі ризики, як проблема авторського права, одноманітність дизайну, потреба в редагуванні. [3] Професія дизайнера трансформується, так само як і не стоїть на місці розвиток технологій та дизайнерських інструментів.

Висновки. Проведене дослідження показало, що штучний інтелект – це нова можливість для дизайнерів і брендів створювати унікальний та захоплюючий контент, а також може стати новим трендом та може покращити сторінки книгарень, стати оригінальними та сучасними у своїй ніші. Оскільки роль штучного інтелекту в створенні контенту буде тільки зростати, та вона вимагає вивчення та опановування цього інструмента дизайнерами.

Список використаних джерел:

1. AI-дизайн: як штучний інтелект змінює візуальний контент 2025 р. URL <https://cases.media/article/ai-dizain-yak-shtuchnii-intelekt-zminyuye-vizualnii-kontent>
2. Як штучний інтелект витісняє стокові фото та ілюстрації? 2024 р. URL <https://cases.media/article/yak-shtuchnii-intelekt-vitisnyaye-stokovi-foto-ta-ilyustraciyi>
3. Манскова Ю. Штучний інтелект у дизайні: помічник чи загроза професії / Ю. Манскова // Інформаційні технології в сучасному світі: дослідження молодих вчених : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. молодих учених, аспірантів та студентів, 16–17 лютого 2023. – Харків : ХНЕУ імені Семена Кузнеця, 2023. – С. 136.
4. 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.