

Міністерство освіти і науки України
Черкаський державний бізнес-коледж
Черкаський художній музей



II ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

(28 листопада 2024 р.)

Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація:
ТРАДИЦІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Збірник матеріалів



м. Черкаси 2024

УДК: 378.008(304)766(655)+316.472.4:[37.016:811]

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Черкаського державного бізнес коледжу
Протокол № 03-24/25 від 12.12.2024 р.*

Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація: традиції та сучасність:
Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції. (28 листопада 2024 р., м. Черкаси). – Черкаси : ЧДБК, 2024. – 134 с.

Організаційний комітет конференції

Куклін О.В. – голова, т.в.о. директора ЧДБК, д-р екон. наук, професор, заслужений працівник освіти України, депутат Черкаської обласної ради;

Азьмук Н. А. – заступник директора з навчально-методичної роботи, д-р екон. наук, доцент;

Касьян Т. К. – канд. пед. наук, доцент, завідувач кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін, заслужений художник України;

Музиченко В.М. – завідувач відділення дизайну;

Гладун О. Д. – канд. мистецтвознавства, доцент, заслужений діяч мистецтв України, директор Черкаського художнього музею;

Васильчук Є. О. – д-р політ. наук, доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін;

Куксенко С. І. – канд. істор. наук, доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін;

Іванова І. В. – канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін;

Пархоменко Т. О. – відповідальний секретар.

У збірнику висвітлені результати студентських наукових досліджень із соціокультурних проблем, мистецтвознавства, дизайну та комунікаційної мовної культури.

Представлені у матеріалах науково-практичної конференції тези учасників подані в авторській редакції та відображають власну наукову позицію авторів. Автори тез несуть повну відповідальність за точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних та джерел посилання.

ЗМІСТ

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 1. СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНІ ДИСЦИПЛІНИ

<i>БЕЗДЕНЄЖНИХ Марина</i>	Мовний етикет в різних культурах: порівняльний аналіз	6
<i>МЕЩЕРЯКОВ Артур</i>	Ювелірні вироби як об'єкт колекціонування та інвестування	8
<i>ВАСИЛЬЧУК Євген</i>	Формування пізнавального інтересу до народних звичаїв і традицій у художній діяльності молодших школярів	9
<i>ГОРДІЙЧУК Олена</i>	Візуальне мистецтво у викладанні іноземних мов: розвиток комунікативних навичок через інтерпретацію мистецтва	11
<i>ГУДКОВА Олександра</i>	Проблема етики штучного інтелекту	13
<i>МИШЕНКО Марія</i>	Соціальна культура: міст між минулим і майбутнім	14
<i>ЖОЛУДЬ Михайло</i>	Мем як мистецтво: цифровий фольклор і соціальні меседжі сучасного суспільства	17
<i>КУКСЕНКО Сергій</i>	Унікальні аспекти та переваги навчання в Університеті прикладних наук м. Фульда, Німеччина за програмою академічної мобільності Еразмус+	20
<i>ШАПОВАЛ Валентина</i>	Від студента до Героя	22
<i>МАСЛОВА Дар'я</i>	Ментальна культура суб'єкта освітньої діяльності у вимірі особистої ефективності	24
<i>ПАРХОМЕНКО Тетяна</i>		
<i>ТУНІК Наталія</i>		
<i>ЧЕРКАШИНА Тетяна</i>		

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 2. СУЧАСНА ВІЗУАЛЬНА КУЛЬТУРА

<i>КАСЬЯН Тетяна</i>	Зв'язок декоративно-прикладного мистецтва з дизайном	27
<i>БІЛОГОЛОВА Влада,</i> <i>АФАНАСЬЄВА Дар'я</i>	Ідеї констуктивізму Василя Єрмілова у сучасному дизайні	29
<i>ХРЕБТО Тамара</i>	Айдентика сучасних квіткових салонів	31
<i>БОЙКО Анастасія</i>	Етапи становлення комунікативного дизайну	34
<i>ВАКУЛЕНКО Ольга</i>	Вплив мікроанімацій на залучення користувачів та зручність навігації в сучасних застосунках	36
<i>БОРИСОВ Юрій</i>	Українське бароко Черкащини - відлуння козацької слави в архітектурі	38
<i>КУДРЕВИЧ Вікторія</i>	Ілюстрація як вид графічного дизайну	41
<i>ВАКУЛЕНКО Ольга</i>	Впровадження штучного інтелекту у навчання англійської мови: виклики та можливості для закладу освіти	43
<i>ВАСИЛЕВСЬКА Анастасія</i>	Етнічна спадщина українського орнаменту в сучасному дизайні інтер'єру	45
<i>ВІЄЦЬКА Ангеліна</i>	Особливості айдентики в продукції для притулку тварин	47
<i>ВЕРЕЩАКА Валентина</i>	Ілюстрація української книги в сучасному дизайні	48
<i>ГЛІНСЬКА Владислава</i>	Вплив візуальної культури на трансформацію сучасного	50
<i>ВОВНЕНКО Софія</i>		
<i>ХРЕБТО Тамара</i>		
<i>ДУБЕНЕЦЬ Марія</i>		
<i>ДУШЕЙКО Нітай</i>		
<i>ХРЕБТО Тамара</i>		
<i>ЖИГАЛО Анна</i>		

	мистецтва і дизайну	
<i>КАСЬЯН Тетяна</i>	Живопис в графічному дизайні	52
<i>ГЛАДЬКО Максим</i>		
<i>КРИВДА Софія</i>	Візуалізація соціальних проблем в серії плакатів	54
<i>ХРЕБТО Тамара</i>		
<i>КУКСЕНКО Сергій</i>	Етнічні елементи у моделюванні одягу та графіці	57
<i>ЛЯШУК Євгенія</i>	Шрифтів в епоху постмодернізму	59
<i>КУЦЮлія</i>	Історія театральних афіш	61
<i>ЛИТВИН Катерина</i>	Айдентика для закладів громадського харчування	63
<i>ВАКУЛЕНКО Ольга</i>		
<i>ЛУГОВСЬКИЙ Олександр</i>	Засоби досягнення програмних результатів на ОПП «Промисловий дизайн». Клаузура	64
<i>МАЙСТРЕНКО Альона</i>	Календар на основі українського міфологічного пантеону	66
<i>МАНЗЕНКО Іван</i>	Важливість додрукарської підготовки в макетах	67
<i>МАСЛОВА Марія</i>	Соціокультурна трансформація вуличного мистецтва в Україні: зміни тем і стилів за останні двадцять років	71
<i>МУЗИЧЕНКО Валентина</i>	Вплив виставкової діяльності на формування професійних здібностей студентів дизайнерів	73
<i>КРАВЦОВ Олексій</i>		
<i>НАЗАРОВА Олександра</i>	Історія війни в ілюстраціях Джорджа Батлера	75
<i>ТАРАНУХА Аліна</i>		
<i>ХРЕБТО Тамара</i>	Візуалізація серії соціальних плакатів екологічного спрямування	78
<i>НАУМЕНКО Ангеліна</i>		
<i>СПРА Оксана</i>		
<i>НИЖЕГОРОДЦЕВ Владислав</i>	Штучний інтелект як елемент медіаконтенту візуальної культури	80
<i>НИЖЕГОРОДЦЕВ Владислав</i>	Програмний рушій анімації euphoria як елемент ігрової візуальної культури	82
<i>БАРАНІВСЬКИЙ Денис</i>		
<i>НІКІТЧЕНКО Вероніка</i>	Творчий доробок Альбрехта Дюрера у галузі гравюри	85
<i>НЕДІЛЬКО Домініка</i>		
<i>ВІРОЦЬКА Юліана</i>		
<i>КУКОЛЬ Світлана</i>	Особливості дизайну вебсайтів відомих пекарень	87
<i>ОБІЗНА Лілія</i>		
<i>ПАЗИНИЧ Владислава</i>	Стінописи української боротьби	89
<i>МАМТЄЄВА Вікторія</i>		
<i>ХРЕБТО Тамара</i>	Роль дисципліни “Основи композиції” для здобувачів вищої освіти у майбутній професії дизайнера	90
<i>ПЕСТИЧ Алла</i>		
<i>РОМАНЕНКО Єлізавета</i>	Техніка монотипії в сучасному графічному дизайні	92
<i>ПОЛИГАЧ Аліна</i>		
<i>ХРЕБТО Тамара</i>	Українські знаки-символи в графічному дизайні	93
<i>СПРА Оксана</i>		
<i>СОБОЛЕВА Владислава</i>	Міфологічні персонажі в українській народній культурі	95
<i>СТЕПАНЕНКО Анастасія</i>	Використання об’єкта для передачі інформації: вибір та поєднання елементів	97
<i>ХРАМОВА-БАРАНОВА Олена</i>	Національні риси в образотворенні прикрас в Україні	98
<i>ХУТКА Тетяна</i>		
<i>ХРЕБТО Тамара</i>	Український авангард в графіці Бориса Косарева та	

Василя Єрмілова

ЯЦЕНКО Яна
ГОРДІЄНКО Ілля

Сучасний патріотичний плакат як артсупротив
українських художників

100

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ 3. КОМУНІКАЦІЙНА МОВНА КУЛЬТУРА

<i>АНТОНЕНКО Анна</i>	The role of programming in cultural heritage preservation: digitalization and archiving	102
<i>КУДІНОВ Матвій</i>	Requirement analysis for a UI/UX design career	104
<i>БОЙКО Анастасія</i>	Social networks as part of modern social culture	106
<i>БОРИСЕНКО Олена</i>		
<i>МУСТАФА Оксана</i>	Colors and intercultural communication	107
<i>ВДОВИЧЕНКО Дарина</i>	Insight into current trends in graphic design	109
<i>ВІЄЦЬКА Ангеліна</i>	The power of minimalism: why less is more	110
<i>ВОВНЕНКО Софія</i>	Dark souls 1: critical game design analysis	111
<i>ВОЛОДІН Глеб</i>	Genshin impact: critical game design analysis	112
<i>ВОРОБІЙОВА Валентина</i>	Evolution of Vivienne Westwood's fashion legacy	113
<i>ГЛІНСЬКА Владислава</i>	Design and psychology. Influence on the emotional state	115
<i>ГОЛЕЦЬ Станіслава</i>	The analysis of light patterns and the use of light in Kehinde Wiley's paintings	116
<i>ГОРДІЄНКО Ілля</i>	Social networks as an innovative approach to teaching foreign language	117
<i>ДМИТРЮК Світлана</i>	Meme as a phenomenon of modern art	119
<i>КОРНІЄНКО Руфь</i>	Design careers trends on the global market	121
<i>КУЦЮлія</i>	Principles of creating an effective website interface design	122
<i>ЛИТВИН Катерина</i>		
<i>МОЛЯКА Марія</i>	Russian-ukrainian war in the media: impact on public opinion and cultural memory	124
<i>МОЛЯКА Марія</i>	Fake as a method of manipulation in the media	126
<i>ОБІЗНА Лілія</i>	Abbreviations in web design	128
<i>САГУН Олександр</i>	Hatred: critical game design	129
<i>ЯЦЕНКО Яна</i>	Andrew Wyeth: a master of composition. The analysis of composition techniques	131

Соціально-культурні дисципліни

МОВНИЙ ЕТИКЕТ В РІЗНИХ КУЛЬТУРАХ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

Марина БЕЗДЕНЕЖНИХ

викладач гуманітарних дисциплін,

Лисичанський гірничо-індустріальний фаховий коледж

Артур МЄЩЕРЯКОВ

студент електромеханічного відділення

групи АД-23

Лисичанського гірничо-індустріального фахового коледжу

Мовний етикет є важливим компонентом соціальної взаємодії, оскільки визначає, як люди виражають взаємну повагу, ввічливість та готовність до співпраці в різних соціальних контекстах. Мовний етикет варіюється в залежності від культурних, соціальних та історичних умов кожної країни або народу. Порівняльний аналіз мовного етикету в різних культурах дозволяє краще зрозуміти не тільки особливості мовної поведінки, але й загальні соціальні норми, які існують у кожній культурі. Це дослідження є важливим для міжкультурної комунікації, адже розуміння мовних норм інших народів допомагає уникнути непорозумінь і сприяє ефективній взаємодії між культурами.

1. Поняття мовного етикету.

Мовний етикет – це система прийнятих у суспільстві норм і правил щодо використання мови в процесі спілкування, що забезпечує коректну, ввічливу і культурно прийнятну взаємодію. Мовний етикет включає в себе як вербальні, так і невербальні елементи: форма звертання, мовні конструкції, вирази ввічливості, манера мови, жести та міміка. Кожна культура має свої унікальні норми і правила мовної поведінки, які відображають соціальну структуру, цінності та традиції суспільства.

2. Мовний етикет в англосаксонських країнах.

В англосаксонських культурах, зокрема в США і Великій Британії, мовний етикет широко ґрунтується на принципах рівності і індивідуальної свободи. Однією з характерних рис англосаксонських культур є формалізація звертань, зокрема використання звертання за іменем без зайвих титулів, навіть у професійному середовищі. Наприклад, у Великій Британії при звертанні до старших або вищих за статусом осіб часто використовують титули, на кшталт, «Mr.», «Mrs.», «Dr.», але в той же час широко поширене використання прямих форм звертань за іменем у більш неформальних обставинах.

В Америці ж прийнято використовувати тільки ім'я при звертанні навіть до незнайомих осіб, що відображає демократичний підхід до взаємодії, але водночас є важливим акцент на тоні голосу та манері розмови, що визначають рівень поваги в комунікації.

3. Мовний етикет в Японії.

Мовний етикет в Японії є дуже строгим і структурується навколо ієрархічної системи. Важливу роль у спілкуванні відіграють форми ввічливості та дистанціювання, які вимагають від учасників розмови суворого дотримання соціальних норм. Звертання до людей залежить від їх віку, соціального статусу та професійної ролі. Наприклад, до старших або більш авторитетних осіб використовуються форми ввічливості, що включають суфікси, такі як «-san» (по суті означає «пан/пані») або «-sensei» для вчителів та лікарів.

Ієрархічні структури визначають також мову, яку вживають у різних контекстах. В японській мові існує безліч рівнів ввічливості: від формальної до дуже неформальної, і вживання кожного з них залежить від обставин та відносин між співрозмовниками.

4. Мовний етикет в арабських країнах.

В арабських країнах мовний етикет також відображає сильні соціальні та релігійні традиції. Звертання до осіб зазвичай супроводжується поважними титулами, а вживання першого імені без титулу є менш прийнятним. Наприклад, «Шейх» або «Мухаммад» зазвичай є почесними титулами, що передують іменам осіб, які займають високі позиції в суспільстві або релігійній ієрархії. У багатьох арабських країнах важливим є не лише звертання, а й форма привітання: рукостискання є звичним для чоловіків, але зазвичай не практикується серед жінок, що зумовлено соціальними та релігійними переконаннями.

Мовний етикет в арабських країнах також орієнтований на виявлення теплоти і гостинності, тому вітаються довгі і теплі привітання, часто супроводжувані питаннями про здоров'я та благополуччя, навіть при зустрічах з малознайомими людьми.

5. Мовний етикет в Україні та інших слов'янських країнах.

У слов'янських країнах, зокрема в Україні, мовний етикет також має свої традиції, що базуються на повазі до старших і соціальній ієрархії. У міжособистісному спілкуванні часто використовуються форми звертання, такі як «пан», «пані», «батько», «матір», а також використання по батькові при звертанні до людей старшого віку або вищих за статусом.

Особливістю українського мовного етикету є важливість коректності у виборі формальних і неформальних звертань. В офіційних ситуаціях переважає використання титулів, а в неформальних – звичайних звертань за іменами або з додаванням ласкаво-пестливих форм.

6. Порівняння мовного етикету в різних культурах.

Порівняльний аналіз мовного етикету в різних культурах виявляє, що всі культури зберігають важливість поваги до співрозмовника, однак способи її вираження різняться залежно від соціальних, історичних і культурних контекстів.

Великобританія і США: сприяють демократичності та відкритості у звертаннях, але важливо дотримуватися правильного тону.

Японія: тут вищий рівень формальності та ієрархії, що позначається у використанні мовних форм ввічливості та титулів.

Арабські країни: акцент на релігійних традиціях та соціальних титулів.

Україна та інші слов'янські країни: традиційне використання титулів та по-батькові для підкреслення поваги, але в той же час є велика різноманітність в залежності від контексту (офіційне чи неформальне спілкування).

Мовний етикет є важливою складовою частиною міжкультурної комунікації, оскільки він визначає, як люди з різних культур взаємодіють між собою. Порівняння мовного етикету в різних країнах показує, що хоча в усіх культурах є спільні цінності щодо поваги та ввічливості, специфіка цих норм може значно відрізнятися. Тому важливо враховувати культурні особливості при спілкуванні з людьми з інших країн, щоб уникнути непорозумінь і сприяти ефективній і конструктивній взаємодії.

Список використаних джерел

1. Бойко, Н. В. (2011). Мовний етикет як компонент міжкультурної комунікації. Київ: Видавництво «Літера ЛТД».
2. Клименко, О. М. (2016). Мовний етикет у різних культурах: порівняльний аналіз. Харків: Вища школа.
3. Коваль, О. І. (2012). Мовний етикет як соціокультурне явище. Львів: Світ.
4. Григор'єва, І. І. (2013). Мовний етикет та культура спілкування. Київ: Наукова думка.
5. Левченко, Л. С. (2009). Порівняльний аналіз мовного етикету в західній і східній культурах. Одеса: Одеський національний університет.

ЮВЕЛІРНІ ВИРОБИ ЯК ОБ'ЄКТ КОЛЕКЦІОНУВАННЯ ТА ІНВЕСТУВАННЯ

Євген ВАСИЛЬЧУК

*доктор політичних наук,
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси*

Сьогодні загальновідомим є факт, що ювелірні вироби стають об'єктом для придбання не лише через свою естетичну привабливість. Їх розглядають і як перспективний об'єкт для інвестування, адже ювелірні вироби здатні не лише зберігати, а й істотно примножувати капітал.

Для цього є декілька вагомих причин.

Ювелірні вироби мають практично необмежений термін зберігання. Їх зберігання не потребує особливих вимог щодо температурних умов. Також ювелірні вироби досить легко придбати, зберігати та утримувати. І, враховуючи мінливі умови сучасного життя, вони виступають своєрідною гарантією збереження особистих заощаджень від знецінення.

Сьогодні ювелірні установи пропонують широкий спектр ювелірних виробів з рідних дорогоцінних металів, створених за допомогою різноманітних художніх технік. У спеціалізованих крамницях можна знайти і найпростіші ювелірні вироби, і унікальні предмети авторського виконання. Тому варто розуміти які саме ювелірні вироби зберігатимуть і примножуватимуть свою вартість, тобто є перспективними з точки зору їх тривалого зберігання та інвестування.

Багатотиражні ювелірні вироби призначені для масового вжитку зазвичай не можуть розглядатись як повноцінний об'єкт інвестування. На вторинному ринку їхня вартість може становити не більше вартості металу з якого вони були виготовлені. Тому особливий інтерес можуть становити предмети, що мають ексклюзивний характер, виконані у складних художніх техніках і належно оздоблені камінням.

Зазвичай на вартість таких ексклюзивних виробів впливає декілька чинників: особистий бренд його автора, історія володіння, ексклюзивність, витонченість художньої роботи, характеристика каміння, яке використовувалось для декору та період виготовлення, а також його збереженість. Деякі авторські ювелірні вироби можуть зараховуватись до витворів ювелірного мистецтва.

З огляду на це, вимальовується декілька тенденцій, що можуть істотно впливати на цінність ювелірного виробу:

- естетичний компонент;
- наявність каміння та його клас (дорогоцінне, напівдорогоцінне, декоративне);
- належність до преміальних брендів, що підтверджується відповідними документами (сертифікатами, коробками тощо);
- час виготовлення.

Обґрунтоване вкладення коштів у ювелірні прикраси з часом однозначно виправдовує себе, адже демонструє не лише можливості збереження коштів, а й художній смак їхнього власника, його естетичні уподобання і розуміння прекрасного.

Список використаних джерел

1. Закордонне ювелірне мистецтво. Історії брендів URL.:
<https://violity.shop/zarubezhnoe-uvelirnoe-iskusstvo.-istorii-brendov/>
2. Як відрізнити вінтаж від мотлоху? URL.:
<https://www.youtube.com/watch?v=GpzcZCAw7VU>

ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОГО ІНТЕРЕСУ ДО НАРОДНИХ ЗВИЧАЇВ І ТРАДИЦІЙ У ХУДОЖНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

Олена ГОРДІЙЧУК

викладач загальнотехнічних дисциплін

*Коростишівського педагогічного фахового коледжу імені І.Я.Франка,
м. Коростишів*

Сучасні реалії в економічній, політичній та національно-духовній сферах, які характеризують Україну як незалежну державу, ставлять перед нами завдання забезпечення вищого рівня вихованості національної свідомості молодшої генерації. В контексті реформування освіти, особливо важливою стає проблема формування позитивного ставлення до трудових традицій та звичаїв у художній діяльності дітей молодшого шкільного віку.

Народні звичаї та традиції є невід'ємною частиною культурного спадку народу, які передаються з покоління в покоління. Вони відображають історію народу, його етнічність та особливості менталітету. Розвиток і поглиблення інтересу до народної культури у дітей молодшого шкільного віку важливе завдання виховання, яке допомагає формувати гармонійну особистість та підготувати майбутніх громадян з високою культурною свідомістю.

У теорії та методиці виховання значне місце займає проблема формування позитивного ставлення дітей молодшого шкільного віку до трудових традицій і звичаїв українського народу. Н. Г. Мозгальова підкреслює, що виникають складнощі з визначенням змісту позакласної виховної роботи, що повинна враховувати трудові традиції та звичаї українців, знаходженням ефективних педагогічних умов для впровадження народного педагогічного досвіду у навчально-виховний процес, а також розробкою навчально-методичного забезпечення для гурткової роботи, що базується на трудових традиціях та звичаях декоративно-прикладного мистецтва [4, с. 20].

Формування пізнавального інтересу до народних звичаїв і традицій у художній діяльності молодших школярів є однією з ключових складових сучасної освіти. Народні звичаї та традиції відіграють важливу роль у формуванні культурної ідентичності та національної свідомості. Вони не лише відображають специфіку певного народу, але й мають значення для розвитку особистості, створюючи зв'язок між минулим і сучасністю. У початковій школі формування пізнавального інтересу до цих народних цінностей є особливо важливим, оскільки в цьому віці діти активно формують свій світогляд та цінності.

Пізнавальний інтерес – це внутрішня потреба, що виникає у людини та спонукає її до активного пошуку знань, розуміння нового матеріалу, вивчення тем або областей, які викликають її цікавість. Це стан психіки, коли особа відчуває бажання дізнатися більше про щось, розкрити нові аспекти або розв'язати проблему, пов'язану з певною темою чи предметом. Пізнавальний інтерес може виникати з різних причин, таких як цікавість до конкретної теми, бажання задовольнити свідомість, почуття допитливості, або мотивація досягти певної мети. Цей інтерес може бути стимульований різними факторами, такими як особистісні інтереси, зовнішні стимули, рекомендації вчителів, власний досвід та спостереження, або ж внутрішня мотивація до самовдосконалення [2, с. 42].

Художня діяльність у початкових класах виступає як потужний засіб розвитку дитячої особистості. Вона сприяє розвитку креативності, фантазії та емоційної спроможності. Саме через художню діяльність діти можуть краще розуміти народні традиції та звичаї, відчувати їх емоційну складову та навіть втілювати їх у власній творчості. Проте, необхідно враховувати, що формування пізнавального інтересу до народних звичаїв та традицій у художній діяльності вимагає комплексного підходу та уваги до індивідуальних особливостей кожного учня.

Одним із методів формування пізнавального інтересу є використання народних обрядів та символіки у художніх проєктах та майстер-класах. Наприклад, здобувачі освіти можуть створювати іграшки на казкові теми, виготовляти маску для святкових обрядів або розписувати пташок на весняну тематику. Такий підхід не лише зацікавлює дітей, але й допомагає збагатити їхні знання про культурні традиції.

Інший спосіб – це інтерактивні уроки з елементами народних ігор та танців. Під час таких уроків учні мають можливість не лише дізнатися про народні звичаї, але й активно брати участь у їх втіленні. Наприклад, вивчення народних танців може бути дуже захопливим і корисним, оскільки діти відчувають себе частиною традиційного колективу і вивчають способи вираження емоцій через рух [1, с. 64].

Також важливою є організація творчих проєктів та виставок народної творчості, де діти мають можливість продемонструвати свої таланти та власні ідеї. Висвітленням народних мотивів у власній творчості діти можуть поглибити своє розуміння культурних традицій та відчути себе активними учасниками цього процесу.

Екскурсії до музеїв та історичних місць також можуть бути корисними для формування пізнавального інтересу до народних звичаїв. Подивитися на реальні експонати та спостерігати за живою демонстрацією традицій може бути цікаво для дітей та сприяти кращому засвоєнню матеріалу.

Ще один ефективний метод – це організація інтерактивних уроків та відкритих діалогів, під час яких здобувачі освіти можуть обмінюватися думками та досвідом щодо народних звичаїв. Це стимулює активну участь учнів у процесі навчання та допомагає їм краще зрозуміти тему.

Практична значущість застосування методів формування пізнавального інтересу до народних звичаїв і традицій у молодших школярів полягає у кількох ключових аспектах.

По-перше, це сприяє збереженню культурної спадщини. Вивчення народних звичаїв і традицій допомагає дітям зрозуміти і цінувати культурні цінності свого народу. Це важливо для того, щоб зберегти і передати майбутнім поколінням багатство національної культури і народних традицій.

По-друге, застосування таких методів сприяє розвитку соціальних навичок у дітей. Під час спільної роботи над проєктами або участі в іграх, пов'язаних з народними традиціями, діти вчаться співпрацювати, виражати свої думки та слухати інших. Це важливо для їхнього подальшого соціального та професійного успіху.

По-третє, методи формування пізнавального інтересу до народних звичаїв і традицій стимулюють творчість у дітей. Робота над мистецькими проєктами або виготовленням різноманітних виробів пов'язаних з народними традиціями допомагає розвивати їхню уяву та творчі здібності.

По-четверте, застосування цих методів підвищує мотивацію до навчання у дітей. Вони більше зацікавлені у вивченні теми, яка для них має безпосереднє значення і є цікавою.

Позитивні результати формування пізнавального інтересу до народних звичаїв і традицій у художній діяльності молодших школярів проявляються не лише у підвищенні їх академічних досягнень, але й у розвитку їхніх творчих здібностей та соціальних навичок. Участь у проєктах із народною тематикою сприяє формуванню толерантності та відкритості до культурного розмаїття [3, с. 120]. Успішність формування позитивного ставлення до трудових традицій і звичаїв українського народу у дітей молодшого шкільного віку залежить від зовнішніх умов, які визначають рівень їх участі в художньо-трудої діяльності, а також від особистісних характеристик, які включають емоційно-почуттєвий, когнітивний та поведінковий компоненти. Емоційно-почуттєвий компонент відображає ставлення дітей молодшого шкільного віку до трудових традицій і звичаїв, а його показниками є емоції та почуття. Когнітивний компонент зафіксує інформаційну діяльність дітей у напрямку засвоєння етнографічної сутності українських трудових традицій і звичаїв, а його показниками є знання та вміння. Поведінковий компонент передбачає практичну участь дітей молодшого шкільного віку у художньо-трудої діяльності з елементами календарно-обрядових традицій і звичаїв українців, а його показниками є вчинок та активність дітей у проведенні річного циклу трудових традицій і звичаїв.

Минуле та майбутнє народу, старші та молодші покоління, а також етнічна спільність людей, інтегруються за допомогою народознавчих традицій, звичаїв та обрядів, що відображають кращі досягнення в ідейному, моральному, трудовому та естетичному житті народу. Ці віковічні духовні цінності розвитку нації дозволяють поєднувати минуле та майбутнє, а також сприяють формуванню філософського, ідейно-морального, психологічного та естетичного розвитку молоді, яка стає невід'ємною частиною свого народу і нації, практично вивчаючи народознавство. Відсутність такого вивчення може призвести до втрати спільного національного духовного обличчя та необхідності його відновлення. Щоб сприяти реалізації ідей народності та духовності, формування національної самосвідомості, застосовуються різноманітні методи, такі як виховні бесіди, рольові ігри з використанням українознавчих матеріалів, усні журнали, інсценізації, конкурси та вікторини, фольклорно-етнографічні вечори та свята. Для молодших школярів особливо важливі ті з них, які залучають їх до національного духу, підтримують національно-етнічну самобутність соціальної індивідуальності та сприяють усвідомленню теоретичної, методологічної та морально-етичної сутності національної ідеї. Слід зробити все можливе, щоб духовне народознавство знайшло відгук в серцях молодшої генерації.

Необхідно, щоб народознавство стало загальним елементом виховання на всіх рівнях – в сім'ї, дошкільному закладі, ліцеях, позашкільних закладах, курсах підготовки молодих людей до сімейного життя, педагогічному всеобучі для батьків, професійній освіті для вчителів та підвищенні їх кваліфікації.

Отже, формування пізнавального інтересу до народних звичаїв і традицій у художній діяльності молодших школярів є актуальною проблемою сучасної освіти. Використання різноманітних методів та прийомів, залучення дітей до вивчення народних традицій допомагає не лише зберегти цінності минулого, але і розвивати творчість та культурну самосвідомість майбутніх поколінь.

Список використаних джерел

1. Бібік Н. М. Формування пізнавальних інтересів молодших школярів / Н. М. Бібік. К. : Віпом, 2019. С. 64.
2. Кузьо О. Пізнавальні інтереси молодших школярів / О. Кузьо // Початкова освіта. 2015. №21. С. 42.
3. Лозова В. І. Цілісний підхід до формування пізнавальної активності школярів / В. І. Лозова / Харківський державний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди. – 2-е вид., доп. Х. : «ОВС», 2018. С.120
4. Мозгальова Н. Г., Барановська І. Г. Українські народні традиції як засіб виховання дітей молодшого шкільного віку. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. Вип. 152. С. 20–24.

ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО У ВИКЛАДАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ: РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК ЧЕРЕЗ ІНТЕРПРЕТАЦІЮ МИСТЕЦТВА

Олександра ГУДКОВА, Марія МИШЕНКО
викладачі циклової комісії

природничо-математичних наук та англійської мови
Черкаського державного бізнес-коледжу, м. Черкаси

Сучасна методика викладання іноземних мов усе більше інтегрує креативні підходи, які виходять за рамки традиційного навчання. Одним із таких підходів є використання візуального мистецтва як інструменту для розвитку комунікативних навичок. Цей підхід дозволяє створити багатокультурне середовище для занурення в іноземну мову та культуру, сприяє розвитку мовленнєвих навичок і критичного мислення.

Ключові слова: викладання іноземних мов, візуальне мистецтво, комунікативні навички, інтерпретація мистецтва.

У сучасній глобалізованій освіті використання інтегрованих методів навчання є надзвичайно актуальним, адже вони допомагають підвищити рівень мотивації та зацікавленості студентів. Візуальне мистецтво, як універсальна мова, є ідеальним інструментом для підтримки вивчення іноземної мови, оскільки сприяє візуальному розширенню словникового запасу, розвитку розмовних навичок, та інтеграції культури мови, що вивчається.

Основні аспекти інтеграції візуального мистецтва у викладання іноземних мов

Розвиток спостережливості та критичного мислення. Візуальне мистецтво стимулює студентів до уважного спостереження та аналізу. Наприклад, під час опису картини або скульптури студенти змушені детально описувати об'єкти, використовуючи нові слова й фрази. Це розвиває їх словниковий запас та здатність до побудови складних речень.

Розширення словникового запасу та вивчення культурного контексту. Вивчаючи мистецькі твори з різних країн, студенти знайомляться з культурними традиціями та історичними особливостями, що дозволяє їм глибше зрозуміти культуру мови, яку вони вивчають. Це особливо корисно для запам'ятовування нових слів, адже вони сприймаються в контексті культурного матеріалу.

Інтерпретація мистецьких творів як стимул для розвитку мовленнєвих навичок. Інтерпретація творів мистецтва вимагає від студентів формулювання власної думки, аргументації та обґрунтування, що сприяє розвитку комунікативних навичок. Наприклад, обговорення теми картини чи скульптури стимулює до побудови діалогу, вираження власних емоцій та вражень.

Використання візуального мистецтва як інструменту для групової роботи. Робота з мистецькими творами допомагає студентам працювати в групах, де вони обговорюють ідеї, співпрацюють над завданнями та навчаються ефективно спілкуватися. Такі заняття сприяють розвитку соціальних і комунікативних навичок та вчать толерантності до думок інших.

Інтеграція мультимедійних ресурсів. Технологічні засоби, такі як презентації та онлайн-галереї, відкривають широкі можливості для вивчення візуального мистецтва. Використання мультимедійних матеріалів дозволяє зробити навчальний процес інтерактивним, а також надає студентам можливість знайомитися з мистецтвом в різних формах.

Переваги підходу:

- Інтеграція візуального мистецтва у процес навчання іноземних мов має ряд переваг:
- Підвищення мотивації студентів завдяки цікавому і нестандартному підходу до навчання.
- Зниження мовного бар'єру через використання універсальної візуальної мови, що полегшує вивчення.
- Покращення розуміння культурних нюансів, що сприяє толерантному ставленню до інших культур і народів.
- Розвиток міждисциплінарного мислення та вміння аналізувати з різних точок зору.
- Інтеграція візуального мистецтва у викладання іноземних мов є потужним інструментом для розвитку комунікативних навичок, збагачення культурного досвіду та підтримки творчої самореалізації студентів. Використання мистецтва у класі дає можливість поглибити знання мови, розширити світогляд і краще зрозуміти культурний контекст, що сприяє успішній інтеграції в іншу мовну спільноту.

Список використаних джерел

1. Ейснер, Е. В. Мистецтво і створення розуму / Еліот В. Ейснер. – Йель: Yale University Press, 2002. – 350 с.
2. Ейлам, Б., Пояс, Дж. Навчання за допомогою візуальних засобів: візуальні репрезентації в освіті / Б. Ейлам, Дж. Пояс // *Journal of Research in Science Teaching*. 2006. № 43 (1). С. 273–295.
3. Хеллівелл, С. Викладання англійської в початкових класах / Сьюзан Хеллівелл. – Лондон: Longman, 1992. – 120 с.
4. Аллен, К. Використання мистецтва у мовних класах для розвитку культурної обізнаності та комунікації / Кейт Аллен // *English Teaching Forum*. – 2017. – № 55(2). – С. 20–28.
5. Драч, О. Мистецтво як інструмент у викладанні іноземної мови / Ольга Драч // *Наукові записки Національного університету*. – 2021. № 28. С. 54–62.
6. Шульман, Л. Ті, хто розуміють: зростання знань у викладанні / Лі С. Шульман // *Educational Researcher*. 1986. № 15(2). С. 4–14.

7. Мелі, А., Вудворд, Т. Мистецтво і література у викладанні англійської мови / Алан Мелі, Тесса Вудворд. – Оксфорд: Oxford University Press, 2001. 250 с.
8. Мітчелл, В. Дж. Т. Теорія зображення: есе про вербальне та візуальне представлення / В. Дж. Т. Мітчелл. – Чикаго: University of Chicago Press, 1994. 420 с.

ПРОБЛЕМА ЕТИКИ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Михайло ЖОЛУДЬ
студент спеціальності 081 «Право»
групи П-23

Ірпінського фахового коледжу економіки та права

Науковий керівник: викладач Ірпінського фахового коледжу економіки та права
Руслана ВАСЕКА
Ірпінський фаховий коледж економіки та права, м. Ірпінь

Постановка проблеми. У сучасному світі стрімкий розвиток штучного інтелекту відкриває нові можливості для автоматизації, аналізу даних і підвищення ефективності в різних сферах людської діяльності. Однак із прогресом зростає потреба у вирішенні етичних питань, які виникають у процесі розробки, впровадження та використання ШІ.

Штучний інтелект часто приймає рішення непрозоро, що створює ризики дискримінації, упереджень та порушення прав людини. Важливим є також питання відповідальності за помилки та шкоду, спричинену алгоритмами. Особливо проблемою є використання ШІ для маніпуляцій, порушення приватності чи створення загроз безпеці, наприклад, у судовій системі чи за допомогою технологій розпізнавання облич.

Етичний аспект розвитку ШІ потребує уваги інженерів, юристів, політиків та громадськості. Необхідно створити нормативну базу, яка збалансує технологічний прогрес із захистом прав і свобод людини.

Етика штучного інтелекту продовжує залишатися актуальною і в багатьох аспектах залишається невирішеною. Наприклад, додаток до дев'ятого пункту про права роботів було б доречним для розгляду етичних аспектів їхньої діяльності. Особливо важливим є питання юридичної відповідальності. Якщо люди делегують повноваження системі штучного інтелекту, стає актуальним питання: хто несе відповідальність за прийняті рішення та їх наслідки, особливо якщо вони негативні? [1, с. 3] На прикладі автомобіля, керованого штучним інтелектом, виникають питання: чи можливо, щоб він проїхав прямо, або необхідно уникати тротуару? Чи врятує це життя пішоходів? Якщо надати ШІ більше свободи, чи не ризикуємо ми втратити контроль над ним, адже іноді він може не мати можливості порушувати правила?

Таким чином, етичні аспекти розвитку та впровадження штучного інтелекту вимагають глибокого аналізу та розробки нормативних актів, які забезпечать баланс між технологічним прогресом і захистом прав і свобод людини [1, с. 4].

Один із важливих аспектів питання відповідальності у взаємодії з системами штучного інтелекту (ШІ) полягає у визначенні, хто має нести відповідальність за їхні дії. Це питання можна розглядати з декількох точок зору:

1. Технічна відповідальність – розробники та оператори систем ШІ можуть нести відповідальність за технічні аспекти їхньої роботи, включаючи можливість виникнення помилок.
2. Юридична відповідальність – виникає необхідність визначити, чи може система ШІ бути визнана суб'єктом права і яким чином це має бути реалізовано у правовій системі.
3. Відповідальність людини – у деяких випадках саме окремі особи, які використовують або контролюють роботу системи ШІ, мають нести відповідальність за свої дії та їхні наслідки.

Для вирішення цих проблем потрібні чіткі правові норми та механізми регулювання. Розробка стандартів і правил використання автономних систем штучного інтелекту в юридичній практиці допоможе визначити відповідальність і забезпечити захист прав та інтересів усіх сторін [2, с. 202]

Також, як етичну проблему можна вважати явище, пов'язане з моделями штучного інтелекту (ШІ), навченими на реальних даних. Наприклад, у художній сфері ШІ може створювати необмежену кількість нових зображень у схожих стилях, що ставить під загрозу унікальність і майстерність оригінальних робіт. Це також ускладнює встановлення та захист авторських прав, особливо у контексті епохи цифрового мистецтва.

Крім того, такі технології можуть бути використані для створення образів із потенційно шкідливим, дискримінаційним або образливим змістом. Постає ризик, що алгоритми генерації можуть відтворювати та посилювати упередження чи стереотипи, наявні в даних, на яких їх було навчено. Це породжує складні питання щодо відповідальності за створений контент і контролю над його поширенням.

У контексті Інтернету такі зображення можуть швидко розповсюджуватися, впливаючи на суспільну думку та культуру. Усе це робить проблему етики у використанні ШІ предметом жвавих юридичних дебатів і судових спорів, які тривають сьогодні.[3, с. 136]

У висновку, хоча зазначити, що етичні аспекти розвитку та використання штучного інтелекту стають все більш важливими і актуальними. Ризики, пов'язані з непрозорими рішеннями алгоритмів, порушенням приватності та дискримінацією, вимагають створення чітких правових норм та етичних стандартів. У цьому контексті особливо важливими є питання відповідальності за дії ШІ, захисту авторських прав і контролю над створеним контентом. Тому для забезпечення гармонійного впровадження ШІ в суспільство необхідно розробити відповідні нормативні акти, що балансуватимуть технологічний прогрес з дотриманням прав людини та етичних принципів.

Список використаних джерел

1. Сотник І., Шапиро О. 2024. Проблеми етики штучного інтелекту в контексті взаємовідношень людини і машини. Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ». December 22, 2023; Boston, USA (Jan. 2024), 284–287. URL: <https://doi.org/10.36074/logos-22.12.2023.076>
2. Македон О. А. Аспірант юридичного факультету Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції № 1. 2024. Етичні та юридичні аспекти використання штучного інтелекту в юридичній практиці. URL: http://apnl.dnu.in.ua/1_2024/39.pdf
3. Санніков, Є.В. 2024. Проблема авторства та етика використання штучного інтелекту для створення візуальних творів. Український мистецтвознавчий дискурс. 2 (Лип 2024), 132–140. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2024.2.15>.

СОЦІАЛЬНА КУЛЬТУРА: МІСТ МІЖ МИНУЛИМ І МАЙБУТНІМ

Сергій КУКСЕНКО

канд. істор. наук, доц.,

Валентина ШАПОВАЛ

студентка кафедри економіки, управління та адміністрування.

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Поняття «культура» – багатозначне і сфера його вживання різноманітна. Сьогодні дослідники нараховують близько 500 найрізноманітніших визначень та спроб теоретичного осмислення цього поняття [2, с. 9]. В античні часи цей термін спочатку означав «обробіток ґрунту», у епоху Просвітництва «культура» стала синонімом інтелектуального, морального, естетичного удосконалення людини. Всесвітня конференція UNESCO у 1982 р. визначила, що

культура – це комплекс матеріальних, духовних, інтелектуальних і емоційних рис суспільства, що включає не лише різні мистецтва, а й спосіб життя, основні правила людського буття, системи цінностей, традицій і вірувань.

Велика кількість визначень підтверджує той факт, що культура є складним суспільним феноменом, свідчить про її складність, різноманітність і багатогранність. Аналіз літератури дає змогу дійти висновку, що культура являє собою створену людиною «другу природу», є системою спільних цінностей та мірою людського в людині та суспільстві. Сучасні дослідники, виділяють декілька типологій культури. На основі різновидів людської діяльності виділяють такі типи культури: *матеріальну* («світ речей» – фізичні об'єкти, які служать нам у повсякденному житті, наприклад, речі щоденного вжитку, знаряддя праці, будівлі), *духовну* («світ ідей» – ідеї, цінності, знання, релігійні та етичні переконання, що визначають світогляд і менталітет людини) і *соціальну* («світ відносин» – ставлення людей один до одного, узгодженості їх волі і поведінки, система статусів і соціальних інститутів).

Соціальна культура включає в себе культуру спілкування, сімейних стосунків, правову культуру та ін. Соціальна культура є важливою характеристикою суспільства, адже визначає спосіб взаємодії між людьми, формує моральні принципи, цінності та норми поведінки, через систему освіти відбувається виховання майбутніх поколінь, формуються ключові соціальні компетенції, що допомагають людям ефективно взаємодіяти в суспільстві. У глобалізованому світі соціальна культура набуває особливого значення, оскільки сприяє порозумінню між представниками різних народів та культур, запобігаючи конфліктам і посилюючи співпрацю. Інформатизація та цифровізація також суттєво впливають на розвиток соціальної культури. Нові форми комунікації в інтернеті потребують формування етичних стандартів поведінки для уникнення таких явищ, як кібербулінг або дезінформація. У сучасних умовах питання розвитку соціальної культури є актуальним, оскільки воно безпосередньо впливає на якість життя, рівень толерантності та згуртованість суспільства [1, с. 10-13].

Соціальна культура має вагомe значення для гармонійного розвитку суспільства, оскільки визначає правила співжиття, моральні принципи та норми поведінки, які забезпечують стабільність і взаєморозуміння між людьми. Вона формує основи спільних цінностей, сприяє згуртованості, толерантності та взаємоповазі, що є критично важливим у сучасному світі, де люди часто мають взаємодіяти з представниками різних культур, традицій та поглядів, відмовляючись від «культурного імперіалізму», тобто бачення світу лише через призму власної культури. Розвинена соціальна культура допомагає уникати конфліктів, підтримує соціальну згоду та створює умови для ефективної співпраці. Вона також є важливим чинником у вихованні відповідальних громадян, які здатні брати участь у житті суспільства. У період глобалізації, технологічного прогресу та соціальних змін значимість соціальної культури лише зростає, оскільки вона стає ключем до подолання культурних бар'єрів, збереження гуманістичних цінностей і забезпечення стабільного майбутнього.

Залежно від того, хто є творцем і споживачем культури та її рівня, розрізняють три форми культури – елітарну, народну та масову культуру.

Елітарна культура включає витончене мистецтво, класичну музику та класичну літературу і є більш складною за змістом і важкою для сприйняття непідготовленими людьми, її творцями є видатні особистості. Народна культура поділяється на два види – популярна (поп-культура) і фольклорну; фольклор завжди локалізований, оскільки пов'язаний з традиціями певної місцевості, і демократичний, оскільки у його створенні беруть участь всі, хто бажає. Масова культура має більшу аудиторію, а порівняно з народною – вона завжди авторська, вона не виражає витончених смаків аристократії чи духовних пошуків народу, орієнтується на посередній рівень масового споживача, звернена до широкої аудиторії та формує смаки й погляди великої кількості людей через медіа, рекламу, кіно. Зразки масової культури швидко втрачають свою актуальність, виходять з моди. З творами народної та елітарної культури таке не відбувається.

Складний та багатогранний характер культури як виразника засобів і норм соціальної організації та регулювання життєдіяльності суспільства зумовлює її поліфункціональність. Функції культури розкривають ту роль, що вона відіграє в житті суспільства. У сучасній культурологічній літературі як основна називається виховна або людинотворча функція. Вона полягає у формуванні певного типу особи, з нею пов'язані і нею визначаються інші функції. Суть її полягає в тому, що людина формується, лише залучаючись до світу культури: формується її світогляд, людський дух, емоції, оцінні складові, цінності.

Соціальна культура є головним елементом людства, що визначає обличчя суспільства, відображаючи як вікові традиції, так і новітні зміни, зумовлені розвитком сучасного світу. Вона охоплює звичаї, норми поведінки, цінності та соціальні інститути, які передаються з покоління в покоління, одночасно адаптуючись до нових реалій. Культура постійно оновлюється під впливом соціальних, економічних та технологічних змін, що дозволяє їй адаптуватися до нових викликів і зберігати свою актуальність. На перетині традицій і сучасності соціальна культура відіграє роль не лише збереження спадщини, але й трансформує суспільство, відкриваючи його до нових ідей та інновацій. Вивчення змін у соціальній культурі дозволяє зрозуміти, як саме вона впливає на формування сучасної ідентичності та спільноти, сприяє діалогу між поколіннями та створює підґрунтя для сталого розвитку.

Традиції формують моральні та етичні цінності суспільства, закріплюють історичну пам'ять і допомагають зберегти зв'язок поколінь. Наприклад, релігійні свята, народні обряди, сімейні цінності відображають соціальні установки, які передаються у спадок. Вони створюють відчуття стабільності та сприяють соціальній згуртованості. Сучасність вносить численні зміни у структуру та зміст соціальної культури. Під впливом технологічного розвитку, урбанізації, глобалізації, міграційних процесів і соціальних медіа відбувається зрушення в соціальних уявленнях, що впливає на стиль життя, мислення, а також форми комунікації. Наприклад, Інтернет і соціальні мережі створили новий простір для формування культурних норм, прискоривши процеси соціальної адаптації, глобалізації та інтернаціоналізації. Водночас у нових соціальних умовах традиції можуть не втрачати своєї актуальності, а радше адаптуватися і оновлюватися, відображаючи сучасні цінності.

У сучасному суспільстві традиції та новаторство тісно переплітаються, створюючи цікаве поєднання старого й нового. Прикладом цього є святкування традиційних свят, таких як Різдво чи Великдень. Хоча коріння цих свят сягає давнини, сьогодні їх відзначають із новими елементами, такими як декорування будинків за допомогою сучасних технологій – світлодіодних гірлянд і анімаційних інсталяцій. Традиційні рецепти святкових страв також отримують нові інтерпретації, адаптуючись до сучасних дієтичних уподобань, таких як веганські чи безглютенні варіанти.

Інший приклад – система освіти. Традиційні методи навчання, засновані на підручниках і лекціях, нині доповнюються новаторськими технологіями, як-от онлайн-курси, інтерактивні платформи та навчальні застосунки, що роблять процес освіти більш доступним і гнучким. Також сучасні офіси є прикладом поєднання традиційних корпоративних структур із новаторськими підходами до організації робочого простору. У багатьох компаніях робочі місця все ще зберігають певні офіційні риси, але водночас передбачають можливості для віддаленої роботи, гнучкий графік і простори для відпочинку, які відповідають сучасним трендам на баланс між роботою та особистим життям [3].

Традиційні погляди на гендерні ролі та права людини також переглядаються завдяки новаторським ідеям, що виникають під впливом нових досліджень, рухів за рівноправність та інклюзивність. Цей баланс між збереженням традицій і прийняттям нових ідей створює унікальну динаміку, в якій суспільство зберігає свою ідентичність, але залишається відкритим до змін, які можуть поліпшити якість життя та забезпечити прогрес.

Взаємодія традицій і сучасних тенденцій часто породжує як можливості, так і виклики. Наприклад, збереження етнічної ідентичності та культурної спадщини стикається з викликами глобалізації та комерціалізації. Деякі традиційні елементи можуть втратити своє значення або трансформуватися під впливом ринкових механізмів, що спрощують їх зміст. Однак, сучасність також надає можливості для нових форм культурної самореалізації та соціальної мобільності,

дозволяючи зберігати культурну унікальність та сприяти міжкультурній взаємодії, повазі до культурної різноманітності, взаємному збагаченню різних культур.

Соціальна культура є важливим чинником сталого розвитку, адже вона сприяє соціальній згуртованості, підтримує моральні орієнтири і формує почуття спільноти. Культура надає людині відчуття значущості й приналежності до певної групи. Сучасне суспільство, зберігаючи традиційні елементи культури і водночас адаптуючись до нових викликів, здатне створити більш гармонійне і стабільне соціальне середовище, де минуле й сучасне органічно співіснують. Традиції зберігають ідентичність та зв'язок з минулим, тоді як сучасні тенденції сприяють оновленню культури і адаптації до нових умов.

Баланс між традиціями та новаторством у соціальній культурі забезпечує не тільки стабільність, а й поступовий розвиток суспільства, дозволяючи йому зберігати свою автентичність і водночас адаптуватися до змін. Традиції глибоко вкорінені в культурну пам'ять, передаються від покоління до покоління, формуючи основу колективної ідентичності та зв'язок із минулим. Вони є своєрідним культурним фундаментом, на якому будуються суспільні цінності, норми поведінки та світогляд, що створюють почуття приналежності та єдності. З іншого боку, нові тенденції привносять у культуру свіжі ідеї, що стимулюють прогрес та відкритість до змін, які відбуваються у світі. Інновації в соціальній культурі, зокрема в освіті, технологіях та стилі життя, дозволяють людям пристосовуватися до сучасних викликів, таких як глобалізація, екологічні проблеми та стрімкий розвиток інформаційних технологій. Це дає можливість суспільству залишатися актуальним і відповідати вимогам часу, інтегруючи в себе різні елементи з інших культур та створюючи нові звичаї й цінності.

Таким чином, традиції та новаторство в соціальному суспільстві існують як взаємодоповнювальні сили. Традиції зберігають цілісність культури й надають їй значущості, а новаторство адаптує цю культуру до потреб сучасного світу, забезпечуючи її актуальність і життєздатність. Це забезпечує сталість та поступовий розвиток суспільства, що стає здатним зберігати свою автентичність, але водночас бути відкритим для змін, необхідних для прогресу та процвітання.

Список використаних джерел

1. Горбань О.В. Традиція як феномен соціального буття людини. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філософія*. Том 31 (70) № 2. 2020. С. 10-13.

2. Хома І. Я. Історія української культури: навч. посіб. Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2012. 353 с.

3. Як адаптуватися до змін і залишатися продуктивним. URL: <https://yaware.com.ua/uk/blog/yak-adaptuvatisya-do-zmin-i-zalishatisya-produktivnim/>

МЕМ ЯК МИСТЕЦТВО: ЦИФРОВИЙ ФОЛЬКЛОР І СОЦІАЛЬНІ МЕСЕДЖІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

Дар'я МАСЛОВА

студентка кафедри

економіки, управління та адміністрування

Черкаського державного бізнес-коледжу

Науковий керівник: канд. істор. наук, доц. Сергій КУКСЕНКО

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

У сучасному світі мему стали своєрідним «фольклором 2.0», що відображає колективну свідомість і новий тип масової творчості. Створення та поширення мемів користувачами

Інтернету являє собою своєрідний спосіб вираження їхніх реакцій та відношення на певні події у їхньому житті. Як і традиційний фольклор, меми не мають єдиного автора, вони створюються і змінюються анонімно, додаючи нові шари значення і контексту. Меми відображають соціальні настрої, часто миттєво реагуючи на події дня, сприяючи швидкому й ефективному поширенню культурних смислів. За словами Лімор Шифман, дослідниці цифрової культури, меми виступають унікальними соціальними одиницями, що здатні передавати колективний досвід, гумор і критику в доступному форматі [1, Р. 27-29].

Меми – це короткі, впізнавані візуальні повідомлення, що поєднують зображення та текст, часто містять іронічний або сатиричний підтекст. Така структура, робить їх чудовим інструментом миттєвої комунікації. Завдяки тому, що вони складаються з простих, легких для розуміння елементів, меми передають інформацію широкій аудиторії без потреби в складних поясненнях та дозволяючи легко розкрити посил. Це створює потужну візуально-вербальну комбінацію, яка, за дослідженням Вітні Філіпса та Раяна Мілнера, дозволяє мемам працювати як коротка форма «візуального мистецтва», доступного і зрозумілого практично кожному [2, Р. 42-45].

Однією з впливових функцій мемів є їх здатність відображати та критикувати соціальні проблеми і суспільні настрої. Через гумор, іронію та сатиру меми піднімають актуальні питання і стають своєрідним «соціальним дзеркалом», яке відображає проблеми й виклики сьогодення. Наприклад, дослідження Ноа Гала та Лімор Шифман показує, що меми здатні як привертати увагу до проблем, так і викликати дискусії на гострі соціальні теми, особливо завдяки швидкому поширенню через соцмережі [3, Р. 8-10].

Меми стали важливим інструментом впливу на громадську думку. Вони не тільки розважають, але й формують колективну свідомість, створюючи навколо себе інформаційні хвилі, які впливають на широке коло користувачів. Меми часто використовуються для висвітлення таких тем, як політичні події, економічні кризи, екологічні проблеми, боротьба з стереотипами. Через свою візуальну простоту та емоційну насиченість, меми мають великий вплив на формування думок і поглядів щодо суспільних подій та культурних тенденцій. Як підкреслює дослідник соціальних медіа Тім Гайфілд, меми у соціальних мережах стають частиною політичних кампаній, громадських рухів і навіть інструментом популяризації певних ідей, що дозволяє їм ефективно впливати на суспільні наративи [4, Р. 66-68].

Меми часто використовуються як засіб політичного коментаря, що відображає суспільне невдоволення або підтримку конкретних подій, політиків та ідей. Наприклад, меми стали важливою частиною політичного дискурсу під час виборчих кампаній у різних країнах, а також під час глобальних подій, таких як пандемія COVID-19 чи екологічна криза. Їхній швидкий і широкомасштабний вплив дозволяє охопити величезну аудиторію за лічені години, завдяки чому меми стають впливовим інструментом громадянської активності. Під час суспільних протестів меми здатні об'єднувати людей, підтримувати рухи та створювати відчуття солідарності. Дослідники Гал та Шифман зазначають, що меми про політику часто містять суперечливий гумор, який провокує аудиторію мислити критично та формує нові погляди на політичні події [3, Р. 8-10].

Меми стали інструментом для відображення соціальних проблем і часто піднімають важливі питання, які не завжди отримують широку увагу в ЗМІ. У форматі мемів постійно з'являються теми гендерних ролей, екологічних небезпек, дискримінації та соціальної нерівності. Завдяки сарказму і гумору меми привертають увагу до цих питань, викликаючи у людей одночасно і сміх, і роздуми. Такий подвійний ефект робить меми результативними, адже аудиторія легше сприймає критику у жартівливій формі, ніж у вигляді нав'язувань, прямої «пропаганди» чи офіційної заяви. Згідно з дослідженням Гаяфілда, меми часто виступають як «емоційне звільнення» для користувачів соцмереж, допомагаючи їм легше пережити складні події через гумористичну обробку почуттів [4, Р. 77-78].

Гумор - як ключовий елемент мемів, знижує напругу та робить навіть болючі теми доступними для обговорення. Це дозволяє порушувати табуовані питання або критикувати проблеми, які важко обговорювати відкрито. Наприклад, меми на теми фізичної та емоційної

втоми, гендерних питань і ментального здоров'я не тільки сприяють обговоренню цих тем, але й додають елемент самоіронії, створюючи відчуття спільності та розуміння серед глядачів. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато мемів висвітлювали тривоги, пов'язані з соціальною ізоляцією, карантинном, змінами в роботі та способі життя. Завдяки мемам люди мали змогу побачити свої почуття і переживання у візуально-сатиричній формі, що сприяло зниженню рівня тривожності [4, Р. 79].

Ще одна цікава особливість мемів – здатність переосмислювати традиційні символи, поєднуючи культурні коди минулого з новими цифровими реаліями. Наприклад, багато мемів використовують образи з класичного мистецтва, історії або фольклору, додаючи до них сучасний контекст і гумористичний підтекст. Ця комбінація робить меми своєрідним «культурним реміксом», який дозволяє традиційним символам залишатися актуальними у новітньому цифровому середовищі. Як показує дослідження Марти Динель, у мемах народні мотиви та традиційні архетипи можуть набувати нових значень, стаючи зрозумілими для сучасної аудиторії через призму сучасних реалій [5, Р. 663-665].

Унікальність мемів як культурного явища та їх популярність привели до того, що деякі з них стали частиною галерейних експозицій, отримуючи статус сучасного мистецтва. **Реальним прикладом є** виставка «**The Meme Art Exhibition**», яка відбулася у 2020 році в Музеї сучасного мистецтва в Барселоні (MACBA). Її метою було продемонструвати, як меми стали не лише важливою частиною цифрової культури, але й формою мистецтва, здатною виражати соціальні, політичні та культурні ідеї. Меми стали частиною цієї експозиції як культурний продукт, що об'єднує гумор, іронію і важливі соціальні теми. На виставці було представлено більше десятка мемів, які були інтегровані у виставкові простори, розглядаючи їх як важливий елемент сучасного суспільного діалогу та культури. Це була спроба дослідити феномен мемів як виду мистецтва, який виходить за межі інтернету і впливає на ширшу культурну та соціальну дискусію. Деякі художники створюють меми, які не просто розважають, а й викликають глибокі рефлексії та емоції, перетворюючи меми на форму «народного мистецтва» у сучасному контексті. Дослідники Ернесто Кастаньєда та Кеті Ліза Шнайдер вказують, що меми є інструментом культурного протесту та навіть політичного висловлювання, що піднімає їх до рівня мистецького феномену [6, Р. 195-197].

В українському Інтернет-просторі за останні роки набули популярності різні меми, пов'язані з війною, які висвітлюють національні переживання та колективні риси. Їх можна поділити на декілька основних категорій:

1. Меми про захисників України, що стали символом підтримки та гордості за українських військових. До найпопулярніших належать:

– «Привид Києва» – символ героїзму пілота, що став відомим завдяки своїй легендарній сміливості.

– «Байрактар» – мем про бойові дрони Bayraktar TB2, які стали символом перемоги та ефективності ЗСУ на фронті.

– «Паляниця» – своєрідний «тест на українця», що ідентифікує носіїв української мови та підтримує ідентичність.

2. Карикатури і меми, що зневажають ворога, висміюють його слабкості та стереотипи.

– «Рускій корабль» – фраза військового під час захоплення острова Зміїний стала відомою, позначаючи непохитність.

– «Хаймарси» – меми на основі роботи систем HIMARS, які стали символом потужності та успіху в боях.

3. Українські діячі, що стали популярними героями мемів, які підтримують настрій у суспільстві:

– Володимир Зеленський – образ лідера, який не покинув країну, став популярним завдяки мемам, що навіть призвело до випуску мініфігурки президента України від «LEGO Citizen Brick» та появи «коктейлів Молотова». [7]

– Пес Патрон – чотирилапий герой, який здобув популярність завдяки своїй роботі з розмінування, ставши символом відваги та рішучості.

– Віталій Кім – завдяки його спокійному і позитивному підходу, Кім став героєм багатьох мемів про оптимізм у складний час.

4. Повсякденні теми війни і кризи також висвітлюються в мемах.

– Вимкнення світла – меми про труднощі з електропостачанням та адаптацію до нових умов, і те, як українці винахідливо підходять до вирішення даних проблем.

– Байки про українських фермерів – меми про фермерів, які захоплюють ворожу техніку, підкреслюють винахідливість.

Як висновок, меми – унікальний перехідний феномен, який одночасно відображає традиційні форми фольклору і новітні технології комунікації. Вони здатні поєднувати архетипи, культурні коди та нові цифрові інструменти, переносячи елементи народної творчості в інтернет-середовище. Цей синтез між традицією та сучасністю робить меми унікальною формою комунікації, яка відповідає на виклики нашого часу. Автори Генрі Дженкінс, Сем Форд і Джошуа Грін вважають меми не просто засобом передачі інформації, а своєрідним «спільним медіа», яке дозволяє суспільству колективно переосмислювати і зберігати культурну пам'ять через форму, доступну для кожного [8, Р. 20-22].

Список використаних джерел:

1. Shifman, L. Memes in Digital Culture. Cambridge: MIT Press, 2014. 216 с.
2. Phillips, W., Milner, R. M. The Ambivalent Internet: Mischief, Oddity, and Antagonism Online. London: Polity, 2017. 208 с.
3. Gal, N., Shifman, L. Between Privilege and Marginalization: Controversial Humor in Memes about Politics // Social Media + Society. 2016. С. 1-15.
4. Highfield, T. Social Media and Everyday Politics. London: Polity, 2016. 224 с.
5. Dynel, M. "I Has Seen Image Macros!": Advice Animals Memes as Visual-Verbal Jokes // International Journal of Communication. 2016. Т. 10. С. 660-688.
6. Castañeda, E., Schneider, C. L. Collective Violence, Contentious Politics, and Social Change: A Charles Tilly Reader. London: Routledge, 2017. 320 с.
7. Рітейлер LEGO зібрав для України понад 16 тисяч доларів, продаючи фігурки Зеленського. Українська правда. Життя. 2022. URL: <https://life.pravda.com.ua/society/2022/03/15/247816/> – Назва з екрана.
8. Jenkins, H., Ford, S., Green, J. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York: NYU Press, 2018. 352 с.

УНІКАЛЬНІ АСПЕКТИ ТА ПЕРЕВАГИ НАВЧАННЯ В УНІВЕРСИТЕТІ ПРИКЛАДНИХ НАУК М. ФУЛЬДА, НІМЕЧЧИНА ЗА ПРОГРАМОЮ АКАДЕМІЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ ЕРАЗМУС+

Тетяна ПАРХОМЕНКО

координатор програми

академічної мобільності Еразмус+

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Черкаський державний бізнес-коледж продовжує співпрацю з іноземними навчальними закладами-партнерами за програмою академічної мобільності Еразмус+. В цьому році була підписана угода з новим партнером – Університетом прикладних наук міста Фульда, Німеччина.

Розглянувши основні аспекти, студенти можуть скористатися такою можливістю та обрати навчання за програмою академічної мобільності Еразмус+ саме в Університеті прикладних наук міста Фульда.

Фульда – це живописне місто, розташоване у центрі Німеччини, біля півніжжя гори Рен і в центрі життя. Свою назву місто отримало завдяки річці Фульда, яка протікає вздовж міста. Історичний центр Фульди в стилі бароко має особливий шарм, музеї та театри, ресторани та бари, концерти, клуби та вечірки, пішохідні та велосипедні маршрути, гори Рен – все це приваблює гостей цього старовинного міста. Перелік видів дозвілля у Фульді та її околицях дуже довгий. Спортивний центр, музика (біг-бенд і університетський хор), студентські проекти, кіновечори, університетські фестивалі та міжнародні вечори — усе це пропонується на території кампусу. Як що є бажання, то можливо досить швидко потрапити у Франкфурт, Кассель чи Вюрцбург на поїзді. Зелені зони, такі як сади замку або Фулдаауен, є прекрасними місцями для відпочинку після навчання в університеті та зустрічі з однокурсниками. Університет прикладних наук також є видатною пам'яткою міста Фульда. Тут не лише комфортно жити, але й економічно вигідно.

З приблизно 9 тисяч студентів університету близько 1800 не з Німеччини, а з понад 100 різних країн. Це формує міжнародне середовище на кампусі, яке збагачує навчальні програми та студентське життя в місті. Університет підтримує багато міжнародного співробітництва з університетами та установами. Ці партнерські зв'язки надають студентам інших країн можливість навчатися один семестр за програмою академічної мобільності Еразмус+.

Якщо говорити про матеріальне та технічне забезпечення університету, то можна з впевненістю сказати, що цей навчальний заклад має сучасні лабораторії та аудиторії для семінарів. Сучасні високоякісні ресурси з найновітнішими технологіями надзвичайно важливі для якісного навчання.

Університет прикладних наук Фульди має досить велику територію кампусу, який має як історичні будівлі, так і відзначені архітектурними нагородами сучасні корпуси. Центральне місце займає дворик між бібліотекою, кафетерієм і центром обслуговування студентів. Також є спортивні споруди, сад кампусу та численні затишні зони відпочинку, які є популярними місцями для відпочинку студентів.

Університет прикладних наук є одним із найсильніших дослідницьких університетів. Це вигідно не лише дослідникам, а й студентам університету. Інноваційні дослідження характеризують викладання на досить високому рівні у Фульді та пропонують студентам і докторантам можливість брати участь у дослідницьких проектах, що захоплюють. Якщо ви прагнете змінити ситуацію та бачите себе в ролі дослідника або науковця в майбутньому, цей університет буде ідеальним вибором для вас.

Однією з великих переваг є особистий контакт між студентами та їхніми викладачами. Попре те, що в Університеті прикладних наук Фульди зараз навчається майже 9000 студентів, він все ще виглядає сімейним. Люди знають один одного і зустрічаються. Завдяки численным службам підтримки та консультацій студенти можуть отримати допомогу в різних питаннях повсякденного студентського життя.

Навчаючись у Фульді, ви отримаєте унікальну можливість здобути знання та досвід від висококваліфікованих викладачів Університету прикладних наук. Цей університет відомий своєю якісною освітою та пропонує різноманітні програми, що відповідають вимогам ринку праці. Розташування Фульди в самому центрі Європи, забезпечує зручний доступ до інших міст і країн, відкриваючи безліч можливостей для професійного та особистісного зростання. Таким чином, навчання у Фульді не лише сприяє розширенню кругозору студентів, а й відкриває нові можливості для їх кар'єрного зростання на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Your studies. Your future. Your university of Applied sciences. URL: <https://www.hs-fulda.de/en/>

ВІД СТУДЕНТА ДО ГЕРОЯ

Наталія ТУНІК

викладач фізичного виховання

*Коростишівського педагогічного фахового коледжу
імені І. Я. Франка Житомирської обласної ради, м. Коростишів*

Проблема збереження і зміцнення здоров'я молоді була і залишається однією з найважливіших у сучасному суспільстві.

Круцевич Т. Ю. зазначає, що «рухова активність – невіддільна частина способу життя і поведінки дітей, котра визначається соціально-економічними і культурними факторами, залежить від організації фізичного виховання...» [1, с. 8].

Більшість фахівців декларують, що ведення здорового способу життя можуть забезпечити здоров'я генофонду країни. Це повинно стати щоденною потребою, яка дозволить докорінно змінити спосіб життя сучасної молоді.

Здоровими, активними та спортивними були Максим Артеменко, Олександр Гамерник, Євгеній Васькевич, Олександр Рудніцький, Віктор Попов, випускники Коростишівського педагогічного фахового коледжу імені І. Я. Франка, які зростали і мужніли на очах студентів та працівників закладу. Вони грали в спортивні ігри, брали участь в загальноколеджанських, районних, обласних та всеукраїнських змаганнях. Ці мужні юнаки хотіли й далі боротися за нагороди і прославляти Україну, а вирішили її захищати, не шкодуючи сил, здоров'я та навіть життя.

Низько схиляємо голови в пам'ять про наших випускників, які стали воїнами Небесного Війська.

Максим Артеменко народився у м. Черняхів. З дитинства займався різними видами спорту. 2016 року став студентом спеціальності 014 Середня освіта (Фізична культура) нашого коледжу. Максим був активним учасником загальноколеджанських змагань з легкої атлетики, волейболу, футболу, баскетболу та шахів. Постійно брав участь в обласних змаганнях з футболу, баскетболу, шахів. 2019 року (на третьому курсі) перевівся на навчання за індивідуальним графіком і працював учителем фізичної культури в Черняхівській громаді. Свою любов до спорту намагався передати учням. Тренував та готував збірні команди школи з легкої атлетики, настільного тенісу, футболу, шахів. Працюючи вчителем, продовжував брати участь в змаганнях з футболу на Всеукраїнському та обласному рівнях, в обласних змаганнях з шахів [2, с. 83]. Після закінчення коледжу Максим підписав контракт на військову службу і став воїном-контрактником 95 ОДШБ. 11 березня 2022 року під час виконання бойового завдання у місті Ізюм на Харківщині отримав смертельні поранення. Йому був лишень 21... Нагороджений орденом «За мужність» III ступеня» (посмертно).

Олександр Гамерник ще з дитинства у вільний час ганяв на пустирі м'яча, грав за вулицю, за село. Зимові дні захоплювали його хокейні баталії. У шкільні роки юнака приваблювали заняття фізичною культурою та спортом: футбол, баскетбол, волейбол. Студентом коледжу став в 2017 році, обрав спеціальність 014 Середня освіта (Фізична культура). Під час навчання займався баскетболом, футбол, волейбол. Військову службу в лавах ЗСУ розпочав одразу після закінчення навчання. З лютого 2022 року служив у Бахмутському районі Донецької області. У вересні отримав поранення. Після тривалого лікування повернувся на військову службу. Стрелець-помічник гранатометника мотопіхотної роти військової частини А4590 Олександр Гамерник загинув 2 квітня 2023 року в районі населеного пункту Серебрянка Бахмутського району Донецької області в результаті ворожого мінометного обстрілу [3, с. 54]. Напередодні загибелі йому виповнилося 22 роки.

03 березня 2022 року під час боїв за Бучу загинув випускник спеціальності 014 Середня освіта (Фізична культура) Євгеній Васькевич. Із початку війни в 2014 році хлопець приєднався до добровольчого підрозділу ДУК «Правий Сектор», воював у с. Піски. З перших годин повномасштабного вторгнення Росії Євгеній став на захист України в лавах полку

«Азов» Київ. Згодом перевівся до Національної гвардії, де служив на посаді старшого стрільця до 2017 року. Третього березня 2022 року завдяки відчайдушним діям бойової групи, до якої входив Євгеній (псевдо Стрілок), на чотири дні вдалося затримати рух колони росіян у напрямку Бучі й Ірпеня. Це дало можливість евакуюватися з міст багатьом мирним жителям. На жаль, Стрілок загинув від отриманих у бою поранень. У Євгенія залишилися дружина та півторарічний син [3, с. 54].

Олександр Рудницький вступив до Коростишівського педагогічного училища імені І. Я. Франка в 1999 році на спеціальність 5. 010102 «Початкова освіта». Бажання стати фахівцем у сфері ІТ привело його на другий курс Бердичівського технічного коледжу. Згодом закінчив Київський національний авіаційний університет. Олександр працював за кордоном у сфері ІТ-технологій. Проте, у 2015 році повернувся в Україну, щоб захищати її у лавах захисників у зоні АТО. 24 лютого 2022 року добровольцем пішов до лав ЗСУ, де у розвід-роті служив снайпером. У серпні 2022 року зник при виконанні бойового завдання на території Херсонської області. Тіло сина батькам вдалося забрати тільки через рік. Нагороджений орденом «За мужність» III ступеня (посмертно). Державну нагороду вручено сину Героя Івану Рудницькому [3, с. 55].

Віктор Попов закінчив ВКНЗ «Коростишівський педагогічний коледж імені І. Я. Франка» у 2011 році. Навчався на відділенні «Технологічна освіта». Друзі запам'ятали його добрим, щирим та доброзичливим, спокійним, завжди усміхненим, активним учасником змагань із футболу. 27 травня 2023 року Віктора Попова мобілізували до лав ЗСУ. Захищаючи країну, чоловік став командиром взводу, мав звання молодшого лейтенанта. Загинув Герой 4 листопада 2023 року, до останнього боронячи країну від російського агресора [3, с. 55].

Пам'ять про випускників-Героїв продовжує жити в добрих справах здобувачів освіти коледжу. На території коледжу 28 вересня 2023 року відкрито Алею Янголів у пам'ять про загиблих випускників коледжу.

14 березня 2023 року в Будинку культури міста Коростишева пройшов відкритий турнір з шахів пам'яті випускника – Героя Максима Артеменка.

11 вересня 2024 року за сприянням батьків Олени Іванівни та Андрія Миколайовича Гамерників відбулося відкриття тренажерного залу «Алекс», на честь сина Олександра.

Світлини про випускників-Героїв публікуються в періодичній пресі. Статті опубліковано в історико-краєзнавчих конференціях. Години спілкування з молоддю проводяться у навчальних групах.

Пам'ятаємо. Сьогодні. Завжди...

Вічна пам'ять Героям!

Список використаних джерел

1. Круцевич Т. Ю. Теорія і методика фізичного виховання. Том 2. Методика фізичного виховання різних груп. К.: Олімпійська література, 2008. 367 с.

2. Він загинув на війні: повинен був боротися за спортивні нагороди, але вибрав захист України (есе). Тетяна Мудренко, Наталія Тунік. *Збірник студентсько-учнівських наукових праць: Матеріали восьмої Житомирської історико-краєзнавчої онлайн-конференції* Житомир: «Полісся», 2023. 94 с.

3. Алея Янголів (есе). Кіріл Барсук, Наталія Тунік. *Збірник студентсько-учнівських наукових праць: Матеріали дев'ятої Житомирської історико-краєзнавчої онлайн-конференції* Житомир: «ЖАТФК», 2024. 86 с.

4. Сайт циклової комісії викладачів фізичної культури і виховання з методикою навчання. URL: <https://sites.google.com/d/1mjIX1YFviFHfnrOHn1EO7KZbH-WMsZl3/p/15TJIC9HKDyFgZDafiUZAocxe4cDIBV2s/edit>

МЕНТАЛЬНА КУЛЬТУРА СУБ'ЄКТА ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ВИМІРІ ОСОБИСТОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

Тетяна ЧЕРКАШИНА

*професор кафедри педагогіки і
освітнього менеджменту,*

доктор педагогічних наук

Комунальний навчальний заклад

*«Черкаський обласний інститут післядипломної освіти
педагогічних працівників Черкаської обласної ради», м. Черкаси*

Першорядною ознакою динаміки зростання ментальної культури слугує особиста ефективність. У контексті проблеми зміст поняття «особиста ефективність» розглядається як доцільне поєднання якості і швидкості виконуваних завдань, зазначає напрям з особистісно-професійного саморозвитку, самовдосконалення у реаліях сьогодення.

Вмотивованим цілепокладанням до подальшого розвитку особистої ефективності, і як наслідок підвищення рівня ментальної та комунікативної культури послуговує промовистий вислів Піфагора: «Роби велике, не обіцяючи великого».

Цілеспрямоване набуття знань про себе сприяє трансформуванню проявів невігластва у професіоналізм, розвиток інтелекту, ерудиції, мудрості, накопичення додаткових фахових компетенцій у докладанні особистих сил, гідних обраному способу життя та професійним уподобанням.

Змістові складники особистої ефективності трансформовані до милосердя, співчуття, любові до ближнього як до себе сприяють доцільному поєднанню якості та швидкості виконуваних завдань, наповнюють творчу працю радістю за результативні справи.

Дедалі зростаюча потреба суб'єкта освітньої діяльності у подальшому особистісно-професійному зростанні забезпечується необхідними і достатніми умовами, насамперед науковими підходами, зокрема аксіологічним, акмеологічним, компетентнісним, системним, цілісним, синергетичним, діяльнісним, дотриманням чинних нормативних документів, що уможливають ефективну професійну діяльність.

Технологічний ресурс самоаналізу сформованості ментальної та комунікативної культури у вимірі особистої ефективності за інтегративними характеристиками забезпечується критеріями: когнітивним (професійні знання), емоційно-ціннісним (особистісні якості педагога), діяльнісним (педагогічні здібності) [1].

Ґрунтовний взаємозв'язок особистої ефективності, ментальної культури, професійного самовдосконалення закладений у критеріях і показниках інтегративних характеристик за рівнями сформованості ментальної працєвитості з умовною диференціацією за узагальненням особистісно-професійних досягнень як низький рівень – ментальна працєздатність, середній рівень – ментальна працєлюбність, високий рівень – ментальна самостійність (таблиця 1).

Неупереджений самоаналіз за певний проміжок часу сприяє об'єктивації самооцінки у динаміці особистісно-професійних здобутків у відповідності з порівнюваними критеріями та показниками. Послідовність з накопичення чеснот сприяє підвищенню особистої ефективності у прямому взаємозв'язку з відповідним рівнем сформованості ментальної та комунікативної культури.

Таблиця 1

Інтегративні рівневі характеристики сформованості ментальної та комунікативної культури у вимірі особистої ефективності

Рівні	Рівневі характеристики	Критерії, показники		
		Когнітивний критерій (професійні знання)	Емоційно-ціннісний критерій (особистісні якості)	Діяльнісний критерій (уміння, компетенції)
Умовно низький рівень ментальної культури	Ментальна працездатність, формат мислення «я і вони»; сформованість вольового імунітету, самоаналіз «після» комунікативної події	Упорядковане використання спеціальних знань у повсякденній практиці, стандартних за чинними вимогами, специфічних за змістом, виважених за задумом втілення, доказових за науковою доцільністю	Упорядкований самоконтроль та самокерування бажаннями, формування почуття міри у бажаннях, емоціях, думках, словах, діях як прояв сили волі	Упорядкований самоаналіз особистісно-професійних досягнень, мобілізація особистих сил до зміцнення вольового імунітету, неупереджена самооцінка думок та дій «після» комунікативної події
Умовно середній рівень ментальної культури	Ментальна працелюбність формат мислення «вони і я»; сформованість емоційного імунітету, самоаналіз «під час» комунікативної події	Системне застосування наукових знань у повсякденній практиці з використанням обґрунтованих технологій, професійно значущих, узгоджених з сучасними освітніми вимогами	Системний самоконтроль за емоційно-чуттєвою сферою, самокерування емоціями, скромність в оцінці особистих досягнень, вміння бачити особисті недоліки у «дзеркальних» міжособистісних взаємодіях як прояв самовладання	Системний самоаналіз особистісно-професійних досягнень, активізація індивідуального ресурсу сил до зміцнення емоційного імунітету, об'єктивізація самооцінки думок та дій «під час» комунікативної події
Умовно високий рівень ментальної культури	Ментальна самостійність, формат мислення «вони + я»; сформованість ментального імунітету, самоаналіз «до» імовірної комунікативної події	Уніфіковане застосування знань у педагогічній практиці, вивірене досвідом наукових досліджень, випробуване часом, підтвержене вичерпною доказовою базою, результативним досвідом, повсюдним впровадженням інноваційних освітніх технологій з вирішення освітніх цілей і завдань	Уніфікований самоконтроль за ментально-чуттєвою сферою, самокерування думками, дружлюбність у міжособистісних, ієрархічно обумовлених комунікаціях, формування критичного мислення, свідомо відповідальність за генеровані думки та дії	Уніфікований самоаналіз особистісно-професійних досягнень, конструктивна самокритика, вміння запобігти конфліктам, прощати іншого, подальше зміцнення ментального імунітету, об'єктивність самооцінки думок, спонукань «до» імовірної події

Акцентуємо на тому, що функціональне поле діагностичної таблиця структурована за рівнями ментальної культури (низький, середній, високий рівень) у співставленні з критеріальними показниками комунікативної культури у вимірі особистої ефективності [3].

Системний самоаналіз у табличний спосіб дає змогу дослідити динаміку особистісно-професійного самовдосконалення, зростання професійної компетентності розумно мислячого суб'єкта освітньої діяльності, об'єктивувати самооцінку особистих досягнень з зміцнення «вольового, емоційного, ментального імунітету», підвищення рівня ментальної та комунікативної культури [2].

Ефективним засобом з досягнення умовно високого рівня особистісно-професійного саморозвитку, самовдосконалення є програмування і планування з набуття ключових, фахових компетенцій, зокрема емоційно-етичної, духовно-моральної компетентності. Фахова компетентність, у контексті проблеми, розглядається як інтегральна професійно-особистісна характеристика, що визначає готовність і здатність виконувати освітні функції відповідно до прийнятих у конкретно-історичний період норм, стандартів, вимог.

Показовим узагальненням слугує досліджений прямий взаємозв'язок між рівнем сформованості ментальної, комунікативної культури та професійною компетентністю, насамперед в умінні самостійно приймати конструктивні рішення, обирати головне з сукупності другорядних повсякденних справ, персональній відповідальності за наслідки генерованих думок та дій, здатності до забезпечення себе від роздратування, осуду, ліні, розчарування, прощення образника, трансформування активізованих до перетворення якостей та посилення чеснот, накопичення знань про себе, створення миру у собі, а отже неперервного цілеспрямованого особистісно-професійного зростання.

Список використаних джерел

1. Євтух М. Б., Черкашина Т. В. Педагогічна система самопізнання та особистісно-професійного самовдосконалення: підручник: для педагогічних працівників. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2017. 340 с.
2. Самопізнання та самовдосконалення в схемах, формулах, таблицях: навчально-методичний посібник / За загальною редакцією Пінковської Е.А., Черкашиної Т.В. Черкаси. Видавець Чабаненко Ю.А., 2018. 152 с
3. Черкашина Т. В. Ціннісно-сміслова сфера суб'єкта педагогічної діяльності у вимірі особистісно-професійного самовдосконалення: навчально-методичний посібник для післядипломної освіти педагогічних працівників. Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2022. 254 с.

Сучасна візуальна культура

ЗВ'ЯЗОК ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО МИСТЕЦТВА З ДИЗАЙНОМ

Тетяна КАСЬЯН

*заслужений художник України, канд. педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін
Черкаського державного бізнес-коледжу, м. Черкаси*

Зв'язок декоративно-прикладного мистецтва з дизайном є глибоким та багатограним, адже обидві сфери спрямовані на створення естетично привабливих і функціональних об'єктів.

Декоративно-прикладне (ужиткове мистецтво) – один із видів художньої діяльності, твори якого поєднують естетичні та практичні якості. Декоративне означає «прикрашати». Ужиткове ж означає, що речі мають практичний вжиток, а не лише є предметом естетичної насолоди. Головне завдання декоративно-ужиткового мистецтва – зробити гарним речове середовище людини, її побут. Краса творів ужиткового мистецтва досягається завдяки декоративності. Декоративність є єдиним можливим засобом вираження змісту та художньої образності [2].

Декоративно-прикладне мистецтво містить різні техніки та матеріали для виготовлення речей, які можуть прикрашати побут, водночас виконуючи функціональні завдання. До прикладів декоративно-прикладного мистецтва відносяться кераміка, розпис по тканині, ткацтво, вишивка, різьблення по дереву, металеві вироби, ювелірне мистецтво тощо.

Основною метою декоративно-прикладного мистецтва є поєднання краси та користі, де художній компонент доповнює практичну цінність предмета. Наприклад, вишиті рушники або керамічні горщики – це не лише елементи декору, а й предмети побуту, які відображають естетичні смаки, культурні та етнічні особливості певної спільноти.

Декоративно-прикладне мистецтво має глибоке коріння у фольклорі та культурних традиціях народів. Вироби майстрів передають унікальні риси культури, її колірну гаму, орнаментику та символіку, воно зберігає національну спадщину і водночас адаптується до сучасних вимог, які постійно розвиваються та збагачують культурне середовище новими формами й ідеями.

Декоративно-прикладне мистецтво, вкорінене в культурних традиціях, зосереджується на ремеслах, ручній праці та використанні природних матеріалів, що робить його виразом культурної спадщини. Унікальні вироби, створені майстрами декоративного мистецтва, відображають національні особливості та естетичні уподобання, а також містять прикладні функції.

Дизайн – вид художньої культури ХХ століття. Це одночасно творчий метод, процес і результат технічного проектування виробів, які мають відповідати практичним та естетичним вимогам людини. Дизайн – це процес спільної діяльності, який охоплює створення готового продукту, середовища чи зображення від початкового етапу концепції (ідеї) до реалізації готового продукту. Хоча деякі проекти можуть залишитись тільки на етапі ідеї або експерименту [1]. Дизайн охоплює багато сфер – від графічного дизайну, промислового, інтер'єрного, модного до ландшафтного та вебдизайну.

Основна особливість дизайну – це прагнення до створення не лише красивих, але й корисних речей. Дизайнери враховують особливості форми, кольору, матеріалів, ергономіку та психологічний вплив об'єктів на людину. Наприклад, графічний дизайн

розробляє візуальні матеріали, що ефективно передають ідеї, тоді як промисловий дизайн орієнтований на створення предметів, які полегшують щоденне життя.

Дизайн знаходиться на межі мистецтва та науки, адже використовує як художні, так і технічні підходи для досягнення гармонії між зовнішнім виглядом та практичністю. Це універсальна сфера, яка вимагає від фахівців творчих навичок, технологічних знань і вміння працювати з потребами користувачів, вони створюють вироби та рішення, що відповідають сучасним вимогам та покращують якість життя.

Дизайн, зі свого боку, є сучасною дисципліною, яка використовує новітні технології, промислові матеріали та фокусується на масовому виробництві. Важливою метою дизайну є поєднання естетики з функціональністю для розв'язання конкретних задач і потреб суспільства.

Таким чином, декоративно-прикладне мистецтво є родоначальником та має значний вплив на сучасний дизайн, збагачуючи його культурними традиціями, візуальними образами та майстерністю ручної роботи. Основні аспекти цього впливу:

– **Естетика та символіка.** Декоративно-прикладне мистецтво відображає культурні символи та візуальні особливості певного народу або епохи. Сучасний дизайн запозичує ці образи, поєднуючи їх з новими матеріалами та технологіями для створення унікальних продуктів, які несуть культурне значення. Це можна побачити у меблях, одязі, інтер'єрах, де використовуються орнаменти, кольори та форми, характерні для національних ремесел.

– **Матеріали та техніки.** Багато сучасних дизайнерів звертаються до традиційних технік, таких як ручне ткацтво, різьблення, витинанка, кераміка, розпис по тканині, вишивка, які адаптують їх для сучасних потреб. Наприклад, у моді знову популярні тканини з ручним розписом та вишивкою, в предметному дизайні – елементи ручного плетіння, що додає виробам автентичності, а в оформленні книг та календарів використовують витинанку, що збагачує вигляд виробу.

– **Екологічність та стійкість.** Декоративно-прикладне мистецтво часто використовує натуральні матеріали та техніки, які є більш екологічними та довговічними. Сучасний дизайн, зосереджений на екологічності, надихається цими підходами, які інтегрують натуральні матеріали та методи, що мінімізують відходи.

– **Унікальність і ручна робота.** Сучасні споживачі цінують індивідуальність та оригінальність, і декоративно-прикладне мистецтво з його акцентом на ручній роботі відповідає цьому попиту. Багато дизайнерів прагнуть створювати не просто серійні вироби, а продукти з унікальними деталями, натхненними майстерністю традиційних ремісників.

– **Інноваційний підхід до традицій.** Дизайнери часто переосмислюють класичні декоративні техніки, адаптуючи їх до сучасних форм і потреб. Наприклад, традиційні орнаменти можуть застосовуватися у графічному дизайні чи вебдизайні, додаючи цим проектам візуальної глибини та культурного контексту.

Отже, декоративно-прикладне мистецтво не лише зберігає свою актуальність, а збагачує графічний дизайн культурними мотивами, традиційними формами та символами, що робить його виразнішим і змістовнішим. Це сприяє появі унікальних дизайнерських рішень, які відображають культурну спадщину, але водночас відповідають сучасним трендам та естетичним вимогам сучасності.

Список використаних джерел

1. Дизайн та його види. URL: <http://surl.li/pwwdss>
2. Портал: Декоративно-ужиткове мистецтво. Вікіпедія. URL: <http://surl.li/ieqpsy>

ІДЕЇ КОНСТРУКТИВІЗМУ ВАСИЛЯ ЄРМІЛОВА У СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Влада БІЛОГОЛОВА, Дар'я АФАНАСЬЄВА
студентки групи ІД-21

освітня програма «Дизайн»

Черкаського державного бізнес-коледжу

Тамара Степанівна ХРЕБТО

викладач-методист, кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін

Черкаського державного бізнес-коледжу, м. Черкаси

Наше наукове дослідження присвячено аналізу мистецької спадщини одного з лідерів українського авангарду 1920-х років Василю Єрмілову. Проаналізовано місце та значення в мистецтві та культурному житті суспільства надзвичайно цікавого художника, найпомітнішого символу українського мистецтва, та й, мабуть, не лише українського, який вперше в Україні втілює конструктивістські принципи у своїй творчості. Маючи добру школу реалістичного малюнку, Василь Єрмілов основні свої творчі зусилля присвятив авангардним пошукам, а саме напрямку конструктивізму, стилю, в якому оперував лише геометричними фігурами та площинами, прагнув видобути ідеально-неможливе поєднання струнності, монументальності й раціоналізму.

Художника-експериментатора Василя Єрмілова сьогодні можна сміливо назвати серед найпомітніших символів довоєнного українського мистецтва, та й, мабуть, не лише українського. Він отримав добру школу реалістичного малюнку, проте основні творчі зусилля присвятив авангардним пошукам. Зокрема, в напрямку конструктивізму, стилю, в якому оперували головно геометричними фігурами та площинами, прагнули видобути ідеально-неможливе поєднання струнності, монументальності й раціоналізму. Як значною мірою й увесь інший авангард, конструктивізм, спочатку яскраво вибухнувши, довго бути свіжим, гарним та ефектним не міг. Надто обмежений, він мав арсенал творчих засобів, надто вузькі ідеологічні рамки. У радянських умовах абсолютно природним наслідком стало переродження в соцреалізм постсталінського зразка. На Заході – просто уневиразнення. Втім, Єрмілов репрезентує якраз той автентичний авангард, котрий ще був новим і цікавим явищем. Щасливо переживши часи репресій, художник практично все життя мешкав у Харкові та прагнув якомога більше свого досвіду і досягнень передати молодшим митцям.

Український авангард як мистецьке явище є об'єктом досліджень багатьох українських науковців, серед яких Д. Горбачов, О. Лагутенко, Г. Скляренко, Т. Павлова, Т. Філевська.

В історії українського дизайну авангард знайшов місце у працях В. Даниленка, В. Косіва, О. Хмельовського. Варто згадати наполегливу працю Г. Коваленка – організатора конференцій з мистецтва авангарду, що відбувалися протягом останнього десятиліття. Також українському авангарду присвячені праці О. Тарасенко, зокрема дослідження супрематизму Казимира Малевича і давньоруської ікони. Втім, у фокусі уваги згаданих науковців власне період 1910 – 1930-х років, майже не аналізується митцями українського авангарду. Сучасні мистецькі практики не популяризують та не переосмислюють спадщину українського авангарду й окремих його представників, а саме мало висвітлюють та аналізують спадщину видатного представника українського авангарду Василя Єрмілова у культурному контексті України. шляхом систематизації мистецтвознавчих розвідок, практик сучасного мистецтва.

Метою нашого дослідження є арткритичний аналіз феномену українського авангарду, формування та розвитку конструктивізму Василя Єрмілова в українському образотворчому мистецтві ХХ ст. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких задач:

- *дослідити* історіографію теми, визначити стан розробленості теми, визначити її проблематику, джерельну базу, методи дослідження;
- *окреслити* періодизацію авангардного мистецтва за напрямками та жанрами;
- *висвітити* передумови модерного мистецтва в Харкові, виявити джерела й чинники формування художнього осередку в Харкові;
- *визначити* витoki, формування напрямку конструктивізму в художній культурі ХХ ст.;
- *простежити* зв'язок «історичного авангарду» з постмодернізмом кінця ХХ ст. та початку ХХІ ст. в українських мистецьких процесах;
- *виявити* роль окремих митців у передачі авангардної естафети напрямку конструктивізму молодим сучасним дизайнерам

На початку травня 2018 року уряд України затвердив дизайн великого комплексного проекту «Бренд України у світі», який має на меті презентувати нашу державу в інших країнах, продемонструвати її особливість та привабливість. Як сказано в презентації використаний шрифт «Ermilov», створений спеціально для цього проекту українським дизайнером Кирилом Ткачовим. «Це сучасний масивний геометричний гротеск» – стверджують автори проекту, і додають що джерелом натхнення у створенні цього шрифту були роботи українського художника-конструктивіста Василя Єрмілова. Здавалося б, ось він український контекст, адже Василь Єрмілов – знакова фігура української візуальної культури. Його шрифтові твори – оригінальні, конструктивні, ефектні-як ніякі інші вписуються в сучасний європейський світогляд. Але річ в тому, що конструктивізм – це ніяк не сучасність. Ці практики були поширені майже століття тому, і пропагували абсолютно конкретні ідеї. Радянський конструктивізм, що оперував трьома «дисциплінами»: тектоніка, фактура, конструкція. Конструктивізм був поширений, крім СРСР, також у Голландії, Чехії, Польщі та Німеччині. Саме в останній існувала потужна конструктивістична школа – Баухауз. Саме німецькі художники – Віллі Баумайстер, Вальтер Дексель, Іоган Мольцан, Курт Швігтерс та ін. – були провідниками нового напрямку шрифтової графіки

Свій найбільший розвиток конструктивізм отримав у Харкові. І хоча тут ми маємо справу не з чистим конструктивізмом, а швидше з геометричними композиціями у стилі конструктивізму. В цей час, у тодішній столиці радянської України, працює ціла плеяда художників-графіків, більшість з яких, вирішують свої графічні композиції як конструкції. Серед них: В. Меллер, Г. Цапок, О. Влизько, Г. Фішер, А. Страхов, В. Єрмілов та ін. Змінюють свої творчі манери, на більш конструктивістичні, В. Кричевський та А. Петрицький. Але найбільш характерними, на нашу думку, є твори Адольфа Страхова. Причому, у художника надзвичайно виразні не лише шрифтові образи, а і антропоморфні. Активно працюючи у скульптурі, Страхов і у графіці «виліплює» людські обличчя надзвичайно ефектно. Літери В. Єрмілова були ефектними в його час, захоплюють вони і наших сучасників. Так, у 2005 році харків'янкою Софією Ждановою був створений шрифт, на основі літерацій Єрмілова до плаката «Виконаймо вугільну п'ятирічку...»

Ім'я іншого знакового художника українського конструктивізму – Василя Єрмілова є сьогодні чи не найвідомішим. Цьому сприяли, як популяризація його творчості в стінах Харківської академії дизайну, так і праці авторитетних мистецтвознавців, в першу чергу Ольги Лагутенко і Тетяни Павлової. Тож не дивно, що виставка творів В. Єрмілова, що відбулася у 2011 році в Мистецькому арсеналі в Києві, мала величезну популярність.

Список використаних джерел

1. АРХІВажлива СПРАВА: Василь Єрмілов. URL: <http://prostir.museum/ua/post/33612> (дата звернення 30.10.2020).
2. Валеріан Поліщук – український поет, прозаїк, літературний критик. 1925 р. заснував у Харкові групу українських конструктивістів «Авангард». 1931 р. видав монографію про В. Єрмілова, яка була високо оцінена сучасниками та самим художником,

однак через арешт Поліщука наприкінці 1934 р. книга була заборонена, збереглися кілька примірників. 1937 р. розстріляний на Соловках у віці 40 років.

3. Даниленко В. Дизайн України в європейському вимірі ХХ століття. Нариси з історії українського дизайну ХХ століття: зб. статей. К.: Фенікс, 2012. С. 26. URL: <https://elib.nlu.org.ua/view.html?id=3253>

4. Лагутенко О. Василий Ермилов и «малые голландцы». Русский авангард 1910–1920-х годов: проблема коллажа. М.: Наука, 2005. С. 128 – 141.

5. Поліщук В. Василь Єрмилов. Х.: Рух. 1931. С. 15-16.

АЙДЕНТИКА СУЧАСНИХ КВІТКОВИХ САЛОНІВ

Анастасія БОЙКО

студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

викладач кафедри дизайну та СКД

Ольга ВАКУЛЕНКО

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

У сучасному світі брендинг і айдентика стали важливими складовими успіху в будь-якому бізнесі. Брендинг – це процес створення унікального іміджу компанії чи продукту. Він охоплює цінність, місію та формує відповідне уявлення про бренд. Айдентика – це візуалізація бренду, що містить в собі логотип, колірну палітру, типографію та інші елементи, які роблять його впізнаваним [1], [2].

Айдентика дозволяє брендам формувати цінність компанії, створюючи унікальний образ, який буде вирізнятися на ринку [2]. Сучасні бренди квіткових салонів повинні володіти не лише привабливою айдентикою, але і унікальною концепцією, що допоможе вирізнятися серед конкурентів за допомогою візуальної естетики, емоційного підходу та особливих потреб цільової аудиторії.

Для розуміння сучасних тенденцій, були розглянуті чотири бренди: Secret Garden, Merely Flower Gallery, Blossom і MyPeonika. Кожен із них має свої особливості у створенні айдентики та демонструє власний підхід до побудови бренду.

Концепція Secret Garden (рис.1) сконцентрована на природних мотивах та екологічності. Merely Flower Gallery (рис.2) пропонує естетичний досвід своїм відвідувачам, поєднуючи флористику з мистецтвом. Бренд Blossom (рис.3) має насичені поєднання кольорів – це створює яскравий і грайливий підхід. MyPeonika (рис.4) фокусується на мінімалізмі та елегантності.

Основою для створення айдентики є визначення цільової аудиторії. Наприклад, квітковий салон Secret Garden орієнтований на екологічно свідому аудиторію, що відображається у використанні природних кольорів і втілені образа рослин в ілюстрації. Blossom пропонує яскравий і грайливий підхід за допомогою об'ємних шрифтів і насичених кольорів, орієнтуючись на молоду аудиторію. Натомість Merely Flower Gallery і MyPeonika навпаки сконцентровані на клієнтах преміум-сегменту – це відображається в мінімалізмі і елегантності їх дизайнерських рішень.

Кольорова палітра – важливий інструмент емоційного впливу. Secret Garden використовує яскраві кольори, такі як зелений, рожевий і жовтий, для створення гармонійного образу бренду. Blossom також обирає яскраві відтінки, щоб підкреслити енергетику бренду, натомість Merely Flower Gallery і MyPeonika орієнтовані на стримані та водночас глибокі відтінки, що асоціюються з комфортом і розкішшю.

Типографія – один з ключових елементів ідентифікації бренду. Secret Garden і MyPeonika використовують прості шрифти, які підкреслюють природність і мінімалізм, в той

час, як Blossom зупиняє увагу на об'ємних і креативних шрифтах. Merely Flower Gallery демонструє елегантність за допомогою стилізованих шрифтів, які відображають естетику бренду та його преміальний характер.

Логотипи разом з графічними елементами відіграють важливу роль у створенні візуальної концепції. Наприклад, Secret Garden використовує ілюстрації із зображенням рослин, а Blossom вносить образ квітки в свій логотип замість літери «о». Натомість Flower Gallery та MyPeonika застосовують мінімалістичний підхід для створення універсальних і водночас елегантних образів.

Сучасні бренди прагнуть створити власний візуальний досвід, заснований на гармонійному поєднанні концепцій і естетичних рішень. Мінімалізм, використання натуральних кольорів, екологічність і адаптованість дизайну до різних платформ є основними тенденціями у формуванні айдентики. Успішний брендинг забезпечує емоційний зв'язок з клієнтами і сприяє формуванню актуального образу бренду на ринку.

Таким чином, брендинг і айдентика є ключовими факторами успіху будь-якого бізнесу, зокрема квіткових салонів. Візуальні елементи бренду, такі як логотипи, кольорова палітра та типографія, повинні точно відображати концепцію бренду, його цінності та атмосферу, яку він прагне донести своїм клієнтам. Сучасні бренди квіткових салонів демонструють різноманітність підходів, від екологічних і мінімалістичних стилів до яскравих і креативних рішень. Кожний з них відповідає конкретним потребам цільової аудиторії. Але, в цілому сучасні квіткові бренди все більше орієнтуються на поєднання естетичної привабливості з екологічністю і функціональністю. Тенденція до мінімалізму, використання натуральних кольорів і створення візуально приємних композицій досі залишається актуальною. Важливим аспектом є здатність бренду створювати унікальний візуальний досвід для своїх клієнтів, враховуючи всі важливі деталі у створенні індивідуального підходу.

Важливо враховувати орієнтацію на конкретну групу клієнтів – чи то на любителів природи та екологічності, чи людей, що шукають елегантності і витонченості. Можливо це буде молода аудиторія, яка шукає нестандартних рішень – брендинг повинен бути адаптований таким чином, щоб викликати потрібні емоції і асоціації. Виявлення унікальних характеристик бренду за допомогою айдентики може створити сильну конкурентну спроможність на ринку, привернути увагу і сформуванню правильне уявлення про бренд.



Рис. 1. Брендове пакування та логотип квіткового салону Secret Garden.

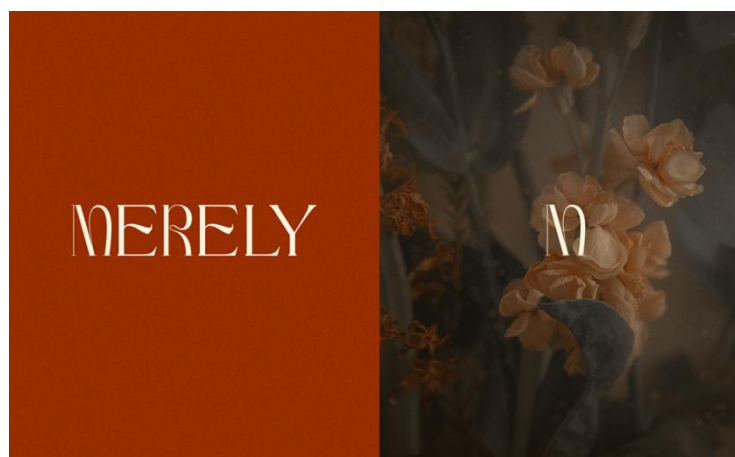


Рис.2. Логотип квіткового салону Merely Flower Gallery.



Рис.3. Логотип квіткового салону Blossom.

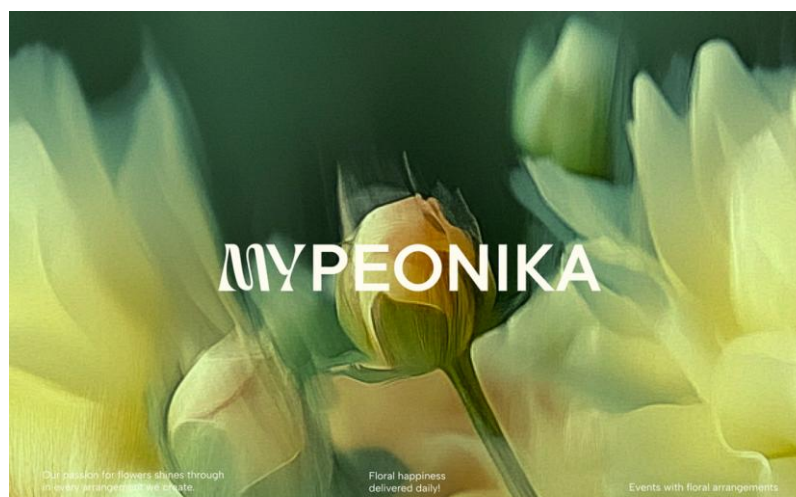


Рис.4. Логотип квіткового салону MyPeonika.

Список використаних джерел

1. Айдентика — посібник з комунікацій для органів державної влади / В. Бартко, А. Волкова, М. Домбровська та ін. Київ, 2020. 55 с.
2. Безрукова Н.В. Брендинг в мережі Інтернет як засіб глобальної маркетингової комунікації / Н.В. Безрукова, Л.В. Тимченко // Ефективна економіка 2014. № 12. – URL: http://reposit.nupp.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/PoltNTU/1515/80_Bezrukova_Timchenko_article.pdf?sequence=1&isAllowed=y

3. Secret garden I Flower shop Illustrations: Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/191676685/Secret-garden-I-Flower-shop-Illustrations>
4. Merely flower gallery: Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/154637875/Merelyflower-gallery>
5. MYPEONIKA BRAND IDENTITY FOR FLOWER SHOP: Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/209766759/MYPEONIKA-BRAND-IDENTITY-FOR-FLOWER-SHOP>
6. Blossom/flower/shop/logo/branding: Behance. URL: <https://www.behance.net/gallery/204675489/Blossomflower-shoplogobranding>

ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ КОМУНІКАТИВНОГО ДИЗАЙНУ

Юрій БОРИСОВ

кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри ГДМС

Вікторія КУДРЕВИЧ

викладач кафедри ГДМС

кафедра графічного дизайну, моди та стилю

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Комунікативний дизайн включає в себе функціональне навантаження і візуальну складову. Функціональне навантаження включає в себе змістовний сенс, інформацію спрямовану на певного споживача. Візуальна частина може складатися з окремого знаку, більш складних графічних зображень, відеоряду (мультимедійного зображення). В графічному зображенні використовують текстовий матеріал (шрифт, гарнітуру, типографіку), колорит, стилістику, композиційне рішення тощо [1].

Комунікація є частиною нашого повсякденного життя і побуту. За допомогою комунікації як процесу, ми можемо обмінюватись інформацією, ідеями, емоціями або повідомленнями. Комунікація відбувається вербальними і невербальними засобами, за допомогою текстів, зображень тощо. Окрім ефективної комунікації в суспільному житті (засобів масової інформації, таких як друковані матеріали, цифрові, медіа презентації), невід'ємною складовою комунікації є комерційна складова, візуальний контакт між виробником і споживачем. З появою дизайну виник термін «комунікативний дизайн» який за допомогою різних символів і графічних знаків, покращує комунікативні якості, чітко і виразно передає потрібну інформацію. Дизайнери України частіше використовують терміни "графічний дизайн", в західній спільноті частіше використовується "дизайн комунікацій".

При бажанні, зародження «комунікативного дизайну» ми можемо віднести в дуже давні часи. Перші спроби використання візуальної комунікації з'явилися ще у стародавньому Єгипті, де ієрогліфи використовувалися для передачі повідомлень, в більшій мірі для сучасників. Різні символи, піктограми, знаки та ієрогліфи використовувалися не тільки в давньому Єгипті, а ще й Месопотамії, Китаї та інших давніх цивілізаціях. В стародавньому Римі почали з'являтися перші інформаційні плакати у вигляді табличок, напису на стінах за допомогою яких можна було донести інформацію, зразком можуть слугувати агітація за претендентів на виборчі посади чи реклама певних видів комерційної діяльності. В сучасній інтерпретації за допомогою засобів візуально-графічної комунікації, знак є невідмінною частиною будь то особистого бренду, фірмового стилю фірми чи організації.

Одним з компонентів комунікативного дизайну стало використання текстів, це різноманітні шрифтові композиції, що передбачає: розмір тексту, певну гарнітуру, інтервали,

стилістику, типографіку для підкреслення важливості та чіткості повідомлення, і є важливим інструментом у передачі інформації та розширенні меж комунікації.

Поява перших ілюстрованих книг відбулось ще у часи Середньовіччя, де поєднання тексту та зображення стало новим способом передачі інформації. Промислова революція і поява друкарського верстату Йогана Гутенберга призвела до масового виробництва книг й інших друківаних матеріалів [2]. Відбулося створення нових шрифтів, композиційних принципів і стандартів для друківаних матеріалів. З активним розвитком технологій друку, з'явилися газети, журнали, плакати і реклама. Це призвело до появи нових форм комунікації, орієнтованих на масову аудиторію. З часом з'являються перші торгові марки, коли масове виробництво товарів призвело до необхідності відрізнити продукцію різних виробників. Компанії почали використовувати фірмові назви, логотипи та упаковку для створення пізнаваності своїх продуктів на ринку.

У 1920-1930-х роках реклама почала використовувати дизайн як ключовий елемент комунікації. Візуальні і текстові повідомлення стали пов'язуватися з маркетингом і брендингом. В цей період графічний дизайн формується як окрема дисципліна і з'являються перші графічні дизайнери, які спеціалізувалися на створенні візуальних повідомлень.

З появою цифрових технологій і персональних комп'ютерів, комунікативний дизайн почав набувати нових форм. Що дало йому змогу змінити свій підхід до створення візуальних повідомлень та подачі інформації. Це дозволило дизайнерам експериментувати з новими форматами, стилями і методами. Розвиток комп'ютерних технологій, програмного забезпечення, а також поява інтернету сприяли новому поштовху для розвитку комунікативного дизайну. Починається з'являтися і розвиватися такий напрям як веб-дизайн, UX/UI дизайн, інтерактивні медіа, а також нові формати, такі як мобільні додатки, соціальні мережі та віртуальна реальність, що вимагають нових підходів до організації інформації та роботи з аудиторією.

Сучасний комунікативний дизайн активно використовує аналітичні інструменти для розуміння потреб і поведінки аудиторії, що дозволяє створювати більш персоналізовані та ефективні комунікаційні стратегії. Використання адаптивного дизайну для різних платформ (мобільні пристрої, VR/AR), інтерактивних елементів і мультимедіа стає стандартом у сучасному комунікативному дизайні [1]. Комунікативний дизайн пройшов довгий шлях від піктограм до інтерактивних віртуальних варіантів і продовжує розвиватися, адаптуючись до технологічних змін та соціальних потреб, залишаючи основною метою ефективну передачу інформації між творцем та аудиторією.

Список використаних джерел

1. Борисенко О.М. (2018). Комунікативний дизайн в соціокультурному просторі Галичини, *Perspectives of science and education. Proceedings of the 6th International youth conference, SLOVO\WORD, New York, USA.* P. 777–787.
2. Aakhus M. (2007). *Communication as Design. Communication Monographs.* Vol. 74, no. 1. P. 112–117. URL: <https://doi.org/10.1080/03637750701196383>

ВПЛИВ МІКРОАНІМАЦІЙ НА ЗАЛУЧЕННЯ КОРИСТУВАЧІВ ТА ЗРУЧНІСТЬ НАВІГАЦІЇ В СУЧАСНИХ ЗАСТОСУНКАХ

Ольга ВАКУЛЕНКО

викладач кафедри дизайну та СКД

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Мікроанімації – це інтерактивні елементи інтерфейсу, що сприяють покращенню користувацького досвіду в сучасному цифровому світі Інтернету, де користувачі очікують не тільки функціональності, але й приємного досвіду взаємодії з додатком [1]. Ці невеликі анімовані елементи також стали важливими інструментами, які підвищують зручність навігації та рівень залучення користувачів. Вони покращують взаємодію. Вони роблять процес навігації плавним і «живим». Основна функція мікроанімації – забезпечити миттєвий зворотний зв'язок, виділити елементи інтерфейсу та створити емоційні зв'язки з користувачами [2].

Дане дослідження розкриває як анімовані мікрвзаємодії сприяють залученню користувачів і підвищують зручність навігації, а також приділяється особлива увага психологічним і функціональним аспектам вебзастосунків в UX-дизайні. Було розглянуті переваги та проблеми використання мікроанімації в сучасних інтерфейсах, а саме їх вплив на емоційне сприйняття користувачів.

Роль мікроанімації в UX-дизайні. Взаємодія з плавними рухами, які були чітко сплановані під час проектування, робить сайт більш динамічним і комфортним для відвідувачів. Вони створюють у користувача відчуття «живого» та «дружнього» інтерфейсу, що формує позитивне перше враження у людей [1].

Інтерактивні кнопки та елементи, що реагують на наведення курсора миші, стимулюють цікавість і залученість. Взаємодія, включаючи емоційно насичену анімацію, може підвищувати довіру та впізнаваність бренду, оскільки у користувачів складається враження, що відвідування сайту приносить задоволення та підвищує залучення та час перебування на ньому.

Анімаційна взаємодія між сайтом і користувачем, що підкреслює стиль і унікальність бренду, може сприяти встановленню більш тісного емоційного зв'язку. Наприклад, якщо сайт має яскравий і життєрадісний стиль дизайну, то мікроанімація буде активною та відбувається у формі гри, що посилить емоційний відгук. Анімовані підказки про можливі дії, так звані попапи, полегшують взаємодію з сайтом. Такі проєктні рішення допомагають знизити тривожність і підвищити настрій користувачів. Наприклад, анімований скроллінг з використанням ефекту паралаксу, тобто анімація переходів між сторінками, допомагає уникнути відчуття різких змін, що робить процес взаємодії більш плавним і комфортним. Це покращує емоційне сприйняття контенту.

Когнітивне навантаження на користувача зменшується завдяки мікрвзаємодіям. Це відбувається під впливом анімованих елементів, що допомагають відвідувачам інтуїтивно розуміти і сприймати структуру контенту. Мікроанімація спрощує орієнтування у великих і складних вебзастосунках. Наприклад, анімація елементів зворотного зв'язку на панелі навігації допомагає людині зрозуміти, в якій частині програми вона знаходиться. Анімовані елементи надають візуальні підказки та допомагають зосередити та привабити увагу, тому зникає потреба шукати інтуїтивно зрозумілий спосіб навігації по сторінці, а це знижує рівень стресу [3].

Мікроанімація елементів застосунку допомагає створити позитивний емоційний ефект передчуття, особливо якщо вона пропонує «міні-винагороди» такі, які відбуваються після успішного заповнення реєстраційної форми. Під час психологічних досліджень користувачького досвіду було з'ясовано, що інтерактивні анімації можуть викликати відчуття задоволення від взаємодії з контентом. Все це стає ефективним інструментом, який позитивно впливає на емоційний стан користувача і асоціює бренд з чимось приємним і викликає враження, що користувач пам'ятає тривалий час.

Взаємодії, які є найбільш показовими та ефективними:

– Анімація при наведенні курсору, що масштабує зображення на невеликий відсоток, або зміна кольору кнопки або тільки її контуру. Ці дії сприяють створенню відчуття інтерактивності.

– Переходи і завантаження під час яких відбувається плавне завантаження елемента, або виникає ефект розмиття, що дозволяє створити візуальний комфорт і сприяє зменшенню відчуття очікування.

– Інтерактивні іконки, такі як «вподобайки» або «сердечко» при натисканні додають емоційної привабливості і сприяє взаємодії користувача з інтерфейсом [3].

Мікроанімація є потужним інструментом у сучасному UX дизайні, але в деяких випадках вона може спричинити проблеми, що погіршують взаємодію, тому, наприклад, її не рекомендується використовувати в таких випадках:

– Проблеми з продуктивністю та затримка виконання дій на слабких пристроях. При високому навантаженні ресурсів мікроанімація може уповільнити процес завантаження інтерфейсу і затримати його відображення, особливо на пристроях з низькими технічними характеристиками (старі смартфони, планшети або комп'ютери). У таких випадках варто запропонувати можливість оптимізувати анімацію або відключити її запропонувавши користувачеві використати параметр «низька продуктивність» у налаштуваннях інтерфейсу. Також, дослідження показали, що найкраща тривалість мікроанімації становить 200-300 мілісекунд.

– Велика кількість і часте використання анімацій буде відволікати користувача від нормального сприйняття контенту. Мікроанімації повинні бути не тільки декоративним доповненням, але і функціональними. Використання даних елементів є ефективним, якщо вони допомагають користувачеві зрозуміти або підтвердити дію.

– Відмова користувача та обмежена доступність. Не всі люди можуть сприймати інтерактивне переміщення по інтерфейсу. Наприклад, користувачі з когнітивними порушеннями або захворюваннями вестибулярного апарату можуть відчувати дискомфорт від постійного активного переміщення елементів. Ефекти, які відбуваються занадто швидко, можуть бути непомітними для людей з вадами зору. Крім того, деяких користувачів анімація дратує, і вони її вважають зайвою. Перевірка відповідності мікроанімації стандартам доступності (WCAG2.1) та додавання можливості керувати анімацією можуть допомогти розв'язати проблему.

– Невідповідність контексту. У деяких випадках анімація не додає корисної інформації користувачеві. Тобто, анімація кнопки повторює її функцію без видимого поліпшення взаємодії, або надмірне використання декоративної анімації в інтерфейсі серйозних або корпоративних застосунків. Мікрорезаємодія має бути обов'язково інформативною або покращувати естетичні якості в зрозумілому для людини контексті.

Висновки. В результаті дослідження було з'ясовано, що використання мікроанімацій у інтерфейсі застосунків може значно поліпшити користувальницький досвід, але їхній потенціал реалізується тільки в умовах продуманого і збалансованого використання в застосунках. Мікроанімації покращують інтуїтивність інтерфейсу, допомагають

користувачам легше орієнтуватися в складних додатках і значно знижують когнітивне навантаження, роблячи взаємодію більш приємною. Елементи, що містять мікроанімації, можуть використовуватися для підказки можливих дій, допомагаючи користувачам зрозуміти, куди натискати та яких результатів можна очікувати. Крім того, вони створюють відчуття, що інтерфейс застосунку є «чуйним», що позитивно впливає на емоційні сприйняття користувача.

Список використаних джерел

1. Дональд А. Норман. Емоційний дизайн: Чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас. Київ. ArtHuss, 2019 – 304 с.
2. Пустюльга С. І., Самчук С. П., Шаповалова А. А., Клак Ю. В. Аналіз тенденцій та трендів у дизайні інтерфейсів сучасних мобільних додатків. Art and Design №4, 2023. URL: <https://artdesign.knutd.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2024/02/12-AD-4-2023.pdf>
3. Brian Dordevic. Micro Animations: Why Are They Crucial And How To Use Them Properly? URL: <https://alphaefficiency.com/micro-animations>

УКРАЇНСЬКЕ БАРОКО ЧЕРКАЩИНИ - ВІДЛУННЯ КОЗАЦЬКОЇ СЛАВИ В АРХІТЕКТУРІ

Анастасія ВАСИЛЕВСЬКА
студентка кафедри економіки,
управління та адміністрування
групи ЕК-24

Черкаського державного бізнес-коледжу

Науковий керівник: канд. істор. наук, доц. кафедри дизайну
та соціально-культурних дисциплін Сергій КУКСЕНКО
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Розвиток українського бароко почався в другій половині XVII століття і тривав до початку XIX століття. Цей стиль сформувався під впливом західноєвропейського бароко, але набув унікальних рис завдяки поєднанню з народними традиціями, козацькою культурою та православною духовністю. У зв'язку з тим, що українське архітектурне бароко переплітається з історією козацької доби, його можна розглядати як одну з найбільш яскравих та самобутніх варіацій цього стилю, котра відображала національну ідентичність і культурну специфіку України.

Козацьке бароко виникло як унікальний синтез європейських барокових ідей із українською етнонаціональною культурою, зокрема з урахуванням козацьких традицій та особливостей регіону. Цей стиль об'єднав автентичність і художню пишність, ставши значущою частиною української й світової культурної спадщини.

Одним із найбільш яскравих проявів козацького бароко є архітектура храмів і церков, що відображала як духовну, так і національну ідентичність того часу. У даній роботі ознайомимося з декількома архітектурними пам'ятками у цьому стилі, що розташовані на Черкащині та відіграють значну роль історичної спадщини України.

І першою такою пам'яткою є Іллінська церква на Чигиринщині, зображення якої кожен може побачити на купюрі 5 гривень.

Наприкінці XVI століття Михайло Хмельницький оселився на Чигиринщині, де розпочав активну господарську діяльність і заснував хутір, що пізніше став відомий як

Суботів [4, С. 4-5]. У середині XVII століття, під час Національної революції, маєток Хмельницьких у Суботіві став замською резиденцією гетьмана Богдана Хмельницького.

Іллінська церква, збудована у 1656 році за наказом та на кошти гетьмана України Богдана Хмельницького, поєднує в собі риси раннього українського бароко та європейського ренесансу. Первісно вона задумувалася як храм-усипальниця і вражає своїм монументальним виглядом, нагадуючи оборонну споруду.



Рис. 1-2. Іллінська церква в Суботіві на Чигиринщині

Будівля має майже квадратний план із зовнішніми розмірами $18,19 \times 15,91$ м, а на східній стороні – шестигранний виступ вітваря. Єдиний неф поділений на дві частини попружною аркою, а перекриття виконано коробовим склепінням, яке полегшено розпалубками біля вікон для створення зорової легкості. На хори та горище ведуть вузькі сходи, приховані в товщині стін. Товщина міцних мурів сягає до 2 метрів, що дозволяло виконувати й оборонну функцію. Бароковість храму виражена у витонченій декоративності фасаду: плавні лінії і м'які контури надають споруді динамічності, тоді як стримані ліпні елементи прикрашають стіни, підкреслюючи їх монументальність. Віконні та дверні обрамлення мають чітко окреслені, симетричні пропорції, але з легкими акцентами на деталях. Загальний вигляд храму балансує між простотою і декоративністю, що створює особливу гармонію, властиву українському бароко.

Точне ім'я архітектора Іллінської церкви в Суботіві невідоме. Тому вважається, що церква була збудована за участі місцевих майстрів, які використовували традиції народного зодчества, поєднуючи їх із бароковими архітектурними елементами.

За переказами у серпні 1657 року тіло померлого гетьмана Богдана Хмельницького поховали в Іллінській церкві на найпочеснішому місці – біля південної стіни, праворуч від вітваря. Гробниця розмірами $2,3 \times 0,7$ м була накрита великою кам'яною плитою з місцевого пісковика, яка захищала поховання гетьмана [1], але ця інформація ставиться під сумнів багатьма дослідниками. Історія і місце поховання гетьмана Богдана Хмельницького невідомі.

Ще одним видатним зразком українського бароко є Спасо-Преображенський собор Красногірського монастиря неподалік м. Золотоноша.

За легендою Красногірський монастир виник завдяки ченцеві з Константинополя, який оселився у печері на Красній горі. Завдяки підтримці козака І. Шебет-Слюжки монастир розростався та з'явилися перші дерев'яні храми [2]. У XVII ст. він став важливим духовним центром для козаків та місцевих жителів.

Еволюція храмового комплексу Красногірського монастиря відображає зміни в архітектурі та будівництві. Від перших простих дерев'яних церков, зведених ченцями, до більш складних архітектурних форм. Козаками було збудовано новий храм на честь святого Георгія, а в XVII ст. з'явилася тепла дерев'яна церква Покрови Пресвятої Богородиці. Справжнім шедевром став кам'яний Спасо-Преображенський собор, зведений у 1767-

1771 рр. за проектом українського архітектора Івана Григоровича-Барського – яскравого представника українського козацького Бароко, одного із найбільш відомих зодчих XVIII ст., фактично головного архітектора тогочасного Києва.

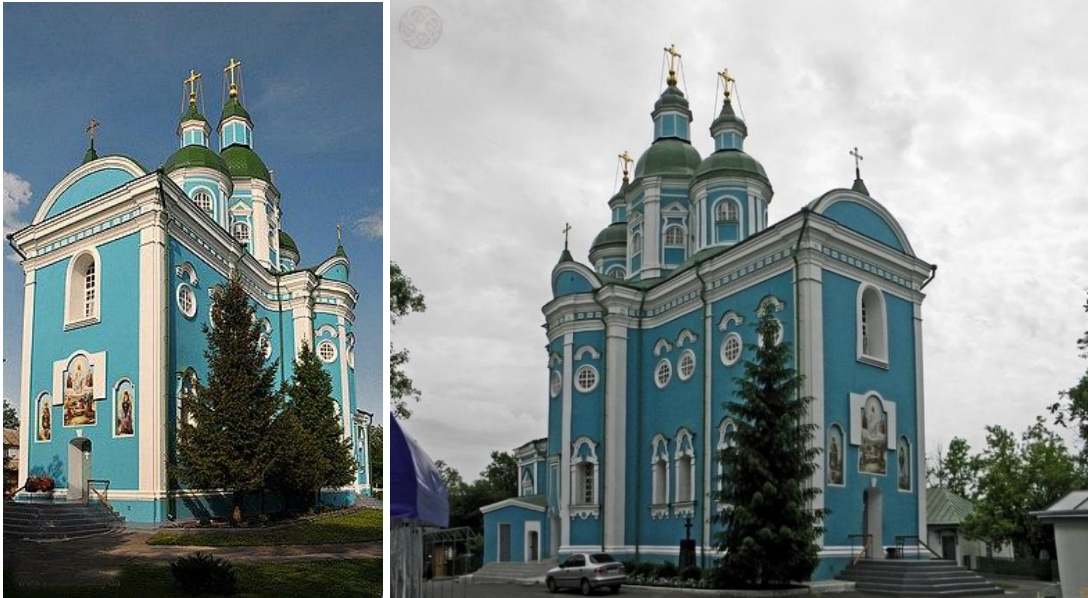


Рис. 3-4. Спасо-Преображенський собор Красногірського монастиря

При спорудженні Спасо-Преображенського собору Красногірського монастиря зодчий відійшов від загальноприйнятих норм будівництва, об'єднав простір основного об'єкта і його бань у єдиний інтер'єр, чим започаткував новий тип будівництва багатьох українських храмів [3, с.22]. Фасад храму рясніє ліпниною, що створює ілюзію руху та глибини. Складні композиції з рослинних орнаментів, гірлянд та фігурних елементів доповнюються пишними карнизами та вишуканим обрамленням вікон. Інтер'єр вражає розкішшю: стеля вкрита фресками з біблійними сюжетами, стіни прикрашені ліпниною та іконами, а іконостас є справжнім шедевром різьбярства та позолоти. Майстер використовував різноманітні техніки: ліплення, різьблення, живопис, позолоту, створюючи ефект контрасту між світлом і тінню, гладкими та рельєфними поверхнями.

Отже, українське бароко, що виникло на межі XVII-XVIII століть, стало яскравим явищем в історії України. Його прояви охопили різноманітні види мистецтва: архітектуру, живопис, іконопис, літературу, музику та декоративно-ужиткове мистецтво. Самобутність українського бароко виявлялася через декоративність, гармонійність форм і глибокий символізм. Козацьке бароко, як одна з варіацій цього стилю, відіграло важливу роль у формуванні культурної ідентичності українського народу. Воно характеризувалося художньою пишністю, а також глибоким зв'язком із релігійними традиціями та козацькою історією. На Черкащині прикладами козацького бароко є Іллінська церква в Суботіві та Спасо-Преображенський собор у Красногірському монастирі поблизу Золотоноші, який став вершиною архітектурного стилю бароко нашого регіону завдяки майстерному оздобленню фасадів, багатству ліпнини та розкішному інтер'єру, прикрашеному фресками, іконами та іконостасом.

Ці пам'ятки демонструють синтез духовності, історії та мистецтва, притаманний українському бароко, підкреслюючи його унікальність та значення у світовій культурній спадщині.

Список використаних джерел

1. Вортман Д.Я. Іллінська церква у Суботові, церква Іллі Пророка [Електронний ресурс] // Енциклопедія історії України: Т. 3: Е-Й / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. - К.: В-во "Наукова думка", 2005. 672 с.: іл.. URL: http://www.history.org.ua/?termin=illinska_tserkva_u_subotovi_tserkva_illi_proroka (останній перегляд: 12.11.2024).
2. Красногiрський Свято-Покровський жіночий монастир УПЦ МП. Енциклопедія сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/article-2896> (останній перегляд 16.11.2024)
3. Куксенко С. І., Поліщук Я. Іван Григорович-Барський – зодчий Спасо-Преображенського Собору Красногiрського монастиря. *Візуальне мистецтво, соціальна культура, комунікація: традиції та сучасність*: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Черкаси, 28 березня 2024 р. Черкаси : ЧДБК, 2024. С. 21-22.
4. Лазуренко В.М. Тут кожен камінь пам'ятає гетьмана. Суботів - замiська резиденція гетьмана України Богдана Хмельницького. - Черкаси: "Вані Дiм", 2006. 20 с.
5. Чернікова І. В. Іллінська церква у с. Суботові – пам'ятка архітектури. Богдан Хмельницький: історична постать у контексті процесів українського державотворення: матеріали Всеукраїнської наукової конференції, присвяченої 425-й річниці від дня народження гетьмана. – Харків ХНПУ імені Г. С. Сковороди, 2021. – 211-215с.

ІЛЮСТРАЦІЯ ЯК ВИД ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Ангеліна ВІЄЦЬКА

студентка гр. ГД-23 «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. педагог. наук, доц. Тетяна КАСЬЯН

Найкращим інструментом, щоб показати візуальний зміст будь-якого художнього твору є ілюстрація. Вона сприяє кращому засвоєнню та розумінню прочитаного тексту. Зображення послідовних, пов'язаних між собою подій та сцен в книзі допомагає читачеві краще зрозуміти задум автора який він виклав у своєму творі, відчутти емоції та почуття творця. В сучасному світі є різні види створення ілюстрацій наприклад графічні техніки, живописні та цифрові.

Графічний малюнок це візерунок створений за допомогою ліній, штрихів, крапок та плям. У графічних творах використовують лінійні форми які можна заповнити та отримати силует, доповнити композицію кольором, також за допомогою ліній цілком можливо надати формам невеликого об'єму. Зазвичай роботи виконані в графічній техніці переважно монохромні та поєднують в собі гармонію білого та чорного кольорів.

Такі зображення створюються різними способами та графічними матеріалами такими як вугільний олівець, сангіна, пастель, графічний олівець, соус, туш, фломастери, лінер, чорнило, акварель, акварельні олівці.

Завдяки вмілим рукам художника, багатій фантазії та відчутті прекрасного на світ з'являються вишукані ілюстрації наповнені емоціями, сенсом та почуттями автора книги які намагається передати ілюстратор через свої творіння і свої власні почуття які залишають свій слід на сповненому образами аркуші паперу.

Завданням художника ілюстратора є за допомогою своїх професійних навичок якомога краще розповісти та може навіть доповнити текстову частину книги через ілюстрації. Роботи ілюстратора дозволяють читачу уявити події які відбуваються в

розповіді, героїв їх зовнішність, одяг в який вони одягнені характер та особливості які притаманні цим героям.

Візуальний матеріал дає можливість відчувати атмосферу притаманну саме тій книзі до якої вона створена пізнати епоху під час якої розгортаються події в розповіді. Також ілюстрації можуть викликати різні емоції у читачів, художник через кольори, композицію та доповнення деталями може передати емоції які переживає герой книги це також сприяє покращенню та поглибленню сприйняття історії та може утворити емоційний зв'язок між персонажами та читачем.

Основою ілюстрацій є закладена в них композиція. Це взаємопов'язані між собою елементи картини які мають викликати відчуття цілісності, бути єдиними та співіснувати в гармонії один з одним. Для художника, який ілюструє книгу, важливо знати основи побудови композиції, бо саме вона буде мати вплив на сприйняття глядачем тої ж самої ілюстрації. Від складності та якості композиції буде залежати те як можна використати ту чи іншу ілюстрацію в майбутніх графічних проектах.

Використання ілюстрацій не обмежується лише сторінками книги, їх також можна використовувати як елементи графічного дизайну. Завдяки розвиненим технологіям ілюстрації можна створювати й в цифровому вигляді за допомогою комп'ютера, планшета, ноутбука тощо. Існує багато різних графічних редакторів для створення та редагування ілюстрацій. Кращим інструментом для малювання ілюстрацій є векторний редактор, який призначений для створення різних малюнків. В цих редакторах знаходяться інструменти якими можна імітувати художні матеріали та багато інших цікавих допоміжних засобів які знадобляться для створення унікальних ілюстрацій, які потім можна буде використати для створення реклами, афіш, плакатів та іншої графічної продукції.

Також ілюстрації намальовані художником від руки завдяки сканеру відцифровують та перетворюють в цифровий формат. У такому разі можливе редагування картини в растрових редакторах та подальше її використання. Багато є прикладів того як художники-ілюстратори використовували свої відцифровані роботи для створення листівок та іншої сувенірної продукції.

Ілюстрація є важливим, невіддільним візуальним елементом не тільки в книзі, а й в сучасному світі де роботи художників які втілюють у своїх роботах зміст твору, передають почуття, емоції та думку автора у вигляді візуального матеріалу, можуть використовуватися для різних цілей. У створенні рекламного контенту до театральних вистав, художніх виставок, концертів, книжкових виставок, культурних заходів, у вигляді плакатів, афіш, листівок, флаєрів, запрошень тощо. Також ілюстрації використовують для рекламування видань до яких створенні ці малюнки з метою привернути увагу покупця та зростання популярності та продажу книги. Цю рекламу можна створювати на комп'ютері та використовувати в соціальних мережах та потім створювати фізичну рекламу та сувенірів у вигляді листівок з особистими ілюстраціями художника та іншу різну сувенірну продукцію.

Список використаних джерел

1. Мистецтво ілюстрації. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/enrol/index.php?id=9586>
2. Як створити багато фігурну композицію малюнка. URL: <https://skvot.io/uk/blog/illustration-and-composition>
3. Графічні техніки та їх можливості, методична збірка. URL: file:///C:/Users/Acer/Downloads/Telegram%20Desktop/54_Grafichni_tekhniki_ta_ikh_mozhlivosti_metodichna_zbirka_compressed.pdf

ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Валентина ВЕРЕЩАКА

викладач іноземних мов

*Обласний коледж «Кременчуцька гуманітарно-технологічна академія
імені А.С. Макаренка» Полтавської обласної ради, м. Кременчук*

Штучний інтелект (ШІ) набуває дедалі більшого значення у сфері освіти, зокрема у викладанні англійської мови. Інноваційні технології пропонують численні можливості для адаптації освітнього середовища та використання інструментів ШІ для автоматизації оцінювання, персоналізації навчання тощо. Проте впровадження ШІ в освітній процес та навчальні програми супроводжується значними викликами, серед яких технологічні, педагогічні, етичні та мотиваційні аспекти використання ШІ у викладанні англійської мови.

Наразі стають актуальними наукові дослідження щодо впровадження штучного інтелекту в освітнє середовище. Доцільність використання інформаційно-комунікаційних технологій у навчанні, частіше Інтернет-технологій, обговорюється фахівцями на науково-практичних конференціях є актуальною темою в наукових публікаціях, оскільки фахівці націлені на вдосконалення освітнього процесу оволодіння іноземною мовою, навичками спілкування [1, с. 181]. В. Свиридюк, А. Гордєєва, В. Кирикилиця відводять важливу роль Інтернет-технологіям у розвиток та вдосконалення іншомовних комунікативних умінь і навичок та здійснення самоконтролю та самооцінки отриманих результатів під час виконання тренувальних вправ, проблемних завдань та можливість створювати власний комунікаційний продукт [1, с. 185]. Технологічні виклики та впровадження штучного інтелекту в усі сфери діяльності, у тому числі і в освіту, спровокували справжній освітній бум. Оке Олувафемі Айотунде, Дашти Ісміль Джаміль, Надір Кавус зазначають, що «різні алгоритми та інструменти штучного інтелекту можна використовувати для навчання або вивчення іноземних мов» та зазначають щодо ефективності використання навчальної платформи LMS, яку ШІ робить «розумнішою» для вивчення іноземної мови [2, с. 216]. Цинова М., Коблік В., Кравець Г. прикладом технології на основі ШІ, яка поширена у вивченні та викладанні англійської мови, є чат-бот ChatGPT. Не менш поширеними у вивченні англійської мови є інструменти на основі штучного інтелекту, такі як Grammarly (www.grammarly.com), IBM Watson Education, Duolingo, Memrise, Busuu та інші [3, 864]. Куклін О., Іванова І., Боровик Т. у своєму дослідженні моделюють інтеграцію штучного інтелекту в освітнє середовище, зокрема, в освітні компоненти «Академічне письмо» та «Англійська для кар'єрного зростання» і визначають технологію, інструмент ШІ, які можуть використовуватися під час вивчення дисциплін та описують навчальні цілі [4, с. 220].

Серед п'яти найбільш популярних застосунків, що використовують штучний інтелект слід відмітити Grammarly, який допомагає вдосконалити навички письма англійської мови, виправляючи граматичні помилки та пропонуючи персоналізовані рекомендації для поліпшення текстів. Платформа Pimsleur використовує технологію розпізнавання голосу за допомогою ШІ для спілкування англійською та дає можливість не просто вивчати нову мову, а навчитися вільно спілкуватися нею. Babbel, застосунок, який здатний пояснювати граматичні правила, роз'яснювати значення слів, ідіом, сталих виразів і фразових дієслів з детальними прикладами їх вживання в контексті, а також перекладати їх українською мовою для кращого розуміння. Quizlet – це гейміфікований онлайн-тренажер, який спеціалізується на покращенні словникового запасу та є надзвичайно популярним серед викладачів і студентів. Його зручний та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс робить навчання значно ефективнішим. Бот для вивчення англійської мови від Google – Gemini, який можна використовувати для створення повноцінних уроків англійської, є універсальним інструментом для всіх, хто прагне вдосконалити свої знання мови [5].

Слід також виділити «групи механізмів ШІ, що можуть бути застосовані в освітньому процесі з будь-яких навчальних дисциплін:

– Асистент викладача - інструменти ШІ допомагають викладачу заощадити час під час створення контенту в процесі підготовки до занять.

– Віртуальний тьютор + Індивідуалізація навчання. Дані функції здатні забезпечити диференційовану академічну підтримку здобувачів освіти, враховуючи їх індивідуальний досвід, уподобання і потреби.

– Інструмент корисного досвіду. ШІ може створювати інтерактивні симуляції та вправи, які дозволяють здобувачам застосовувати свої знання на практиці та отримувати негайний зворотний зв'язок.

– Мотиваційний ресурс. Саме це дозволяє створити позитивну атмосферу заняття, підвищити мотивацію до навчання, сприяти формуванню креативних навичок тощо.

Підтримка досліджень. Використання інструменту Paperpal для навчання академічного письма [4, с.226].

Аналізуючи роль штучного інтелекту в навчанні англійської мови слід виділити виклики для учасників освітнього середовища від впровадження інноваційних технологій.

Серед педагогічних викликів слід відмітити баланс між традиційними методами та технологіями, оскільки викладачі стикаються з дилемою: як інтегрувати ШІ без зниження ефективності традиційних методів навчання, оскільки технології мають слугувати допоміжним інструментом, але їх надмірне використання може зменшити роль педагога. Надмірне застосування ШІ в освітньому процесі може призвести до зниження ролі викладача. На сьогодні ШІ здатен лише частково підтримувати навчання, наприклад, через автоматизацію вправ на граматику чи вимову. Проте викладач залишається ключовим для роз'яснення складних мовних явищ і мотивації студентів. Ще одним викликом є індивідуалізація навчання, хоча ШІ пропонує персоналізовані підходи, його адаптація до різних рівнів знань студентів залишається викликом. Алгоритми часто ігнорують культурний та соціальний контекст здобувачів освіти.

До етичних викликів впровадження ШІ слід віднести приватність і безпеку даних, оскільки використання ШІ-платформ передбачає збір персональних даних студентів, що викликає занепокоєння щодо їх захисту. Також системи ШІ можуть демонструвати упередженість у розпізнаванні акцентів, діалектів чи варіантів англійської мови, що обмежує їх універсальність.

До мотиваційних викликів в першу чергу слід віднести механізацію навчання, оскільки автоматизовані підходи до навчання можуть зменшити інтерес студентів, а процес навчання ризикує стати механічним і менш інтерактивним. Неправильна оцінка або зворотний зв'язок від ШІ може знизити впевненість студентів у їхніх здібностях.

Серед технічних можливостей та переваг використання ШІ слід відмітити інтерактивні інструменти, зокрема чат-боти та віртуальні репетитори (наприклад, Duolingo чи ChatGPT), які забезпечують безперервну практику. Вони дозволяють студентам тренувати мовні навички у зручний час. Персоналізація навчання, яка проявляється в аналізі даних про прогрес студента, на основі якого ШІ пропонує адаптивні навчальні плани, що враховують сильні та слабкі сторони учня. Також сучасні ШІ-алгоритми допомагають студентам удосконалювати вимову, пропонуючи миттєвий зворотний зв'язок.

Перспективи розвитку від застосування ШІ технологій в освітній процес вбачаємо у можливостях змішаного навчання, оскільки інтеграція ШІ у змішане навчання дозволяє поєднувати переваги традиційних методів і сучасних технологій. З'являються можливості створення адаптивних платформ для студентів з різними потребами та можливостями, що може значно розширити доступ до якісної освіти. ШІ-технології також мають потенціал сприяти глобальному міжкультурному діалогу, створюючи платформи для спілкування між носіями різних мов.

Отже, штучний інтелект пропонує величезні можливості для викладання англійської мови, але його впровадження потребує подолання численних викликів. Технологічні,

педагогічні, етичні та мотиваційні аспекти вимагають уваги дослідників і практиків. Перспективи розвитку ІІІ у цій галузі залежать від співпраці освітян, технологів і розробників політик, щоб забезпечити якісне, доступне й етичне використання новітніх технологій.

Список використаних джерел

1. Svyrydiuk V., Hordieieva A., & Kyrykulytsia V. Internet technologies as a means of organizing the teaching of foreign language writing in the context of intercultural communication. *Information Technologies and Learning Tools* 2024. № 99(1). P. 179-192. DOI: 10.33407/itlt.v99i1.5483 URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/5483> (дата звернення 16 листопада 2024).
2. Ayotunde O. O., Jami, D. I., & Cavus N. The impact of artificial intelligence in foreign language learning using learning management systems: a systematic literature review. *Information Technologies and Learning Tools*. 2023. № 95(3), P. 215-228. URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/5233> (дата звернення 16 листопада 2024).
3. Цинова М., Коблік В., Кравець Г. Трансформація методів навчання та викладання англійської мови в університетському освітньому процесі: роль штучного інтелекту, аналіз впливу та перспективи. *Вісник науки та освіти*. 2023 № 12 (18). С. 864-877. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-12\(18\)-864-877](https://doi.org/10.52058/2786-6165-2023-12(18)-864-877)
4. Куклін О.В., Іванова І.В., Боровик Т.М. Моделювання інтеграції штучного інтелекту в освітнє середовище. *Technologies and Learning Tools*. 2024. № 103 (5), P. 207-232. DOI: 10.33407/itlt.v103i5.5735 URL: <https://journal.iitta.gov.ua/index.php/itlt/article/view/5735> (дата звернення 16 листопада 2024).
5. Чуб К. «Англійська майбутнього» Топ-5 застосунків ІІІ для вивчення англійської мови. *PROIT*. веб-сайт. URL: <https://proit.ua/anghliiska-maibutnogho-top-5-zastosunkiv-shi-dlia-vivchiennia-anghliiskoymi-movi/> (дата звернення 16 листопада 2024).

ЕТНІЧНА СПАДЩИНА УКРАЇНСЬКОГО ОРНАМЕНТУ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ

Владислава ГЛІНСЬКА, Софія ВОВНЕНКО
студентки групи 2Д-22

освітня програма «Дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Тамара ХРЕБТО

викладач-методист, кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Прагнення дизайнерів до збереження та власної інтерпретації культури українського народу перетворилося на один із провідних напрямків формування просторового образу сучасного інтер'єру. Дизайнерські практики з використанням етнічних елементів пояснюються потребою людини відчути свою приналежність до національної культури.

Нові технології та різноманітні стилі розкривають перед дизайнерами широке поле діяльності. У зв'язку з тим, що українські дизайнери дедалі частіше звертаються до стилістики мистецтва західних та східних культур, виникає важлива проблема, в якій роль етнічних мотивів декоративно-ужиткового мистецтва в оздобленні інтер'єру є чинником, що домінує збереження української національної культури.

Теоретичне осмислення актуальних питань дизайну інтер'єру здійснюється багатьма провідними українськими та закордонними науковцями. Теоретичні та практичні аспекти

даної проблематики висвітлювали: Анрі де Моран, Нікорак О. І., Манучарова Н. Д., Юрченко П. Г., Тищенко О. Р., Захарчук-Чугай Р. В., Кара-Васильєва Т. В. [210].

Естетичний інтер'єр витриманий стилістично. Якщо це класика, то вона в обробці: стінових матеріалах, підлоговому покритті, стельовому орнаменті; також в аксесуарах: гобеленах, порт'єрах, підлогових вазах. Естетичний інтер'єр – це і освітлення, правильно розставлене, підбране згідно з технічними характеристиками, сучасним тенденціям і дизайнерським задумом [25].

Сьогодні українські дизайнери інтер'єру активно звертаються до етнічної спадщини та прагнуть зберегти її в сучасному світі. Орнаментальні мотиви знаходять своє місце в текстилі, меблях, декоративних панно, настінних розписах. В інтер'єрах, оформлених в етнічному стилі, гармонійно поєднуються традиційні елементи з сучасними технологіями. Приклади цього можна побачити в таких проєктах, як ресторани «Пузата Хата» і «Шо», готелі «Мир» і «Коропові Хутори».

Популярним підходом у сучасному дизайні є поєднання мінімалізму з деякими українськими елементами. Традиційні орнаменти вдало інтегруються в стилі хай-тек, ф'южн та скандинавський, додаючи їм унікальності. У таких інтер'єрах орнаменти часто виступають акцентним елементом, що підкреслює національний колорит. Особливістю української орнаментики є її багатофункціональність. Вона відіграє не лише декоративну, але й символічну та оберегову роль. Наприклад, ромб з крапкою символізував родючість, а хвилясті лінії – воду, джерело життя. Червоний мак захищав від злих сил, а дуб символізував чоловічу силу та енергію. Такі елементи використовувалися в побуті, одязі та предметах інтер'єру, забезпечуючи гармонію простору та духовного наповнення [4].

Сучасні бренди та митці відіграють важливу роль у популяризації українського орнаменту. Західноукраїнська компанія Gushka створює килими ручної роботи з традиційними мотивами [3]. Дизайнер Ярослав Галант розробив унікальну техніку під назвою «вишивка каменем», яка додає елементу автентичності меблям [5]. Художники Сергій Махно, Юрій Ринтовт та Вікторія Якуша демонструють, як можуть органічно співіснувати етнічні мотиви та сучасний дизайн [6].

Етнічні мотиви мають не лише художнє, а й виховне значення. Вони сприяють формуванню естетичного смаку та виховують повагу до національної спадщини. Використання української орнаментики в дизайні житлових і громадських просторів здатне пробудити інтерес до історії, культури і традицій нашого народу.

Таким чином, етнічна спадщина української орнаментики є невичерпним джерелом натхнення для сучасного дизайну інтер'єру. Вона дозволяє не лише створювати унікальні простори, а й підкреслювати національну ідентичність у глобалізованому світі. Збереження та популяризація цієї спадщини є важливим завданням, яке стоїть перед українським суспільством та митцями. Тому для збереження національних традицій стало замало використовувати їх лише на тематичних виставках і ярмарках. В наш час варто популяризувати український стиль в житлових і громадських приміщеннях, бо саме цей простір має найбільший вплив на формування особистості.

Список використаних джерел

1. Білякович Л. М. Особливості дизайнерської освіти в системі вищої школи на поч.ХХІ століття. *Етнодизайн у контексті українського національного відродження та європейської інтеграції. Кн.3: зб.наук.праць*. Полтава: ПНПУ ім. В. Г.Короленка, 2019. С. 390-396.
2. Кара-Васильєва Т. В. Сучасне українське декоративне мистецтво: збереження національної своєрідності в умовах глобалізації. м. Київ: НАН України, ІМФЕ ім. М. Т. Рильського, 2019. С.210 с.
3. Килими Христини Гайдамаки 2020. URL: https://his.ua/article/ostrova-kolektsiya-vovnyanih-kilimiv-ruchnoi-roboti-vid-hudozhnitsi-hristini-gaydamaki_2020-12-29

4. Павлуцький Г. «Історія українського орнаменту». Київ : Укр. Акад. наук., 1927.
5. NEF. Інноваційні ваучери та новий сайт: історія компанії Gushka. neweconomy. URL: <https://neweconomy.if.ua/innovations/innovation-cases/innovacijni-vauchery-ta-novuj-sajt-istoriya-kompaniyi-gushka/>.
6. YAKUSH. HRESTYK combines ancient traditions and modern art. YAKUSH. URL: https://www.instagram.com/p/DBWLif1tCRt/?img_index=1.

ОСОБЛИВОСТІ АЙДЕНТИКИ В ПРОДУКЦІЇ ДЛЯ ПРИТУЛКУ ТВАРИН

ДУБЕНЕЦЬ Марія

студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. педагог. наук, доц. Тетяна КАСЬЯН

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Айдентика є одним із важливих аспектів створення візуального іміджу організації. Для притулків тварин, які часто покладаються на підтримку громади, добре розроблена айдентика може ефективно донести цінності організації, привернути увагу до її роботи та залучити потенційних меценатів, волонтерів і тварин. Огляд цього курсового проекту, присвячений вивченню особливостей розробки візуальної ідентифікації притулків для тварин, аналізу основних етапів її створення та важливості кожного елемента у формуванні впізнаваного бренду. Мета даного дослідження – дослідити процес формування ідентичності в притулках для тварин, розкрити сутність візуальної ідентифікації та проаналізувати важливість кожного елемента в досягненні поставлених комунікаційних цілей.

1. Логотип як основний елемент ідентифікації:

Логотип є обличчям бренду. Він має бути простим, емоційно виразним та легко сприйматися аудиторією. Для притулків для тварин актуальними є образи, що викликають асоціації з турботою: лапки, серця, силуети тварин або їх зображення. Важливо враховувати, що логотип має бути універсальним та придатним для використання як на цифрових платформах, так і на друкованій продукції.

2. Кольорова палітра як емоційний акцент:

Кольори створюють перше враження і є потужним інструментом у передачі настрою бренду. Для притулків часто обирають кольори, що асоціюються з довірою, гармонією і активністю: зелений, жовтий, яскраві палітри. Зелений символізує природу та спокій, жовтий додає енергії та викликає емоції тепла, а яскрава різнокольоровість може вказати на грайливість і енергійність тварин. Кольори повинні бути гармонійно поєднані, щоб підкреслювати загальний стиль.

3. Шрифти як засіб передачі характеру:

Шрифти мають бути читабельними, навіть у маленьких розмірах. У дизайні для притулків часто використовують м'які, безшрифтові гарнітури, які передають дружність і доступність. Окремі декоративні елементи можуть бути доречними для назв, тоді як для текстів краще використовувати простіші варіанти.

4. Патерни та графічні елементи як засіб створення єдності стилю:

Додаткові графічні елементи, наприклад, лапки, силуети чи геометричні мотиви, можуть використовуватися як фонові патерни. Вони створюють наповненість стилю і можуть бути застосовані на рекламних матеріалах, брошурах, упаковці та інших елементах продукції.

5. Застосування айдентики у продукції та комунікаціях:

Рекламна продукція айдентики, використовується на буклетах, плакатах та інших друкованих матеріалах, щоб залучати увагу до діяльності притулку. Сувенірна продукція така як брендові чашки, футболки, сумки не тільки поширюють інформацію, а й сприяють залученню благодійників. Інтер'єрні рішення, елементи айдентики можна інтегрувати в дизайн приміщень притулку, щоб підкреслити його стиль і створити комфортну атмосферу.

Головною особливістю айдентики є її емоційна спрямованість. Усі елементи мають працювати на формування довіри та співчуття до тварин. Простота і доступність дизайну допомагають створити ефективну комунікацію з аудиторією та досягти головної мети притулку — допомогти тваринам знайти дім або отримати необхідну підтримку. Айдентика є не лише інструментом для підвищення впізнаваності притулку, а й способом зміцнення зв'язку з аудиторією. Завдяки продуманій візуальній ідентифікації, притулок може ефективніше досягати своїх цілей, комунікувати свої цінності та залучати до співпраці більше людей.

Список використаних джерел

1. Топчій Н. фірмовий стиль як засіб ідентифікації компанії.
URL: <https://int-konf.org/uk/2013/suchasnist-nauka-chas-vzaemodiya-ta-vzaemovpliv-18-20-11-2013-r/609-topchij-n-firmovij-stil-yak-zasib-identifikatsiji-kompaniji?>
2. Використання кольору в рекламі: психологічні аспекти впливу на споживачів.
URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?p=19404>
3. Проблематика притулків для тварин в Україні.
URL: <https://suspilne.media/dnipro/109705-zoozahisnica-zaavlae-pro-nenalezni-umovi-utrimanna-tvarin-u-komunalnomu-pritulku-kamanskogo/>
4. Притулок для тварин URL:
https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%BB%D0%BE%D0%BA_%D0%B4%D0%BB%D1%8F_%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B8%D0%BD

ІЛЮСТРАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ КНИГИ В СУЧАСНОМУ ДИЗАЙНІ

Німай ДУШЕЙКО

студент групи 2Д-21

освітня програма «Дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Тамара ХРЕБТО

викладач-методист, кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Прекрасний період XXI століття, в якому не існує кордонів. Це період технологій та інновацій, доба в якій поєднуються минуле та майбутнє, час коли мистецтво знайшло сучасні форми для існування, надаючи нам сучасні можливості для створення нового. Все частіше митці віддають перевагу сучасним технологіям. Інновації впливають на формуванні світу та мистецтва. Технологічний процес не оминув і книгу, вплинув на її форму та способи створення. Цифровий формат поглинає ще більше галузей мистецтва. Створення ілюстрації займало раніше велику кількість часу, а наразі за допомогою цифрових технологій, її можливо створити за мінімальний проміжок часу.

Актуальність даної роботи визначається необхідністю розглянути на історичному прикладі розвиток ілюстрації в сучасній українській книзі, а також встановити прямий зв'язок традиційних ілюстрацій з особливостями змісту української книги цифрового формату, в якому ілюстрація може застосовуватися як для поліграфії, так і для веб-дизайну. І тому дослідницьку роботу було присвячено розробці дизайн-пропозиції мультимедійного

підручника з історії України з *відкритим кодом (Open Source)* [1]. Нами був проведений аналіз наявних мультимедійних навчальних ресурсів з історії України, підібрано методи використання дизайну для проектування мультимедійного підручника [4].

У двадцятому столітті відбулись основні події, що вплинули на спосіб створення книги та її ілюстрації. Традиційні друковані книги переводять в цифровий формат, з'являються аудіо та електронні книги, які легко та доступно зберігають інформацію на електронних носіях. Це надзвичайно полегшує процес передачі інформації та її друку, а аудіо книги відтворюють інформацію людям, що не мають змоги ознайомитися з інформацією в друкованому вигляді. Ось саме тому, аудиторія читачів української книги навпаки збільшилась, тепер кожний може знайти формат книги, який зручніший йому.

Прийшов час, в якому мистецтво ожило, воно стало активним, так, як фотографія переросла в кіно, а ілюстрація в мультиплікацію. Наразі, ми можемо не тільки бачити ілюстрацію до історичного епізоду, ми можемо емоційно спостерігати за історією України, яка розвивається на наших очах. Від появи нової відео-ілюстрації українська книга не зникла, вона продовжила своє існування, і знайшла ще одну форму свого існування [3].

Сучасну ілюстрацію ми можемо створити в цифровому форматі, комп'ютерної графіки, на планшеті або комп'ютері. Але кількість малюнків в секунду не стало менше, в секунду проходить близько 30 кадрів [1].

Векторний редактор та комп'ютерна анімація напочатку використовувалися у сфері кіноіндустрії, для створення фільмів, мультфільмів. Наразі ілюстратор і графічні редактори доступні для широкого використання. Такими програмами є: Adobe Photoshop, Autodesk SketchBook, MyPaint, Artweaver, PixBuilder Studio. Сучасні програми надають художнику ряд можливостей для створення анімації та ілюстрації. Надана програма дає можливість регулювати формат аркуша, розмір пензлів, широку палітру кольору, його прозорість та насиченість. Способи створення ілюстрації стали новими, але вимоги до неї залишилися існуючими [3].

Наразі ілюстрація української книги має три основні функції: інформативну, естетичну та емоційно-психологічну, які між собою тісно переплітаються [2].

Комп'ютерна графіка все більш інтегрується у сферу книжкової ілюстрації, де ілюстратори використовують художні можливості нового напрямку в комп'ютерній графіці, вживаного в книжковій ілюстрації. Цей напрям отримав назву нефотореалістичної візуалізації (Non-Photorealistic Rendering – NPR) [1].

У зв'язку з такими масштабами книговидавництва і небувалим зростанням культури народу надзвичайно широкими і відповідальними стали задачі художників книги. XXI століття, прекрасний період в якому не існує кордонів. Час, коли мистецтво розрослося, переплелось та знайшло нові форми для існування. Це період технологій та інновацій. Доба в якій поєднуються нове та минуле, надаючи нам нові варіанти і можливості для вдосконалення та створення нової книжкової ілюстрації. З'являються сучасні технології та способи розробки дизайн-пропозицій для ілюстрації української книги.

Список використаних джерел

1. Від електронної версії – до електронного підручника. URL: <https://imzo.gov.ua/2018/08/15/vid-elektronnoji-versiji-do-elektronnoho-pidruchnyka/> (дата звернення: 8.11.2018).
2. Владич Л. Мовою графіки. Київ, 1967. 246 с.
3. Давиденко Л. Ф. Засоби художньої виразності у книжковій графіці: Дитячі інтерактивні видання в Україні: веб-сайт. URL: <https://interactivebookblog.wordpress.com/2016/04/17> (дата звернення: 07.12.2021)
4. Єфімова М. П. Інноваційні технології проектування і виробництва дитячих книги. Вісник ХДАДМ. 2015. №7. С. 28-32.

ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ НА ТРАНСФОРМАЦІЮ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ

Анна ЖИГАЛО

*студентка кафедри економіки, управління та адміністрування
групи ОА-23*

Черкаського державного бізнес-коледжу

Науковий керівник: канд. політ. наук, доц. Євген ВАСИЛЬЧУК
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

У ХХІ столітті стираються межі між діяльністю художника та дизайнера. Відомі митці все частіше вказують у своїх біографіях не лише мистецтво, а й такі сфери як дизайн, підприємницьку та громадсько-політичну діяльність, кураторство тощо. Варто зазначити, що початок ХХ століття відзначався активністю художників у сфері дизайну, проте межі їхньої професійної діяльності продовжували залишатись чітко окресленими, на відміну від сьогодення. Комерціалізація мистецтва та його орієнтація на арт-ринок змінили форми взаємодії між художником та аудиторією. На сьогодні глядач і покупець посідають центральне місце в мистецтві, що робить художника залежним не стільки від стилю чи напрямку, скільки від уподобань широкої аудиторії та вимог, продиктованих візуальною культурою.

Сучасні напрями в мистецтві та дизайні, розвиваючись у контексті візуальної культури, набувають схожих рис, таких як масове тиражування, доступність, впізнаваність та виразність – усе, що здатне викликати емоційний відгук у публікації.

Масове виробництво забезпечує можливість реалізувати продукцію або послуги з більшою кількістю. Популярність стає ключовим фактором успішного дизайну, який посилюється за допомогою фірмових елементів, таких як логотип, назва, слоган, а також за допомогою упаковки, зовнішньої реклами, друкованої продукції та медіаресурсів.

Результативним є розповсюдження використання візиток, флаєрів, рекламних плакатів, а також розміщення візуальних елементів на білбордах, сіті - лайтах, у журналах, буклетах, на одязі й аксесуарах. Однак один із найефективніших методів просування товарів сьогодні - реклама в Інтернеті, соціальних мережах і на телебаченні. Таким чином, дизайн, створений для певного продукту, багаторазово відтворюється на друкованих і цифрових носіях, а кількість примірників з кожним новим випуском зростає.

Незважаючи на те, що поняття «тираж» та «дублювання» є різними, проте обидва спрямовані на те, щоб сприяти зростанню популярності товару. Тиражування націлене на збільшення кількості примірників одного зразка до потрібного обсягу, тоді як відтворення включає розміщення ідентифікаційних елементів продукту чи послуги, таких як логотип, назва, слоган, елемент упаковки, фірмові кольори тощо.

Продукція відомих брендів, що набула популярності завдяки тиражуванню та відтворенню, є вдалим прикладом ефективного дизайну. Оформлення напою Соса-Сола вирізняється простотою та впізнаваними яскравими кольорами бренду. Червоний фон у поєднанні з білим рукописним шрифтом забезпечує легке сприйняття для зору. Подана палітра кольорів миттєво привертає увагу аудиторії, а відсутність зайвих елементів додає дизайну виразності.

Напій Соса-Сола здобув таку популярність, що його включають до рекламних кампаній «McDonald's» на білбордах, одночасно просуваючи обидва бренди. Через телевізійні ролики «Соса-Сола» асоціюється з новорічними святами: її логотип і фірмові кольори прикрашають святкові вантажівки з музичним супроводом та спецефектами, а сам напій є частиною новорічного столу. Святкові сувеніри, іграшки та ялинкові прикраси з логотипом додають відчуття свята.

Найвідоміша пошукова система «Google» активно застосовує методи тиражування та дублювання. Її назва дала початок терміну «гуглити», який більшість сприймає як пошук інформації саме через Google. Для багатьох цей сервіс здається більш зручним та оперативним у порівнянні з іншими пропозиціями на ринку. Вона тримає позицію конкурентоспроможного

сервісу завдяки своїй ефективності, а її широке використання стало трендом. Логотип компанії можна побачити на різних предметах – футболках, чашках, рюкзаках, додаючи впізнаваності бренду. Яскраві кольори та жирні, прямі шрифти логотипа роблять його легким для запам'ятовування.

У дизайні властивість відтворюваності є його невід'ємною рисою, тоді як для мистецтва цінність полягає саме в унікальності твору. Однак сучасне мистецтво ламає цю традицію. Після перемоги Роберта Раушенберга на Венеціанській бієнале у 1964 році поп-арт став основним напрямом у мистецтві. Художники цього напрямку почали використовувати образи, знайомі з повсякденного життя коміксів і масової культури. Завдяки повторюваності образів на їхніх картинах, предмети дизайну втрачали свою рекламну функцію, стаючи частиною художнього вираження. Прикладом цього є роботи Джаспера Джонса («Розфарбована бронза» або «Банки елю Беллентайн», 1960), «Зелені пляшки Coca-Cola» Енді Уорхола (1962). Алексіс Л. Бойлен, дослідниця візуальної культури, зазначає, що «поворот до візуальної культури» настільки значний, що навіть музеї, які за своєю природою орієнтовані на мистецтвознавчі ідеали, цінності та концептуальні підходи, не залишилися осторонь [1].

Щороку Музей мистецтв Метрополітен у Нью-Йорку разом із журналом Vogue організовує бал Met Gala, який приваблює найбільших знаменитостей. Це досвід про те, що візуальна культура стала інструментом для музейних працівників, які хочуть залучити ширшу аудиторію та зацікавити якомога більше людей. Це особливо стосується музеїв сучасного мистецтва, які стають дедалі популярнішими та чисельнішими. На відміну від установ, які демонструють класичне мистецтво, ці музеї хочуть отримати не стільки унікальні, скільки відомі твори. Саме це й пояснює повторюваність експонатів у колекціях сучасних музеїв. Відомий випадок із «Фонтаном» Марселя Дюшана, вперше представлений художником у 1917 році, але оригінал якого не зберігся. Інтерес до цього реді-мейду виник у 50-х і 60-х роках ХХ століття, коли було створено кілька реплік, які тепер зберігаються у провідних музеях світу.

Скульптури павуків та павучих Луїзі Буржуа користуються популярністю серед музеїв сучасного мистецтва. У 1999 році на Венеціанській бієнале вона була удостоєна почесної нагороди Золотого лева.

Художник Ай Вейвей часто використовує повторення об'єктів у своїх творах. Наприклад, його інсталяція «Forever» 2003 року стала початком для ще більших проєктів з велосипедами під більшими назвами, серед яких найвідоміша – «Forever Bicycles». Ця робота створює перед глядачами ефект швидкого та впорядкованого руху по колу. Обираючи популярну в Китаї велосипедну марку «Forever», Ай Вейвей підкреслює зв'язок із повсякденним життям місцевих жителів. Роботи митця часто вражають масштабністю, обсягом використаних матеріалів та технікою виконання. Крім того, його інсталяція «Sunflower Seeds» складається зі 100 мільйонів насінин, кожна з яких була виліплена та розфарбована вручну майстрами з Дзіндечжєня – міста, відомого порцеляновими виробами [2].

У сучасному мистецтві та дизайні все більшої популярності набувають примітивісти та наївисти. Хоча з'являються нові митці, інтерес до класиків залишається очевидним. Особливо варто відзначити Ніко Піросмані, який створював свої роботи з характерним спрощенням художніх образів і природних форм. Колір його картини відзначається контрастом чорного кольору в поєднанні з блідо-червоним, бежевим, блакитним і коричневим відтінками. Піросмані також відомий тим, що розписував рекламні вивіски для різних закладів і торгових точок, які вирізнялися оригінальністю та його унікальним стилем. Сучасний дизайн також звертається до його творчості, прикладом чого є реклама вина «Піросмані Вазіані», де етикетка виконана в характерній стилістиці художника – чорно-бежева палітра, фон, що нагадує старовинний крафт-папір, і зображення в стилі гравюри з виноградною тематикою. На ній використовують грузинський шрифт Браїля та шрифт із зарубками, а графічні елементи відтворюють стиль картини Піросмані. Крім того, у тематичних кафе та ресторанах, особливо грузинської кухні, часто можна побачити репродукції його робіт [3].

Творчість Марії Примаченко добре відома багатьом. Її картини захоплюють яскравими, насиченими кольорами, декоративністю та ретельним опрацюванням орнаментів. Основними

темами її робіт є фантастичні зображення звірів і птахів, квітів та природи, а також міфологічні образи й етнічні мотиви. Роботи Марії Примаченко стали джерелом натхнення для вуличних художників, а мурали за мотивами її творчості можна побачити в Києві та Луцьку. Також популярними є скульптури, створені за образами з її картини.

Творчість примітивістів і наївістів, які вирізняються схожістю з реальними об'єктами, часто використовують у рекламі різноманітних продуктів. Це може стосуватися канцелярських виробів, таких як блокноти, зошити, альбоми та календарі, а також побутових предметів із принтами на посуді, одязі, рушниках тощо. В інтер'єрах можна знайти картини, плакати, розпис стін, а також дизайнерські меблі та килими.

У сучасному світі дизайн відображає зміни культурних цінностей, а також нові значення та підходи. Він має бути зрозумілим і привабливим, щоб стимулювати покупку до придбання товару. Одне з основних завдань дизайну – передати функції та характеристики товару, водночас звернути на себе увагу [4].

Дизайн створює вільний образ, здатний розповісти історію або створити «легенду бренду», що формує у споживача бажання отримати продукт. Дизайн є потужним інструментом для підвищення продажів, і його розробка – це творча робота. У підсумку дизайн стає ланкою, що постає між культурою і потенційним споживачем.

Відсутність чітких меж надає сучасному мистецтву мобільність, тому творчість художника не обмежується встановленими правилами чи нормами. Через це сьогодні часто важко розрізнити, де закінчується робота художника і починається робота дизайнера. Таким чином, візуальна культура, як впливовий чинник у мистецтві та дизайні, трансформує не тільки пріоритети в комунікації, але й ролі ключових учасників.

Список використаних джерел

1. Бойлен Л. А. Візуальна культура. Київ : ArtHuss, 2021. 208 с.
2. Брюховецька О. Візуальний поворот у культурі і культурології. Культурологія : Могилянська школа. Київ : 2018. С. 130–165.
3. Пономаренко Н. С. Фірмовий стиль як система візуальної ідентифікації. Ужгород: Гражда ЗХІ, 2007. 52 с.
4. Сиваченко Г. «Іконічний поворот» у теоріях культури і суспільства. Методології сучасної літературної компаративістики : зб. наук. пр. відділу компаративістики Інституту літератури ім. Т. Г. Шевченка НАН України / ред. Г. М. Сиваченко. Київ : 2020. С. 288–299.

ЖИВОПИС В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Тетяна КАСЬЯН

*заслужений художник України, канд. педагогічних наук, доцент,
завідувач кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін
Черкаського державного бізнес-коледжу, м. Черкаси*

Гладько Максим

*заслужений художник України,
доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін
Черкаського державного бізнес-коледжу, м. Черкаси*

Живопис вивчається студентами на освітній програмі «Графічний дизайн» як обов'язковий компонент якій забезпечує фахові компетентності. Вплив живопису на формування дизайнерського смаку складно переоцінити.

Живопис – це один з головних видів образотворчого мистецтва, що базується на відтворенні зорових образів через нанесення фарб на тверду основу, а також твори мистецтва, виконані в такий спосіб [1].

Графічний дизайн – це вид мистецької діяльності, який поєднує в собі творчі та технічні підходи для створення візуальних матеріалів, що передають певні ідеї, емоції або інформацію. Він охоплює створення логотипів, плакатів, ілюстрацій, веб-дизайну, упаковок, типографіки та інших візуальних елементів, спрямованих на комунікацію з аудиторією. Графічний дизайн використовує колір, шрифти, зображення та простір для створення естетично привабливих і функціональних рішень, які відповідають потребам замовника або задачам бренду.

Живопис і графічний дизайн мають спільні корені, які сягають глибоко в історію мистецтва. Наприклад, роботи таких художників, як Леонардо да Вінчі, Мікеланджело і Пікассо, мали значний вплив на розвиток візуального мистецтва і дизайну. Сучасні графічні дизайнери часто черпають натхнення з класичних і сучасних живописних творів, інтегруючи їхні елементи у свої проєкти.

Завдання для студентів засновуються на принципі поступового ускладнення форми зображуваних фігур та колірної гами.

Живописні елементи, такі як колір, композиція і текстура, можуть бути інтегровані в графічний дизайн для створення унікальних візуальних рішень. Наприклад, використання яскравих кольорів і динамічних композицій може зробити дизайн більш привабливим й таким, який запам'ятовується. Текстури, створені живописними техніками, можуть додати глибину і реалістичність до цифрових проєктів.

Щоб графічний дизайн був більш привабливим та запам'ятовувалася, використання живопису може додати йому емоційну глибину і виразність. Емоційний вплив живопису може бути використаний для створення дизайнпроєктів, які викликають певні почуття і реакції у глядачів. Наприклад, використання м'яких пастельних тонів може створити атмосферу спокою і розслаблення, тоді як яскраві й контрастні кольори можуть викликати енергію та ентузіазм.

Сучасні технології дозволяють легко інтегрувати живописні елементи в цифрові проєкти, використовуючи програмне забезпечення для графічного дизайну, таке як Adobe Photoshop, Illustrator і Procreate. Ці інструменти дозволяють дизайнерам створювати та редагувати живописні елементи, а також комбінувати їх з іншими графічними елементами для створення унікальних візуальних рішень.

Живопис відкриває нові креативні можливості для графічних дизайнерів, який дозволяє їм експериментувати з різними стилями і техніками. Наприклад, використання абстрактних живописних елементів може додати динаміки і несподіванки до дизайну, тоді як реалістичні живописні елементи можуть створити атмосферу реальності і деталізації.

Також живописні елементи можуть бути використані для створення унікальних брендів і маркетингових кампаній, що виділяються на фоні конкурентів. Наприклад, використання живописних ілюстрацій в логотипах, рекламних матеріалах і упаковці може додати унікальності та виразності бренду, який більш запам'ятовується і стає більш привабливим для споживачів.

Вивчення живопису може допомогти графічним дизайнерам розвинути свої навички й розширити своє розуміння візуального мистецтва. Навчання живописним технікам та принципам може допомогти дизайнерам краще розуміти і застосовувати візуальні елементи у своїх проєктах, а також розвивати своє креативне мислення та інноваційний підхід до дизайну.

Наприклад, таке завдання як постановка в техніці «гризайль», в якій використовується обмежена палітра та виконується в монохромних відтінках, може надати графічному дизайнеру важливі навички та розуміння для роботи з формою, світлотінню та об'ємом. Практика роботи в техніці «гризайль» дає можливість розвинути відчуття світлотіньового моделювання форми, що важливо для реалістичності зображень в дизайні. Відчуття глибини та фактури дозволяє розрізнити та тренувати око до деталей та створювати враження об'єму навіть у простих формах. Монохромність цієї техніки сприяє формуванню чистого, лаконічного стилю, який є основою мінімалістичного і сучасного графічного дизайну.

Таким чином, живописна техніка «гризайль» розвиває вміння оперувати основними елементами зображення, що допомагає дизайнеру досягати виразності та об'ємності в графічних роботах.

Отже, живопис або використання його традиційних елементів може додати культурну глибину та прищепити студентам відчуття художнього смаку та міри, зробити його більш резонансним і привабливим для широкої аудиторії в процесі професійної дизайнерської діяльності.

Список використаних джерел

1. Скляренко Г. Я. Живопис. Енциклопедія Сучасної України / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. – К. :Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2009. URL: <https://esu.com.ua/article-19107>

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ В СЕРІЇ ПЛАКАТІВ

Софія КРИВДА

студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Тамара ХРЕБТО

викладач-методист, кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Системні зміни комунікаційного простору є найважливішою особливістю сучасного світу, а одним з основних комунікаційних засобів впливу на емоційний стан людини, мотиви її діяльності є соціальна реклама. Тому *предметом нашого дослідження* є використання рекламного плаката для звернення уваги глядача на наявні проблеми інформаційної екології в забрудненні урбаністичного простору сучасного міста.

Метою нашого наукового проєкту є проведення комплексного дослідження основних аспектів розробки серії власних рекламних плакатів, у розв'язанні проблеми інформаційної екології урбаністичного простору сучасних міст України. [4, С. 42].

Згідно з метою для виконання роботи були поставлені наступні *завдання*:

- розглянути місце рекламного плаката як в історичному аспекті, так і в розрізі його впливу на сучасне суспільство і виявити ключові етапи створення плаката дизайнером;
- проаналізувати аналогічні розробки згідно з проблеми інформаційної екології;
- створити концепцію власного проєкту;
- розробити серію рекламних плакатів;
- продемонструвати вибір програмного забезпечення для реалізації проєкту;
- з'ясувати технологію друку плакатів.

Для вирішення поставлених завдань нами було проаналізовано декілька теоретичних джерел, проведено порівняльний аналіз аналогів, використано сучасні методи проєктування і виконано ескізи для створення творчих видів комп'ютерного дизайну. На підставі виявлених соціальних проблем була розроблена серія рекламних плакатів з унікальним шрифтом, виконаних в єдиній авторській стилістиці для різних форматів, зокрема сітілайтів міст. Результати даної роботи, тобто серія соціальних плакатів, можуть бути використані для покращення інформаційної екологічної обстановки в Україні на сітілайтах міст [6].

Поняття «*інформаційне забруднення*» було введено у 2003 році Якобом Нельсоном (Jakob Nielsen). *Інформаційне забруднення* – це потік дисгармонійної, хаотичної,

руйнівної інформації, що впливає на людину та інших представників навколишнього середовища через зорові, слухові, сенсорні, тактильні та інші канали сприйняття [2, С. 127-128].

До інформаційного забруднення відносяться і візуальне забруднення, викликане одноманітною архітектурою. Інформаційне забруднення транспорту та навколишнього середовища (перевантаження громадського транспорту повідомленнями рекламного, розважального, інформаційного характеру; велика кількість білл-бордів, лайт-боксів, інших видів зовнішньої реклами). Забруднення у містах стосується не лише повітря, і це не залежить від їхнього масштабу. Як мегаполіси, так і невеликі міста стикаються з проблемами, пов'язаними з надлишком шуму, візуальних подразників і світлового забруднення. Усе це щоденно впливає на самопочуття, настрої мешканців та стан навколишнього середовища. Небажана реклама, хаотичні вивіски чи нагромодження сміття в місті стають своєрідними перешкодами, які порушують гармонію простору та відвертають увагу від його справжнього вигляду. Під час оцінки візуальних забруднювачів зазвичай розглядають економічні та естетичні аспекти, але важливо враховувати й історичну спадщину: реклама часто закриває архітектурні пам'ятки, через що їхня культурна значущість втрачається для пересічного спостерігача [3].

Таким чином, візуальне забруднення є не лише естетичною проблемою, але й шкідливим фактором для середовища та комфорту людей. Таке забруднення спричиняє розсіяність уваги, дратівливість, втому очей і знижує здатність сприймати міський простір як естетично привабливий. Крім того, рекламні щити часто відвертають водіїв, створюючи ризики для безпеки, і сприяють необдуманому споживацтву. Великі міста України, такі як Київ, Одеса, Львів та Харків часто потерпають від неконтрольованої кількості рекламних щитів, банерів і вивісок.

Наприклад, лише у Києві до 2021 року було встановлено понад 5000 рекламних конструкцій, значна частина яких порушувала норми розміщення. У багатьох містах відсутні чіткі стандарти розміщення зовнішньої реклами, що призводить до хаотичної забудови рекламними конструкціями навіть у центральних районах та поблизу пам'яток архітектури. У Львові, місті зі значною культурною спадщиною, неодноразово фіксували випадки, коли рекламні щити та банери закривали пам'ятки архітектури, наприклад, церкви чи старовинні будівлі. Подібні випадки трапляються і в інших містах, де комерційні інтереси часто переважають над збереженням культурної спадщини. Невпорядковане використання підсвітки на фасадах, рекламі та інших об'єктах створює надмірне світлове навантаження, що заважає не лише мешканцям, але й впливає на нічну екосистему. У деяких містах вже робляться кроки для розв'язання цих проблем. У Києві ухвалено правила щодо обмеження реклами, що передбачають демонтаж незаконних рекламних конструкцій. У Львові впроваджують концепції єдиних вивісок, а в Одесі активно очищують фасади від хаотичних написів. Для розв'язання цієї проблеми в різних країнах світу активно впроваджуються заходи міського планування.

Наприклад, у США, де проблема перенасичення рекламою особливо гостра, діє Федеральний закон про благоустрій автомобільних доріг, який обмежує розміщення білбордів уздовж міждержавних магістралей та федеральних доріг. Це дозволило зменшити кількість рекламних щитів у цих зонах, знизивши візуальне навантаження та ризик аварій, пов'язаних із відволіканням уваги водіїв. У вересні 2006 року Сан-Паулу, Бразилія прийняла Закон про чисте місто, який забороняє використання будь-якої зовнішньої реклами, зокрема на рекламних щитах, у громадському транспорті та перед магазинами [1].

Методи боротьби з візуальним забрудненням:

1. Декор будівель не варто сприймати як надлишок в архітектурі, адже це важливі функціональні елементи, які формують візуальний вигляд міського простору. Один із

найпростіших способів покращення естетики будівель — залучення молодих художників для створення графіті.

2. Колористичні рішення міста відіграють ключову роль у створенні гармонійного середовища. Під час зведення нових будинків або оновлення старих фасадів слід звертати увагу на вибір кольорів, адже вдало підібрана палітра допомагає зменшити візуальну втому. Також доцільним є використання вертикального озеленення для створення більш природного вигляду.

3. Регулювання зовнішньої реклами, що передбачає обмеження її кількості, розмірів та місць розташування, а також створення зон, вільних від рекламних конструкцій, наприклад, в межах історичних районів.

4. Удосконалення вуличної інфраструктури охоплює заміну старих і хаотичних вивісок на уніфіковані елементи, встановлення акуратних громадських об'єктів, таких як лавки, урни чи ліхтарі, а також розміщення стильних інформаційних табличок. Створення спеціальних зон для реклами дозволяє уникнути її хаотичного розташування, зосередивши рекламні матеріали в певних місцях.

5. Підвищення суспільної обізнаності через освітні кампанії, що інформують громадян про наслідки візуального забруднення та залучають їх до обговорення питань міського планування. Доповнюють ці заходи юридичне регулювання з відповідними законами, нормами та штрафами за порушення [5, С.78].

Вивчення практичного матеріалу дало можливість випробувати накопичений досвід і отримані знання в процесі дослідження матеріалів на тему проєкту: порахувати кількість необхідних коштів для реалізації друку плакатів; здійснити образне розкриття теми. Також отримані знання дозволили створити найбільш вдалий графічний спосіб зображення серії плакатів, вибравши відповідну техніку для друку. І в цілому, як підсумок, відшукати можливість реалізації серії плакатів в місті за допомогою зовнішньої реклами.

Ключова суть концепції мого проєкту – донести до людей існування ряду проблем, котрі вже стали критичними та зосередити увагу на них.

Графічна концепція полягає у створенні серії плакатів, які є гарним шляхом донесення необхідної інформації до небайдужих людей. Адже своїм місцезнаходженням та яскравістю він так чи інакше приверне до себе увагу. В пошуках композиції плаката, я обрала висвітлення інформаційного забруднення урбаністичного простору нашого міста, через що відповідальну роль покликаний зіграти рекламний плакат при вирішенні актуальних завдань організації всього урбаністичного середовища проживання людини. Під час практичного втілення концепції власного проєкту створено серію плакатів, які присвячені глобальним проблемам у сучасному світі, а саме інформаційному забрудненню урбаністичного простору нашого міста. Для реалізації творчого проєкту було застосовано програму Adobe Illustrator. Функціоналу даної програми цілком вистачило для покриття дизайнерських потреб. Під час створення кожного плакату було використано п'ять інструментів редактора. А саме це були «виділення», «прямокутник», «відрізок лінії», «текст» та «піпетка». Їх було достатньо, для побудови якісного дизайну кожного із плакатів. Якщо говорити про технології, то широкоформатний друк являє собою процес цифрового повноколірного друку на рулонних матеріалах широкого формату.

Основний напрямок використання широкоформатного друку – це, безсумнівно, реклама. В нашому випадку це була зовнішня соціальна реклама. Зображення можуть наносити: на банерне полотно, на плівку, на папір. Широкоформатний друк може виконуватися з використанням різних видів чорнила, серед яких ті що тверднуть від ультрафіолету (УФ), водні, екосольвентні, сольвентні та латексні. Вибір конкретного виду чорнила і матеріалу здійснюється виходячи з типу носія широкоформатного друку і цільового призначення реклами.

Для реалізації друку, була рекомендована модель принтера VUTEk 3360, найбільш поширеного у виробника VUTEk. Даний пристрій для друку по праву вважається найпопулярнішим промисловим триметровим принтером у світі. Широкий вибір матеріалів та стійкість чорнила до зовнішніх впливів дозволяють виготовляти довговічну зовнішню графіку: щитову рекламу, виставкові банери, двосторонні банери, мобільні стенди, плакати. Таким чином, функціонал даного апарату повністю задовольняє друкарські потреби для нашого проекту. Реалізовувати соціальну рекламу можна порекомендувати в місцях найбільшого скупчення людей – на зупинках наземного транспорту, в торгових центрах тощо.

Покращення візуального середовища міста можливе навіть за обмежених фінансових ресурсів. Міський простір, у якому ми живемо, значною мірою впливає на наш комфорт і майбутнє.

Список використаних джерел

1. Візуальне забруднення – Вікіпедія. URL: <http://surl.li/mxybgv>
2. Екологія. Підручник для вузів / В. І. Коробкін, Л. В. Передельський. Вид. 10-е. - Ростов Н/Д: Фенікс, 2006. С.127-128.
3. Електронній лекції з екології URL: <http://safetyliving.narod.ru/kons.html>
4. Ігошина Т. Дизайн плаката соціальної реклами, базові принципи виразності і актуальності. Архітектон. 2006. № 14. С.42
5. Кочанов Е. О., Кочанова І. Е. Проблеми екології візуального середовища урбосистем (на прикладі Новобоварського району м. Харкова). Вісник харківського національного університету імені В.Н. Каразіна серія "Екологія". 2014. № 7. С. 78.
6. Українська бібліотечна енциклопедія. URL: <https://ube.nlu.org.ua/article/Плакат>

ЕТНІЧНІ ЕЛЕМЕНТИ У МОДЕЛЮВАННІ ОДЯГУ ТА ГРАФІЦІ ШРИФТІВ В ЕПОХУ ПОСТМОДЕРНІЗМУ

Сергій КУКСЕНКО

канд. істор. наук, доц.,

Євгенія ЛЯШУК

студентка кафедри економіки,

управління та адміністрування, групи ЕК-23

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Українська культура, як і культура інших народів, є унікальною і самобутньою. Становлення українського народу, його розвиток, взаємодію із іншими народами та оточуючим світом відображають не лише археологічні артефакти, а й усна народна творчість, традиції та звичаї, архітектура, речі повсякденного вжитку, одяг, знаряддя праці, народні ремесла і т.ін. З давніх часів українці намагалися прикрасити речі оточуючого світу різнобарвними малюнками та розписами, різьбленнями, орнаментами, вишивкою. Переважаючими були геометричний або рослинний орнамент, зустрічаються космогонічні та аніمالістичні мотиви. Поширеними були яскраві кольори: на заході – червоний, зелений, помаранчевий, у центрі та сході – червоний і чорний, на півночі і півдні – червоний і синій. Ця своєрідна знаково-інформаційна система продовжує функціонувати в сучасному культурному просторі як жива народна традиція, сприяє усвідомленню національної ідентичності, здійснює вражаючий вплив на митців та дизайнерів. Це демонструє та пропонує світу самобутність та національну своєрідність української культури як рівноправної частини культури і мистецьких традицій світу.

Традиційні мотиви у сучасному дизайні набувають нового життя, поєднуючи культурну спадщину з актуальними тенденціями. Етнічні елементи стали важливим джерелом натхнення для дизайнерів різних сфер, таких як графіка, моделювання одягу, дизайн інтер'єру та навіть

промисловий дизайн. Використання таких мотивів сприяє збереженню національної ідентичності, збагачує культуру і робить вироби унікальними.

Повномасштабне військове вторгнення військ росії в Україну у 2022 р. стало тяжким випробуванням для українського народу і, в той же час, сприяло консолідації української нації, пробудило інтерес до України і української культури у світі. Одним із проявів візуальної культури стали українська колористика державного прапора, орнаменти вишивки та символи духу народу. Це посилює притаманні постмодернізму полістилізм, мозаїчність «образу світу», поліваріантність та диференціацію способів та смаків їх художнього втілення [1, С. 120–122]. Характерна для постмодернізму слабка віра у лінійний прогрес і майбутнє компенсується зверненням до історії, до художніх стилів минулого, їх компіляцією, прагненням до різноманітних інновацій, в тому числі й до інновацій через звернення до традицій. Диференціація стилів спирається на певне протиставлення народного (етнічного), ототожнюваного з природнім, – цивілізаційному, національному – глобалізаційному, традиційного – новаційному. Дані процеси охопили усі види художньої творчості та візуального мистецтва, знайшли своє відображення в тому числі й у роботі дизайнерів по моделюванню одягу. Мода із повсякденного явища переходить у категорію феноменів культури, пов'язаною з гендерними, етнічними, віковими, статусними ідентичностями особи, виступає провідником культурних та суспільних ідей. Використовуючи засоби візуальних мистецтв, актуалізує прагнення до міжкультурної комунікації, нівелює державні кордони, але водночас підтримує національні культурні традиції.

У моделюванні одягу та моді сформувалось кілька напрямів, заснованих на «інновації через традицію», які щодо системної цілісності культури виконували інтеграційну функцію та забезпечували спадкоємність культурних змістів – історизм, ретро стиль, етностиль. Як способи переосмислення національних традицій у творчості сучасних дизайнерів виділяють три основні модифікації у дизайні одягу етностилу: 1. *національний стиль* – характеризується естетично-цілісним відтворенням особливостей традиційного одягу; 2. *фольк-стиль* – естетично-узагальнений етнообраз створюється шляхом вільного поєднання елементів традиційних костюмів різних народів; 3. *еко-стиль* – узагальнений дизайнерський образ реконструкції етнічного як природного у притиставленні сучасній технізованій цивілізації. «Класифікацію доцільно доповнити диференціацією етнопошуків на *інтровертивні* (національний стиль), орієнтовані на актуалізацію автентичних традицій, та *екстравертивні* (фольк-стиль, екостиль), спрямовані на творче сприйняття елементів інших культур. Крім цього, етномотиви можуть бути розглянуті в аспекті їх *моно-* (національний стиль) або *політематичності* (фольк-стиль, екостиль), а в останньому випадку – за типом поєднання етноелементів: *діалогічним*, *симбіотичним* або ж *еклектичним*» [3, С.87-88]. Водночас утверджується «відкрита ігрова мода», в межах якої здійснюється вибір не лише між різними моделями одягу, а й між різними художніми світами. Характерними рисами є «деканонізація традиційних цінностей, стильовий синкретизм, цитатність та історичні ремінісценції, фрагментарність і принцип монтажу, іронічність, пародійність, гедонізм» [3, с. 344].

Елементи українського національного костюму, вишивки дизайнери творчо, сміливо та іронічно поєднують з сучасними мотивами, урбаністичним, романтичним, спортивним та мілітарі стилями. Зокрема, українські дизайнери активно впроваджують етнічні елементи, такі як традиційні вишивки, візерунки та форми, у свої колекції. Цей підхід дозволяє створювати сучасні речі, які зберігають культурний код. Наприклад, такі бренди, як Foberini та Vagenuky Fashion, демонструють успішне поєднання автентичних елементів із сучасними тканинами та силуетами. Етнічні мотиви, що використовуються у моді, відіграють важливу роль у створенні не лише естетично привабливих, але й культурно значущих виробів. Унікальність таких моделей підкреслюється складністю традиційних технік, як-от ручна вишивка, яка додає особливого шарму сучасному одягу. Модна індустрія використовує етнічні мотиви для виходу на міжнародний ринок. У поєднанні з сучасними трендами традиційні елементи стають привабливими для глобальної аудиторії, що сприяє розширенню культурного обміну. Також значну роль відіграє вплив таких технологій як цифровий друк та 3D-вишивка. Завдяки їм

етнічні візерунки стають доступними для масового виробництва, зберігаючи при цьому автентичність.

Етнодизайн відіграє значну роль у формуванні національної свідомості. Використання традиційних мотивів у сучасному дизайні сприяє відновленню самоідентифікації людей, які в умовах глобалізації шукають зв'язок із власними коренями. Збереження культурної спадщини через дизайн сприяє не лише популяризації етнічної культури, але й зміцненню почуття єдності серед громадян.

Інтеграція традиційних мотивів у сучасне візуальне мистецтво є ефективним засобом збереження та популяризації культурної спадщини. Це поєднання традицій і сучасності робить вироби унікальними, естетично привабливими і значущими для національної культури. Під впливом постмодерну традиційний етнічний напрям, диференційований на національний стиль, фолк-стиль та еко-стиль, урізноманітнює дизайнерську творчість, по-новому осмислює традиції, створюючи сучасну культуру. Відродження етнічних мотивів сприяє формуванню національної ідентичності, а також є інструментом культурної дипломатії на міжнародній арені, стає одним із найбільш універсальних способів міжкультурного спілкування, що веде до формування загальнокультурних цінностей, заснованих на полікультурних кодах, метаестетичних оцінках, до розвитку асоціативного, образного, нелінійного мислення.

Список використаних джерел

1. Davis F. Fashion, Culture and Identity. Chicago : University of Chicago Press, 1992. 512 p
2. Костельна М.В. «Етнічний полістилізм» в дизайні одягу другої половини ХХ – початку ХХІ століття. *Art and Design. Науковий фаховий журнал.* №3, 2018. С.85-95.
3. Шевнюк О. Л. Історія костюма : навч. посібник. Київ : Знання, 2008. 375 с.

ІСТОРІЯ ТЕАТРАЛЬНИХ АФІШ

Юлія КУЦ

студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. педагог. наук, доц. **Тетяна КАСЬЯН**

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Афіша – реклама певного заходу у формі великого постера. Цей постер має містити в собі стислу інформацію про захід, час його проведення та місце [2]. Невід'ємною частиною афіші також є приваблива картинка та величезний підпис з назвою заходу, щоб афішу можна було побачити здалеку. Зазвичай люди сприймають афіші краще у візуальному контексті, тому естетична частина є чи не найголовнішою в створенні рекламного постера. Афіші друкують великих розмірів, хоча можливі й маленькі постери формату А4, щоб зручніше було їх вміщати на афішній дошці або стовпі оголошень.

Саме поняття афіші як рекламного постера походить з часів Стародавнього Риму, коли подібні плакати називалися «рекламаре», а будинки, на яких вони висіли – «кричущими». Тоді існувала система карбування певної рекламної продукції на дерев'яних дощечках, тому така практика набула популярності не тільки в Стародавньому Римі, а ще й в Єгипті і Греції, де набула форм каменю та покращеної, близької до сьогодення, форми паперу [3]. Тільки тоді використовувалася технологія з використанням папірусу, його особливістю була його довговічність в порівнянні з міцнішими важчими аналогами.

В Україні ж термін «афіша» прийшов у форматі «тез» та «конклюдіями» з поширенням театру в XVII столітті. В цей період західна цивілізація почала удосконалюватися і з віршованих форм афіші в більш інформативні, короткі. Ця тенденція здобула велику популярність серед студентів Київського колегіуму і києво-могилянців, проте замість звичного тексту або віршу вони використовували на афіші коротку інформацію з іменами композиторів, акторів, та цінами на квитки в поєднанні з ілюстраціями та рукописами. Переважно студенти самі ілюстрували афіші, проте не виключенням стало й запрошення відомих художників для створення малюків. Подейкують, що деякі з цих афіш друкували за кордоном на шовку, або в Києво-Могилянській академії на дорогому папері. Розклеювали ці афіші на брамах монастирів.

В кінці XIX століття починається освоєння кольорового друку через індустріальний розвиток, а також захоплення країн Заходу капіталізмом, саме тоді й наступає «золотий вік» афіш, їх стає тільки більше з плином відкриття нових магазинів та інших крамничок.

Одні з найпопулярніших афіш по всьому світу досі залишаються незмінними, це афіші Альбрехта Дюррера та Тулуза Лотрека [1]. На афішах авторства Альбрехта Дюррера використовується частіше гравюра, вона привертала увагу своєю деталізованістю і слугувала чітким зображенням того, про що був твір. Тулуз Лотрек навпаки вражає глядача не своєю формою, а пластикою композиції і яскравими кольорами. Він починає взаємодіяти з різними пабами, не зупиняючись на кабаре чи інших виставах. Така деталь немов наближує просту звичайну людину шляхом зображення автором чогось простого, буденного, людського. Таким чином вищий мистецький світ не цурається людей, він співіснує з ними в умовах індустріалізації.

Існує кілька видів афіш [2]:

- реклама товару або крамниці;
- футбольна;
- соціальна;
- музична;
- агітплакат (агітаційний плакат);
- кінотеатральна;
- театральна.

Театральна афіша являє собою рекламний плакат про прем'єру якоїсь вистави. Раніше на ній вказувалася ціна за квиток для перегляду, дата, час і місце проведення, проте тепер ціна не вказується. Подібна відмінність прийшла з урахуванням сучасних технологій.

Театральні афіші починають взаємодіяти з численними крамницями, щоб знизити ціну виробництва афіші та зекономити на художниках. Інколи це відбувалося через спроби популяризувати свій товар через рекламу магазину у колаборації з театром і часто це працювало і приносило досить непогані прибутки що самому театру, що власнику крамниці. Також важливо враховувати, що афіша як така була лишень половиною з агітаційної продукції до показу вистави, окрім неї в театрах роздавали спеціальні буклети з поясненням сюжету вистави та досить яскравими ілюстраціями.

Українські театральні афіші мали певні складнощі у виробництві зокрема через цензуру та недоступність друку як поширеного явища, як це було в європейських країнах. Театр Корифеїв зміг вибороти право на друк рідною мовою лишень на початку XX століття. Перша українська афіша українською мовою була надрукована в 1906 році, це була вистава «Підпанки», яку готували актори на чолі з Саксаганським, також знаковим є те, що це була вистава за мотивами твору Карпенка-Карого і її довго не хотіли запускати через цензуру. Вже потім в театрі Садовського грали «Енеїду», ця вистава також була українською мовою, як і афіша до неї [3].

В сучасних умовах при створенні афіш береться до уваги вистава, її назва та дата проведення. Місце проведення вже не зазначають на сучасних афішах, своєрідною

позначкою місця проведення вистави слугує логотип театру та їхні фірмові знаки для пізнаваності. Ціну на квитки на сучасних афішах також не зазначають, для оголошення ціни використовують сучасні технології, наприклад, коди, які потрібно сканувати, щоб дізнатися вартість квитка і деталі проведення вистави. Зараз цей метод є універсальним, хоч багато хто й зазначає, що він є незручним, з урахуванням того, що в театр також ходить старше покоління і підлітки, які не мають можливості купувати квитки онлайн.

Розпродаж квитків набуває терміну «солдаут» (з англ. – розпродано) і коли квитків не залишається, то на афіші з'являється відповідний сірий знак.

Таким чином можна спостерігати появу та еволюцію афіш з часів Стародавнього Риму та Єгипту до сьогодення. Афіші досі є актуальним видом реклами театральних вистав, проте тепер вони набувають більшого значення через залучення молоді до перегляду вистав та гри в виставах. Сучасне покоління з уважністю ставиться до афіш, тому важливо наслідувати тренди та залучати молодих митців у створення новітніх афіш, у тому числі й їхнє просування в різних соціальних мережах з метою рекламувати не тільки театр, а й самого митця, його навичок.

Список використаних жерел

1. Афіша. Енциклопедія Сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/article-44666>
2. Бондар Ю. Плакати, афіші та листівки у контексті соціальної й політичної комунікацій // *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 7. С. 15–21.
3. Букач В. М. Теорія та історія культури (словник-довідник): навч. посіб. для здобувачів вищої освіти / В. М. Букач, Н. М. Бакланова. Одеса: видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2021.

АЙДЕНТИКА ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ

Катерина ЛИТВИН

студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»,

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Ольга ВАКУЛЕНКО

викладач кафедри дизайну

та соціально-культурних дисциплін

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Поєднання візуального стилю та атмосфери закладу через айдентику допомагає створювати цілісну систему, за допомогою якої заклад стане популярним серед відвідувачів. В умовах високої конкуренції у сфері ведення бізнесу закладів громадського харчування, актуально створювати елементи фірмового стилю, які будуть формувати асоціації тільки з вашим закладом. В сучасному світі зростає попит на унікальні формати дозвілля, люди шукають стильні, атмосферні та сучасні заклади, де можна відпочити душею.

Айдентика закладу містить в собі розробку логотипа, фірмових шрифтів та кольорів, дизайн упакування, ділову документацію, тобто візитка, конверт, фірмовий бланк, зовнішню рекламу, дизайн унікальних елементів та ілюстрацій, які задають загальний стиль закладу та створюють емоційний зв'язок з відвідувачем. З розвитком соціальних мереж до загальноприйнятих аспектів айдентики відноситься розробка цифрової візуалізації компанії. Кожен заклад сьогодні має свою сторінку в соціальній мережі Instagram, де інформує свою онлайн-аудиторію про новинки в меню, цікаві події в стінах закладу, виготовлення фірмових паперових стаканів для кави, наприклад, в святковій стилістиці Нового року. Сучасне

інтерактивне меню з переліком всіх страв та інгредієнтів та з додатковими функціями замовлення та оплати прийшло на заміну фізичному паперовому меню. Отже, аналізуючи інтеграцію в цифрове середовище ми бачимо, що весь контент-план виконаний в одному стилі з використанням фірмових елементів на чолі з логотипом закладу [1, 2].

Було прийнято рішення зробити аналіз та певні висновки зі створення айдентики та маркетингу, адже основи маркетингової стратегії тісно пов'язані зі створенням складових фірмового стилю, на прикладі відомих та перевірених часом громадських закладів. Всесвітньо-відомий бренд Starbucks, відкрившись під кінець XX століття, з маленького магазину переріс у величезну корпорацію, що продає свою каву по всьому світу. З початку відкриття і до сьогодні компанія розвивалась і змінювала свої стратегії, паралельно змінював і фірмовий стиль компанії. Зокрема логотип, створений художником Тері Хеклером, який міняв свою форму чотири рази, починаючи зі знаку в основі якого була художньо деталізована русалка в коричневому кольорі, навколо якої була написана сама назва компанії та те, що вона пропонує (кава, чай, спеції) і закінчуючи логотипом який існує сьогодні. Образ залишився той самий, але логотип змінив колір на спокійний зелений та набув стилістичного спрощення і мінімалізму, тобто набув інших рис в супроводі зі змінами тенденцій в графічному дизайні. Важливим є те, що для компанії є цінним створена концепція та закладена у свій час історія, адже завдяки цьому бренд став успішним та впізнаваним в усьому світі. Сьогодні концепція Starbucks все більше робить акцент на чистоті та екологічності. Починаючи з використання в айдентиці зелених та білих кольорів, які асоціюються з чистотою, свіжістю, усвідомленого ставлення до природи, та закінчуючи використанням натуральних матеріалів в інтер'єрі та пакуванні продукції [3]. Можна сказати, що Starbucks продає не просто каву, а стиль життя, місце для спілкування та комфортного проведення часу.

На основі відомої компанії KFC, можна побачити та проаналізувати як айдентика та загальний дизайн втілює в себе концепцію швидкого харчування з «простою» їжею та доступними цінами. Звернімо увагу на фірмові кольори, які використовує компанія, адже червоний символізує енергію та швидкість, білий – простоту та якість, а чорний додає візуальну гармонію, стриманість та професіоналізм. Саме ці кольори використовуються в логотипі, який відображає зв'язок із засновником компанії Гарландом Сандерсом, символізуючи гостинність та традиційність. У своїй айдентиці компанія використовує сучасні та традиційні шрифти, які вдало поєднуються між собою. До речі, говорячи про традицію, деякі заклади в своєму інтер'єрі та айдентиці використовують традиційні українські символи та орнаменти. Ідея такого креативного рішення чудово поєднується із сучасним дизайном в інтер'єрі, адже це підкреслює любов до української традиції та важливість її використання в дизайні. Компанія любить використовувати типографіку в створенні фірмового стилю, тому часто можна побачити шрифтові плакати чи постери в інтер'єрі закладу з цікавим композиційним рішенням. Частиною маркетингової стратегії KFC є цифрова присутність. У своїх вебсайтах, рекламі в соціальних мережах, мобільних додатках для замовлення та доставлення їжі, компанія KFC використовує всіма відомі елементи фірмового стилю, що сприяють зручності при взаємодії з користувачами. У своїй рекламі бренд любить поєднувати використання креативних підходів та гумору, як спосіб привернути увагу та створити дружній емоційний зв'язок з потенційними відвідувачами. До прикладу, в соціальних мережах та інших каналах комунікації KFC використовує слоган «Смачно та вдячно», тобто вдячність за гарний настрій та смачну їжу. Айдентика компанії є прикладом поєднання традицій та сучасних тенденцій в дизайні, з використанням цілісної стратегії комунікацій.

Створення фірмового стилю та елементів айдентики мають схожі базові поняття та аспекти, однак сучасні заклади використовують їх, враховуючи власну концепцію, індивідуальність та аналіз цільової аудиторії. Айдентика включає різні аспекти візуальних елементів, які використовуються у фізичних носіях бренду та інтегруються в сучасне онлайн середовище.

Список використаних джерел

1. Девід Ейрі. Лого Дизайн Любов: Посібник зі створення довершеної айдентики бренду. Видавництво: ArtHuss, 2024. 230 с.
2. John Maeda. The Laws of Simplicity (Simplicity: Design, Technology, Business, Life). Publisher: The MIT Press, 2006. 128 p.
3. Historylink.org. Starbucks: The Early Years. URL: <https://www.historylink.org/file/20292> (дата звернення 23.11. 2024).

ЗАСОБИ ДОСЯГНЕННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НА ОПП «ПРОМИСЛОВИЙ ДИЗАЙН». КЛАУЗУРА

Олександр ЛУГОВСЬКИЙ

кандидат мистецтвознавства, доцент,

доцент кафедри дизайну

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Інтегральною компетентністю, як складовою програмних компетентностей ОПП «Промисловий дизайн» бакалаврського рівня Черкаського державного технологічного університету передбачається набуття студентами-дизайнерами здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у галузі дизайну, або у процесі навчання, що передбачає застосування певних теорій і методів дизайну та характеризується комплексністю та невизначеністю умов. Тому програмні результати: навички критичного осмислення навколишнього світу, самостійного аналізу складних явищ суспільного та особистого життя, уміння генерувати ідеї та вирішувати важливі проблеми на інноваційній основі, розглядаються як один із надважливих етапів реалізації поставлених цілей [1]. Однією із освітніх компонент, що робить свій внесок на цьому шляху є «Об'ємне моделювання», що викладається на другому курсі. Завдання вивчення дисципліни полягає в оволодінні проєктно-технічними засобами і навичками роботи з проєктними матеріалами, формою, кольором, простором; предметно-естетичними засобами композиційної гармонізації при втіленні формально-логічних етапів створення об'єктів дизайну. Оскільки більшість завдань дисципліни передбачає виготовлення об'ємних моделей із паперу, це дає можливість студентам уже на цьому етапі навчання уміння генерувати ідеї та вирішувати важливі проблеми на інноваційній основі. І тут може стати в нагоді застосування клаузури.

Слід нагадати, що клаузура є важливою складовою у процесі дизайнерської роботи. Вона сприяє генерації нових ідей, дозволяє випробувати різні підходи та вирішення задач, а також допомагає у розвитку творчого мислення. Для сучасного світу де інновації і технології розвиваються швидкими темпами, і питання про можливість створення абсолютно нових речей стає все більш актуальним, звернення до клаузури уже на ранніх етапах навчання має значний сенс. Тому, наприклад, що студент знайомиться із деякими принципами безаналогового проєктування. Такі знання знадобляться в подальшому при виконання повноцінних дизайнерських проєктів.

Загалом можна запропонувати такі етапи використання клаузури в навчальному процесі:

1. Початковий етап навчання – студенти знайомляться з основними принципами та методами дизайну. Вони виконують невеликі вправи та завдання, які дозволяють розвивати базові навички роботи з формою, кольором та композицією.
2. Середній етап навчання – клаузура стає інструментом для розробки більш складних проєктів. Студенти вчаться використовувати клаузуру для пошуку нових рішень, аналізу та вдосконалення своїх ідей. Вони також вчаться працювати в команді.

3. Завершальний етап навчання – клаузура використовується для розробки завершених проєктів, які можуть бути представлені на виставках або конкурсах. Студенти вчаться застосовувати клаузуру для вирішення конкретних задач, аналізу ринкових потреб та впровадження новітніх технологій у свої роботи. Вони також отримують навички презентації своїх проєктів та взаємодії з потенційними клієнтами.

Список використаних джерел

1. ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ПРОМИСЛОВИЙ ДИЗАЙН».
URL: <https://drive.google.com/file/d/19KhRaytehToI8u4gptJiqkP2XAwxihy/view>

КАЛЕНДАР НА ОСНОВІ УКРАЇНСЬКОГО МІФОЛОГІЧНОГО ПАНТЕОНУ

Альона МАЙСТРЕНКО
студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. педагог. наук, доц. Тетяна КАСЬЯН
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Важливість дослідження полягає в сучасному відродженні та переоцінці української культурної ідентичності, що набуває особливого значення в умовах повномасштабного російського вторгнення в Україну. Прагнення українців зберігати та розвивати свою корінну культуру, норми та перспективи посилює захоплення основами своїх етнічних звичаїв та релігійних і культурних вірувань предків. Українська міфологія – зв'язок із природою та циклічністю життя.

Українська історія складається з різноманітних образів та символів, які віддзеркалюють тісний зв'язок між людиною та природою, зміну клімату та повторюваність життя. Символи передавалися через пісні, образотворче мистецтво, свята та традиції, формуючи тісний зв'язок між людиною та природою.

Для календаря було обрано таких персонажів як: Коляда, Мороз, Лада, Купайло, що представляють різні пори року. Зимове відродження Коляда. Очищення символізував Мороз. Весняне пробудження Лада. Літньої гармонії з природою, Купайло. Ці образи були обрані символами річного циклу. Природні зміни поєднуються з глибокими народними віруваннями.

– Коляда – символізує зимове відродження та нового циклу. Коляда уособлює зимове сонцестояння, найтемніший час року, після якого день починає збільшуватись. Це божество стало основою для святкових обрядів, під час яких люди закликали нове сонце через колядування, співи та добрі побажання. Образ Коляди став матір'ю нового року, та нового природного циклу. Вона є дружиною Дажбога, кожної зими вона народжує нове сонце, сина Дажбога. Часто Коляду зображають з рогами кози або з головою кози. За переказами Коляда таким чином ховалась від Марі, богині ночі [4].

– Мороз – очищення та зимова підготовка до оновлення. Мороз (або Морозко) символізує сили природи, що заморожують усе навколо, але одночасно очищають землю та готують її до весняного оновлення. Його вшановували обрядами, як-от вихід із частуванням, щоб забезпечити врожай і гарну зиму. Зображався як старий чоловік зі сніговим плащем і довгою бородою [5].

– Лада – богиня весни, краси та родючості. Лада символізує пробудження природи, любов і родючість. Її весняні обряди пов'язані із засіванням, співами та танцями, та обрядами жертвоприношення. Лада також виступала як покровителька родинного щастя. Її

зображують як молоду жінку з вінком та довгим, розплетеним волоссям, адже вона тільки наречена. Інколи в образах поруч з нею були білі півні, яких приносили їй в жертві. Це підкреслює її зв'язок із природою, яка розквітає [3].

– Купайло – це символ літа, коли природа розцвітає, і люди святкують літнє сонцестояння. Це свято пов'язане з обрядовими ритуалами, такими як стрибки через вогнища, купання в річках та плетіння вінків. Купайло уособлює очищення та магічну силу природи в її найкращому вигляді під час літнього розцвіту. Його часто зображують або як молодого чоловіка, або як вогонь, що символізує силу та енергію цього періоду [2].

Календар, що базується на міфологічних образах, є важливим інструментом для збереження традицій. Всі ці образи допомагають передати знання про природні цикли через народні вірування, що робить календар не лише інструментом для визначення днів, а й способом збереження зв'язку з природою та її ритмами. Такий підхід поєднує сучасні форми та стародавню мудрість, нагадуючи про важливість відчуття єдності з навколишнім світом.

Календар «Україна міфічна» від Володимира Жирова – це не просто календар, а справжній мистецький витвір. Його основна мета – популяризація української міфології через яскраві ілюстрації в стилі цифрового живопису, доповнені текстами легенд. Цей проєкт вдало поєднує сучасний дизайн з традиційними елементами, що дозволяє не лише зацікавити глядача, а й поглибити знання про багатство української культури [9].

Календар «Лютий» поєднує графічний дизайн, унікальні шрифти та історичні події російсько-української війни, ставши не лише важливим документом сучасної історії, а й інструментом підтримки волонтерського фонду «Повернись живим». Цей проєкт нагадує про постійну боротьбу, підсилюючи національну ідентичність та важливість збереження пам'яті про події сьогодення [8].

Календар «З Україною у серці» став потужним інструментом популяризації національної культури через освіту. Цей настільний календар знайомить користувачів з історією, природою та культурними досягненнями України. Він допомагає формувати гордість за національну спадщину, поширюючи важливі знання серед українців та тих, хто цікавиться культурною ідентичністю нашої країни [7].

У підсумку, дослідження української міфології через календарні образи підкреслює важливість зв'язку між людьми та природою, а також важливість збереження та популяризації культурних традицій. Персонажі, як Коляда, Мороз, Лада та Купайло, символізують різні етапи року, що дозволяє зрозуміти глибокий сенс народних вірувань та їхнє відображення в природних циклах. Сучасні календарі, такі як «Україна міфічна» і «З Україною у серці», є не тільки інструментами для збереження традицій, але й важливими елементами для зміцнення національної ідентичності, особливо в часи, коли країна стикається з великими викликами. Вони допомагають передавати знання про культурну спадщину і формувати почуття гордості серед українців та тих, хто цікавиться культурою України.

Список використаних джерел

1. Кононенко О. Українська міфологія в 5-ти томах / Київ: Вид-во «Фоліо», 2023р. -2368ст.
2. «Стара правда» стаття «Слов'янська міфологія: у що вірили пращури українців». URL: <https://starapravda.com.ua/blog/slavyanskaya-myfologyya-vo-cho-veryly-predky-ukraynczev/>
3. «UA Modna» стаття Часи коли світом правили боги». URL <https://uamodna.com/articles/chasy-koly-svitom-pravyly-bogy/>
4. «Українські традиції»стаття про богиню Коляду. URL: <https://traditions.in.ua/viruvannia/mifologii/433-koliada>
5. Вікіпедія стаття Мороз. URL.: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Мороз_\(міфічний_персонаж\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Мороз_(міфічний_персонаж))

6. «Uaistoria» список українській міфічних істот і їх характеристики. URL: <https://uaistoria.com/українські-міфічні-істоти/>
7. «Gifty» настільний календар «З Україною в серці». URL: <https://gifty.in.ua/product/kalendar-nastilnij-z-ukrainoyu-v-serci-2023?srsltid=AfmBOop0ygc18Dr11WW5R2SeEmqXRE-sABa8Mul94VW6fmpjZTFzLANo>
8. Фонд «Повернись живим» календар «Лютий». URL: <https://savelife.in.ua/materials/news/fond-povernys-zhyvym-prezentuvav-lyutyu/>
9. «Maqik» стаття про календар «Україна міфічна» URL: <https://maqik.com/index.php?page=26>

ВАЖЛИВІСТЬ ДОДРУКАРСЬКОЇ ПІДГОТОВКИ В МАКЕТАХ

Іван МАНЗЕНКО

*викладач кафедри дизайну та
соціально-культурних дисциплін*

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Дизайн вже є невіддільною частиною нашого життя. Він оточує нас завжди, в дома, на вулиці, на роботі, в кафе... Ми постійно бачимо афіші, банери, візитівки, брошури, календарі, журнали та ще безліч цікавих об'єктів до створення яких були залучені дизайнери.

Розвиток технологій робить дизайн надзвичайно різноманітний та не обмежує його виключно фізичними носіями. Інтернет та соціальні мережі породили величезний запит на розробку цифрових макетів. Проте, друкована продукція має величезний попит, оскільки досі є потужним інструментом взаємодії з клієнтом.

Кожна компанія, що хоче успішно розвиватися, воліє надати своєму продукту гарне пакування та влучну рекламу тим самим збільшуючи його продажі, популярність та свою впізнаваність.

Все, що створюють дизайнери націлене на контакт з іншими людьми та вирішує конкретні запити замовника. Тому, якість фінального продукту є надзвичайно важливою, оскільки від цього залежить імідж, та довіра до бренду.

Додрукарська підготовка це процес від створення дизайну до передачі його у друк. Кожен макет потрібно створити та правильно підготувати до друку, щоб під час його виробництва не вийшло браку. Варто розуміти, що більшість виробників поліграфічної продукції в Україні працюють вже з готовими до друку матеріалом. Тому дизайнеру необхідно вміти готувати макет у друк.

Для успішного виконання замовлення потрібно дотримуватися певних правил з початку роботи над дизайном. Правильний розмір макета, щільність зображення, кольоровий профіль, а також, розуміння технологічних особливостей друку необхідне для роботи над будь-яким макетом. Ігнорування цього призведе до правок та перероблення.

Розробка гарного, але не практичного дизайну, нікому не потрібна. Працюючи над макетом дизайнер одразу має розуміти над чим він працює, як це використовуватиметься на далі, а також чи можливо це виготовити.

Після затвердження дизайну з клієнтом необхідно зробити фінальну підготовку макета в друк. Для цього необхідно попросити клієнта надати інформацію від поліграфії, де друкуватиметься макет, про вимоги додрукарської підготовки конкретного макета. Залежно від типу продукції та вимог поліграфії цей процес може дещо відрізнятися, але в будь-якому разі ці вимоги необхідно виконати. Особливе це стосується гібридних лаків, тиснень, друку білим кольором, плотерної порізки, а також інших специфічних елементів макета.

Якщо знехтувати цим етапом чи віднести до нього не серйозно то в більшості випадків компетентна поліграфія не пропустить макет у друк та поверне на доопрацювання. Але, якщо поліграфія надрукує не підготований макет, то це може мати негативні наслідки. Продукт не буде відповідати очікуванням й може бути взагалі не придатним до використання. Замовник, зазвичай, не задоволений таким результатом, адже це втрачений час та гроші. Таким чином дизайнер, якщо це не вина поліграфії, може зіштовхнутися з рядом проблем, від звичайної сварки та втрати клієнта до матеріальної відповідальності.

Тому важливо навчитися правильно готувати макети у друк. І хоч макети можуть мати різний дизайн та призначення, але основні моменти додрукарської підготовки у них спільні. А різні додаткові технічні особливості завжди можна уточнити в поліграфії.

Отже, правильно підготований у друк макет це половина успіху у виконанні замовлення. Якщо дизайнер прагне розвиватися та здобувати нових клієнтів, важливо робити не тільки гарно, але і якісно. Можливо, на початку шляху це видається чимось важким, але з досвідом ці знання стають обов'язковою та елементарною частиною робочого процесу дизайнера.

СОЦІОКУЛЬТУРНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ВУЛИЧНОГО МИСТЕЦТВА В УКРАЇНІ: ЗМІНИ ТЕМ І СТИЛІВ ЗА ОСТАННІ ДВАДЦЯТЬ РОКІВ

Марія МАСЛОВА

студентка кафедри

економіки, управління та адміністрування

Черкаського державного бізнес-коледжу

Науковий керівник: канд. істор. наук, доц. Сергій КУКСЕНКО

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

В останні десятиліття українське вуличне мистецтво еволюціонувало від незрозумілого графіті до серйозної соціальної платформи. Сьогодні це явище є не лише засобом самовираження, але й потужним каналом для трансляції суспільних настроїв, політичних поглядів та культурних зрушень, які відображаються у кожному графіті, муралі або інсталяції на вулицях українських міст.

Перші суттєві зрушення відбулися на початку 2000-х, коли стріт-арт ще асоціювався з вандалізмом, але художники вже почали втілювати ідеї, що йшли врозріз із традиційним мистецтвом. Графіті почали заповнювати вулиці Києва, Львова, Харкова та інших великих міст, залучаючи велику аудиторію, особливо молодь. Такі роботи створювали для висловлення протестів або підтримки суспільних акцій, передаючи ідеї, які не знаходили відображення в офіційному культурному просторі. З того часу зростання популярності стріт-арту було пов'язане з посиленням громадської активності, особливо під час політичних подій [1, 2].

Ключовою подією в історії українського вуличного мистецтва стала Революція Гідності 2013–2014 років. Ця подія суттєво вплинула на розвиток мистецького середовища, адже стіни українських міст стали простором для соціально-політичних висловлювань, які символізували боротьбу народу за свободу. Зображення героїв Небесної Сотні, протестні графіті та патріотичні мурали стали частиною нової міської реальності, відображаючи національні ідеї та символізуючи солідарність народу. Так, наприклад, вулиці Києва прикрасили роботи із зображеннями українських національних символів, що посилили ідею національної ідентичності [3, 4].

На додаток до внутрішнього розвитку, українське вуличне мистецтво залучає й міжнародних митців. Відомий британський художник Бенксі, наприклад, створив кілька муралів у Київській області під час російсько-української війни. Його роботи, як зображення маленького хлопчика, який переможно кидає на землю дорослого дзюдоїста, привернули увагу до опору українців та викликали потужний резонанс у міжнародній спільноті, підкреслюючи глобальну підтримку України. Цей художник використовував свої малюнки як меседж про стійкість та незламність українського народу в боротьбі проти агресора [5, 6].

Іншою не менш важливою складовою сучасного вуличного мистецтва стали мурали, присвячені трагічним подіям війни. Один із таких муралів створив Дмитро Вовк, художник, що втік із окупованого Маріуполя та зараз працює у Львові. Його робота - це своєрідний маніфест пам'яті про місто та жорстокість війни, де образи «Азовсталі» відображають силу українського народу, який не здається навіть у найскладніших умовах. Такий мурал привертає увагу до питань переселенців та боротьби з окупацією, перетворюючи мистецтво на інструмент документування важких суспільних реалій [2, 7].

Документування суспільних реалій через вуличне мистецтво активно розвивається і в Черкасах. Тут мурали відіграють важливу роль у підтримці національної ідентичності, вшануванні героїв та сприянні патріотизму під час війни. Вони не лише прикрашають міський ландшафт, але й виступають як потужний соціокультурний інструмент, що відображає дух часу та боротьбу за незалежність.

Одним із найбільш символічних муралів є «Спротив» (рис. 1), який з'явився в серпні 2022 року на стіні в Черкасах. Цей арт-об'єкт займає площу 157 квадратних метрів і зображує маленьку українську дівчинку, яка, попри жорстокі реалії війни, зберігає внутрішнє світло та спокій. Мурал став символом стійкості та незламності українців в умовах війни. Проект був реалізований творчим колективом за 10 днів, хоча більша частина часу пішла на розробку концепції та підготовку матеріалів. Меценатом став В'ячеслав Овчаренко, який підтримав цей проект як знак боротьби та сили українського народу [8].



Рис. 1. Мурал «Спротив» у Черкасах



Рис. 2. Мурал «Оберіг» у Черкасах

Ще одним значущим муралом є «Оберіг» (рис. 2) розташований на стіні торговельного центру в Черкасах. Цей патріотичний стінопис був створений групою переселенців з Харкова як подяка Збройним Силам України. Мурал включає зображення національної символіки, військової техніки та образу захисника, який є символом сили та мужності українців. Ідею цього муралу ініціювала художниця Яна Волк, керівниця групи художників, яка прагнула через цей проект підтримати дух українських військових. Мурал був підтриманий місцевою владою, хоча фінансування надійшло через збір коштів [9].

Мурал, присвячений Княгині Ользі, Костянтину Острозькому та Євгену Коновальцю (рис. 3), з'явився на стіні колишньої тютюнової фабрики на вулиці Надпільній. Ці зображення історичних постатей відображають ключові моменти боротьби за незалежність

України. Княгиня Ольга, як одна з перших засновниць державності на Русі, є символом зміцнення та розвитку держави. Костянтин Острозький, князь Великого Князівства Литовського, виступає як символ сильної та незалежної держави. Євген Коновалець, видатний військовий і політичний діяч, є героєм, що поклав своє життя за незалежність України. Ці мурали стали частиною культурної спадщини міста і мають на меті надихати українців на боротьбу та підтримувати патріотичний дух [10].



Рис. 3. Мурал, присвячений історичним діячам

Не менш важливими є мурали, що вшановують культурних діячів. Мурал, присвячений Кузьмі Скрябіну (рис. 4), був створений у 2020 році на фасаді будинку на вулиці Байди Вишневецького, 60. Цей портрет Кузьми у повний зріст став місцем для вшанування пам'яті артиста. Мурал погоджено з дружиною Андрія Кузьменка і він швидко став популярним серед шанувальників музиканта. Також в Черкасах з'явився мурал на честь Тараса Шевченка (рис. 5) на стіні школи №28, яка носить ім'я Кобзаря. Мурал, створений викладачами Черкаського національного університету, має велике значення для виховання патріотизму серед молоді [11, 12].



Рис. 4. Мурал Кузьмі Скрябіну



Рис. 5. Мурал Тарасу Шевченку

Велику увагу привертає мурал, присвячений Василю Симоненку, який з'явився на стіні школи №33. Портрет поета, разом із геометричним орнаментом у патріотичних кольорах, підкреслює важливість цієї постаті для культурної спадщини Черкас. Мурал був створений художником Ігорем Новіковим, відомим своїми роботами на честь інших українських героїв. Цей мурал також допомагає зберігати пам'ять про великого земляка та популяризувати його творчість серед молодого покоління [13].

Українське стріт-арт середовище активно підтримує міжнародні фестивалі, такі як Art United Us та Kozak Fest, які об'єднують художників з усього світу та популяризують українське мистецтво на міжнародному рівні. Це дозволяє митцям з різних країн

обмінюватися досвідом та ідеями, збагачуючи національну культуру України та формуючи її новий культурний профіль. Крім того, такі заходи підтримують дух опору та творчості, підкреслюючи важливість культурного фронту під час соціальних криз і збройних конфліктів [14, 15].

Загалом, українське вуличне мистецтво сьогодні - це не просто естетичний елемент міського середовища, а глибокий соціальний феномен, що свідчить про зрілість та активність громадянського суспільства. Кожне нове графіті чи мурал відображають події, які переживає країна, від національно-патріотичних до антивоєнних меседжів, що зберігаються у вигляді міського мистецтва, яке трансформує культурну свідомість українців і формує нові сторінки їхньої історії.

Список використаних джерел

1. Українське графіті та мистецтво вулиць: розвиток стріт-арту в Україні. *Сайт про Україну - Краще про кращу країну*. URL: <https://ukr.cool/ukrainske-hrafiti-ta-mystetstvo-vulyts-rozvytok-strit-artu-v-ukraini/>
2. Ісаченко І. Право на стіні. графіті й мурали як маркер (не)благополуччя. *PRAGMATIKA.MEDIA. Урбаністика*. URL: <https://pragmatika.media/pravo-na-stini-grafiti-j-murali-jak-marker-ne-blagopoluchchja/>
3. Просяник Д. Крізь вогонь війни. Як росіяни привласнювали собі українських художників – трансформація та майбутнє нашого мистецтва. *Вікна. Подорожі та натхнення*. URL: <https://vikna.tv/styl-zhyttya/podorozhi/mystecztvo-pid-chas-vijny-yak-kulturnuj-svit-reaguye-na-vijnu-v-ukrayini/>
4. Курдина Ю. Мистецтво майдану як джерело наповнення музею революції гідності. *Національний університет «Львівська політехніка»*. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/apr/21304/12.pdf>
5. Осадча Я. Британський художник Бенксі «зізнався» в авторстві 7 муралів в Україні. *Українська правда. Життя*. URL: <https://life.pravda.com.ua/culture/2022/11/15/251322/>
6. Donna. Art and activism: 10 street artists using the power of art as a catalyst for change. *GraffitiStreet*. URL: <https://www.graffitistreet.com/art-and-activism-10-street-artists-using-the-power-of-art-as-a-catalyst-for-change/>
7. Шиян О. «Війна збагатить мистецтво». *ZAXID.NET*. URL: https://zaxid.net/viyna_v_ukrayini_vpliv_na_kulturu_traditsiyi_tvorchist_n1555908
8. Мурал «Спротив» у Черкасах. *МУРАЛИ, РОЗПИС СТИН, ГРАФІТИ, 3D МАЛЮНКИ, АРТ-ОБ'ЄКТИ*. URL: <https://kailas-v.com/mural-sprotiv-u-cherkasah>
9. «Оберіг» для Черкас: переселенці з Харкова створюють патріотичний стінопис. *Суспільне Черкаси*. URL: <https://suspilne.media/cherkasy/179636-viklikae-pozitivni-emocii-u-cherkasah-zavivsa-se-odin-mural/>
10. У Черкасах з'явився мурал, присвячений історичним діячам (ФОТО) - ВІККА. ВІККА. URL: <https://www.vikka.ua/novini/u-cherkasah-zyavivsyua-mural-prisvyachenij-istorichnim-diyacham-foto/>
11. У Черкасах сьогодні відкриють мурал Скрябіна (ФОТО). ЗМІ - Новини Черкас та Черкаської області. URL: <https://zmi.ck.ua/sotsium/u-cherkasah-sogodn-vdkriyut-mural-skryabna-foto.html>
12. У Черкасах на стіні однієї з шкіл з'явився мурал (ФОТО). ЗМІ - Новини Черкас та Черкаської області. URL: <https://zmi.ck.ua/cherkassy/u-cherkasah-na-stn-odn-z-shkl-zyavivsyua-mural-foto.html>
13. На стіні однієї із черкаських шкіл з'явився мурал (ФОТО). ЗМІ - Новини Черкас та Черкаської області. URL: <https://zmi.ck.ua/cherkassy/na-stn-odn-z-cherkaskih-shkl-zyavivsyua-mural-foto.html>
14. Your guide to great global street art & mural festivals. *Wayfaring Views*. URL: <https://wayfaringviews.com/street-art-mural-festivals/>

15. Street artists are creating moving murals in support of Ukraine. *My Modern Met*. URL: <https://mymodernmet.com/stand-with-ukraine-street-art/>

ВПЛИВ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ЗДІБНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ ДИЗАЙНЕРІВ

Валентина МУЗИЧЕНКО

викладач-методист,

завідувач відділення дизайну

Черкаського державного бізнес-коледжу, м. Черкаси

Олексій КРАВЦОВ

студент групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Виставкова діяльність є невід’ємною складовою навчального процесу студентів-дизайнерів. Вона не лише забезпечує можливість продемонструвати власні творчі здобутки, але й сприяє формуванню професійних навичок, які є критично важливими для майбутньої кар’єри. Участь у виставках допомагає студентам освоювати навички презентації, розвивати комунікаційні здібності, вчитися працювати в команді та адаптуватися до реальних умов дизайнерської професії. Демокріт казав: «Займатися мистецтвом неможливо без постійних тренувань і розвитку» [1]. Цей процес надає студентам можливість застосувати теоретичні знання на практиці, що сприяє кращому розумінню і засвоєнню матеріалу.

Виставкова діяльність є інтегративним елементом освіти дизайнерів, адже вона охоплює всі етапи створення дизайнерського продукту – від розробки концепції до її презентації. Підготовка демонстрації своїх робіт стимулює студентів довести проєкт до завершення, що включає фінальні доробки, підбір матеріалів, підготовку до презентації. Це дає практичне розуміння того, як творчі ідеї перетворюються на завершені продукти, готові до взаємодії з аудиторією. Така діяльність наближає студентів до реальних умов роботи дизайнера. Для студентів виставкова діяльність стає своєрідним показником прогресу. Спостерігаючи за тим, як їхні роботи з кожним разом стають більш якісними та професійними, вони відчують гордість за свої досягнення, що мотивує їх працювати ще старанніше.

Виставки допомагають студентам зрозуміти, як представити свої роботи, враховуючи особливості цільової аудиторії. Це важлива частина професійної підготовки, яка дозволяє сформуванню вміння чітко доносити свої ідеї, розкривати їхній потенціал. Виставки мотивують студентів шукати нестандартні рішення для реалізації своїх ідей. Відповідальність за публічну демонстрацію робіт змушує учасників виходити за рамки традиційного мислення, досліджувати нові техніки, стилі та матеріали. Це допомагає студентам розширювати межі власного творчого потенціалу. Виставки можуть вимагати від студентів використання різних технологій і інструментів, що сприяє розвитку їхніх технічних навичок і вміння працювати з сучасними технологіями. Виставкова діяльність виступає важливим каталізатором розвитку креативності та інноваційності у студентів-дизайнерів. Участь у таких заходах стимулює молодих митців до створення унікальних проєктів, які відповідають сучасним запитам суспільства та ринку. Сучасний дизайн невіддільний від інноваційних технологій. У процесі підготовки до виставки студенти мають можливість працювати з 3D-друком, доповненою реальністю (AR), інтерактивними інсталяціями або навіть штучним інтелектом для генерації дизайнерських концепцій. Застосування таких технологій робить їхні роботи не лише актуальними, але й унікальними.

Кожна виставка – це виклик для студента: як виділитися серед інших учасників? Це спонукає до глибшого дослідження себе як дизайнера, формуванню свого унікального стилю, який допоможе студенту позиціонувати себе на професійному ринку. Участь у виставках створює атмосферу здорової конкуренції, яка мотивує студентів працювати над собою, вивчати роботи колег і знаходити нові способи привернення уваги. Знайомство з роботами інших учасників дозволяє побачити нові ідеї, тенденції та підходи, що також сприяє професійному зростанню.

Виставки часто прив'язані до конкретних тем, таких як екологія, урбаністика, патріотизм, соціальні проблеми чи інновації в культурі. Підготовка до участі в таких заходах вимагає від студентів занурення в дослідження та аналіз теми, розробки креативного концепту, який би не лише привернув увагу, але й був здатний донести важливе послання до аудиторії. Креативність на виставках часто вимагає міждисциплінарного підходу. Студенти можуть поєднувати графічний дизайн із музикою, відеоартом чи інтерактивними технологіями. Такий підхід дозволяє розширювати горизонти своїх знань і створювати проекти, які справляють незабутнє враження.

Процес підготовки до виставки вимагає чіткого планування і дотримання строків. Це допомагає майбутнім фахівцям розвивати навички управління часом, координації ресурсів і роботи над деталями, що важливо для кар'єри дизайнера. Виставки часто передбачають групові проекти, що дає можливість навчитися ефективно працювати в команді. Студенти також вчаться спілкуватися з замовниками, глядачами та потенційними роботодавцями, що є важливим для професійної діяльності.

Виставки – це відкритий простір, де роботи оцінюються не лише фахівцями, але й широкою аудиторією. Отримання зворотного зв'язку дозволяє студентам критично переосмислювати свої роботи, враховувати недоліки та вдосконалювати власний стиль. Виставки дозволяють зустрічатися з представниками професійної спільноти, що створює можливості для стажувань, роботи або співпраці над проектами. Виставки слугують платформою для обміну ідеями, знайомства з новими тенденціями в дизайні та налагодження контактів з професійним середовищем. Це не лише сприяє професійному зростанню, але й формує почуття відповідальності за свої роботи, проекти, оскільки вони отримують оцінку як з боку викладачів, так і широкої аудиторії. Виставки та інші мистецькі події створюють можливість для людей з різних соціальних груп та культур спілкуватися, обмінюватися думками та досвідом. Це сприяє розширенню світогляду та підтримує розвиток толерантності та розуміння інших культур [2].

Участь у виставках додає до портфолію студентів реальні кейси, які демонструють їхню готовність працювати у професійному середовищі. Виставкова діяльність дозволяє студентам поступово звикати до відкритої демонстрації своїх робіт. Публічна презентація власних проектів перед аудиторією, що включає викладачів, колег, професіоналів і навіть потенційних клієнтів, допомагає подолати страх критики та невпевненості. Кожна успішно завершена виставка стає кроком до більшої впевненості у власних можливостях. Оскільки основною рисою виставок є особисте спілкування людей, то виставки слугують важливим місцем спілкування бізнесових, професійних, регіональних співтовариств чи груп за інтересами. Буває так, що виставка є чи не єдиним таким місцем зустрічі [3].

Таким чином, виставкова діяльність є не просто додатковим елементом навчального процесу, а важливим інструментом формування професійних здібностей студентів-дизайнерів. Вона забезпечує реальний досвід роботи, сприяє розвитку ключових навичок і відкриває перспективи для подальшого професійного зростання. Інтеграція виставок у навчальні програми є одним із найефективніших способів підготовки дизайнерів, які готові до викликів сучасного ринку. Виставкова діяльність є потужним інструментом для формування впевненості у студентів-дизайнерів. Кожен

успішний виступ, отриманий позитивний відгук і подоланий виклик сприяють зростанню самоповаги, віри у власні сили та готовності приймати складні професійні завдання. Це є важливим елементом підготовки до роботи в конкурентному творчому середовищі.

Список використаних джерел

1. Вислови про мистецтво. URL: <https://arts12.webnode.com.ua/vislovi-pro-mistetstvo/vislovi-pro-mistetstvo/>
2. Цікаві факти про мистецтво та його вплив на суспільство – відкрийте світ творчості. URL: <https://fact-news.com.ua/tsikavi-fakti-pro-mistetstvo-ta-jogo-vpliv-na-suspilstvo-vidkrijte-svit-tvorchosti>
3. Рубанович А. О. Освітнянсько-виставкова діяльність в Україні : Тенденції розвитку / А. О. Рубанович. Наука і молодь. Гуманітарна серія : Збірник наукових праць. – К. : НАУ, 2012. – С. 167-170.

ІСТОРИЯ ВІЙНИ В ІЛЮСТРАЦІЯХ ДЖОРДЖА БАТЛЕРА

Олександра НАЗАРОВА, Аліна ТАРАНУХА

студентки групи ІД-21

освітня програма «Дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Тамара ХРЕБТО

викладач-методист, кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Ілюстрації є важливою складовою дизайну будь-якого книжкового видання. Ілюстрації виконують кілька важливих ролей, таких як покращення візуальної привабливості книги, пояснення тексту, створення настрою, підвищення розуміння та розвиток уяви читача. В ілюстрації існують такі функції: *інформаційна, емоційно-психологічна, естетична*, а також різноманітні жанри: *концептуальний, оповідальний, портретний, декоративний, гумористичний* [2].

Всі ці функції роблять ілюстрації важливою складовою книжкових видань. Це допомагає читачам поставити себе на місце персонажів. Ілюстрації поміщають правду на передній план, емоційно та графічно.

В історії створення ілюстрації один із британських художників-сюрреалістів висловлював тривогу про долю людства в контексті війни у своїх роботах, але далеко не всі вони особисто були присутні на полях битв, як британський художник *Пол Неш* (1889-1946). З початком Другої Світової війни він став членом Консультативного комітету військових художників, хоча його сміливий стиль подобався далеко не всім. На картинах Пола Неша, які присвячені війні, найчастіше відсутні масштабні битви, там рідко зустрічаються людські фігури, особливо, в деталях [7].

Рональд Сірл Рональд Уільям Фордхем Сірл-англійський художник, карикатурист, ілюстратор, скульптор і медальєр. Професійна кар'єра Рональда Сірла почалася з того, що він був військовополоненим у японському таборі під час Другої світової війни, задокументував жорстокі табірні умови в серії малюнків. Більшість цих малюнків

з'явилося в його книзі 1986 року "Рональд Сірл: на Квай і назад, військові малюнки 1939-1945 років". У книзі він також розповів про свій досвід ув'язненого [6].

«Малюнок чи ілюстрація – це не нова концепція, коли мова йде про фіксацію новин. Насправді у Великій Британії ще 160 років тому ілюстровані щотижневі видання продавалися тисячами екземплярів. Це сумно, бо відтоді домінування фотографії та кіно тільки підтримує нашу одержимість ними і сучасні ЗМІ майже повністю відмовилися від репортажної ілюстрації. Проте вона така ж дієва, ефективна і життєздатна, як і фотографія», – заявляв молодий британський художник Джордж Батлер. Сам Джордж малює пером, тушшю та аквареллю. Перші свої роботи Батлер створив у Афганістані, коли він служив у британській армії.

За останні 15 років Джордж додає свої малюнки до особистих свідчень тих, з ким зустрічається, і записує їхню рішучість і стійкість разом із уразливістю їхніх ситуацій. Це включало клініку в Непалі, ополчення в Ємені, братські могили в Бучі, кесарів розтин в Афганістані, кустарні нафтові родовища в М'янмі, а нещодавно для Guardian задокументували наслідки землетрусу в Туреччині та Сирії.

В Україні Джордж намалював вже багато робіт. Тут і люди, які ховаються в метро Харкова, і руїни Бучі, і пам'ятки, обкладені мішками з піском. Свої ілюстрації він створює пером, тушшю та аквареллю. Його роботи прикрашають передовиці впливових світових видань. Він малює те, що відбувається на тлі жорстокості. Своїми витонченими роботами британський ілюстратор Джордж Батлер розповідає щемливі історії, які могли б залишитися непоміченими серед великої кількості новин. Місяць він провів в Україні За цей час, незважаючи на бойові дії, йому вдалося поїздити країною та зафіксувати в малюнках життя простих українців, задокументувати події, свідком яких він став. «В Україні я дізнався, що історії тих, кого я намагався намалювати, насправді набагато важливіші, ніж мої спроби образної схожості на сторінці. Малюнки стали вступом до чогось і до когось більш значущого, про що ми б інакше ніколи не дізналися».

Дві поїздки Джона Батлера в охоплену війною Україну підтримав Пулітцерівський Центр репортажів про кризи. Ілюстровані історії Батлера про українську війну опублікували популярні ЗМІ у Великій Британії, Німеччині та США. Малюнки британця отримали нагороду Американської спілки редакторів журналів у номінації «Найкраща ілюстрована історія». Ці малюнки можна побачити в Національному архіві США та в Музеї V&A в Лондоні. Його малюнки публікували The Times (Лондон), Monocle, The New York Times, The Guardian, SZ Magazin, VQR, BBC, CNN, Der Spiegel, телебачення ARD (Німеччина) та NPR. Його роботи були показані в Північному імперському військовому музеї, палаці Ламбет, і знаходяться в колекції Музею V&A та Національного музею армії США [5].

Британський художник зізнається, що такої рішучості, яку помітив в українцях, він не бачив ніколи й ніде. Це, на думку Джорджа, дає велику надію на обов'язкову перемогу нашого народу над російським агресором.

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія. Книга мертвих. URL: <http://surl.li/xkmaml>
2. Глущенко А., Гудошник О. Традиції нарративної журналістики в українському літературному репортажі. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. 2020. Вип. 13. С. 27–31. URL: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3860018> (дата звернення: 09.11.2023)
3. Джорджа Батлера “Ukraine: remember also me testimonies from the war” Україна: пам'ятай також мене», Vokzalna Street, Bucha, 6 April, 2022, 147с.

4. Українська бібліотечна енциклопедія. Ілюстрація. (2014). Вилучено з:
<https://ube.nlu.org.ua/article/%D0%86%D0%BB%D1%8E%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>
5. Reporters. Про нас. URL: <https://reporters.media/pro-proekt/> (дата звернення: 09.11.2023).
Гаяна ЮКСЕЛЬ
6. <https://veryimportantlot.com/ru/overview/author/artist-ronald-searle-1920-2011>
7. <https://www.vqronline.org/art-multimedia/2022/09/drawn-war>

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ СЕРІЇ СОЦІАЛЬНИХ ПЛАКАТІВ ЕКОЛОГІЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

Ангеліна НАУМЕНКО
студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Оксана СІРА

викладач кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

У нашому проєкті розглядається місце соціального плаката як в історичному аспекті, так і у розрізі його впливу на сучасне суспільство. Також було проаналізовано аналогічні розробки плакатів щодо проблем екології. Наступним кроком було створення концепції власного проєкту, де увага була зосереджена на проблемах, що стосуються кожного, наведено факти, що стали критичними для нашої планети і дозволяють змусити суспільство замислитися над майбутнім чекає. Вважаємо, що плакат є добрим способом донесення цієї інформації до людей. Після цього було продемонстровано вибір програмного забезпечення для реалізації проєкту, а також показано технологію друку плакатів. Для програмної реалізації було застосовано програму Adobe Illustrator, а друк плакатів вирішено робити на різних пристроях, залежно від місця розміщення. Зокрема перевага надавалася принтеру VUTEK 3360 [5].

Соціальна реклама є найважливішою складовою культури і моральності всього світу. По суті, мета соціальної реклами – змінити ставлення публіки до якої-небудь проблеми, привернути увагу людей до конкретних соціальних проблем або повідомити про соціальні ініціативи влади, а в довгостроковій перспективі - виробити нові соціальні цінності. Тому об'єктом нашого дослідження – соціальний плакат як засіб впливу на глядача. Предмет дослідження є використання соціального плаката для звернення уваги глядача на наявні проблеми екології. Метою нашого проєкту є комплексне дослідження теоретичних аспектів створення серії соціальних плакатів, використовуючи проблеми екології XXI століття.

Згідно з метою для виконання роботи були поставлені наступні завдання:

- розглянути місце соціального плаката як в історичному аспекті, так і в розрізі його впливу на сучасне суспільство і виявити ключові етапи створення плаката дизайнером;
- виявити принципи сприйняття плакатів;
- проаналізувати аналогічні розробки згідно з проблемами екології;
- створити концепцію власного проєкту;
- відобразити пошук графічної концепції;
- розробити серію соціальних плакатів;
- продемонструвати вибір програмного забезпечення для реалізації проєкту;
- з'ясувати технологію друку плакатів

Слово «плакат» німецького походження (нім. Plakat, від фр. Plaquer – наліпити, приклеїти). Найпростіше і точне визначення: «Плакат – малюнок з коротким текстом до

нього, що закликає до чого-небудь, популяризує, рекламує щось [8]. Плакат – один з наймолодших видів мистецтва, різновид графіки, остаточно сформувався в кінці XIX ст. Це було пов'язано з можливостями, що з'явилися для відтворення текстів і зображень, хоча б малими тиражами.

У XXI ст. ми як і раніше є свідками драматичних і трагічних подій, тому такий жанр, як соціальний плакат, все також актуальний. У соціальному плакаті є характерні якості формування цілісності в передачі актуальної проблематики.

Таким чином, мистецтво плаката – це якесь дзеркало, відображає розвиток суспільства. Сучасний соціальний плакат зазнає змін і виходить за рамки традиційного матеріалу (паперу). Відкривають нові можливості для дизайнера соціального плаката в залученні уваги суспільства до актуальних соціальних проблем [6].

Функції соціального плаката. Можна привести провідні напрямки в області визначення функцій соціальної реклами, представлені дослідниками різних наукових галузей. На думку істориків, соціальній рекламі в цілому, і соціальному плакату зокрема, притаманні такі функції:

- виховна – виховання і вироблення у громадян певних поведінкових моделей, пов'язаних з турботою про ближнього або про навколишнє середовище;
- патріотична – маніфестація значущих для даного суспільства цінностей; - пропагандистська – пропаганда тих чи інших норм, моральних установок, поведінкових установок, наприклад пропаганда здорового способу життя або формування громадянської відповідальності;
- іміджева – створення стилю життя, способу життя або якоїсь ідеальної моделі, до якої повинні прагнути громадяни [3, 20].

Набір функцій соціальної реклами, що виділяються в дослідженнях філологів і журналістів, також варіюється. Так, Е. В. Степанов звертає увагу на такі функції соціальної реклами:

- соціалізація населення – впровадження у свідомість людини знань і уявлень, що існують як у суспільстві в цілому, так і в окремих спільнотах нормах, стереотипах, цінностях, моделях поведінки;
- вплив на інтеграцію соціуму, сприяти становленню демократичного суспільства;
- впровадження нових знань і нових способів вдосконалення особистого життя;
- забезпечення психічного і фізичного здоров'я нації [3,22].

Соціалізуючий потенціал соціальної реклами дуже великий по ряду причин.

По-перше, реклама говорить з людьми їхньою мовою і тим самим проникає глибше будь-яких моралізаторських моралей.

По-друге, реклама завдяки постійному повторенню і оригінальності повідомлення формує динамічний стереотип поведінки, позитивно впливає на всю ситуацію в цілому.

Принципи сприйняття плакатів

Сучасний плакат відчуває на собі вплив різних чинників: технічний прогрес, формування візуально-композиційного ладу, розвиток професійних шкіл, вплив державної влади, розвиток культурного життя країни [4].

При створенні плаката важливо передати соціально важливу ідею. Плакатне мистецтво розвивається в комплексі з державною інфраструктурою, яка змінюється, і перетворенням художнього та культурного життя країни. Мистецтво плаката – особливий рід художньої творчості, в ідеалі представляє нерозривну єдність соціального та естетичного начал. Соціальне задає дизайнеру тему плаката. Естетичне – вибір образотворчих засобів, в арсеналі яких – художні засоби графіки, живопису, слова

Створення соціального плаката починається з формування художнього образу в плакаті та вибору теми. Плакатна тема повинна бути не тільки сучасною, але і життєзначимою, інакше плакат втрачає свою провідну функцію переконання. Жанрово-тематична специфіка плаката невіддільна від головного зі складників його змісту – ідеї. Ідея в плакаті надзвичайно важлива, заради неї, точніше, її втілення в життя власне він і

створюється. І сам плакат, по суті, є не що інше, як образне втілення життєво значущої ідеї в притаманних йому образотворчих засобах. Важливо, щоб ідея в соціальному плакаті швидко зчитувалася глядачем, бо навряд чи у глядача буде багато часу на розглядання плаката. Часто для цього в плакаті присутня вербальна частина. В цьому випадку текст повинен бути лаконічним, читабельний і відповідати поставленому завданню [6]. Зачеплена проблема – також один з ключових елементів змістовного аспекту плаката, так як плакат в силу своєї агітаційної орієнтованості досить категоричний. Дизайнеру слід пам'ятати, що для посилення виразності, плакатний образ повинен виключати множинність тлумачення. Вибір композиції, яка допоможе максимально чітко передати змістовну сторону плакатного образу і відобразити порушену проблему, – один з найважливіших етапів в дизайні соціального плаката.

Так, наприклад, плакатна фігура, винесена на передній просторовий або акцентно-образотворчий план, набуває зовсім іншого смислового навантаження, ніж її розташування в другому, третьому і наступному плакатному ряду. Композиційний центр в плакаті найчастіше один – це пояснюється необхідністю швидкого і чіткого зчитування основної ідеї плаката і максимально продуманого управління поглядом глядача. Що ж стосується системи образотворчих засобів, то вона в плакаті нічим і ніким не регламентована. Дизайнер плаката може використовувати найрізноманітніші засоби: малювати плакат від руки, робити його кольоровим, застосовувати графічні техніки. Може використовувати найрізноманітніший матеріал – гуаш, темпера, олія, фотознімки. Плакат може бути площинним і об'ємним, може створюватися на папері, полотні, картоні [6]. Іншими словами, в засобах і способах вираження він абсолютно вільний, але при цьому знову-таки здається не цілком самостійним, бо спирається не на «власне свої» зображальні засоби (графічні, живописні, мистецтва фотографії і т. д.) [2].

Концепція проекту Для свого проекту я обрала тему «Соціальна екологія» та розкрила її завдяки серії плакатів. Моя робота висвітлює проблему забруднення довкілля, та створена з метою її подальшого вирішення. Для усього людства зараз являється актуальним питання збереження навколишнього середовища. Глобальне потепління, забруднення води, знищення лісів, виснаження озонового шару, усе це наслідки дій людства, які з кожним роком несуть за собою все більше шкоди планеті [7].

Що кожен з нас може зробити, щоб запобігти цій катастрофі? По-перше, це відмова від автомобіля. Альтернативою можуть стати електромобілі, велосипеди, самокати, ролики. Якщо кожен буде відмовлятися від поїздки на автомобілі хоча б до магазину чи під час прогулянки використовувати замість нього велосипед, викиди CO₂ значно зменшаться. Великий негативний вплив несе за собою знищення природних територій. Одна з найбільших проблем це вирубка лісів. Задля будівельних матеріалів, місця для побудови нових споруд та доріг у період з 1990 до 2005 року планета втратила понад 125 млн га лісу. Щорічно знищується близько 14 млн га лісу серед яких в середньому 2% тропічних лісів, а вони в свою чергу вважаються «легенями» планети [1]. Також велику частину флори ми втрачаємо через постійні пожежі. У 2019 році платформа Global Forest Watch Fires нарахувала по всьому світу чотири з половиною мільйони пожеж площею один квадратний кілометр і більше [9].

буде захищати нашу домівку від цих глобальних проблем. Пошук графічної концепції Для своїх плакатів я намагалася обрати стиль, який звернув би увагу перехожих та примусив їх зупинитися і добре обдумати глобальні проблеми сьогодення. Перший ескіз зображував два варіанти майбутнього життя людства. Акцент зроблений на надпис, який закликає зробити правильний вибір та обрати краще майбутнє для себе та свого потомства.

Головна мета мого проекту – зосередити увагу людей на проблеми, які стосуються кожного, привести факти, які стали критичними для нашої планети та змусити суспільство задуматися над майбутнім, яке нас чекає. Адже якщо кожен буде казати «від одного мене нічого не зміниться», планету чекають невиправні наслідки. Цільова аудиторія, на яку я розраховувала це всі люди, адже ця тема зараз як ніколи актуальна для всіх. Навіть дітей слід

змалечку привчати з повагою ставиться до навколишнього середовища та істот, які живуть на одній планеті разом з нами. Не варто нехтувати чийось життям, бо всі разом ми створюємо колообіг життя, і якщо хоч якась його частина страждає, погано рано чи пізно стане всім. Я вважаю, що плакат являється гарним способом донесення інформації до людей. Він привертає до себе увагу перехожих та містить в собі коротку, але конкретну інформацію, не залишає людей байдужими. А це головне його призначення.

Список використаних джерел

1. Знеліснення у світі. URL: <https://sites.google.com/site/virubkalisivukraieni/>
2. Ігошина Т. Дизайн плаката соціальної реклами, базові принципи виразності і актуальності. Архітектон. 2006. № 14.
3. Каменєва В. А. Маніпуляція і або пропаганда? Функціональні особливості соціальної реклами. Політична лінгвістика. 2013. № 2 (44). С. 20-28.
4. Офіційний сайт Adobe Illustrator. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html>
5. Парниковий ефект: причини та наслідки. Екологічний блог. 2019. URL: <https://ruslo.info/uk/globalne-poteplinnia/parnikovii-efekt-prichini-ta-naslidki/>
6. Саратовська Н. Н. Художній образ в плакаті: проблема змісту і форми. URL: <https://plakat.unid.by/blogosphera/hudozhestvennyu-obraz-v-plakateproblema-soderzhaniya-i-formy>
7. Северіна О. М. Екологічний плакат: становлення та розвиток (за матеріалами Міжнародних трієнале «4-й Блок»): автореф. дис. канд. мистецтвознавства. Харків, 2010. 24 с.
8. Словник української мови. Академічний тлумачний словник. URL: <http://sum.in.ua/s/plakat>
9. Шауєнберг Т. Земля у вогні: зміна клімату і вирубка лісів підвищують ризик пожеж у світі. 2020. URL: <https://www.dw.com/uk/>

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ЕЛЕМЕНТ МЕДІАКОНТЕНТУ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Владислав НИЖЕГОРОДЦЕВ

кандидат. пед. наук, доцент,

доцент кафедри комп'ютерних та інформаційних технологій і систем

Державний податковий університет, м. Ірпінь

Штучний інтелект стає важливим елементом візуальної культури, впливаючи на створення, сприйняття та поширення мистецтва і медіа. На сьогодні напрямки реалізації штучного інтелекту у сучасній візуальній культурі різноманітні: від генерування унікальних зображень, відео, музики і навіть 3D-моделі.

Програми, засновані програмному коді штучного інтелекту на сьогодні на продовжують розвиватися, і їх потенціал у візуальній культурі ще не повністю розкритий. Можна обговорити можливі напрямки розвитку, такі як інтерактивні інсталяції, віртуальна та доповнена реальність, а також нові форми співпраці між людьми та машинами.

«Нові» алгоритми можуть генерувати нові ідеї, пропонувати несподівані рішення та навіть створювати цілі твори мистецтва. Це викликає питання про авторство та роль художника в епоху цифрових технологій.

Штучний інтелект здатен лише імітувати, а нові форми мистецтва може створювати людина, вважає мистецтвознавець Діана Ключко. Філософ і публіцист Вахтанг Кебуладзе

зауважує, що коли з'явився інтернет- зникне і телебачення. Зі свого боку, видавець Антон Мартинов додає, що штучний інтелект не може передати ту емоцію, яку ми хочемо [4].

Це відкриває нові можливості для митців, які використовують його для створення нових стилів і візуальних мов. Прикладом може бути використання алгоритмів, які генерують картини, схожі на твори великих художників або створюють абсолютно нові стилі. За допомогою штучного інтелекту та нейронних мереж сучасний медіаконтент може адаптуватися до вподобань кожного користувача. Наприклад, алгоритми в соцмережах або потокових сервісах підбирають зображення та відео відповідно до інтересів користувача, створюючи персоналізований досвід.

Технології штучного інтелекту використовується дуже широко для обробки зображень і відео, створюючи ефекти, що раніше були доступні лише за допомогою складних технічних засобів. Наприклад, технологія *deepfake* дозволяє замінювати обличчя людей на відео, а нейромережі створюють фотореалістичні зображення, що відкриває нові можливості для візуальних інсталяцій, реклами та кінематографу.

Серед переваг штучного інтелекту можна відокремити: автоматизацію, швидкість і точність, широкий спектр можливостей. До недоліків використання інструментів штучного інтелекту в мистецтві зараховуємо відсутність індивідуальності, невизначеність результатів, невміння мистецтва взаємодіяти з глядачем [2].

Штучний інтелект активно змінює підходи до створення медіаконтенту, надаючи творцям нові інструменти та можливості для реалізації креативних ідей. Він використовується в різних аспектах створення контенту: від генерації тексту та зображень до аналізу даних аудиторії та автоматизації рутинних завдань.

У фотосправі технології штучного інтелекту здатні генерувати фотореалістичні зображення, анімацію, і навіть відео за допомогою алгоритмів глибокого навчання. Це дозволяє створювати креативні зображення, які раніше вимагали великих затрат часу та ресурсів. Наприклад, *нейромережі* можуть перетворювати текстові описи в зображення, що значно прискорює роботу дизайнерів та ілюстраторів.

У монтажу і постобробці відео допомагає автоматизувати процес монтажу та обробки відео. Інструменти, що працюють на основі штучного інтелекту, можуть автоматично вирізати непотрібні фрагменти, робити корекцію кольору, додавати спеціальні ефекти або навіть анімувати персонажів на основі вихідного тексту чи дій. Це значно спрощує процес створення високоякісного відеоконтенту.

Монтажери фільмів можуть використовувати штучний інтелект для створення трейлерів до фільмів. Реальним прикладом застосування штучного інтелекту в кіномонтажі стала програма IBM Watson, яку використовували для створення трейлера до науково-фантастичного фільму "Морган". Саме такий новий революційний інструмент демократизує кіновиробництво, роблячи його швидшим, простішим і дешевшим, створюючи можливості для талановитих людей, озброєних лише своїми смартфонами [3].

У створенні аудіоконтенту - технології синтезу голосу здатні створювати аудіоконтент, включаючи подкасти або дикторські голоси для відео. Синтезований голос стає дедалі реалістичнішим, що дозволяє використовувати його для створення персоналізованих аудіоповідомлень або аудіокниг.

У можливостях доповненої та віртуальної реальності – нейромережі допомагають створювати контент для AR і VR, що збагачує досвід користувачів. Наприклад, завдяки комп'ютерному баченню може "розуміти" та аналізувати фізичний простір, створюючи для нього віртуальні об'єкти, що взаємодіють із реальністю.

Завдяки інтелекту створення медіаконтенту стає більш гнучким, швидким та ефективним. Водночас зростає значення етичних стандартів, оскільки ці інструменти мають величезний вплив на інформаційне середовище та культуру в цілому.

Одним важливим аспектом є аналіз ефективності медіаконтенту, адже штучний інтелект допомагає вимірювати успішність контентних стратегій, аналізуючи реакції користувачів та показники взаємодії. За допомогою штучного інтелекту виявляються

найбільш ефективні типи контенту, час публікації та канали розповсюдження. Постійно розвиток нейромереж відкриває нові можливості для оптимізації медіаконтенту [1, с.129].

Штучний інтелект стає інструментом для митців, які працюють з цифровим мистецтвом. Наприклад, художники створюють ескізи, які штучний інтелект перетворює на повноцінні картини або анімації. Така співпраця допомагає експериментувати та створювати нові форми мистецтва та дозволяє створювати інтерактивні інсталяції, що реагують на дії глядача. Це може бути виставка, де зображення чи звуки змінюються в реальному часі залежно від рухів або голосу відвідувачів, дозволяючи створювати захопливий досвід.

Отже, підводячи підсумки, можна цілком стверджувати, що системи штучного інтелекту можуть цілком впливати та навіть сприяти розвитку візуальної культури, роблячи її більш динамічною, адаптивною та інноваційною, але також ставить перед суспільством нові виклики, пов'язані з етикою, приватністю та відповідальністю. Загалом, штучний інтелект стає все більш невід'ємною частиною нашого візуального світу, відкриваючи нові можливості, але також ставлячи нові виклики перед сучасною візуальною культурою.

Список використаних джерел

1. Азаренков В. І. Використання штучного інтелекту для оптимізації медіаконтенту / В. І. Азаренков, К. О. Криклива // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : матеріали Молодіжної школи-семінару ІХ Міжнар. наук.-техн. конф., 14-28 травня 2024 р. – Харків : ТОВ «Друкарня Мадрид», 2024. Т. 2. С. 129-130.
2. Волинець, В. (2023). Вплив штучного інтелекту на сучасне мистецтво: можливості та виклики. Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері, 6(1), 21–31.
3. Поліна Горлач. Всі стривожені: як використання ШІ впливає на мистецтво, кіно, музику та літературу (2023). URL: <https://suspilne.media/culture/645624-vsi-strivozeni-ak-vikoristanna-si-vplivae-na-mistectvo-kino-muziku-ta-literaturu/>.
4. Чи може штучний інтелект бути митцем? (2023 р.). Радіо культура. Програма час інтерв'ю. URL: <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=101321>.

ПРОГРАМНИЙ РУШІЙ АНІМАЦІЇ EURHORIA ЯК ЕЛЕМЕНТ ІГРОВОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

Владислав НИЖЕГОРОДЦЕВ

*кандидат. пед. наук, доцент,
доцент кафедри комп'ютерних та
інформаційних технологій і систем*

Денис БАРАНІВСЬКИЙ

*здобувач першого (бакалаврського) рівня
Державний податковий університет, м. Ірпінь*

Програмні рухи в анімації відіграють важливу роль у сучасній медіа та ігровій індустрії, після чого вони забезпечують реалістичність рухів, динамічні ефекти та інтерактивність графіки. Ці рушії – основа, на якій будується анімація в кіно, іграх і навіть віртуальній та доповненій реальності. Сучасні рушії можуть симулювати фізичні процеси, реалістичну поведінку персонажів та взаємодію з оточенням.

Не секрет, що перше на що звертає увагу кінцевий користувач ігрового додатку, – це те як гра виглядає у графічному плані, а технології, що дозволяють створювати високодеталізовані середовища в режимі реального часу без втрати продуктивності покращують загальну візуальну якість гри [2, с. 86].

Сучасна анімація в іграх, кіно та медіа стає дедалі реалістичнішою, інтерактивнішою та емоційнішою. Програмні рухи дозволяють аніматорам і розробникам зосередитися на

творчості, маючи інструменти для моделювання складних фізичних процесів такої поведінки персонажів. У результаті зростає рівень занурення, який анімацію можна запропонувати глядачам та гравцям, перетворюючи споживання контенту на захоплююче, інтерактивне переживання.

Процедурна анімація використовується для моделювання рухів чи ефектів, які важко відтворити за допомогою ключових кадрів. У процедурній анімації розраховують поточні значення параметрів анімації, ґрунтуючись на початкових значеннях, заданих користувачем, і на математичних виразах, що описують зміну параметрів у часі. Цей метод дозволяє виконувати якісні анімації. Часто процедурна анімація використовується для створення різноманітних фізичних ефектів.

В сучасному світі, сфера віртуальних розваг та вся ігрова індустрія посідає важливе місце в медіа-культурі. В ІТ-сфері все ще залишається одним із найперспективніших шляхів розвитку сучасного людства - сегмент віртуальних розваг. Движком називають спеціалізоване середовище для створення програмних продуктів, ігрові движки або ігрові рушії є центральною частиною будь-якої гри, відповідають за всю її технічну реалізацію [1, с. 659].

Програмний рушій анімації Euphoria є одним із найбільших передових технологічних досягнень у сфері комп'ютерних ігор, який вплинув на розвиток ігрової візуальної культури. Відмінністю Euphoria є те, що він дозволяє створити реалістичну фізику рухів персонажів у реальному часі. На відміну від традиційної анімації, де рухи заздалегідь запрограмовані та записані, Euphoria використовує так звану «псевдосвідомість» або симуляцію поведінки, щоб персонажі реагували на навколишнє середовище та події непередбачуваним і природним чином.

Вже згаданий Euphoria від NaturalMotion – рушій, спеціально розроблений для динамічної анімації, який широко використовується для створення реалістичних фізичних рухів у відеограх. Його унікальність виникає в тому, що він імітує «розумні» реакції персонажів на події, що додає непередбачуваності та реалістичності. Найвідоміші ігри, які вимагають Euphoria, включають серії GTA та Red Dead Redemption .

Технологія «Euphoria» використовується для анімації тривимірних персонажів «на льоту» і «базується на повній симуляції тривимірного персонажу, включаючи його тіло, м'язи і моторну нервову систему». Замість того, щоб використовувати передбачені анімації, дії і реакції персонажу системуються в реальному часі; ці анімації щоразу генеруються особливі, неідентичні до попередніх, навіть якщо і повторюється одна й та ж сама сцена.

В той час як традиційні фізичні рушії використовують ragdoll-фізику для анімацій, згенерованих на льоту, Euphoria використовує складніший метод для анімації фізично зв'язаних physically-bound об'єктів. Розробник може створити кілька ключових кадрів для анімації (наприклад, анімація бігу людини), в той же час, як рушій створить усі проміжні.

Програмна анімація є ключовим елементом ігрової візуальної культури, після чого вона робить віртуальні світи живими та реалістичними. Завдяки програмним технологіям розробники можуть створювати персонажів і середовище, які реагують на дії гравця та змінюються в реальному часі. Це забезпечує високий рівень забезпечення та взаємодії, що є аспектом сучасної ігрової індустрії.

Програмна анімація дозволяє симулювати фізичні закони, такі як гравітація, інерція, взаємодія з об'єктами та середовищем. Це робить дії персонажів природними та реалістичнішими. Наприклад, у спортивних симуляторах чи бойових іграх такі анімації забезпечують правдоподібні рухи при ударах, падіннях або стрибках.

Ігрова візуальна культура - це широке поняття, яке охоплює всі візуальні елементи, стилі та естетику, що використано у відеограмі. Це не тільки про графіку, а й про ті глибокі культурні аспекти, які формують унікальну атмосферу гри, впливають на емоційне сприйняття та створюють нові візуальні тренди, які часто виходять за межі самої індустрії і впливають на кіно, мистецтво, моду та дизайн. Візуальна культура ігор охоплює різноманіття

стилів: від реалістичної графіки до стилізованих і карикатурних зображень.

Архітектура і дизайн віртуальних світів впливають на сприйняття гравцем ігрового простору. Кольори та освітлення впливають на емоційний стан гравця та на його сприйняття середовища. Використання освітлення для акцентування важливих деталей або підсилення емоційних моментів. Дизайнери продумують не тільки зовнішність, а й міміку, рухи та навіть голос персонажів, щоб зробити їх максимально реалістичними.

Візуальна культура ігор здатна розповісти історію через зображення та символіку. Дизайнери остаточно продумують шкірну деталь – від навколишнього середовища до розташування об'єктів, щоб передати глибокий і зміст створити додатковий наративний контекст.

Отже, підводячи підсумки, можна стверджувати, що візуальна культура ігор не тільки формує індустрію, а й впливає на світову культуру в цілому. Ігри стають джерелом натхнення для кіно, моди, мистецтва, архітектури та дизайну. Деякі персонажі та стилі працюють як приклади для сцени в кіно, а геймерська естетика дедалі більше стає частиною масової культури. Сьогоднішня ігрова форма культури є важливою частиною світового культурного простору, яка продовжує розвиватися й створювати нові форми самовираження для мільйонів гравців.

Список використаних джерел

1. Лісін О. А. Порівняння ігрових рушіїв Unreal Engine та Unity / О. А. Лісін ; наук. керівник доц. Р. В. Петрова. *Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті : матеріали 28-го Міжнар. молодіж. форуму, 16–18 квітня 2024 р.* – Харків : ХНУРЕ, 2024. Т. 6. С. 659-660.
2. Яценко, О. І. (2024) *Огляд переваг та недоліків ігрових рушіїв.* / О. І. Яценко, В. Нечипорук / XXVIII International scientific and practical conference «Prospects of Innovative Development in Science and Technology». с. 86-89.

ТВОРЧИЙ ДОРОБОК АЛЬБРЕХТА ДЮРЕРА У ГАЛУЗІ ГРАВІЮРИ

Вероніка НІКІТЧЕНКО,
Домініка НЕДІЛЬКО, Юліана ВІРОЦЬКА
студентки групи ІД-22

освітня програма «Дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Світлана КУКОЛЬ

*викладач кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси*

Один із найвідоміших майстрів Північного Відродження Альбрехт Дюрер (1471–1528) жив під час глибоких релігійних, культурних, інтелектуальних та мистецьких перетворень, що охоплюють періоди пізнього Середньовіччя, Відродження та Реформації.

Альбрехт Дюрер народився в Нюрнберзі 21 травня 1471 р., був третьою дитиною в родині ювеліра, якого також звали Альбрехт. За звичаєм, молодий А. Дюрер був призначений для золотарського ремесла і після кількох років навчання став учнем свого батька, майстра срібних справ. Альбрехт Дюрер Старший пройшов власне навчання в Нідерландах «у великих майстрів», тому молодий Дюрер був вихований в кращих традиціях Яна ван Ейка та Рогіра ван дер Вейдена. Раннє учнівство у батька було важливішим для становлення митця, ніж заведено вважати, оскільки саме від нього Дюрер навчився двом речам, які відіграли важливу роль в його майбутньому розвитку. В першу чергу, він ґрунтовно ознайомився із гравіювальними інструментами та матеріалами золотарства. Відомо, що гравіювання зображення на мідній пластині принципово не відрізняється від

гравіювання орнаменту чи монограми на срібній ложці, чи золотій коробці, за винятком того, що рисунок, гравіюваний на мідній пластині, призначений для тиражування за допомогою друку золотих справ майстрами. Слід зазначити, що гравюра не практикувалася в Нюрнберзі до того часу, як А. Дюрер почав цю справу, і можна зрозуміти, як багато для нього означало те, що його навчили користуватися різцем у дитинстві [5].

У ювелірній майстерні епохи Відродження ювелірна майстерність відіграла набагато важливішу роль, ніж у сучасній майстерні, де виробництво обмежується ювелірними виробами та пластинами. Однак Дюрер займався більше механічною роботою, і, поступово усвідомлюючи свій талант до малювання, врешті-решт отримав дозвіл батька навчатися у майстерні художника. 30 листопада 1486 р., певною мірою опанувавши ремесло батька, він поступив в учні до Міхаеля Вольгемута, найвідомішого художника Нюрнберга, де навчався понад три роки. Тут Дюрер навчився користуватися олівцем і пензлем, копіював і малював з натури, створював пейзажі гуашшю та аквареллю, писав олією [4].

Крім того, в майстерні М. Вольгемута виготовлялися гравюри на дереві для ілюстрованих книжок в той самий час, коли там навчався А. Дюрер, а найважливіші з цих книг були надруковані на пресах його хрещеного батька, Антона Кобергера, найбільшого видавця Німеччини того часу. Проте найголовнішим досвідом учня за роки роботи з Вольгемутом було його знайомство з новою для нього сферою – створення гравюр на дереві [3]. Таким чином, А. Дюрер мав нагоду познайомитися з графічним засобом, який мав відіграти значну роль у його майбутній кар'єрі.

На початку літа 1492 р. А. Дюрер прибув до Базеля, який був одним із провідних європейських центрів книговидавництва. Там Дюрер, як гість у домі видатного видавця Георга Шонгауера, отримав можливість налагодити контакти з іншими відомими видавцями. Ще 8 серпня 1492 р. Ніколаус Кесслер опублікував видання «Листи святого Ієроніма», на титульній сторінці якого вміщено зображення святого роботи Дюрера. Ця ксилографія мала такий успіх, що три інших видавці, Амербах, Фуртер і Бергман фон Ольпе, попросили художника працювати з ними. Попри те, що Дюрер був молодий, він запровадив новий стиль у книжковій ілюстрації Базеля [2].

Восени 1493 р. Дюрер залишив Базель і поїхав до Страсбурга, після чого він повернувся до Нюрнберга та одружився з Агнес Фрай. Його «Автопортрет» 1493 р., який зараз зберігається в Луврі, містить посилання на передбачуване одруження: («Мої справи визначаються згори»). На полотні зображений молодий Дюрер з будяком (синьоголовником) у правій руці, що сприймався як символ Страстей Христових. Квітка у руці – символ «удачі в коханні», точніше, вдалого одруження. На жаль, щастя у шлюбі не було [5], адже Дюрер любив компанію вчених, спілкувався з єпископами, патриціями, дворянами та князями на умовах майже повної рівності, і загалом віддавав перевагу атмосфері того, що можна було б назвати клубами («Stuben»).

Восени 1494 р. А. Дюрер вирушив у подорож до Венеції та таких як Падуя, Мантуя та Кремона. Те, що він захопився ідеями італійського Ренесансу, але зрозумів, що в Німеччині таке мистецтво не сприйматимуть через інший клімат і спосіб життя.

Повернувшись з Італії у 1495 р., Дюрер відкрив у Нюрнберзі власну майстерню, найкращими за перші роки роботи художника були ксилографії, здебільшого за релігійними мотивами, проте зі світськими сценами. Гравюри Дюрера були більші за розміром, ніж попередні німецькі твори. Крім ксилографій, майстер почав робити гравюри на міді (мідьорити). Ним було створено низку яскравих і оригінальних творів із майстерно деталізованим тлом. Серед них «Блудний син» 1496 р., «Морське страхіття» 1498 р., «Немезида» 1502 р. Завдяки цим роботам А. Дюрер здобув славу серед художників основних мистецьких центрів Європи [7].

У 1500 році А. Дюрер створює Автопортрет, на якому він зображений в фас в одязі, оздобленому хутром. Наприкінці XV – початку XVI століть вид строго в фас був винятком для світського портрета. Для глядача початку XVI століття вид анфас був пов'язаний не зі світським портретом, а з релігійним і, насамперед – зображенням Христа.

Серед найвідоміших робіт художника того часу – майстерні гравюри «Меланхолія I», «Святий Ієронім у своєму кабінеті» та «Лицар, смерть і диявол» – споріднені за розміром, стилем і технічною складністю.

«Меланхолія I» наповнена символами – зрозумілими та невідомими – і психологічним змістом. Гравюра є, мабуть, найбільш дослідженим і описаним твором в історії мистецтва, поряд із «Моною Лізою» Леонардо да Вінчі. Зображення є символом споглядального життя, а точніше меланхолійних пасток надмірно інтелектуального, творчого темпераменту. Вважається, що велика сидяча фігура на гравюрі є алегорією самого художника [2].

Дюрерівська версія святого Ієроніма в його кабінеті також зображує символи смерті та вічного життя; смерть представлена черепом і пісочним годинником, а вічне життя – через розп'яття на кутку стола святого Ієроніма. Дюрер досяг багатого діапазону тонів, створюючи відчуття світла та глибини, що підкреслювало святість святого Ієроніма та розп'яття у чудовому сонячному світлі. Святий Ієронім, що жив приблизно у 340–420 рр., був великим біблеїстом, і став популярним святим – втіленням гуманістичного світогляду епохи Відродження. Характерно, що він представлений у кардинальському капелюсі та в супроводі свого товариша-лева [6].

Ці дві гравюри Дюрера представляють два з трьох типів чеснот середньовічної схоластики: інтелектуальні та теологічні. Третя з головних гравюр «Лицар, смерть і диявол» представляє третю чесноту – моральну, передану через використання символіки. Гравюра зображує фігуру чоловіка, який рішуче їде верхи (вчені стверджують, що він представляє християнського солдата). Дюрер зображує пісочний годинник і череп як нагадування про короткочасність життя, ящірку, яка уособлює небезпеку, та собаку, що символізує вірність. Поки Смерть стоїть позаду, а диявол слідкує за солдатом, він не відволікається на спокуси чи страх і продовжує свій шлях, їдучи в героїчній позі, яка, ймовірно, була натхненна кінними статуями, які Дюрер бачив під час подорожі Італією [7].

Гравюри ілюструють майстерність художника у техніці гравіювання. За допомогою трьох відбитків А. Дюрер показує, як він чудово справляється з різцем: від відфільтрованого світла в кабінеті Святого Ієроніма та чіткого відтінку на одязі Меланхолії до різних текстур хутра тварин біля солдата, кожна лінія підкреслює, чому Дюрера так шанували при житті і після нього [2].

У 1520–1521 рр. Дюрер відправився в останню подорож до Нідерландів, щоб зустрітися з королем Карлом V, коронація якого мала відбутися в Аахені, й поновити пенсію, даровану йому покровителем художника імператором Максиміліаном I. Під час цієї подорожі він зробив багато робіт [8].

Останні роки – 1521–1528 – Дюрер працював над кількома великими проектами на теми розп'яття Христа та святої розмови, але жоден з них не був завершений. Можливо, він багато часу став витратити на написання теоретичних робіт, присвячених геометрії, перспективі, пропорціям людини та коней, а також фортифікації. Альбрехт Дюрер – визнаний геній графіки, живопису та гравюри. Графічна спадщина Дюрера вважається одним із найбільших за обсягами в історії мистецтва поряд з Да Вінчі та іншими великими майстрами. Він створив не менше 300 ксилогравюр та більше як 80 гравюр на міді: друкована графіка стала для художника основним засобом заробітку. Справжнім шедевром вважається серія ксилографій «Апокаліпсис» – втілення релігійних переживань народу наприкінці століття [9]. Твір чудово поєднує у собі пізньоготичну художню мову та стиль італійського Відродження. Художник блискуче використав новітню технологію друкарської справи, надавши мистецтву гравюри статусу, якого вона раніше не мала. Гравюри Дюрера вже за життя художника мали величезний попит, їх копіювали і підробляли, згодом авторські дерев'яні дошки гравюр митця активно використовувалися до XIX ст. включно.

Список використаних джерел

1. Опис гравюр Альбрехта Дюрера: website Swann Auction Galleries. URL: <https://www.swanngalleries.com/departments/prints-and-drawings> (дата звернення: 22.11.2022).
2. Полковниченко Н. М. О гравюрі Дюрера «Меланхолія».. Репозиторій ГДУ ім. Ф. Скорини. 2011. Вип. 66, № 3. С. 207–208. URL: <http://elib.gsu.by/jspui/handle/123456789/29404> (дата звернення: 2/12/2022)
3. Ashcroft J. Albrecht Dürer: Documentary Biography. New Haven; London: Yale University Press, 2017. 1216 p.
4. Demele Ch. Dürers Nacktheit: Das Weimarer Selbstbildnis. Münster: Rhema, 2012. 223 p.
5. Panofsky E. The Life and Art of Albrecht Dürer. Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1955. 296 p. 86. PIXE metoda. Internetowa encyklopedia PWN. URL: <https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/PIXE-metoda;3957821.html>. (дата звернення: 1.12.2022).
6. Schauerte T. Dürer das ferne Genie. Eine Biographie. Stuttgart: Philip Reclam, 2012. 290 p.
7. Schiener A. Albrecht Dürer. Genie zwischen Mittelalter und Neuzeit. Regensburg: Friedrich Pustet, 2011. 143 p.
8. Wolf N. Albrecht Dürer 1471–1528. Das Genie der deutschen Renaissance. Köln: Taschen, 2006. 96 p.
9. Zitzlsperger Ph. Dürers Pelz und das Recht im Bild – Kleiderkunde als Methode der Kunstgeschichte. Berlin: Akademie Verlag, 2008. 176 p. URL: <https://dovidka.biz.ua/albrecht-dyurer-referat-ukrayinskoyu>

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТІВ ВІДОМИХ ПЕКАРЕНЬ

Лілія ОБІЗНА

студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: викладач кафедри дизайну та СКД

Ольга ВАКУЛЕНКО

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Сучасний вебдизайн розвивається дуже швидко і став важливою частиною нашого життя. Всі великі компанії, послуги чи малий бізнес мають свої сайти, і їхній вигляд має велике значення та вплив на репутацію [1]. У даній роботі було розглянуто кілька прикладів сайтів, щоб виявити їхні сильні та слабкі сторони.

«The Olly» італійської студії «Memesi». Даний вебсайт привертає увагу своїм високим рівнем дизайнерського виконання та яскравим втіленням характерного італійського стилю. При використанні світлої колірної гами з акцентами яскравого червоного кольору відстежується алегорія на емоційність і пристрасть, притаманні італійській культурі. Атмосферні фотографії продуктів гармонійно доповнюють загальну концепцію та сприяють ефективній передачі історії бренду.

Навігація сайтом є зручною та інтуїтивно зрозумілою, що забезпечує комфорт користувачів. Вдало підібрана помірною анімація при прокрутці головної сторінки додає динамічності, не перевантажуючи сприйняття. Простота структури ресурсу, акцент на автентичності та якісному контенті створюють привабливе враження для клієнтів, які цінують якість, естетику та затишок.

Цей сайт є прикладом вдалого поєднання естетики та функціональності, що заслуговує високої оцінки. Це підсилюється додатковими розповідями про походження рецептів і історії розвитку бізнесу.

«MahZeDahr» студії «Sweden Unlimited». Даний сайт вирізняється сучасним і елегантним дизайном, що відповідає концепції пекарні, яка виробляє продукцію високої якості. Візуальні матеріали чітко продумані та створюють атмосферу люксової пекарні. Навігація дозволяє користувачеві швидко та легко знайти інформацію про доставку, подарункові набори й святкові пропозиції. Кольорова гама стримана й гармонійна, з акцентами, які привертають увагу до основних продуктів і послуг. Однак обмежена висота контенту на головній сторінці створює відчуття дискомфорту, особливо на великих екранах, що порушує баланс і викликає бажання «зазирнути» під елементи дизайну.

Вебсайт «*Colorado Market and Bakery*» вирізняється простим та функціональним дизайном, що забезпечує користувачам зручний доступ до меню, інформації про послуги та історії закладу. Основний акцент зроблено на свіжість і якість продукції, що підкреслюється текстами й фотографіями.

Навігація інтуїтивна, з чіткими розділами для щоденного меню, пекарських виробів і замовлень на індивідуальні страви. Однак, загальний вигляд має елементи застарілого дизайну, і потребує розробки сучасного дизайну. Водночас не виключено, що автор мав на меті зберегти саме такий ретро-образ, що відповідає концепції закладу. Також, варто звернути увагу на недоліки в дизайні кнопок «Індивідуальне замовлення» та «Меню пекарні», розміщених на верхній панелі. Їх приглушений коричневий колір, що зливається з темним фоном, ускладнює їх сприйняття.

Крім того, меню закладу також викликає дисонанс у сприйнятті: відсутність зображень страв поряд із їх назвами ускладнює вибір для користувачів. Водночас ідея створення меню у стилі «застарілого» друкованого листка має свої переваги, адже викликає ностальгічні відчуття і повертає до дитячих спогадів, що є цікавим рішенням для підкреслення атмосфери закладу.

Вебсайт «*Львівські круасани*» вирізняється мінімалістичним, але водночас функціональним дизайном, що забезпечує зручність для користувачів, і створює позитивне перше враження. Він комфортний у використанні завдяки зрозумілій структурі: головна сторінка пропонує новини закладу, а трохи нижче — фірмові пропозиції. Інші елементи меню сховані у так званому «бургері», що допомагає уникнути візуального перевантаження та допомагає сфокусуватися на головному. Таке рішення виглядає вдалим, оскільки погляд користувача не розсіюється, і це створює зручний і гармонійний користувацький досвід.

Отже, користувацький контент є потужним інструментом у цифровому середовищі, який за допомогою грамотного дизайнерського рішення сприяє встановленню ефективного зв'язку між компаніями та їхньою аудиторією. Завдяки своїй автентичності та природності, представлені на розгляд сайти зміцнюють довіру до бізнесу, залучають клієнтів. Крім того, дизайнерське оформлення з використанням корпоративної айдентики підвищує видимість компанії в Інтернеті, та створює соціальний доказ якості продуктів чи послуг [2]. Вебсайти для пекарень мають свої особливості створення дизайнерських рішень, що допомагає їм бути ключовим інструментом комунікації між бізнесами та їхньою цільовою аудиторією. Професійно розроблений вебсайт забезпечує доступність, зручність та естетичну привабливість, що дозволяє користувачам легко отримувати необхідну інформацію без залучення третіх осіб. Таким чином, якісний вебдизайн не лише допомагає бізнесам будувати зв'язок із клієнтами, але й сприяє їхньому успіху в конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

1. Вознюк О. Шляхи удосконалення брендингових стратегій в сучасних умовах. Науковий блог НАУ «Острозька академія». 13 травня 2010. URL: <http://naub.org.ua>
2. Фелечко О.С. Веб-сайт: від поняття до створення та функціонування. URL: <http://aphd.ua/publication-235>

СТІНОПИСИ УКРАЇНСЬКОЇ БОРОТЬБИ

Владислава ПАЗИНИЧ, Вікторія МАМТЄЄВА

студентки групи ІД-21

освітня програма «Дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Тамара ХРЕБТО

викладач-методист, кандидат педагогічних наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Український мурал-арт створений під час війни України з Росією посідає вагомe місце у світовому контексті, стає альтернативним та резонансним способом комунікації між митцем та суспільством. Сучасні митці монументального мистецтва створюють потужні патріотичні мурали, які стверджують демократичну форму постмодерного мистецтва, демонструють незламність українців, нагадують нам, що ми боремося за загальнолюдські цінності та спонукають нас діяти.

Але для багатьох українських митців потреба реагувати миттєво стала життєво необхідною дією – способом прояву надто сильних емоцій, актом персонального протистояння російській агресії. В роки сучасної визвольної війни серед усіх видів монументального мистецтва перше місце займає *стінопис*. Нами було проаналізовано історію зародження стінопису та його різновидів в монументальному мистецтві України, а також проаналізовано твори закордонних майстрів стріг-арту та вітчизняних муралістів, продемонстровано класифікацію сучасних муралів, виявлено дружню підтримку іноземних художників українського народу своїми політичними стінописами, які присвячено незламності українській нації [4]. Визначено, що монументальне мистецтво українського муралу наповнюється новими сенсами та розуміннями, що відтворює дух українців [3].

Створено пізнавальну віртуальну екскурсію «Стінописи української боротьби», яка допомагає розкрити творчість світових та українських художників урбаністичного мистецтва, які своїми творами мотивують український народ до перемоги в цій запеклій боротьбі з Росією.

Актуальність нашої теми обумовлена відсутністю мистецького аналізу українського мурал-арту в контексті світового мистецтва. У наукових і медійних джерелах є мало монографічних і аналітичних досліджень, які б розкривали тему в повному обсязі, тому актуальною необхідністю є висвітлення понять «стріг-арт» та «мурал-арт», ґрунтового мистецького аналізу потужних патріотичних муралів, які демонструють незламність українців в боротьбі за загальнолюдські цінності, тому і метою нашого дослідження є аналіз патріотичного стінопису в контексті історичного періоду визвольної боротьби українського народу.

У перші місяці війни стінопис мав драматичне, навіть трагічне звучання. Вже пізніше з'явився мурал-відповідь росіянам, ровенського художника Константина Качанівського, який

має назву «**Красавиця терпіти не буде!**». Головною була думка про відсіч ворогу, і вона була виражена суворою, лаконічною образотворчою мовою, незалежно від творчих індивідуальностей. Художник Костянтин Качановський продовжує боротися з ворожою навалю рф силою мистецтва. Жінка-захисниця у традиційному українському вбранні з синьо-жовтими крилами та зі зброєю в руках – «**Крила свободи**» назвав автор свій новий патріотичний мурал.

Патріотичний стінопис «**Сміливий народ сміливої країни**» – про всіх українців, які кожен по-своєму роблять внесок у спільну перемогу.

Ідея створення настінного малюнку українському воїну належить також харків'янам, які евакуювались у Черкаси з Харкова. Ескіз муралу створювала керівниця творчої групи «Кайлас-В» Яна Вовк разом зі своїми колегами, які вирішили створити серію муралів «**Героям Слава**» і серед них образ сучасного українського воїна, виконаний в сучасному стилі фотореалізму. Величезну підтримку отримав проєкт від військових, які перебувають на різних лініях оборони, для них цей мурал є оберегом.

Історія українського муралізму не така багата, але коли говорити про наш час, то можемо впевнено заявити, що за останні роки, постали сотні муралів, які не поступаються найкращим світовим зразкам [4].

З початком війни талановитий художник Олександр Корбан залишився у Києві, де він займається волонтерством. А під час визволення Київщини від російських окупантів створив новий зворушливий мурал на столичній Оболоні. «Цей мурал я створив в Києві, а в цей час неподалік відбувалися бої за звільнення Бучі та Ірпеня. Все буде Україна», – написав Олександр Корбан. «**Воїн зшиває прапор України**» – цей мурал художника тепер прикрашає район Києва Оболонь. На ньому зображено руки військового, які зшивають прапор, що символізує країну.

З початком війни в Ужгороді почали з'являтися патріотичні мурали. Поштовхом до їхньої появи стали художники-муралісти, які рятувалися від бомбардувань на сході країни та зупинилися на Закарпатті. Першою стала Анастасія Худякова з Харкова. У закарпатському містечку Виноградіві Настя малює перший під час повномасштабного вторгнення в Україну мурал. Було вибрано зображення із дівчиною, яка «тримає» в руках Україну. Цей малюнок – символ свободи, світлого майбутнього і єдності нашої країни. Цей добрий образ нагадуватиме нам всім про єдність, а у селі Широкому Закарпатської області художниця намалювала патріотичний мурал «**Україна – під омофором божої матері**». На сонячній стіні школи намальована Богородиця, яка оберігає всю нашу Україну. На фасаді 8-ї школи у Виноградіві з'явився новий мурал, який художниця присвятила бійцям 128-й окремії гірсько-штурмовій бригаді. Символічно, що на муралі зображений український захисник та дівчинка-школярка. Новий стінопис талановитої художниці з'являється біля пожежної частини з зображенням вогнеборцем, якого оберігає янгол-охоронець своїм могутнім крилом. У виноградівських рятувальників тепер є власний янгол-охоронець, тепер майже 240 квадратних метрів колись похмурої стіни щодня радуватимуть рятувальників і підвищуватимуть їхній бойовий дух [5].

Підбиваючи підсумки, можна сказати, що проведений арт-критичний аналіз українського стінопису в урбаністичному просторі з самого початку його зародження, а наразі спостерігається етап його відродження – пошук нових екстер'єрних рішень, які б не тільки зберігали національні традиції, а ще й створювали новий український мурал-арт. Який є альтернативним та резонансним способом комунікації між митцем і суспільством, де можна радикально доносити культурні та політичні ідеї до різних груп населення.

Список використаних джерел

1. Гаврилаш І. С. Мурали та графіті в сучасній Україні: особливості та відмінності // Культура України. — ХДАК, 2018. Т. 62 (6 січня).
2. Грицюк К. Мурали: новий підхід до старого. 2018. URL : <http://uk.theoutlook.com.ua/article/5056/murali-novij-pidxid-dostarogmistetstva.html>. <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/muralymystetsvo-chy-dekor.html> (дата звернення: 08.01.2019)
3. Єфімова А.В. Художні практики в урбаністичних просторах кінця ХХ-початку ХХІ століття (досвід Західної України): дис. канд. мист.: 17.00.05/ Львівська національна академія мистецтв. Львів, 2017. 329 с.
4. Ковальов А. Українські мурали увійшли до списку кращих витворів вуличного мистецтва 2017 року. URL: <https://www.unian.ua/society/2359580-ukrajinski-murali-do-spisku-kraschihvitvoriv-vulichnogo-mistetsva-2017-roku-foto.html> (дата звернення: 24.11.2018)
5. Настінний живопис: ТОП-10 муралів України за версією Dobovo. Про Львів.2018. URL: <http://prolviv.com/blog/2017/11/07/nastinnyizhyvopys-top-10-muraliv-ukrainy-za-versiieu-dobovo/>(дата звернення:17.11.2018)

РОЛЬ ДИСЦИПЛІНИ “ОСНОВИ КОМПОЗИЦІЇ” ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У МАЙБУТНІЙ ПРОФЕСІЇ ДИЗАЙНЕРА

Алла ПЕСТИЧ

*викладач кафедри дизайну та
соціально-культурних дисциплін*

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Дисципліна “Основи композиції” є фундаментальним елементом підготовки майбутніх дизайнерів. Вона формує у здобувачів вищої освіти здатність гармонійно організовувати простір, забезпечуючи естетичну цілісність і функціональність об’єктів дизайну. Розуміння композиційних принципів є основою для створення візуально привабливих, зручних і ефективних проєктів у різних галузях дизайну.

У сучасному світі дизайн відіграє ключову роль у формуванні середовища, що відповідає потребам людей. Уміння працювати з формою, кольором, лінією та простором стає необхідним для створення конкурентоспроможних продуктів. Дисципліна “Композиція” навчає основам організації візуального матеріалу, що впливає на успішність дизайнерських рішень.

Композиція — це мистецтво організації елементів візуального середовища з урахуванням принципів гармонії, ритму, пропорцій, контрасту та єдності. У дизайні вона слугує основою для створення як статичних, так і динамічних образів.

Роль композиції у різних напрямках дизайну

- Графічний дизайн: створення постерів, логотипів, ілюстрацій базується на правильному балансі елементів, виборі кольорової палітри та типографіки.
- Інтер’єрний дизайн: у проєктуванні простору композиція забезпечує зручність і естетичність через раціональне розташування меблів, освітлення та декоративних елементів.
- Мода та текстиль: створення одягу потребує розуміння пропорцій, ліній і кольорів для створення гармонійних образів.

Студенти на практичних заняттях часто виконують завдання, спрямовані на розвиток композиційного мислення, наприклад:

Виконання етюдів у техніці графіки, де акцент робиться на ритмі ліній і контрасті.

- Створення колажів для тренування гармонії кольорів.
- Розробка ескізів, що базуються на принципах симетрії та асиметрії.

Вивчення композиції дозволяє майбутнім дизайнерам:

- Професійно працювати з візуальними елементами у будь-якій сфері.
- Розвивати творче мислення та знаходити унікальні рішення.
- Створювати естетично привабливі продукти, що відповідають запитам сучасного

ринку.

Дисципліна “Основи композиції” є важливим етапом у формуванні професійних навичок дизайнерів. Вона допомагає студентам не лише опанувати базові принципи роботи з візуальними елементами, але й розвивати творче бачення та здатність реалізовувати свої ідеї в реальних проєктах. Завдяки вивченню дисципліни, майбутні дизайнери здатні створювати гармонійні, функціональні та інноваційні рішення, що сприяють їх успішній кар’єрі.

Список використаних джерел

1. Беляєв, В. І. Основи композиції: навчальний посібник для студентів художньо-графічних факультетів. Київ: Видавничий дім. 2010.
2. Петренко О. М. «Роль дисципліни 'Композиція' у формуванні професійних компетенцій майбутніх дизайнерів». Вісник педагогічної науки. 2020, №4. С. 45–52.
3. Дідик Л. М. Композиція у графічному дизайні: методичні рекомендації для студентів спеціальності 022 «Дизайн». Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. 2018.

ТЕХНІКА МОНОТИПІЇ В СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Єлизавета РОМАНЕНКО, Аліна ПОЛИГАЧ
студентки групи ГД-24

*освітня програма «Графічний дизайн»,
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси*

Тамара Степанівна ХРЕБТО
*викладач-методист, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси*

Одним із ефективних методів розкриття і розвитку творчого потенціалу особистості є використання нетрадиційної техніки малювання монотипії. Це своєрідний спосіб створення нового, оригінального твору мистецтва, в якому гармонуює все: і колір, і лінія, і сюжет.

Поняття монотипії (від грец. «моно» - один і «typos» – відбиток, торкання, образ) – це техніка малювання з допомогою унікального відбитку, при якій гладку поверхню (скло, пластик або аркуш картону) вкривають фарбою, а потім роблять з неї відбиток на аркуш паперу. Слід зазначити, що відбиток отримуємо тільки один, і створити абсолютно однакових два малюнки неможливо. Після цього отримані зображення залишають в такому вигляді, або фантазують та домальовують певні деталі.

В історії мистецтва монотипії відома більше 300 років, вперше застосував цю техніку в XVII столітті італійський художник Джованні Кастільоне. Для робіт, виконаних в техніці монотипії характерні тонкі кольорові нюанси, м’якість контурів, форм, що зовнішньо наближує монотипію до акварелі. Хоча техніка відома з XVII століття, розповсюдження отримала тільки з кінця XIX століття.

Серед найбільш відомих майстрів: італієць Джованні Кастільоне (1616-1670), англієць Уільям Блейк (1757-1828), француз Едгар Дега (1834-1917), який поєднав монотипію с темперою («Концерт в кафе «Амбасадор»»). Відома художниця Єлизавета Круглікова самостійно «відкрила» монотипію на початку XX століття, створила особисту школу.

Прославленими майстрами стали також її учні-французи Моро і Дюнуайє де Сегонзак. Майстри монотипії минулого століття: Е. С. Круглікова, А. В. Шевченко, Р. Н. Барто.

Мета нашого дослідження: особливості використання техніки монотипія у сучасному графічному дизайні. Експериментально підтвердити синергетичні ефекти від поєднання монотипії з комп'ютерною графікою в графічному дизайні.

Монотипія як різновид самостійної друкованої графіки. Комп'ютерна графіка.

Для нашого дослідження ми використовували наукові методи: аналітичний та емпіричний. Засоби дослідження: папір різної фактури, фарби для друку (на олійній і водяній основі); комп'ютерне обладнання (сканер, принтер), комп'ютерно-цифрові програми (Photoshop).

Наше дослідження здійснювалося в чотири етапи. Перший етап – отримання відбитка на папері в техніці монотипія [1]. Зображення наносять фарбою на тверду гладку поверхню скла, для отримання чіткого, виразного малюнка. Виявлялися можливості різних способів створення монотипії, зокрема таких, як акватипія, акваграфіка та флоротипія. Так, фарбу на олійній основі відтискують на сухий папір для отримання контрастного чіткого малюнка. Для фарб на водяній основі використовують вологий папір з метою отримання тонального, розмитого зображення.

Другий етап – у зв'язку із специфічними рисам, притаманними цій техніці (спонтанність, деяка довільність, непередбачуваність результату) виникає потреба в опрацюванні одержаного на папері відбитка: для передачі об'єму, світлотіні [2].

Третій етап – після висихання фарби на папері отриманий малюнок відскановано і за допомогою програми Photoshop допрацьовано на комп'ютері [3].

Четвертий етап – створення на комп'ютері шрифтової композиції з необхідною інформацією про власника візитівки і гармонійне поєднання шрифту із малюнком.

Проаналізовано особливості монотипії як самостійного виду художньої творчості, що створює зображення із графічними і живописними ефектами, має велику кількість технологічних прийомів, що надають композиції асоціативного, емоційного характеру. Апробовано і продемонстровано широкі можливості монотипії та її різновидів для художньо-образного втілення оригінальних творчих ідей дизайнера в декоруванні візитівки. Наголошено на важливості поєднання традиційної ручної техніки отримання відбитка монотипії і комп'ютерної графіки, зняряддями якої є сучасні цифрові технології, комп'ютерні програми та пристрої, що дозволяє створити ефектну, яскраву, Сучасні матеріали і технології виробництва виробів широкого вжитку та спеціального призначення Графічні зображення при створенні матеріалів та інших дизайн-об'єктів ексклюзивну візитівку, яка не просто надаватиме суху інформацію про її власника, а й відповідатиме естетичним вимогам, привертатиме увагу, буде запам'ятовуватися і створювати позитивні емоції у користувача [4]. Розроблено шрифтові композиції для розміщення на візитівці, де головна інформація (прізвище, ім'я особи або назва фірми) та допоміжна (контакти, рід діяльності тощо) акцентовані кольором чи особливостями написання шрифту. Малюнок і шрифт поєднано в одну гармонійну композицію.

Монотипія Сьогодні зазнає значних змін графічна техніка монотипія та її технологія ускладнюється, урізноманітнюється фактура відбитка і колірне рішення композиції. Триває пошук нових засобів збагачення образної мови монотипії [5].

Монотипія та її поєднання з найсучаснішими цифровими технологіями дає можливість експериментувати, розвивати творчий потенціал дизайнера, використовувати різноманітні матеріали для друку, створювати візитівку не просто як джерело інформації, а як художню мініатюру, витвір прикладного мистецтва. Змішана техніка монотипії з використанням комп'ютерної графіки має безмежний потенціал у графічному дизайні.

Список використаних джерел

1. Свид С. П., Проців В. І. Художні техніки : Київ : Рад. школа, 1977. 78 с.

2. Храмова-Баранова О., Куколь С. Становлення і розвиток монотипії як засобу графічної виразності у мистецтві. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв : зб. наук. праць. – Харків : ХДАДМ, 2016.
3. Основи графіки – техніка плоского друку. URL: <http://ebooks.grsu.by/leshchinski/technika-ploskoiprechati> (дата звернення: 20.03.2019).
4. Самойлова Н. М. Становлення монотипії як техніки друкованої графіки. URL: http://librar.org.ua/sections_load.php?s=art&id=947&start (дата звернення: 22.03.2019).
5. Монотипия – мир чудес! URL: <http://www.monotypy.ru/monotypia/> (дата звернення: 16.03.2019)

УКРАЇНСЬКІ ЗНАКИ-СИМВОЛИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Оксана СІРА

викладач кафедри дизайну

та соціально-культурних дисциплін

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Наш час відкриває нові можливості для упорядкування українського простору, що сприяє використанню більшої кількості знаків-символів. Внаслідок професійної та життєвої мобільності активно зростає міграція країною, та зробила відомими символи різних регіонів всім українцям, на відміну від ХХ ст., коли знання людей носило більш локальний характер. Ці знання дозволяють дизайнерам сучасності урізноманітнювати підходи до використання у своїх проектах знаки української ідентичності.

Знаками, які символізують конкретні характеристики або процеси, можуть бути зображення реальних об'єктів. Основні характеристики об'єкта, що закріплені у свідомості людей, переносяться в поле значень, а об'єкт набуває певної знакової символічності.

Наприклад, розглянемо образ півня, що обов'язково присутній на кожному українському подвір'ї. Його можна описати такими рисами як передвісник ранку, сонця, бадьорості, він видає особливі звуки, зухвало поводить себе, вступає в бій, проявляє себе як господар та охоронець території. Таким чином півень є символом захисту, сміливості, приходу ранку та подолання зла. Подібних прикладів можна навести багато як із сучасного, так і з традиційного побуту.

Також знаками, що символізують певні процеси чи характеристики, можуть бути абстрактні графеми.

Вони наділяються значеннями, які люди формують власними ментальними здібностями і зашифровують комбінаціями ліній, форм, конструкцією цих елементів. Такими знаками-символами є спіраль, сварга, меандр, баранячі ріжки, хвиляста лінія, ромб, коло, квадрат, та ін.

Перед початком роботи над проектом потрібно ґрунтовно вивчити теорію на задану тему.

Сучасний дизайнер має знати, яку стилістику і знаки він буде використовувати в роботі, щоб вдало розкрити образ даної теми української культури.

Система знаків-символів має свою статику та динаміку. Реалізація динаміки фіксується базою зображень, які приводять до асоціацій певних процесів чи об'єктів.

До статичності належать графічні абстрактні форми, вони закріплюються і відображаються в пам'яті людей великою кількістю елементів і предметів декоративно-прикладного мистецтва.

Значення та характеристики основних знаків-символів:

Коло – досконалість, знак неба, довершеності.

Квадрат – чотири сторони світу.

Ромб – знак землі, символ надійності.

Ромб з крапкою – знак засіяного поля.
Дуб – міцність, символ довголіття, чоловічої сили.
Сокіл та орел – символ свободи, незалежності, могутності.
Сварга – символ активної енергії, знак вогню і руху сонця.
Меандр – символ безкінечності.
Блискавка – символ небесного вогню.
Дерево життя – символ щастя, святості, надприродної сили.
Півень – символ появи сонця.
Хвиляста лінія, зигзаг – символ небесної і земної вологи.
Крапки – зерно, що проростає.
Хрест – чотири сторони світу.
Ромб з гачечками – знак родючості.
Яйце – символ всесвіту.
Зірки, ружі – небо, порядок небесних тіл.

Якщо в дизайн-проекті основною темою є сільське господарство, то в графемі фірмового знаку можна використовувати квадрат з крапками та ромб, поділений на чотири частини (знак землі).

Для телерадіокомпаній можна використовувати зображення півня, зозулі, які є передвісниками сонця та долі.

Дівочими символами є калина, вінок з квітів. Символом чоловіка є дубовий листок і змії.

Багато знаків-символів, які можна застосувати в графічному дизайні, лежать в площині народних пісень, казок, легенд, міфів і ритуалів.

У сучасному інформаційному просторі все більше з'являється теми української орнаментики та міфології, тож сучасні дизайнери мають звідки брати ідеї та їх наповнення.

Список використаних джерел

1. Удріс-Бородавко Н. Графічний дизайн з українським обличчям. К.: ArtHuss. 2023. 204 с.

МІФОЛОГІЧНІ ПЕРСОНАЖІ В УКРАЇНСЬКІЙ НАРОДНІЙ КУЛЬТУРІ

Владислава СОБОЛЄВА

студентка групи ГД-23

освітня програма «Графічний дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: канд. пед. наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін Тамара ХРЕБТО

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Українська міфологія грає значну роль для сучасників, яка виступає важливою частиною національної ідентичності, культурної спадщини та світогляду. Вона не лише сприяє кращому розумінню історії та традицій українського народу, а й виконує багато важливих функцій у контексті сучасного суспільства. Поширення українських міфів і легенд сприяє кращому розумінню народної культури, яка формує у людей глибшу повагу до власної історії та її цінностей.

Для подальшого вивчення характерів було обрано дванадцять персонажів, які підтримують культуру вірувань та міфів України, а саме:

1. Мавка – лісовий дух, якого зображують молодою, вродливою дівчиною з довгим зеленим волоссям, з прив'язаністю до природи. Мавки дуже ніжні, але й небезпечні для людей, тому що здатні заманювати людей у глибини лісу де людина може заблукати.

2. Віла – це дух природи який уособлює різні сили природи. Їх часто зображують у вигляді красивих молодих жінок, що живуть в лісах, горах або полях. Вони можуть бути добрими або злими, залежно від ситуації. За всіма даними вони можуть займатися благодійністю, але вони також можуть завдати шкоди людям, якщо їх не поважати належним чином.

3. Польовик – це дух поля, згідно народним повір'ям мешкає в полі поруч з житом пшениці в його надрах. Зазвичай його зображують у вигляді чоловіка з довгою бородою і в зеленому полотнищі. Польовик на полях піклується про врожай, але коли людина погано поводить з землею або порушує закони природи, вони стають наполегливими та агресивними.

4. Потерчата – це душі померлих дітей, які не були охрещені або загинули у молодому віці. Вони виглядають, як маленькі білі або напівпрозорі істоти іноді з примарними рисами обличчя. У деяких легендах це втрачені духи в пошуках спокою.

5. Покутній – це дух який захищає будинок від злих духів, який поважає традиції та ритуали. Його часто зображують у вигляді старого або як світлу істоту.

6. Дика баба – це персонаж в народній вірі, що символізує образ відлюдників і злих духів. Зазвичай її представляють у вигляді старої, яка виглядає страхотно знебарвленими рисами обличчя, довгим волоссям і брудним одягом. Вона може заманювати людей в ліс і завдати їм шкоди.

7. Русалка – це дух води, який зазвичай асоціюється з річками та озерами. Її часто зображують у вигляді молодої дівчини, чарівною та спокусливою, але небезпечною. Русалки можуть заманити людей у воду і вони тонуть.

8. Магура – дух який захищає людей від злих сил. Але водночас може допомагати людям в скруту. Вона може стати захисницею житла та сім'ї. В деяких легендах вона дух жінки який може надати велику допомогу в біді.

9. Мороз – це дух зими, що уособлює холод. Зазвичай зображують у вигляді старого чоловіка з сивим волоссям і довгою бородою. Персонаж може бути корисним та сприяти заморозками рослин для збереження, але й можуть завдати шкоди полям та фермам.

10. Чугайстер – істота, що мешкає в лісі. Часто має форму звіроподібної істоти його зображують, як найжахливішого духа, що наводить страх на людей та захищає територію.

11. Нічниця – дух ночі, що асоціюється з темрявою та тінями. Вона з'являється вночі може бути, як страшною, так і доброю. Зображують, як злого духа, який завдає шкоди людям вночі.

12. Лісовик – лісовий дух, який захищає дерева і рослини. Старий з довгою бородою і кучерявими рослинами у волоссі. Він пов'язаний з природою і може допомагати тим хто захищає ліс.

Кожен з персонажів має свою історію, характеристику та особливості у зовнішньому вигляді, що дає змогу більш символічно та доречно висвітлювати їх у кожному місяці року, наприклад: Мавка – символ весни, Польовика доречно зображувати у літні місяці, а Потерчата чи Нічниця нагадує осінню, моторошну атмосферу. Тим більш така подача надихає шанувати природу, а це є не менш важливим у сучасному світі.

Створення настінного календаря з авторською інтерпретацією міфологічних образів буде спрямовано на популяризацію та поглиблення інтересу до української культури та фольклору. Нажаль у сучасному суспільстві, поступово, втрачається зв'язок із цими джерелами, тому відновлення інтересу до традицій через сучасні засоби комунікації є важливою рисою сучасного дизайну. Календар один зі зручних та практичних продуктів, який досить активно використовується споживачами та залишається потужним способом комунікації з суспільством та наближає до традиції.

Список використаних джерел

1. Міфологія та народні вірування. URL: <https://vsviti.com.ua/ukraine/77661>
2. Українська міфологія (енциклопедія). URL: <http://surl.li/uwsv1o>
Найвідоміші образи у міфології. URL: <https://dyvys.info/2019/11/09/10-najvidomishyh-ukrayinskyh-mifichnyh-istot/>
3. Слов'янська міфологія. URL: https://svarozhychi.blogspot.com/p/blog-page_10.html
4. Персонажі міфології. URL: <http://surl.li/gfhmfp>

ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТА ДЛЯ ПЕРЕДАЧІ ІНФОРМАЦІЇ: ВИБІР ТА ПОСДНАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ

Анастасія СТЕПАНЕНКО

студентка групи 2Д-22

освітня програма «Дизайн»

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Науковий керівник: викладач-методист, кандидат пед. наук,

доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін Тамара ХРЕБТО

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

Візуальна комунікація – це спосіб передачі ідей та інформації через візуальні засоби, які можна побачити або прочитати [1, с. 57]. До візуальної комунікації належать знаки, типографіка, графіка, графічний дизайн, ілюстрації, промисловий дизайн, реклама, цифрова анімація та електронні ресурси. Вона також досліджує, як візуальні повідомлення, підкріплені текстом, можуть ефективно інформувати, навчати або переконувати людей.

Для ефективною передачі інформації через візуальні елементи важливо, щоб об'єкт не лише відповідав концепції, але й був здатний взаємодіяти з аудиторією на емоційному та інтелектуальному рівні. Об'єкт, який використовують у дизайні плакатів, повинен бути зрозумілим, але водночас багатозначним, щоб забезпечити багатогранне сприйняття повідомлення [2, с. 101].

У контексті твоїх плакатів я обрала кубик Рубіка як головний об'єкт, оскільки він є символом складності, логіки та трансформацій. Кубик Рубіка має універсальне значення, яке дозволяє передати такі абстрактні концепти, як вибір, пошук гармонії, кар'єрне зростання та самопізнання.

Кубик Рубіка був обраний не лише за свою універсальність, а й за те, що він уособлює поняття варіативності, розв'язання проблем і трансформацій.

При виборі об'єкта для плакату важливо враховувати [3]:

1. Символізм: об'єкт повинен нести значення, яке легко сприймається та інтерпретується цільовою аудиторією.

2. Універсальність: об'єкт має бути знайомим і зрозумілим для широкої аудиторії, без необхідності в додаткових поясненнях.

3. Можливість трансформації: об'єкт повинен мати можливість візуально змінюватися або адаптуватися до різних контекстів, що дозволяє адаптувати його для різних тем та концептів, як це зроблено з кубиком Рубіка на плакатах.

Колірна гама є важливим інструментом для підсилення повідомлення та емоційного впливу на глядача. Кольори мають здатність впливати на сприйняття, викликати певні асоціації та визначати настрій плаката. Вибір кольорів плаката залежить від того, яке повідомлення я прагнула донести до глядача [2, с. 108].

1. Бежевий колір: бежевий є кольором нейтральності, стабільності і спокою. Він створює відчуття гармонії та врівноваженості, що особливо важливо при передачі ідей, пов'язаних із внутрішнім пошуком або вибором шляху.

2. Помаранчевий колір: помаранчевий є кольором енергії, динаміки та оптимізму. Він символізує активний пошук, творчість, прагнення до змін. Використання помаранчевого кольору для тексту на плакатах підкреслює важливість дії, змін та рішучості у виборі професії. Цей колір викликає відчуття тепла і радості, що робить плакат більш емоційно залученим та мотивуючим.

3. Кубик Рубіка: кубик сам по собі має яскраву колірну палітру, що відображає різноманітність можливостей і вибору. В комбінації з бежевим фоном та помаранчевим текстом, кубик Рубіка акцентує на різноманітності професій та шляху до успіху, створюючи контраст між гармонією та хаосом, що підсилює основну ідею кожного плакату. Кольори й об'єкти повинні не тільки співіснувати, а й підтримувати одне одного в контексті загальної ідеї (рис. 1).



(Рис. 1. Плакати)

Плакат «Розпад» показує, як розсіпання частинок кубика символізує процес самопізнання, коли людина шукає своє місце у світі професій. У «Пошуку» кубик Рубіка формує знак питання, підкреслюючи, що кожна кар'єра починається з важливих питань про власні бажання і можливості. Плакат «Емоції» з перемішаними кубиками, на яких відображені різні емоційні стани, показує, що важливо знайти професію, яка імпонуватиме людині. На плакаті «Напрямок» кубик, на якому є дорога і сліди, нагадує про важливість вибору шляху, який призведе до професійного задоволення. У «Контролі» дві руки повертають кубик, що символізує, як важливо обирати шлях самостійно. «Ріст» з кубиком, що перетворюється на сходи, вказує на поступовий прогрес у кар'єрі, де кожен крок є важливим. «Різноманіття» демонструє різнокольорові кубики, які символізують багатство професійних можливостей, а плакат «Обмеження», як важливо не дозволяти обмеженням стримувати себе, а прагнути до розкриття свого потенціалу. Плакат «Розквіт» з кубиком у вигляді квітки відображає, як справжня професія допомагає людині розвиватися і розцвітати. У «Стабільності» кубик, що стоїть нерухомо, підкреслює важливість професії, яка може стати опорою в житті. Плакат «Вибір» з хрестиками на кубіку нагадує, що важливо не лише вибирати професію, а й бути зацікавленим у тій справі, яка приносить задоволення. І, нарешті, «Інтелект» з відкритим кубиком, з якого випадають частинки, символізує, як розум і знання допомагають людині знаходити власний професійний шлях, який буде не лише правильним, але й тим, що захоплює.

Завдяки таким кольоровим рішенням та візуальним елементам кожен плакат стає комунікативним інструментом, який ефективно передає складні ідеї через прості й зрозумілі символи.

Список використаних джерел

- 1.Сергій Квіт. Масові Комунікації.-Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 2008.
2. Ю.М. Білодід, О. П. Поліщук. Основи дизайну: навч. посіб. – Київ: Видавець ПАРАПАН. 2004.
3. Візуальна комунікація. URL: <http://surl.li/qgbiiz>

НАЦІОНАЛЬНІ РИСИ В ОБРАЗОТВОРЕННІ ПРИКРАС В УКРАЇНІ

Олена ХРАМОВА-БАРАНОВА

д.і.н., професор,

завідувач кафедри графічного дизайну, моди та стилю

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Тетяна ХУТКА

ст.викладач ГДМС

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Археологічні розкопки виявляють прикраси трипільської доби, часів скіфів і сарматів, зарубинецької і черняхівської культур. Це – намиста, амулети, обладунки як з кісток, так і з дорогоцінних матеріалів. В аксесуарах відображається світогляд давніх народів. Джерелом натхнення давніх майстрів була природа, образи квітів, листя, дерев, птахів, тварин, що відтворилось в давньому одязі і аксесуарах. Наприклад, віночки з польових квітів і трав, які символізували молодість, чистоту і зв'язок із природою, були невіддільною частиною українського жіночого образу.

Історія створення аксесуарів в Україні тісно пов'язана з народними традиціями, культурою та історичним розвитком регіонів. Вона охоплює широкий спектр предметів, від прикрас і головних уборів до сумок і поясів, які мали як естетичне, так і функціональне значення.

У період Київської Русі прикраси мали не тільки естетичне значення, але й ритуальне. Наприклад, дукачі – традиційні українські прикраси, які часто мали релігійні медальйони або зображення святих, були символами духовного захисту і благословення. Археологічні розкопки свідчать про те, що жінки та чоловіки носили бронзові, срібні та золоті прикраси, такі як браслети, каблучки, сережки, гривні (шийні прикраси), а також фібули (застібки для одягу). Прикраси також відображали соціальний статус.

З часом українське мистецтво прикрас розвивається, продовжуючи поєднувати в собі тисячолітню історію традицій різних культур, які населяли територію України.

У період Гетьманщини аксесуари мали вагомое значення для підкреслення національної ідентичності. Козацька старшина надавала переваги таким аксесуарам: срібні й золоті каблучки, шабельні пояси з прикрасами, обладунки для коня з дорогоцінних металів. Прикраси та аксесуари, пов'язані з образом воїна, використовувалися не тільки як декоративні, але й символічні елементи. Жінки носили намиста з коралів, бурштину та перлів, які підкреслювали статус і естетику українських жінок. Окрім того, характерним елементом того часу були вишиті пояси та різноманітні гудзики з металу. Образ жінки, її краса та роль у суспільстві завжди впливали на створення аксесуарів, оскільки в українській культурі жінка часто асоціюється з багатством родючості, вірністю та силою.

У XIX столітті почалося активне відродження народних традицій, що відобразилось і в аксесуарах. Регіональні відмінності стали більш вираженими. Намиста з коралів, дукачі (великі

медальйони), срібні та золоті прикраси стали популярними в західних регіонах України. У східних регіонах більше уваги приділялося практичним аксесуарам, таким як шкіряні пояси та торбинки. Традиційні вишиті пояси, сумки, прикраси з бісеру (плетіння, намиста) є вираженням національної культури та регіональної різноманітності.

У XX столітті розвиток аксесуарів в Україні проходив у контексті загальноєвропейської моди, але з акцентом на збереження національних традицій. Вишивані пояси, хустки та прикраси продовжували бути невіддільною частиною народного вбрання, особливо у святкові дні.

Сьогодні аксесуари в Україні стали не тільки елементом моди, а й способом підкреслити національну ідентичність. Вироби з природних матеріалів, таких як бурштин, дерево, метал і текстиль, набули нових форм. Особливо популярними є етнічні прикраси, натхненні традиціями різних регіонів України, але виконані за сучасними технологіями. Поряд із традиційними мотивами, з'являються абстрактні форми та інноваційні рішення, натхнення йде з українського авангардизму початку XX ст. У сучасних колекціях аксесуарів часто можна побачити інтерпретацію козацьких мотивів або використання історичних символів для створення прикрас з патріотичним змістом. Багато прикрас, такі як козацькі хрести або медальйони, використовуються для створення символічних аксесуарів, що відображають національну гордість і повагу до історії. Це дозволяє дизайнерам експериментувати з формами та матеріалами, створюючи унікальні образи для прикрас.

Отже, образи в мистецтві створення аксесуарів відображають багатство української культури, історії та природи. Від етнічних мотивів до сучасних форм, вони залишаються важливою частиною української моди, яка поєднує минуле та сучасність.

Список використаних джерел

1. Український народний одяг. Під ред. П. Одарченко, Г. Царинник. Торонто. 1992. 319 с.
2. Національний одяг українців: історія, традиції, символіка URL: <https://28.te.ua/ukrajina-i-mi/138-nacionalnij-odjag-ukrajinciv-istorija-tradiciji-simvolika.html> /
3. Остапенко Н. В., Струмінська Т. В., Колосніченко М. В. Розвиток fashion-індустрії та сучасні завдання у підготовці фахівців галузі. Fashion Industry. 2024. № 3. С. 53–63. URL: <https://doi.org/10.30857/2706-5898.2023.3.3>

УКРАЇНСЬКИЙ АВАНГАРД В ГРАФІЦІ БОРИСА КОСАРЕВА ТА ВАСИЛЯ ЄРМІЛОВА

Тамара Степанівна ХРЕБТО

*викладач-методист, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін
Черкаський державний бизнес-коледж, м. Черкаси*

На підставі матеріалів виставки «Борис Косарев: харківський модернізм 1915-1931», що 2012 року експонувалась в Українському музеї Нью-Йорка, зроблено спробу висвітлити внесок художників харківського авангарду в історію українського мистецтва. Твори Б. Косарева, В. Єрмілова, М. Синякової, у яких визначено пріоритет графіки прикладного характеру, розглянуто в контексті зображальних інновацій XX ст.

Мистецтвознавчий інтерес до українського авангарду не вгасає з часом, тому, що «українське середовище 1920-х перебувало в епіцентрі світових мистецьких тенденцій» [168] Так, графіка художників означеного періоду, в якій простежуються модерністські прийоми, становить джерельну базу в історії формування сучасної мови графічного дизайну. Історик мистецтва Дмитро Горбачов образно характеризував ситуацію, яка склалася в українському мистецтві 1910-1930-х рр., виявив значущість явища на загальному тлі вітчизняної культури та підкреслив

драматичну долю її представників [1] Витоки модерністських проявів в українському образотворчому мистецтві та у творчості художників Харкова, зокрема, проаналізовано в монографії Л. Савицької, де виявлено один з важливих аспектів усебічного дослідження українського авангарду-його регіональні ознаки [3]. Тематичну бібліографію харківського авангарду збагатили праці науковців-харків'ян: Л. Соколик [3], О. Денисенко і М. Сеульського, Т. Павлової і В. Чечик [4], В. Мизгіної, киянки О. Лагутенко [5].

Сучасні наукові дослідження було присвячено загальному аналізу головних образотворчих тенденцій 1920-х-початку 1930-х рр., і ключовим постатям харківського модернізму Василю Єрмілову, Борису Косареву. «Борис Косарев: харківський модернізм 1915-1931». Художні твори й однойменну монографію презентувало київське видавництво «Родовід» в Українському музеї Нью-Йорка 2012 р. [6].

Візуальну основу проекту склала творча спадщина Б. Косарева – 48 одиниць графіки і фотоархів, дбайливо збережені родиною митця. Важливою частиною експозиції стали чотирнадцять акварельних ескізів театральних костюмів, які художник виконав у 1928-1929-х рр. для Харківського Червоно-заводського театру.

У 1920-х рр. розвиток численних прикладних форм графіки логічно пов'язаний з процесом самовизначення цього виду творчості. Збуджений естетикою модерну попит на працю художників-оформлювачів літератури, театральних постановок, громадських інтер'єрів тощо було реалізовано в межах характерного для 1920-х рр. руху «за новий побут».

Талант Б. Косарева, В. Єрмілова «визрівав» у жорстких умовах соціально-економічної перебудови і реалізовувався втіленням насущних щоденних потреб через графіку функціонального призначення – плакат, листівку, ескіз розпису громадського інтер'єру та театралізованого дійства, книжкову й журнальну ілюстрацію тощо.

Образотворчі можливості трафарету, аплікації, колажу, пізніше і фотомонтажу, які відкрили європейські модерністи, відігравали важливу роль у композиційно-пластичних і колористичних формулах прикладної графіки харківських художників. Стилистичне новаторство не було самоціллю, воно є пошуком такого способу вираження, який би яскраво втілював ідею художників

Одночасне використання в рамках графічного ескізу для поліграфічного формату, стенографічного вирішення, монументальних розписів кубістичних, футуристичних, неопримітивістських прийомів подання шрифтів, форм, декору стає своєрідною ознакою харківської прикладної графіки 1920-х рр. Конкретне функціональне призначення графічного твору диктувало характер композиції. Поліваріантність не лише подання, а й прочитання теми авангард наслідує від модерну. Авторські формостилізації харківських художників у намірах створити “новий стиль”, виявляють їхні прагнення до європейського мистецтва минулих епох. Творчий доробок харківських митців, що частково було представлено на виставці, наочно демонструє такі опрацювання.

Інтерпретації готики, її мозаїк і вітражів, відчутні в архітектурних пейзажах і супрематичних композиціях Б. Косарева, ескізах розпису агітпоїзду В. Єрмілова, що складено з геометричних сегментів, у калейдоскопічній рухливості форм у композиціях М. Синякової. вкрай незвично. Художники-модерністи ще на початку ХХ ст. зверталися до образотворчої структури староруської ікони, яка поєднувала образ і текст.

Авангардний рух у Харкові виявився в різних галузях мистецтва. Але саме через зразки прикладної графіки, наймасовішого з його видів, він адаптувався у соціальному середовищі та сформував нові критерії творчості.

Список використаних джерел

1. Веселовска Г. На терезах епохи. *Сучасне мистецтво*. 2009. Вип. 6. С. 165-178.
2. Горбачов Д. Український авангард 1910-1930 років. Альбом. К.: Мистецтво, 1996. 400 с., іл.
3. Соколюк Л. Графіка бойчукістів. Харків -Нью-Йорк: «Березіль», 2002. 224 с., іл.

4. Павлова Т., Чечик В. Борис Косарев: 1920-і роки. Від малярства до теа-кіно-фото. К.: Родовід, 2009. 288 с., іл.
5. Лагутенко О. Українська графіка першої третини ХХ століття. К.: Грані-Т, 2006. 240 с., іл.
6. Мудрак М., Павлова Т., Чечик Т. Борис Косарев. Харківський модернізм 1915-1931. К.: Родовід, 2011. 213 с., іл.

СУЧАСНИЙ ПАТРІОТИЧНИЙ ПЛАКАТ ЯК АРТСУПРОТИВ УКРАЇНСЬКИХ ХУДОЖНИКІВ

Яна ЯЦЕНКО, Ілля ГОРДІЄНКО

студенти групи ГД-24

освітня програма «Графічний дизайн

Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси

*Науковий керівник: викладач-методист, кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри дизайну та соціально-культурних дисциплін Тамара ХРЕБТО
Черкаський державний бізнес-коледж, м. Черкаси*

Усі комунікаційні системи, що існують, можна визначити як мову, оскільки вони служать для встановлення спілкування та зв'язку між окремими людьми. Мова йде про живопис, музику, театр, кіно та взагалі мистецтво, яке є особливою формою візуальної комунікації, а різновид графіки, плакат найяскравіше демонструє взаємозв'язок графіки, формату, живопису, станкового живопису та фотографії. Завдяки їх органічному поєднанню, головні цілі якого залишаються незмінними – візуальний діалог, спілкування з глядачем, активізація думки та дії в реальному часі [1, С.121-126].

Українка Ольга Лагутенко досліджувала плакатний дизайн у контексті графічного дизайну першої третини ХХ століття. Метод простої площини, зумовлений особливостями тогочасної техніки відтворення плакатів, згодом допоміг плакатистам підкреслити особливі художні якості сучасних декоративних кольорових площин і отримав перевагу у плакатистів цього періоду [5, С. 41-72.]

Сьогодні по всьому світу тривають глобальні військові конфлікти, які мають серйозний вплив на життя людей і регіональну стабільність, тому сучасні плакати відіграють ключову роль у показі міжнародній спільноті подій, які розгортаються в Україні від часу російського військового вторгнення. Таким чином, стає нагальною потреба аналізувати творчий внесок українських графіків, художників, чії роботи відображають реакцію на агресію [2]. У сучасних умовах воєнного конфлікту функції плаката еволюціонували, а художники продовжують відтворювати військову дійсність та нову українську реальність через свої твори. Плакат зараз служить не лише як мистецький вияв, а і як засіб для обміну думками, ідеями [4, С. 62-64]. І тому, нашою метою було дослідити особливості сучасного патріотичного плаката та проаналізувати його вплив на формування громадянської позиції, прагнення захистити нашу національну ідентичність. Серед них творчість майстрів графічного мистецтва як: А. Ярмоленка, М. Гончарова, М. Зроблено спробу класифікації та мистецького аналізу сучасних патріотичних плакатів Микити Шилімова та Нікіти Тітова, які у своїх творах демонструють нам своє бачення справжнього образу «руського міра» – образу жаху війни, розрухи, насильства та трансформують глибокі історичні коди ідентичності українського народу в її національній символіці.

Молодий дизайнер та митець, учасник Міжнародного симпозиуму сучасного мистецтва BIRUCHIY contemporary art project Микита Шилімов народився 1992 року в Черкасах. Навчався

в Черкаському державному бізнес-коледжу на кафедрі дизайну та соціально-культурних дисциплін, а у 2017 році закінчив Харківську державну академію дизайну та мистецтв за спеціальністю «Графічний дизайн». Ключові теми, які висвітлює Микита Шилімов, – соціальні, культурні й політичні процеси України та світу

У доробку Микити Шилімова понад сотня плакатів на воєнну тему та інші гострі теми. За часів студентства брав участь у роботі міжнародної резиденції сучасного мистецтва BIRUCHIY. Талановитий дизайнер презентує концепцію творчої виставки «Інтервенція» як проєкт, присвячений вивченню та демонстрації взаємозв'язку між людиною та соціальними потрясіннями, що відбуваються в країні – фактично, інтервенції іншої держави у внутрішній світ окремої особистості та зворотній реакції на це. [3].

Один із прикладів такого спротиву творча креативна діяльність художників України. Саме такими є твори Нікіти Тітова. Найвідоміша його робота – «Передова» – стала символом української боротьби. Народився 1973 року в Йихві Естонія. У 1997 році закінчив Харківський національний педагогічний університет ім. Г. С. Сковороди, отримав спеціальність на художньо-графічному факультеті. Український художник, графік, дизайнер, оформлювач театральних постанов. Автор понад 1000 графічних творів та обкладинок для понад 30 книжок українських письменників.

Патріотичні плакати Нікіти Тітова, що демонструють непохитну відвагу українців, були частиною виставки «Українські плакати воєнного часу». Те, про що кричить серце кожного українця з 24 лютого, харків'янин Нікіта Тітов уміє влучно відтворити на плакаті. Художнику вдається без слів передати цілу історію за допомогою образів. Створює свої роботи він, як правило, під впливом подій, що відбуваються нині в Україні. Усі його роботи мінімалістичні, але наповнені глибоким змістом. Дехто називає їх філософськими. *«Для мене плакати і все, що я роблю, – це власний щоденник, просто фіксація думок, переживань, я дуже рідко готую щось заздалегідь, все відбувається миттєво, як відповідь на ті думки, які мене не відпускають»* [6].

Воєнні плакати – особливий вид інформаційного видання, що використовується для передачі інформації, пов'язаної з військовими конфліктами. Вони можуть служити різним цілям, включаючи мобілізацію, пропаганду, підтримку Збройних Сил або засудженню війни. У контексті сучасних подій, під впливом військової агресії держави-агресора, роль і функції плаката зазнали значних змін. Інформаційні плакати допомагають зберегти історичну пам'ять та стають нашою зброєю на психологічному та інформаційному етапі протистояння.

Список використаних джерел

1. Андрейканіч А. І. Плакат: його види та жанри. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. 2013. Вип. 19 (1). С. 121-126.
2. Асадчева Т. (2022, 16 квітня). Війна очима молоді: у столиці презентують актуальний артпроєкт. Вечірній Київ. URL: <https://vechirniy.kyiv.ua/news/64977/> (дата звернення 12.10.23)
3. Будник А., Гамалія К. Образи «героя» та «ворога» в плакатах періоду війни. URL: <http://demiurge.knukim.edu.ua/article/view/266901> (дата звернення 09.11.23)
4. Гула Є. Роль і розвиток сучасного українського плакату в умовах війни / Є. Гула, А. Трикозенко, І. Масич *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. 62-64.
5. Лагутенко О. Нариси з історії українського дизайну ХХ століття: Збірник статей. За ред. М. І. Яковлева. ПСМ НАМ України. 2012. С. 41-72.
6. Тітов Нікіта, плакатист: з плакатом не можна брехати, треба казати те, що відчуваєш. URL: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/nikita-titov-plakatyst> (дата звернення 30.10.2023).

Комунікаційна мовна культура

THE ROLE OF PROGRAMMING IN CULTURAL HERITAGE PRESERVATION: DIGITALIZATION AND ARCHIVING

Anna ANTONENKO, Matvii KUDINOV

*students of the Department of Computer Engineering and Information Technologies
group 2II-22
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

*Scientific advisor: teacher-methodologist Olena BORYSENKO
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

The world's most valuable cultural monuments are destroyed every day by looting, climate change, tourism and war. In our increasingly digital world, historians try to use technology to not only stop the destruction of these sites and their precious artifacts, but also to save them when irreparable damage has already occurred.

Artificial intelligence

One of the key roles of AI in preserving cultural heritage is its contribution to the digital archiving and restoration of historical artifacts. AI technologies can analyze and improve digital representations of ancient objects like manuscripts, paintings, and sculptures, bringing out details that might otherwise be obscured by age. For instance, AI-powered image recognition can detect and restore faded writing in old manuscripts, making them legible once again. This process not only helps preserve the physical integrity of these artifacts but also makes them accessible to scholars and the public, without causing further deterioration through physical handling.

Beyond enhancing existing images, AI also aids in the creation of highly accurate replicas of cultural treasures. Using 3D modeling and printing techniques, AI can produce precise physical copies of historical objects. These replicas serve multiple purposes, such as education and display in museums, while reducing the need to interact with the original items. This approach minimizes the risk of damaging irreplaceable artifacts while ensuring that they remain accessible to future generations.

Oral traditions are a crucial part of cultural heritage but face the risk of disappearing due to the diminishing number of speakers and the passage of time. Artificial intelligence (AI) offers innovative solutions to help preserve these traditions. Through natural language processing and speech recognition, AI can record, transcribe, and translate oral histories, ensuring that these important narratives are not lost. In addition, AI can analyze these oral traditions, revealing patterns that offer valuable insights into cultural evolution and historical contexts.

However, the use of AI in cultural preservation raises ethical concerns that must be addressed. These include issues like data privacy, algorithmic bias, and the sustainability of AI practices. It is important to ensure that AI technologies are deployed responsibly, with careful attention to the rights of indigenous communities and the control they have over their cultural heritage. Involving these communities in decisions about how their heritage is digitized and shared is essential for ethical AI practices.

AI should complement traditional conservation methods rather than replace them. While AI offers valuable tools for preservation, it is crucial to continue valuing the expertise of conservators, historians, and other professionals who work to protect cultural heritage.

3D sights

3D scanning has had a significant impact on cultural heritage preservation, allowing the creation of accurate digital copies of artifacts, works of art, architectural structures, and sculptural monuments.

It uses specialized software to create detailed 3D images of objects or environments, allowing you to virtually view them from different angles. Thanks to the digital reconstruction of monuments and artifacts in 3D format, it is possible to reliably preserve their digital copies. This ensures accessibility for future generations, helping them better understand cultural heritage and history, even if the original objects are lost.

In Ukraine, during the war, the UNESCO organization together with the Polycam startup started the Backup Ukraine project. With the help of this application, any person, using a smartphone camera and GPS, can quickly record the location of a landmark. The collected data is stored in a cloud-based 3D archive in the form of drawings, which allows the restoration of cultural heritage after the end of the war. Currently, the application has more than 50,000 downloads, and thanks to users, more than 35,000 photos of sights in Ukraine have been created.

Since 2016, the Lviv company Skeiron has been engaged in digitizing architectural monuments and creating their 3D models. Before the outbreak of full-scale war, the company had successfully digitized more than a hundred buildings in four countries, as well as numerous museum collections. With the onset of Russian aggression, Skeiron's efforts intensified, and the company now works closely with local authorities, foundations and architectural studios to digitally protect Ukraine's most valuable landmarks. Among Skeiron's famous projects is the #SaveMariupolHeritage initiative and the creation of a 3D tour of the Mariupol Theater, which was completely destroyed by the Russian occupiers.

Also well-known examples are The "Digital Giza" project was the result of a collaboration between the Harvard Semitic Museum, the EPFL Institute in Switzerland and Cairo University. Using advanced laser scanning technology, they have created highly accurate 3D models of Egyptian landmarks, including the Sphinx and the Great Pyramid on the Giza plateau. The project has assembled a digital library of Giza, with a volume of more than 200 terabytes, which stores extremely detailed data of these historical structures with an accuracy of 1 mm.

The Swedish Pompeii Project is a collaborative research initiative launched in 2000 that explores and preserves the ancient city of Pompeii in Italy. The project actively uses digital technologies to study the archaeological site in detail in order to better understand the life and culture of the prosperous Roman city before its destruction during the eruption of Mount Vesuvius in AD 79.

Virtual Reality

Virtual reality (VR) is becoming a key tool for showcasing art and cultural heritage. It allows museums and institutions to create detailed, immersive simulations of both real and imaginary environments, engaging users' visual, auditory, and tactile senses to present exhibits in lifelike ways. VR-based museums, such as the Museum of Other Realities and Google's Open Heritage, enable users to explore endangered sites like Pompeii, Mesa Verde, and Chichén Itzá in 3D, viewing them as they currently stand or as they might have appeared in the past.

Additionally, organizations like TIME and National Geographic have used VR to recreate historical events, such as the Battle of Dunkirk, and immersive experiences, like Viking culture. These applications offer both action-based and observational experiences, making VR a versatile tool for historical reconstructions and educational exhibits. Researchers emphasize that the success of VR in these contexts depends on its ability to create culturally engaging, immersive experiences that enhance user understanding.

Recent advances in VR accessibility, including affordable smartphone-compatible headsets, have made it easier for museums and cultural institutions to adopt VR, even with limited budgets. Australian archaeologist Simon Young's VR recreation of Roman ruins, viewable through a portable headset, exemplifies how VR enriches visitor experience, allowing people to visualize ancient sites as they were centuries ago. This accessible technology helps museums create

engaging, educational, and explorative opportunities that deepen public appreciation for cultural heritage and history, even for museums that lack physical access to such artifacts.

During the war in Ukraine, the "Cultural Heritage Foundation" and the American tech startup Aspichi Inc., alongside the "Museum Crisis Center" initiative, launched the "Wounded Culture" project. The primary goal is to document the crimes against Ukrainian heritage committed by Russian invaders and use VR technology to showcase Ukrainian culture to the world. The project, implemented at the Okhtyrka Museum, includes a virtual tour that conveys the scale of the museum, its destruction, and the circumstances of the damage, as well as a guided tour with the museum director highlighting key exhibits.

Experts Erik Champion and Mafkereseb Kassahun Bekele note that VR's success in cultural settings lies in its blend of cultural relevance and interactive immersion, which collectively enhance learning and engagement.

References

- 1.Kumar, S. The role of AI in cultural preservation and heritage. *IT Munch*.2021
URL: <https://itmunch.com/the-role-of-ai-in-cultural-preservation-and-heritage/>
- 2.Leslie,S.The Key Role of VR in Preserving Cultural Heritage.*Arts Management & technology laboratory*. 2022
URL:<https://amt-lab.org/blog/2022/4/motivating-usages-of-virtual-reality-in-cultural-heritage>
- 3.Edward M. Corrado and Heather Moulaison Sandy. Digital Preservation for Libraries, Archives, and Museums.2017.402 p.
- 4.Vinay Kukreja, Amitoj Singh, Deepinder Kaur, Jagpuneet Kaur Bajwa.Digital Cultural Heritage.2024.258p.
- 5.Kateryna Kotsiubivska.Cultural heritage preservation and access to digital resources.2020.P.59-68
- 6.Vassilis Pouloupoulos.Digital Technologies and the Role of Data in Cultural Heritage: The Past, the Present, and the Future.2022.P.1-19

REQUIREMENT ANALYSIS FOR A UI/UX DESIGN CAREER

Anastasiia BOIKO

*student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines
group ГД-23
Cherkasy State Business College*

*Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences,
Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

UI/UX design is one of the most popular and in demand-after professions in the IT sector in Ukraine. This is due to the rapid development of digital platforms, web services, and mobile applications that require thoughtful and attractive design to improve the user experience. For those who want to build a career in this field, it is important to understand what kind of specialists are needed in the modern Ukrainian labor market. By analyzing data from articles and real vacancies, you can see both general trends and specific requirements for hard and soft skills.

According to an article on Google, the main hard skills of UI/UX designers are the ability to work with popular design programs such as Figma, Sketch, and Adobe XD, as well as proficiency in Adobe Photoshop and Illustrator [1], [2]. In addition, the ability to prototype, create mockups, master theoretical materials, and test interfaces is important [3]. Preparing to work on UI/UX also includes knowledge of the principles of UX research, analysis of user behavior, and the use of analytical tools to evaluate the effectiveness of the interface [1].

Newcomers are advised to have a portfolio with examples of projects that demonstrate their ability to solve real user problems through design [2].

Based on vacancies on the work.ua website, Ukrainian companies also put forward certain technical requirements for candidates, including knowledge of HTML, CSS, and sometimes basic JavaScript skills [4], [5]. This means that for many employers it is important that designers make small changes to the code themselves or interact better with developers when implementing projects [5]. It is also worth knowing responsive design skills that allow you to create an interface that will display correctly on different devices, such as mobile phones and tablets [4].

When it comes to soft skills, Google articles emphasize the importance of analytical thinking, creativity, attention to detail, and the ability to find innovative solutions [2], [3]. It also requires a high level of empathy, as understanding user needs is key to successful UX design [1]. Teamwork skills, flexibility, and the ability to communicate effectively with other project participants (developers, managers, customers) are important for success [3].

Job postings on work.ua confirm these requirements, and employers also often pay attention to the ability to work in a fast-paced, multitasking environment typical of large companies and startups [4][5]. The ability to manage time and meet deadlines is also an important criterion [5]. This confirms the fact that it is important for UI/UX designers not only to have technical skills, but also to be able to organize work processes effectively.

Comparing the article with a real job posting, we can conclude that the article focuses on conceptual and strategic aspects of work, such as the ability to understand user needs and create valuable solutions [1], [3]. Jobs are focused on more specific skills, such as proficiency in specific software, basic HTML/CSS knowledge, experience in analytics, and the ability to adapt to rapidly changing conditions [4], [5]. This suggests that while theoretical knowledge is important, employers expect candidates to be ready to do real work and have practical experience.

However, some requirements coincide in both articles and job postings, such as knowledge of design tools and understanding of UX research basics, teamwork, and analytical thinking [4]. This indicates that a modern UI/UX designer should be a versatile specialist who combines the skills of an analyst, designer, and sociable person [5].

Therefore, to be a successful UI/UX designer in Ukraine, you need not only to master design tools, but also to constantly improve your analytical and communication skills. This allows you not only to fulfill technical tasks, but also to better understand the needs of users and work effectively in a team, which is an important requirement in the modern labor market.

References

1. What a beginner needs to become a UX/UI designer URL: <https://cases.media/en/article/sho-potribno-pochatkivcyu-shob-stati-ux-ui-dizainerom>
2. UI/UX designer: what you need to know and how to become one URL: <https://goit.global/ua/articles/ui-ux-dyzayner-shcho-maie-vmity-i-iak-nym-staty/>
3. Who is a UI/UX designer? What do they do and how to become one? Career prospects. URL: <https://wizeclub.education/blog/hto-takij-ui-ux-dizajner-chim-zajmayetsya-ta-yak-nim-stati-perspektivi-profesiyi/>
4. Work.ua Дизайнер UX/UI URL: <https://www.work.ua/jobs/5992383/>
5. Work.ua Дизайнер UI/UX URL: <https://www.work.ua/jobs/4997777/>

SOCIAL NETWORKS AS PART OF MODERN SOCIAL CULTURE

Olena BORYSENKO

teacher-methodologist

Cherkasy State Business College, Cherkassy

Oksana MUSTAFA

teacher-methodologist

Cherkasy State Business College, Cherkasy

Modern life is impossible to imagine without social networks: they are criticized, they are tried to be involved in the educational process, various political, religious and fraudulent groups try to use them in their own interests, they are used to promote their products, and so on. Social networks have become a part of our everyday life, a part of our culture, the culture of our society, that is, our social culture.

A.V. Furman and O. Morshchakova define social culture as “ a separate important type, a segment of human culture, which normalizes and values the course of people’s common life, a special form of socialized existence of people...” [1, p.26]. In other words, it reflects the culture of behavior within social networks, forms of messages and their organization, communication and own statements of subjects, that build social relationships, starting from family and friendly ties and ending with random acquaintances and participation in discussing certain issues in completely unfamiliar chat rooms. According to Wikipedia, the first definition of a social network was made by J.A. Barnes in 1954 in his work *Class and Committees in a Norwegian Island Parish* [2].

Modern social networks represent a certain system of various platforms, channels and private chats (which are often also public).

On the one hand, there is a general cultural etiquette to respect the time, personal space of the interlocutor. Wikipedia provides 5 rules of digital etiquette, namely [3]:

- follow the same standards and norms of behavior as in real life. Remember that there are people behind the screens. ...
- address strangers as "you". ...
- do not abuse emojis. ...
- do not use CapsLock. ...

On the other hand, a certain language of social networks was born and is developing, which includes several groups of ways of transmitting information.

The language of social networks and other spheres of human life are interconnected [4]. This is noticeable when discussing certain problems in channel chats, especially now, during the war, in political channels.

Scientists also define social culture as the attitude of people towards each other, the system of statuses, and social institutions [2].

The language of social networks is full of expressions of emotions and personal attitudes towards the information being discussed. There are different expressions of emotional assessment: positive, neutral and emotional [4, p.29].

Various forms are used as ways of expressing one's emotions, such as emoji, small drawings (flowers, toys, household items and images of the surrounding world, etc.), where not only the image itself is important, but also the color of its image. Sometimes we are given a choice of a whole range of colors of the same image in order to more accurately demonstrate our attitude to a particular subject of discussion. As T.M. Nikolaeva notes in her work: According to statistics, the language of social networks has the largest share of negative emotional assessment [4, p. 30]. There is no exact data why this is so, but perhaps because a certain number of people come to social

networks precisely to throw off their bad mood or their bad character traits, or maybe because the lexical units that are used in social networks are usually found in passive vocabulary.

A significant group of vocabulary in social networks are Anglicisms, that is, words borrowed from English. This situation is quite understandable, because the computer itself and everything connected with it came to us from the homeland of the computer - from the USA. But, as often happens, these lexical units have undergone a certain transformation (comp, hiccups, copy paste).

In our fast-paced time, abbreviations are becoming increasingly popular, even from the English language. Such abbreviations begin to live their own life, because they are used not only in social networks. And in everyday life, for example: OMG (Oh, my God!), LOL (Laughing out loud), using the number 4 instead of the preposition for or 2 instead of to and many others.

Having analyzed the above material, we can conclude that the language and rules of behavior in social networks are part of the culture of a modern person. The culture of social networks has a great influence on the general human life, relationships and interaction with each other. Knowing the etiquette of being in social networks, knowing its positive and negative sides helps to provide yourself with safe communication, conditions for self-development through the use of modern social networks. It is very important that being in social networks is safe.

References

1. V. Furman, O. Morshchakova. Sociology of culture. Psychology and society, 2015. №1. P.26-36.
2. Social network. Wikipedia. URL: <http://surl.li/bwpdvx>
3. Basic rules of digital etiquette. Wikipedia. URL: <http://surl.li/eyimyv>

COLORS AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

Daryna VDOVYCHENKO

student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines

group ГД-24

Cherkasy State Business College

Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy

As practice shows, quite often communication with representatives of other linguistic cultures at the individual level is a clash of different worldviews, during which communicants are not aware of cultural differences in views, seeing the world from their own point of view. Recently, scientists have been expressing the opinion of the need for an empathetic approach to the study of languages and cultures, the basis of which is the formation of intercultural consciousness in those who study foreign languages, namely the ability to enter the situation of a representative of another cultural community. First of all, this is about developing the ability to perceive others, to be aware of common features and differences between different cultures [1].

The modern world is a collection of many media sources that surround us, including websites, banners and books, mobile applications, and many more. But sometimes people don't even think that all these media and everything around us has color, which affects our subconscious perception by 60%. This is very relevant today, because many companies are being created with the prospects of reaching the international market, and it is important to understand that with color you can encourage people to interact with you, trust you, or if you use color incorrectly, you can create a dissonance of perception and a person will subconsciously avoid you.

Colour may generate another level of meaning in the mind. The colour symbolism arises from cultural, mythical, historical, religious, political, and linguistic associations. The symbolic meanings of colour words reveal wide-ranging connotations in cultures including positive and negative meanings. While particular colours have been found to be highly preferred regardless of age, racial group, or culture. On the other hand, Colours affect our functioning before we are conscious of it and deliver important messages [2].

Of course, each color has many more shades, and they can mean completely different things, but for now. let's look at more general colors with examples of their use. For example, blue is perceived as the color of majesty, trust, seriousness, globality, new technologies, and security.

Today you can often see these colors used by dentistry, new technology companies, information technology, medicine, often to represent government agencies, and often blue can be seen on the flags of countries and associations. It is interesting to state that light blue has a different perception: sincerity, purity, friendliness, openness, honesty, charity. Examples of such use are Telegram/Skype messengers, designs for charitable foundations.

We perceive yellow as brightness, sincerity, childhood, and carelessness.

It has been studied that red evokes feelings: danger, call to action (often important buttons are red), short duration (possible benefit because we have already made it subconscious that the color of discounts is red), end or prohibition of action (traffic light), love, anger, and shame. Red is also perceived as a call to action and stimulation of the thirst for life, emotions, food (a kind of way to get emotions for a primitive person, especially since many fruits, berries, vegetables, and even meat and drinks can have this color, so it is a direct association).

Black has many meanings and it is important to manipulate it properly: magical, creepy, negative and at the same time a color that denotes: brand identity, elitism and luxury.

But there are colors that can be perceived differently depending on the area in which you will show it, one of these colors is green: the color of ecology, something new (after all, the issue of ecology began to interest people not so long ago), natural as well as trust. Most of these colors can be seen on things related to ecology, and in our society, green or a combination of green and more “majestic” colors are perceived as an object of trust (privatbank, eco-bank). But, for example, in North America, it is still associated with: luck, clover, finance (dollars), casino (the sum of all the previous ones).

Another color with an ambiguous perception is white, which is perceived as purity and transparency. But in Asian countries, funeral ceremonies are held in white, so for them this color can be sadder and “farewell”.

In conclusion, color is a powerful and often overlooked aspect of intercultural communication. While some color associations are universal, such as white for purity and black for mourning, many others are culturally specific. Misunderstandings can arise when these differences are not acknowledged. To effectively communicate across cultures, it is essential to be mindful of color symbolism and to adapt color choices accordingly. By understanding the cultural nuances of color, we can enhance cross-cultural interactions and avoid unintended consequences.

References

1. Іванова І. Засвоєння комунікативних моделей поведінки у процесі співвивчення мов і культур як основа розвитку полікультурної особистості. Психолого-педагогічні науки. 2013. № 3. С. 107–110.
2. Cross-Cultural Emotion and Symbolic Meanings of Color URL: <https://international.binus.ac.id/graphic-design/2022/02/02/cross-cultural-emotion-and-symbolic-meanings-of-color/>
3. Color culture URL: https://eriksen.com/marketing/color_culture/

INSIGHT INTO CURRENT TRENDS IN GRAPHIC DESIGN

Anhelina VIIETSKA

student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines

group ГД-23

Cherkasy State Business College

Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy

The graphic design industry is developing rapidly, adapting to constantly advancing technologies and user preferences. With such rapid development, design opens up more and more opportunities and space for innovation and creative ideas.

For designers who want to create high-quality and profitable design, it is important to know the current trends in graphic design that are constantly changing. A list of popular trends has been created that will be useful for designers who want to develop and keep the pace. In this publication we will consider some of them.

The use of neon colors and geometric shapes has gained popularity in the world. Neon colors are more effective than regular colors because they attract attention better, especially in the dark. Most often, such colors are used in the manufacture of outdoor signs for various establishments, elements of special clothing, signs, etc. To create a high-quality product, you need to be able to use neon colors and their shades carefully, because if there are a large number of different colors in the composition, it will disorient and cause discomfort to the viewer. Every color has its own psychological meaning, and neon colors are no exception. The correct use of colors and understanding of their meanings guarantees the creation of a unique product. The use of geometric shapes in design is a good way to create an interesting composition and additional elements for graphic design in the form of a pattern, etc.

Minimalism is a trend that will always be in demand in design and will never go out of style. Projects made in a minimalist style always look clean and laconic, each element of such design has its own role that reveals the essence of the project without unnecessary explanations or elements. In this style, a limited number of colors are usually used to focus a person more on typographic information than on design elements, so it allows designers to clearly convey the messages that are embedded in the project.

Recently, it has become popular to use pixel drawings. Tiny squares that used to be seen only in retro games are now used in many designs of famous brands, for illustrations, animations, etc. Using this trend gives the project a combination of modernity and nostalgia of the past. Modern pixels can be depicted not only in the form of small squares, but also combined into large blocks.

The next trend is utilitarian design, which is becoming increasingly popular with the development of digital technologies. This design is aimed at simplifying elements and improving usability and functionality. Most of the life of modern people is spent online, so it is important that the design is minimalistic, clear, easy to use and easy to understand information content.

In order to create an unusual and interesting design, you can use another modern trend - the creation of linear drawings by hand by the designer himself, the so-called doodles. The use of this style in design gives it the presence of elements of human personality and character. This style can be used anywhere on printed materials, in the online space, in outdoor advertising, etc. This design embodies cheerful notes of playfulness, ease, creativity and a piece of the designer who created this drawing.

A trend that includes harmony with nature and ecological design has become quite popular. This style is characterized by natural colors and shapes, mostly floral. Also, only natural materials are used for this design. This trend inspires many people because it gives a sense of harmony with nature and tranquillity, which is sometimes lacking in a world full of bright colors, emotions and information.

So, to be able to develop cool designs that will be popular and develop your abilities, you need to follow the trends in design that are constantly changing. Trends determine the direction in which design will develop and how our visual environment will change and transform.

References

1. Ці тренди 2024 року має знати кожен графічний дизайнер. URL: <https://genius.space/lab/tsi-trendi-2024-roku-maye-znati-kozhen-grafichnij-dizajner/>
2. Тренди у графічному дизайні 2024. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/trendy-u-grafichnomu-dyzajni-2024.html>
3. Як використовувати неонові кольори: поради з дизайну та коди відтінків URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/neonovi-kolory.html>

THE POWER OF MINIMALISM: WHY LESS IS MORE

Sofia VOVNENKO

*student of the Department of Design
and Socio-Cultural Disciplines*

Cherkasy State Business-College, Ukraine

Scientific supervisor: teacher-methodologist Oksana MUSTAFA

Cherkasy State Business-College, Ukraine

Today, there are many different styles of design, especially interior design. For example: classic, traditional, modern, loft, maximalism and its opposite, minimalism, which is our topic today. A lot of people have a misconception about minimalism. Some believe that the interior made with the help of minimalism is completely empty, non-functional and not cozy. Of course, everyone has different opinions and visions, but I can firmly say that minimalism is about a simple but at the same time very high-quality design.

I want to start with that, the style of minimalism in the interior is a design that is characterized by restraint and strictness in design. It is mainly achieved through the use of functional interior items, geometric shapes and a combination of two basic colors. When designing a room, it is very important to correctly divide the space. Technical materials are widely used for interior decoration. They are usually compact, black or gray in color and have strict geometric shapes [1].

Many people choose to make their interior in the style of Japanese and Scandinavian minimalism, because this is one of the ways to rationally use the available square meters [2].

Here are the main distinctive features of this direction:

1. Interior design in the style of modern minimalism requires a lot of space.
2. Large windows are necessary in order to fill the room with a sufficient amount of light.
3. Colors are used in a limited palette.
4. Horizontal or vertical blinds are used instead of curtains.

Modern minimalism as an interior style is based on the concepts of constructivism and functionalism [3].

Constructivism - strictness and geometricism.

Functionalism - when the external form corresponds to the function of the object.

Real minimalist interiors use natural, often untreated materials, such as stone, wood, leather, and fabric. Metal is also used. The ceilings have no structure and are simply painted. One-tone wallpaper without a pattern can be used. The floors are covered with laminate, parquet or ceramic granite, without patterns and decor.

Of course, there are some advantages and disadvantages of minimalism. Minimalism is in many ways a lifestyle, so you will have to make a lot of changes: give up the habit of impulsive purchases, get rid of many cute but unnecessary things, and the biggest drawback is that you spend a lot of money on minimalist and functional things [3].

But the biggest advantage is that you will get a clean and light space that will give you a unique feeling of freedom and peace, comfort from using beautiful, high-quality and useful things.

Summarizing, I can say that minimalism is one of the most modern and comfortable interior styles, which, in my opinion, suits almost everyone. Also, minimalism will help to organize personal space and work atmosphere.

References

1. <https://designtalk.club/dyzajn-inter-yeru-shho-take-minimalizm-i-jogo-11-golovnyh-harakterystyk-foto/>
2. https://www.mebelvdom.ua/uk/news/menshe-znachit-bolshe-chno-takoe-minimalizm?srsrtid=AfmBOor4Wq_AL2bk-8Zx8i3BWKb7F-u72i3KgcZAJjDg04eTVLbIIcGo
3. <https://novyiprostir.com/news-12-Maksimalizm-v-dizaine-interera-osobennosti-i-otlichiya.html>

DARK SOULS 1: CRITICAL GAME DESIGN ANALYSIS

Gleb VOLODIN

*student of the Department of Computer Engineering and Information Technologies
group 1KI-24
Cherkasy State Business College*

Scientific supervisor: Iryna IVANOVA,

*PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

Dark Souls 1 is a great example of skilled game design, where every detail works to create a unique experience for the player. I especially want to point out the level design, narrative design, and sound design in this project.

Level Design. The level design in Dark Souls 1 creates a seamless world where locations are naturally connected and logically related. Players slowly discover how areas are linked, giving a feeling of unity and consistency. This makes the game world feel almost real, like a maze, where every journey could lead to surprising paths and new challenges.

Narrative Design. The narrative in Dark Souls 1 is shown through the environment and item descriptions, allowing players to uncover the story on their own. The game has very few dialogues and focuses on hints and small details in the world that reveal the past and conflicts. Each location and visual element sets a certain mood, creating a sense of decay and constant danger.

Sound Design. The sound design in Dark Souls completes the atmosphere through contrasts between silence and music. The soundtrack during boss battles is highly emotional and intense, making these moments unforgettable. In quieter areas, silence or minimal sounds help players immerse themselves in the game world, increasing the emotional effect of key scenes.

These elements create a unique experience where the game's difficulty and mystery draw the player in, encouraging deep exploration of both the world and their own reactions to challenges.

Dark Souls 1 is an example of critical design, a method that focuses on rethinking game mechanics and narrative to offer a new perspective on traditional ideas.

Hidetaka Miyazaki, the game's main designer, first developed the gameplay mechanics and then built the world around them. This connects gameplay elements to the game's themes, allowing players to feel themes of hopelessness and moral dilemmas typical of critical design.

Dark Souls explores themes of hopelessness, cycles, and fate. The player faces the idea that their actions may not matter on a large scale, making them think about the meaning of struggle and purpose in the game's world.

The game encourages self-reflection through its mechanics of punishment and reward. Each death is not just a failure but part of the learning process, where the player improves by learning from mistakes. This approach turns gameplay into a reflective experience.

In this way, Dark Souls 1 is not just a game but an exploration of philosophical and emotional ideas through gameplay and storytelling. It challenged traditional views of game design and became a groundbreaking example for many future projects.

GENSHIN IMPACT: CRITICAL GAME DESIGN ANALYSIS

Valentyna VOROBYOVA

*student of the Department of Computer Engineering and Information Technologies
group IKI-24
Cherkasy State Business College*

*Scientific supervisor: Iryna IVANOVA,
PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

Critical Design explores not just how the game works, but why it works the way it does and its broader consequences for players and society. Games are powerful tools that can influence players' thoughts, emotions, and behaviors. By critically analyzing games, we can better understand how they shape our perceptions of the world and how they can be used to promote positive or negative messages.

The analysis offered in our publication is devoted to one of the most popular games, Genshin Impact. The game seems fascinating because of its open world, vivid graphics, interesting and unique characters, interesting story and world, game mechanics and gameplay features. In our investigation, we have focused on three main aspects, i.e. Main Idea & Value, Player Competition and Main Problems. Let us have a closer look at every aspect.

Main Idea & Value. A visually stunning open-world RPG combining exploration, elemental combat, and a rich story. Its free-to-play with high production quality model and cross-platform (mobile, PC, console) and accessibility make it widely appealing. Anime-inspired art and cultural diversity in its world building.

Core Experience includes exploration that means open-world discovery with puzzles and rewards; combat, i.e. strategic elemental combos and team building as well as story with engaging characters and lore-rich quests.

Player Competition. Character Collection: Players compete to unlock and max out rare 5-star characters through Gacha.

Spiral Abyss: A skill-based challenge for top performance and bragging rights.

Artifact RNG: Grinding for perfect artifact stats creates rivalry.

Community Showcases: Co-op play and online forums fuel comparisons of builds and progress.

Events: Seasonal rankings encourage friendly competition for exclusive rewards.

Main Problems.

Monetization: Gacha system pressures spending and disadvantages free-to-play players. Slow resource progression encourages spending, disadvantaging free-to-play users.

Repetitive Content: Farming and dailies can feel monotonous, with limited endgame. Limited endgame content for long-term players.

Slow Updates: Delayed story content affects player engagement.

Ethical Concerns: Gacha exploits and there exists potential oversimplification of cultural elements.

Conclusion. Genshin Impact succeeds by blending stunning visuals, strategic gameplay, and an accessible free-to-play model that appeals to a global audience. Its core strengths lie in exploration, elemental combat, and engaging storytelling, supported by a vibrant community-driven competition. However, its reliance on Gacha monetization, repetitive content and slow updates pose challenges to long-term player retention. Addressing these issues could further solidify its position as a leader in the RPG genre.

EVOLUTION OF VIVIENNE WESTWOOD'S FASHION LEGACY

Vladyslava HLINSKA

*student of the Department of Design
and Socio-Cultural Disciplines*

Cherkasy State Business-College, Ukraine

Scientific supervisor: teacher-methodologist Oksana MUSTAFA

Cherkasy State Business-College, Ukraine

Vivienne Westwood and Malcolm McLaren's long-running revolution in the fashion world commenced at 430 King's Road, Chelsea, London. It was originally a small boutique, which grew to become the birthplace of punk and post-punk fashion. Westwood and McLaren's approach was not about following these fashion trends but was based on a rebellion and a sense of reverence, mostly for the 1950s aesthetic. With this, they positioned themselves to disrupt and re-imagine the future of British fashion for years to come.[1]

In 1971 a boutique, Let it Rock, was opened, which was devoted to 1950s fashion, music, and other memorabilia depicting the "Teddy Boy" look. The shop was subject to change according to the fashion cycles, which were the same as the changes in Westwood and McLaren's interests. It was in 1972, when the store was renamed to Too Fast to Live, Too Young to Die, that the shift towards a more provocative and rebellious brand occurred – biker gear, zippers, and leather were introduced to the mix.[3]

With the challenges of societal stereotypes came the t-shirts that showcased outrageous words. The act drew the law's attention due to the 1959 Obscene Publications Act, however, they did not hide; they pushed the confrontational aesthetics further. There was yet another re-branding, but this time the name of the shop was Sex, and they started designing even more radical approaches. In 1974, the shop slogan was 'rubberwear for the office', suggesting ordinary clothing which had connections with sexuality right into everyday life and disregarding fashion norms.

1976 is the year that turned the tide as to the rebranding of the shop to Seditonaries fit a trend, and bondage oriented garments blended exotic sex fetishism to fashion. The straps and zips which were the basis of the designs of Westwood and McLaren, fitted well to the growing in popularity punk rock movement across the United Kingdom. Their shop became a Mecca for the Sex Pistols for, in its great single "God Save the Queen", there was a cry of punk's war against the mainstream. This change made 430 King's Road a landmark of anti-establishment culture and it gave mass media a reason to label this chaotic stylistic period "punk rock".[1]

But the mainstream uptake of punk culture, together with the disintegration of the band Sex Pistols, made Westwood feel rather aloof. By the year 1980, she had reinvented the shop into Worlds End, and it is with such a name to this day. This makeover provided a shift in her career from offensive punk to innovative fashion designer with a sense for historical revamping. *Although the brand was developed in 1980, the design was maintained and restored in 2017 and shows*

Westwood's integral impact on the fashion industry. This praise goes even to the newest stores: World's end still looks the way she has designed it back in 1980. [3]

The Pirate collection was another landmark in Westwood's career. It was after the collaboration with McLaren for the 1981 show that the communities recognized Westwood as the designer she was. This collection was extremely special in that it was her first official catwalk show and a new theme was introduced focusing on a romanticised view of history with looks inspired by buccaneers and Indian patterns. Besides the invention of loose silhouettes and asymmetrical necklines which were totally out of fashion in the mid 80s when clothes were form-fitting, it is also clear that she abandoned the confining rules of fashion of that time period. Copenhagen was a tight-arse period of fashion, which is how she explained a time period of when Westwood's baggy Pirate trousers were a time of fashion and culture.

It is also not coincidental that she drew on the characteristics of historical costumes in her work as it is the fusion of the old with the new and the use of the ideas from the previous eras that has always been the driving force behind any stylist. She was able to interpret the contextual materials in a way that allowed for the active creation of complexly layered garments. Back in the days, dresses consisting of rectangular elements were popular and she was captivated by their aesthetics, incorporating the style in small portions until she was ready to fashion the entire garment. The very idea of stealing history the way it was conveyed in the Pirate collection shaped the macronarrative that comprehensively established her image as a "thief" of history.[2]

Following the success of Pirate, another collection well-known among fans of Westwood has motivated her to seek for more heterogeneous historical/global inspirations. Her Savage collection (SS 1982) provides such an account saying that she did Japanese figures with flat cutting practicing in dynamic forms of garments in relation body. Moreover, this collection included cut-out sleeve and altered inner lining inspired by the works of Matisse and Picasso as she has voiced the way how she envisaged, culture and other arts can interact with her creative endeavors. In Buffalo Girls (Autumn-Winter 1982-83) she sought to emphasise a more raw interpretation of Peruvian culture by recreating the Andean woman's layered garments, using earthy colours and sheepskin, adapting undergarments as outerwear. By describing various cultural aesthetics within her works, her active pursuit of various forms allowed her to apply unorthodox materials and techniques and integrate her fashion perspective in a wider context of fashion multiculturalism.

The combining of opposites and conflicting worlds by Westwood was continued in her Punkature collection in Spring-Summer 1983, which depicted a merging of punk and high fashion with torn fabrics and hand-stitched details. Taking cues from the dismal dystopia of Blade Runner and the emptiness of the desert landscape, this collection included dead stock materials and created buttons out of old tires and trash. This period marked her shift from simply rejecting fashion norms to thoughtfully reconstructing them, using resourcefulness as a primary design strategy.[2]

One of Westwood's most iconic contributions to fashion was the Mini-Crini, introduced in her 1985 collection. This innovative piece merged the Victorian crinoline with the modern mini-skirt, creating a bell-like shape that celebrated the sensuality of the female form. The Mini-Crini was not only a nod to Victorian style but also a bold statement against the oversized, masculine silhouettes that dominated 1980s fashion. This design embodied Westwood's dedication to challenging gender norms and re-envisioning historical fashion with a contemporary edge.

The corset, another historical garment that Westwood popularized as outerwear, became a staple in her collections. Initially introduced in the punk era as fetish wear, the corset evolved into an emblem of her couture line in the late 1980s. Her Harris Tweed collection (Autumn-Winter 1987-88) featured the corset as refined daywear, merging past and present in an unprecedented manner. By reclaiming the corset, she turned an emblem of female constraint into a symbol of empowerment and defiance, encapsulating her complex relationship with historical attire.

Westwood's enduring legacy lies in her ability to reinterpret and repurpose historical aesthetics with a sense of irony and depth. Her collections were not simply nostalgic but served as critiques of contemporary society, political structures, and cultural taboos. At 430 King's Road, her boutique has remained a constant reminder of her daring and transformative approach, continuing to inspire new generations of designers and fashion enthusiasts alike.

References:

1. Westwood world: “The story so far” URL: [The Story so Far | Vivienne Westwood®](#)
2. Vivienne Westwood: a taste for the past URL: [Vivienne Westwood: a taste for the past V&A](#)
3. Encyclopædia Britannica. Vivienne Westwood. URL: [Rei Kawakubo | Biography, Fashion, Clothes, Collections, & Facts | Britannica](#)

DESIGN AND PSYCHOLOGY.INFLUENCE ON THE EMOTIONAL STATE

Stanislava HOLETS
student from State Business-Collage,
Ukraine Cherkasy

Scientific supervisor:teacher-methodologist Oksana MUSTAFA

Do you feel anxious in the red room? Why does a triangle seem evil to us, and a circle good?Why do offices use cold light? Today we will find answers to these and other questions. In fact, colors are not just paints, the shapes in the logos of brands are not chosen by chance, lines, objects - everything that surrounds us evokes certain emotions in us.

Colors

Color is one of the main aspects of design. Each color can use different emotions depending on the context, situation, region and the person himself.

- Blue is the color of trust, loyalty, professionalism and security. It is often used by financial, technology and healthcare companies such as Chase, IBM and Pfizer.
- Red is the color of passion, energy, power and action. It is often used by food, sports and entertainment brands such as Coca-Cola, Nike and Netflix.
- Green is the color of nature, growth, health and ecology. It is often used by organic, educational and social enterprises such as Whole Foods, Khan Academy and Greenpeace.
- Yellow is the color of joy, optimism, light and warmth. It is often used by children's, creative and innovative companies such as Lego, Snapchat and IKEA.
- Black is the color of elegance, luxury, solidity and mystery. It is often used by fashion, premium and artistic companies such as Chanel, Apple and Rolls-Royce.

Forms

Our brain has the ability to recognize patterns and associations based on the shapes we see. As a result, different shapes evoke different emotions and thoughts in us, so shapes are of great importance in design. Imagine a circle or a sphere. Obviously, this is something that will not harm you.Something smooth and soft, something friendly. At the same time, sharp corners cause concern and anxiety in a person. Squares and rectangles are associated with stability and order. It is because of this that designers choose the shape of the logo depending on which category of people the product is intended for.

Lighting

The quality of lighting, brightness and color also have their influence. Warm bright lighting creates a cozy atmosphere. Such lighting is usually found in residential buildings. But thanks to the bright white light, you will feel more energetic.

Cold lighting is often used in offices to increase the productivity of employees. If the windows of your room overlook the sunny side, it is better to choose cold lighting for this. And if the windows overlook the shadow side, choose warm lighting

So, it turns out that color, shape and many other factors can significantly affect the emotional state and behavior of a person.

References

1. <https://ux.pub/vio/kolorova-psikhologhiia-v-dizaini-intierfieisu-ta-briendinghu-220c>

THE ANALYSIS OF LIGHT PATTERNS AND THE USE OF LIGHT IN KEHINDE WILEY'S PAINTINGS

Illia HORDIIENKO

*student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines
group ГД-24*

Cherkasy State Business College

*Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

Introduction. Kehinde Wiley is an American portrait painter specializing in the juxtaposition of traditional painting styles with contemporary cultural references. His paintings are notable for their complex compositions, colourful ornamentation and highly designed light usage. By marrying classical poses and compositions of European art with modern themes, Wiley paints works that feel like they possess both depth and relevance. In Wiley's paintings, light is often used to illuminate the subjects, but it can also create an atmosphere and reveal symbolism or hidden meaning; this allows him to recontextualize portraiture traditions.

Portrait of Barack Obama, 2018

Wiley uses diffused, soft lighting in this signature work. Lighting design: No sources are clearly defined- gives the effect of natural light. In this way, there are no strong shadows and Barack Obama's face and suit are evenly lit, emphasizing the detailed representation of the subject as well as good posture. Simile: The neutral lighting centred an atmosphere of peace and balance that relates to Titian or Raphael, where light is a tool to create equilibrium.

Saint John the Baptist in the Wilderness, 2013

The dramatic lighting echoed Baroque style turns up in this painting too, as Wiley uses it to head-lined the gaze of a black figure – now an idealized image of swagger and power. Lighting style – Overhead (high angle) and directional lighting (high contrast), creating very strong shadows over most of the face and body of Saint John. The scheme amplifies the light/darkness contrast and you can see a major visual scaffold of our key player that is visible against the vivid exotic decor. Symbolism: Shadows representing inner turmoil, and bright light highlighting enlightenment and spiritual truths.

The interplay of bright and dark is reminiscent of Caravaggio paintings like “Saint Matthew and the Angel” but Wiley's decorative backdrop brings a modern sensibility.

Judith and Holofernes, 2012

It represents the retelling of a classic biblical story, but with a modern context. Light: In Judith's face, soft unfocused and diffuse light plus hard directional lighting for the rest of the scene. Effect: With the light focused on Judith, this becomes the focus for our vision. Judging from her face, she seems to be winning. By contrast, half hidden in darkness stands the figure of Holofernes with its longing eyes. Analogy: Although this work differs from Gentileschi's “Judith Slaying Holofernes” in that this effect applies light to many other contrastingly diverse purposes. While the darks and lights of the work reveal the characters' inner life and their relationships to each other, Wiley uses it more simply to render them compelling.

Conclusion. The light orientations in Kehinde Wiley's works are a perfect blend of classical exotic with a contemporary touch. Thus, the light on “Portrait of Barack Obama” could make people feel quiet and balanced; light on “Saint John the Baptist in the Wilderness” heightens drama and offers symbols; however, when light hits “Judith and Holofernes” it becomes a source of power as well as emotional tension. Through light, Wiley not only highlights his subjects but also draws on both traditional and modern history in crafting a unique history-cultural work.

SOCIAL NETWORKS AS AN INNOVATIVE APPROACH TO TEACHING FOREIGN LANGUAGE

*Svitlana DMYTRYUK, teacher
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

In the context of modern distance learning, there is a need to modify methods and approaches to teaching and learning foreign languages, particularly English. One of the innovative approaches to organizing English language learning can be the use of social networks. Platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, and YouTube complement traditional educational resources like electronic textbooks, video materials, online simulators, and educational applications. Thanks to their interactive environment, social networks helps create dynamic conditions for practicing language skills, boosts student motivation, and contributes to more effective learning of the material.

The issue of using social networks as a means of teaching has been the focus of scientific studies by numerous Ukrainian and international scholars. Development of social networking sites has been studied by S. Bhagwat, D. Boyd, N. Ellison, A. Goutam. The structure, characteristics and the use of social media in language teaching and learning was in the scientific focus of V. Donii, U. Dogan, M. Fauzi, E. Ilchinskaia, I. Istifici, I. Karpa, M. Karpushina, O. Krekoten, G. Lord, L. Lomicka, and others.

The aim of the research is to highlight the peculiarities of social networks and to analyze the possibilities of using them in the process of teaching English.

O. Tishkova defines social networks as structures that unite individuals or organizations for exchanging information through modern technologies [3]. S. Ivashnova views them as platforms for organizing and supporting social contacts and data exchange, while B. Vakhula defines a social network as a means for remote interaction among people with the purpose of exchanging information on a clearly defined topic. Based on the definitions provided above, the main characteristics of social media such as social structure, information exchange, and relevance in today's information society can be identified. Considering these features as factors that promote active interaction among participants in the information and communication environment, modern educators incorporate social media into the educational process, especially when teaching foreign languages [1].

Social networks, which are in the focus of many researchers, are Lang-8, Landed, SharedTalk, MyLanguageExchange, InterPals, YouTube, Facebook, and Instagram. Some of them are considered in our study.

SharedTalk provides the opportunity to learn different foreign languages through a mutual help principle. A student communicates with a native speaker of a foreign language, helping them learn their native language.

Lang-8 organizes communication with native speakers on a mutual help basis for learning foreign languages, and also offers useful practice for spelling correction by native speakers. A disadvantage of this social network is the lack of opportunities for oral communication, although this can easily be solved by establishing connections with foreigners outside of "Lang-8." A positive aspect is that the work is reviewed not by a teacher but by native speakers, which increases interest in the subject and motivates students to learn.

MyLanguageExchange is a world-famous messaging service that involves people from all corners of the globe, built on the so-called "language exchange" principle. The platform offers the opportunity to select suitable conversation partners. Unlike "Lang-8," it allows to practice both spoken and written language. The service also includes word games and interesting reading material in its library [1].

Interpals.net allows users to find a language partner for joint language learning and knowledge exchange, as well as the option to select friends from specific countries.

Langled includes materials, audio, and video lessons for learning English, and provides communication opportunities between students from different countries.

On YouTube, users are offered engaging and diverse content, including full courses on learning foreign languages, video tutorials explaining grammar, thematic vocabulary practice, songs, slang, and more.

Using Instagram, a teacher can create a unique foreign language environment. For example, by viewing posts with vocabulary explanations, meaningful images, and texts students can remember information more quickly due to the effect of clip thinking [1]. Posts with short videos enhance listening comprehension and improve pronunciation. Engaging students in actively commenting on posts promotes the development of foreign language communication skills. Students can be offered tasks in stories, such as posting the correct answer to given questions, conducting polls, or demonstrating a specific language skill. Typically, this type of task is well-received by learners as it is simple yet engaging, significantly boosting interest in the subject.

Using Facebook, students can be engaged in information analysis and improve their communication skills. Facebook is suitable not only for sharing educational materials, audio and video files, and presentations but also for creating original content. Communicating in a foreign language on an informal level can help engage students during practical classes. This is because students may sometimes express themselves more actively on social media than in real-life communication.

TikTok is becoming increasingly popular nowadays. The main idea of TikTok is to create short videos, often accompanied by music. Students can be encouraged to produce video content that demonstrates their understanding of the topic being studied. The results can be discussed offline or by commenting on the videos. Teachers can also participate in creating content by using an entertaining format to explain key points of the topic, which helps improve retention, or by clarifying word meanings and demonstrating their pronunciation [1].

The role of the teacher changes when social media is used in the educational process. The teacher not only performs teaching and monitoring functions but also becomes an equal participant in network interactions. A teacher should be an active user of social media, acting as an advisor, researcher, and mentor. Using social media as a tool for teaching foreign languages also helps establish interpersonal connections, reduce the distance between teachers and students, and create a positive atmosphere for communication.

The key didactic characteristics of social media platforms such as Lang-8, MyLanguageExchange, InterPals, and YouTube include the development of speaking and writing skills, improvement of spelling and punctuation abilities, enhancement of grammatical knowledge, and broadening of horizons. The use of social networks like Instagram, Facebook, and TikTok serves as an effective supplementary tool for learning foreign languages, activating the learning process, and motivating students to study foreign languages.

References

1. Бужиков Р., Доній В. Соціальні мережі як сучасний інструмент навчання іноземної мови. *Сучасні дослідження з іноземної філології*. 2021. Т.19, №1. С. 202-210.
2. Івашньова С. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті. *Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки*. 2012. № 2. С. 15–17.
3. Тишкова О. Соціальні мережі як виклик сучасності в освітньому середовищі. *Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія*. 2014. Вип. 34. С. 63–72.
4. Bhagwat S., Goutam A.. Development of Social Networking Sites and Their Role in Business with Special Reference to Facebook. *IOSR Journal of Business and Management*. 2013 Issue 5. P. 15-28.
5. Boyd D., Ellison N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2007. 13(1).

6. Istifci I., Dogan U. A Review of research on the use of social media in language teaching and learning. *Journal of Educational Technology and Online Learning*. 2021. 4(3). P. 475-488.
7. Lomicka L. Lord G. Social Networking and Language Learning. *The Routledge Handbook of Language Learning and Technology*. Routledge, 2016. P. 23-34.
8. Sotska H., Paziura N., Trynus O. The use of social networks in the process of learning English as a second language. *Information Technologies and Learning Tools*. 2018. Vol 63. P. 242-250.

MEME AS A PHENOMENON OF MODERN ART

Ruf KORNIIENKO

*student of the Department of Economics, Management and Administration
group OA-23
Cherkasy State Business College*

*Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

What is a meme, and why has it become a cultural phenomenon?

A meme (from the Greek “mimema – something imitated) is an element of culture, an idea, or a piece of information transmitted between people, most often through imitation. In a modern context, memes are predominantly associated with visual or textual content shared on the internet and social media platforms [1].

The term “meme” was first introduced by Richard Dawkins in his book *The Selfish Gene* (1976) to describe the mechanism of cultural information transmission.

Why are memes so popular?

- Memes combine text with images, making them easy to understand and effective at communicating emotions or information quickly.
- They adapt to context, preserving a recognizable idea. A single template can serve for humor, critique, or social commentary.
- Memes form a new language where images, fonts, and colors symbolize ideas or events. For example, characters from famous memes evoke instant associations [2].

Characteristics that contribute to meme popularity:

1. Simplicity and universality
2. Adaptability
3. Visual language

How do memes affect society?

Memes are inherently viral. Social networks enable them to rapidly draw attention to events, ideas, or movements, bypassing traditional media channels.

- Memes satirize politicians, highlight social phenomena, or emphasize pressing issues. For instance, the meme “This is fine” (a dog in a burning room) ironically depicts indifference to crisis situations.
- Memes mobilize people during protests or crises by quickly conveying ideas and emotions, becoming tools against propaganda or repression.

Example:

During the Hong Kong protests (2019–2020), memes were used to criticize the Chinese government. The popular image of Winnie-the-Pooh mocked the country’s leader [3][4].

Methods of influence:

1. Rapid dissemination
2. Shaping public opinion
3. Promoting civic activism

How is a meme a mirror of culture?

Memes address social issues such as gender stereotypes, inequality, and environmental concerns, helping society analyze itself. Therefore, they can be considered tools of critique.

Using humor, memes dismantle official narratives, making them accessible to a broad audience and deconstructing propaganda.

Memes create cultural codes that foster a sense of connection among people, even across different parts of the world, promoting unity.

Can a meme be considered a form of art?

Arguments in favor:

- Creativity: Creating memes requires creative thinking and skillful work with text and visuals.

- Interaction with culture: Like pop art, memes reinterpret popular images in new contexts.

- Emotional impact: Memes can evoke laughter, provoke thought, or change opinions.

Arguments against:

- Ephemerality: Memes often lose relevance quickly.

- Lack of originality: Most memes are adaptations of existing templates.

- Simplification: They cater to a mass audience and do not always carry profound meaning.

Examples of iconic memes

1. “Get out of here, robber!”

Origin: This phrase was uttered by President Volodymyr Zelenskyy during his visit to Mykolaiv in 2020, addressing a regional council deputy accused of corruption.

Popularity: It became a symbol of categorical disagreement and quickly spread as a reaction in social networks.

2. “Russian warship, go...”

Origin: The response of Ukrainian border guards on Snake Island to a Russian warship at the beginning of the 2022 war.

Popularity: It became a symbol of Ukrainian resilience and defiance.

3. “It’s a fiasco, bro!”

Origin: A phrase from a video where a Ukrainian jokes about a friend’s failure.

Popularity: It is used to describe failures, often with irony or sympathy [5].

Memes are more than just a form of entertainment. They are powerful socio-cultural tools capable of influencing public opinion, shaping collective moods, and even altering realities. Their combination of simplicity, adaptability, and creativity makes them a universal language of modernity, bridging the gap between communication and art.

References

1. Denysyuk, Zhanna Zaharivna. Internet memes as a means of post-folklore communication. *Bulletin of the National Academy of Cultural and Arts Management* 2 (2017): 29-35.
2. Holubova, A. R., and T. A. Semilet. Memes as a cultural phenomenon. *Culture and Text* 3 (30) (2017): 193-205.
3. Poda, Tetiana Anatoliivna. Internet memes as a phenomenon of the information society. *Bulletin of the National Aviation University. Philosophy. Cultural Studies* 1 (2017): 117-120.
4. Neklesova, V., and M. Zobotnova. Political memes as a manipulative technology influencing the socio-political consciousness of Ukrainian citizens. *Editor-in-Chief* (2023): 70.
5. Sadivnycha, Maryna Volodymyrivna, and Yulia Lahuta. Political memes as a tool of influence on social network audiences during the Russian-Ukrainian war. *Diss. Sumy State University, 2024.*

DESIGN CAREERS TRENDS ON THE GLOBAL MARKET

Yuliia KUTS

*student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines
group ГД-23
Cherkasy State Business College*

*Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

There are a lot of career developments in design and also a lot of ways to improve yourself in terms of your career in design. The actuality of this theme is pretty high in our society and the global market is changing too fast to track down popular trends and some aspects of careers too. That is why anyone who is interested in a career in design needs to make some research about it before going to work for a big company. If a person does not do this, it may cause troubles in the future because of lack of skills and knowledge about trends. In addition, there can be bad leadership, so designers need to know what is acceptable for them and what is not. In some way, there can be incompetence in hiring people, so designers need to know what they need not to do to overwork themselves.

In recent years, the global design industry has experienced steady growth, reflecting its increasing importance across sectors. As of 2023, the industry was estimated to be worth approximately \$350 billion, and projections indicate a continued compound annual growth rate (CAGR) of 4-5% over the next five years [1].

If a person chooses a design career, they have a few options: landscape design, sculpture, indoor design, architecture, graphic design, animation, motion design, web design, illustration and many more other options. This is a tough decision to make but designer need to look up at trends to make their own decision in a proper way. Of course, many companies like multitasking employees, but a designer need to think what they are looking for in the company and what their main goal is.

Based on the new Design Industry Trends Report, there are numerous in-demand, high-paying design jobs for designers in the upcoming year. Top 5 of them include Product Designers, Graphic Designers, UI & Visual Designers, UX Designers, and Motion Designers [2].

The safest option to go with is to choose graphic design because that will be important in all times. That option includes work with the computer and all the time a person will be doing identic for different shops and all that is connected to that shop in case of merchandise. Also, there would be a place for ads which would be in the format of poster and that poster also can be a one small task for a graphic designer. In Ukraine, a graphic designer also needs to learn different social networks because of the overwork time in a SMM-manager role. That is unfair to begin with much more tasks than a designer signed up for. Unlike Ukraine, in the Global market there is no such thing as total overworking time. There are just logically accurate graphic tasks and nothing more specific. But there is a huge problem because of overworked Ukrainian designers: bosses like them the way they are and that's why SMM-managers start to loose theirs jobs. That's why Ukrainian graphic designers will be important for all companies forever. Also, that option is a sort of old-fashioned if to take a closer look at trends in Global market.

The most old-fashioned option now is a clothing designer. For a long term of its existing, that option had been prestigious and popular because of exclusiveness of designer clothes that looked well and what was well in terms of quality and spent money on the piece of clothing. Now the fashion houses are worried only about weird uncomfortable repeatable clothes. There is nothing unique and that's a big problem in case of ecology because people are buying more. In fashion houses there are bribe processes to start working in that industry, so for no nepo-baby person it is almost unreal to fit in in a fashion house and work with the top fashionista.

The most popular option that young designers are looking for is a web-designer option and game designer. Both options include work with technologies and that is why that is so prestigious. That includes work with luxurious computer technologies and also knowing IT-technologies. The combination is unusual for an ordinary designer and that is a part of difficulties in searching for that type of multitask employees. For many game designers it is also important to have some skills with quick sketching and a big portfolio with new original characters to detect a descent art style. Such a portfolio is important not only for an HR person, but for designers themselves. Many artworks can be seen with using different art styles to choose from. There can be different works that were created even years before creating a CV.

As for an illustrator, there are a lot of common things with a game designer except for the illustration step is going before the game designing. Illustrators are doing a lot of backgrounds and also detailing character designs, detailing the clothes and making unique character designs. Illustrators like crazy characters because of their capability of interesting vivid colors in illustrations and small details that will speak up about a character. That option in the Global market isn't so common because of different treatment that is caused by the lack of teachers who can be specialized in that field. That's why the Global market always needs to have some illustrators too.

In the Global market there are a lot of other options for every designer but the most popular ones are graphic designers, illustrators, web-designers, game designers and fashion designers. Designers are connected to each other even if they all are different.

References

1. Industry Analysis Report: The Design Industry URL: <https://gigexchange.com/job-market/design-industry-report>
2. Most In-Demand Design Jobs URL: <https://medium.com/@mddhameliya194/most-in-demand-design-jobs-84c6301713ff>

PRINCIPLES OF CREATING AN EFFECTIVE WEBSITE INTERFACE DESIGN

Kateryna LYTVYN

student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines

group ГД-23

Cherkasy State Business College

Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor

Cherkasy State Business College, Cherkasy

To create an effective website design, it is crucial to consider not only the visual appeal of how attractive the website looks but also its functional aspects, i.e. how user-friendly it is. These two components collectively form the foundation of an effective interface design.

The first and most critical step is developing a working structure and grid for the website prototype. Analyzing other websites created by designers worldwide reveals a common trend: most follow a similar structure. For instance, navigation is traditionally placed at the top of the interface, allowing users to easily and intuitively locate key pages, such as making an order, browsing product lists, or registering. Typically, the homepage contains primary information about the company or promotional banners that inform users about offers, updates, or services. By adhering to widely accepted standards, there is no need to reinvent the wheel regarding website structure, as modern users intuitively understand where and how elements should be logically positioned. Returning to the website grid, it is advisable to draft the basic composition using small sketches on paper during the early prototype stage. This approach allows you to quickly create multiple options and select the best one without spending significant time as you would on a

digital screen. Thus, the structure plays a key role in the composition and logical arrangement of interface elements [1].

Defining the purpose of the website and orienting it towards potential users is an essential principle in creating an effective website. Depending on the website's theme whether it is an online store for children's products with soft colors, calming animations, and fairy-tale characters, or a Japanese cuisine restaurant website with vibrant red colors and captivating 3D animations the user's emotional experience will vary. Human brains naturally respond to colors differently, forming positive or negative associations. By leveraging this understanding, designers can create websites that are both visually appealing and easy to navigate. A user-centered website becomes more effective by addressing the needs and expectations of its audience, taking into account cognitive, emotional, and behavioral characteristics. It is important to remember visual hierarchy and manage cognitive load during the design process. The design should help users quickly process information without overwhelming them. To prevent users from becoming confused or leaving the site prematurely, the focus should be on key elements using color contrasts, typography size for primary and secondary texts, and adherence to minimalism. Moreover, inclusive web design principles must be followed. Inclusivity refers to making the site accessible to all users, including those with physical or cognitive limitations. Features such as text and background contrast, text scaling support, larger font sizes, subtitles, audio narration, and compliance with WCAG standards enhance accessibility [3].

Creating a website's visual style and primary interface elements is one of the most engaging yet responsible tasks for designers. Drawing inspiration from others' works, the designer's mind analyzes and retains the most appealing solutions before beginning a project. Ultimately, while the resulting site may not be entirely new or groundbreaking, it combines existing elements innovatively to create something fresh. This is a common practice today, as designers mix existing ideas to create new solutions. A website should reflect the brand's uniqueness, conveying its personality and values through harmonious and modern color palettes, typography, logos, and other graphic elements [2]. These components must fit seamlessly into the website's overall style and evoke positive emotions in users. Key elements, such as buttons for registration, login, purchase, or adding items to a cart, should stand out using color, size, or placement. The visual hierarchy must direct the user's attention, ensuring a logical and clear flow of information [4].

In conclusion, effective website design integrates visual appeal and functionality, focusing on user needs. A logically structured site, built according to widely accepted standards, provides intuitive navigation, enabling users to find the information they need effortlessly. Harmoniously selected color palettes, fonts, and compositions leave a positive impression, while adhering to accessibility principles makes the site user-friendly for everyone. Highlighting key elements, emphasizing minimalism, and maintaining clear visual hierarchy reduce cognitive load and keep users focused on what matters most.

References

1. Ilya S. Interface designer. Principles of work and career building. Olymp Business, 2024. 367 p
2. Norman D. A. Emotional design. New York: A member of the perseus books group, 2004. 257 p.
3. Patrick J. Lynch, Sarah Horton. Web Style Guide: Basic Design Principles for Creating Web Sites. 3rd Edition Yale University Press; 3rd edition (January 15, 2009). 352 p.
4. Steve K. How to make the site convenient. Usability according to Steve Krug's method. 2010. 116 p.

RUSSIAN-UKRAINIAN WAR IN THE MEDIA: IMPACT ON PUBLIC OPINION AND CULTURAL MEMORY

Moliaka MOLIAKA

student of the Department of Economics, management and Administration

group OA-23

Cherkasy State Business-College

*Scientific supervisor: candidate of historical sciences, associate professor **Kuksenko S. I.**
Cherkasy State Business-College, city Cherkasy*

Numerous scientific studies show that electronic media today significantly impact social processes: both on the socialization of individuals [1] and the processes of democratization of society, its sociocultural development, the formation of civic consciousness, etc. [2]. The influence of the media, especially electronic media, on society becomes significant in the context of armed conflicts and wars. This is due to the ability of journalists to determine the direction of development of the population's consciousness because the media content somehow forms different value systems, and broadcasts behavioral models that individual users of information assimilate.

It is important to take into account the opposite effect: events taking place in the world and in individual countries have a significant impact on the development of electronic media. This is reflected in the transformation of journalists' working methods, and changes in the structure and nature of online media materials, their genre, and thematic content. Today, the war in Ukraine is one of the most powerful external factors that determines the specifics of journalists' work and the content of electronic media. It not only changes approaches to information coverage but also identifies key topics that are becoming a priority for society and the media.

The war has greatly popularized electronic media. In the first quarter of 2022, due to the war, the traffic of some Ukrainian electronic media increased by 300%. At the same time, in the second and third quarters of 2022, experts recorded a decrease in the growth rate of the electronic media audience. Experts explain this because Ukrainians are tired of the war and monotonous news about it [3]. But the war affects not only the popularity of electronic media. It has significantly changed the sources of information for online media journalists. At the pre-war stage, the sources of news for online media publications were more often social media, data from state press services, and publications of other Ukrainian and foreign media.

However, since the beginning of the war, the main sources of news have been public statements by officials and government agencies, their posts on Facebook or other social networks, and foreign media materials. At the same time, official statements and speeches of authorized persons became the basis for journalistic materials in almost 25% of cases. The next most frequently used source of information by journalists was social media (it was used in 15.7% of all the materials studied). Foreign media (except for Russian) are in third place in the ranking of sources of information for online media (with a frequency of 14.1%).

Ukrainian journalists processed news from Russian media in 2% of cases. At the same time, another 11.8% of all materials are the result of journalists' research, and 11.4% of materials are based on official statements and press releases of government agencies [3].

The Ukrainian electronic media faces important challenges:

- to cover the events in Ukraine related to the full-scale invasion of the Russian army;
- to record the crimes of the Russian military;
- to draw the attention of the international community to the military and humanitarian problems of Ukrainians in our country and abroad (refugees);
- to document the losses of the Ukrainian nation (killings, destruction, etc.);
- to unite the nation by creating resistance to Russian propaganda;
- to form patriotism in Ukrainian society;

- to demonstrate and glorify examples of personal and collective heroism, patriotism, dedication, and contribution to the victory;
- to help create an image of a courageous Ukrainian soldier, military medic, etc.

War is always a traumatic experience for society. After the war is over, public opinion is often characterized by a high level of emotion, polarization, and a tendency to make radical judgments. People seek simple answers to complex questions and look for those responsible for their suffering. Against this backdrop, populist slogans, conspiracy theories, and hate speech are easily spread. At the same time, the postwar period is a window of opportunity for positive change. Society is open to change, people are eager for renewal and development. Citizens expect the government to take decisive steps to overcome the consequences of the war and prevent new tragedies. All of this creates a favorable environment for the transformation of outdated institutions and practices." [4]

In such circumstances, the influence of the media on shaping public sentiment is growing tremendously. It is the media that largely sets the agenda, focusing the audience's attention on certain topics. People's perception of reality depends on how the media interpret and present information, and what accents they place on it. The influence of electronic media, such as television, radio, and online media, is particularly great. They reach the widest possible audience, disseminate information quickly, and combine visual and auditory methods of influence. As a result, electronic media have unique opportunities to shape public opinion. Using a variety of methods - from direct propaganda to subtle manipulative technologies - the media can purposefully influence people's attitudes and behavior.

The choice of topics, their emotional coloring, selection of facts, and comments are all powerful tools for shaping public consciousness. The psychotherapeutic function of the media is equally important. After the traumatic experience of war, people need emotional support, a sense of unity, and empathy. The media can provide a platform for discussing painful issues, disseminating stories of mutual assistance and recovery, and maintaining an atmosphere of empathy and understanding. Given the above, we can formulate the key tasks facing the electronic media in the post-war period:

- Promote public dialogue and understanding. To represent the entire spectrum of opinions, avoid hate speech, and seek common ground between different groups.
- Disseminate objective and verified information. Fight against fakes and manipulations, and increase the media literacy of the audience.
- Focus attention on the urgent problems of restoring the country. Exercise public control over the government and support civic activism.
- Promote the psychological recovery of society. To give people the opportunity to talk about traumatic experiences, and to find solace and inspiration in the stories of others.
- To affirm humanistic values - humanity, dignity, freedom, democracy. To counteract authoritarian and militaristic tendencies.
- To help rethink the historical experience, to form a new civic identity based on a common vision of the future. To effectively fulfill these tasks, the media themselves need to adhere to high professional and ethical standards.

The visualization of war plays a crucial role in shaping the collective memory of society. Photographs, videos, newsreels, paintings, and other visual works that capture the horrors of war become powerful artifacts that are passed down from generation to generation. They shape our understanding of the past, influence our perception of the present, and determine how we envision the future.

Visual images of war evoke strong emotions: horror, compassion, anger, despair. These emotions are deeply embedded in the memory and form strong associations with certain events and concepts.

- Modern trends: social media: With the advent of social media, visual images of war spread at the speed of light. This leads to people receiving information about wars in real-time.

- Citizen journalism: Ordinary people who find themselves in a conflict zone can take videos and photos, which are then shared online. This allows for a more objective picture of events but also creates risks of manipulation and disinformation.
- Virtual reality: Virtual reality technologies open up new opportunities for sharing the experience of war. Thanks to VR helmets, people can feel like participants in the events and experience the emotions associated with war more deeply.

Visualization of war is a powerful tool that shapes our memory, influences our perception of the world, and determines our future. It is important to be critical of visual images of war, to check their authenticity, and to understand the purpose for which they were created.

Today, electronic media is a source of news and a powerful tool for influencing public sentiment, especially during armed conflicts. The war in Ukraine has changed the work of Ukrainian journalists and the content structure, emphasizing official statements, foreign sources, and materials that emphasize heroism and patriotism. The media informs and acts as a unifying factor, calling for solidarity and countering Russian propaganda.

After the war, electronic media will have the important task of maintaining a constructive dialog and helping society recover psychologically. They will also contribute to the fight against disinformation and the spread of humanistic values. Visualizing the war through photographs, video, and virtual reality will help consolidate the collective memory that will shape our views of the future.

References

1. Petrunko O.V. Socialization in the media environment: the relevance of the problem. URL: <https://ap.uu.edu.ua/article/260>. [In Ukrainian]
2. Kravchuk V.M., Dmytrus O.A. Influence of the media on the formation of civic consciousness. Legal scientific electronic journal. 2015. №6. С.16-19. URL: http://www.lsej.org.ua/6_2015/4.pdf. [In Ukrainian]
3. Ukrainian media and the war. Results of IMI monitoring in 2022. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-vijnapidsumky-monitoringiv-imi-2022-roku-i49921> [In Ukrainian]
4. 540 злочинів проти медіа та журналістів скоїла Росія за рік та вісім місяців великої війни. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/540-zlochyniv-proty-media-ta-zhurnalistiv-skoyila-rosiya-za-rik-ta-visim-misyatsiv-velykoyi-vijny-i56304> [In Ukrainian]

FAKE AS A METHOD OF MANIPULATION IN THE MEDIA

Mariia MOLIKA

*student of the Department of Economics, Management and Administration
group OA-23
Cherkasy State Business College*

Scientific supervisor: Iryna IVANOVA,

*PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

In the modern world, information holds immense power. With the rapid advancements in technology and the constant presence of the internet, the media has become one of the most influential tools in shaping public opinion. While the media has the potential to educate, inform, and connect people, it has also turned into a vehicle for manipulation. One of the most widespread ways the media manipulates public opinion is through the spread of fake news or misinformation. This issue has grown so large that it now poses a threat not just to individual perspectives, but also to democratic processes and societal stability. Fake news, whether intentionally or unintentionally created, serves as a potent method for influencing opinions and altering social narratives. This essay

delves into the role of fake news as a tool of media manipulation, its effects on society, and how it can be countered.

The term “fake news” describes false information that is presented as legitimate news. Its purpose is to mislead the audience by mimicking credible journalism’s tone, format, and style while distorting or completely changing the truth. In today's digital world, fake news thrives on social media platforms, blogs, and other online spaces where information can spread quickly and broadly. Unlike traditional media outlets, which follow established regulatory frameworks, the Internet operates with minimal regulation, making it a prime breeding ground for fake news. The term “fake news” has now become synonymous with manipulation, as various groups – be they political, corporate, or individual – use it to influence public opinion for their gain.

Social media has exacerbated the issue. Platforms like Facebook, Twitter, and YouTube allow anyone with an internet connection to publish content, which blurs the lines between fact and fiction, or even opinion and outright falsehood. Unlike traditional news organizations that are held accountable by editorial standards, social media allows for rapid dissemination of content with little to no oversight. Furthermore, algorithms on these platforms often prioritize sensational, emotionally charged content, including fake news, over balanced or accurate reporting. This creates an environment where misinformation can quickly go viral and reach large audiences.

Fake news manifests in many forms: misleading headlines, altered images, entirely fabricated stories, or quotes taken out of context. The goal is always the same: to influence people’s beliefs, emotions, and behaviors. There are several key strategies by which fake news is used as a tool of manipulation:

- **Creating Divisions and Polarization:** One of the most harmful ways fake news is used is to deepen social divisions. By spreading false stories that play on existing fears, prejudices, and biases, fake news can fuel ethnic, political, or social divides. For example, fabricated stories about a particular political party or ethnic group can stir hatred, intensify tensions, and even provoke violence. Fake news manipulates emotions, making people more susceptible to its influence.

- **Shaping Public Opinion in Political Campaigns:** Fake news has been widely employed in political campaigns, particularly in recent years. The 2016 U.S. presidential election, for example, showed how fake news was used by foreign entities to sway the election’s outcome. False stories shared through social media aimed at discrediting candidates, spreading propaganda, or manipulating voter sentiment had a significant impact on the election process. In some cases, the impact was so profound that it led to investigations into the role fake news played in the election.

- **Spreading Fear and Anxiety:** Fake news is also used to generate fear and anxiety, especially in times of crisis. For example, during the COVID-19 pandemic, misinformation about the virus’s origins, treatments, and vaccines spread widely, intensifying confusion, panic, and public distrust. By preying on people's emotions, fake news fosters a sense of urgency, leading them to make irrational decisions.

- **Reinforcing Echo Chambers:** Due to algorithms designed to show users content they are most likely to engage with, social media platforms often create “echo chambers” where individuals are exposed to content that aligns with their existing beliefs. Fake news thrives in these environments because it is more likely to be shared by those with pre-existing biases. These echo chambers strengthen people's preconceptions, further isolating them from alternative viewpoints.

The effects of fake news on society are profound. At the individual level, exposure to fake news can distort people's understanding of reality, making it more difficult for them to differentiate between fact and fiction. In political contexts, fake news can lead to the formation of misguided opinions, erode trust in institutions, and disrupt democratic processes.

On a larger scale, fake news contributes to a climate of uncertainty and distrust. When people are bombarded with conflicting information, they may begin to lose faith in all media outlets. This erosion of trust can lead to apathy, disengagement, or even radicalization, as individuals seek out more extreme, unreliable sources of information. Such divisions can undermine social cohesion, as people begin living in separate realities, polarized in their beliefs.

To combat fake news, a multi-pronged approach is necessary. First, media literacy must be improved. People need to develop the skills to critically assess the information they consume. This

includes questioning the source, seeking corroboration, and recognizing the emotional appeal of sensational stories.

Social media platforms also have a responsibility to address the spread of fake news. This can be achieved by refining algorithms to identify and limit the dissemination of false information, promoting trustworthy sources, and providing users with tools to report misleading content. News organizations must also adhere to strict standards of fact-checking and accountability to ensure that the information they share is accurate.

Governments and regulatory bodies have a role to play as well, but care must be taken not to overstep and infringe upon free speech. Laws designed to curb fake news must strike a balance between protecting the public from harm and preserving democratic freedoms.

In conclusion, fake news as a tool of media manipulation presents significant challenges for modern societies. Its ability to deceive, manipulate, and control public opinion undermines the foundations of democracy and erodes trust in the media. As technology continues to evolve, individuals, media organizations, and governments must work together to address this issue. Through improved media literacy, greater accountability in journalism, and proactive efforts to limit the spread of fake news, we can begin to mitigate the damage it causes and ensure that the media remains a reliable source of information.

References

1. Fake News: Develop Your Fact-Checking Skills: Some News Literacy Vocabulary. URL: <https://researchguides.ben.edu/c.php?g=608230&p=4220191>
2. Україна – у топі світових фейкових новин. Найбільші «фейки» 2019 року. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/top-10-fake-news-stories-of-2019/30340560.html>
3. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2024/762355/EPRS_ATA\(2024\)762355_XC.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2024/762355/EPRS_ATA(2024)762355_XC.pdf) [In Ukrainian]
4. <https://suspilne.media/704970-cifrovi-manipulacii-v-media-de-meza-dozvolenogo-i-aki-perevagi-stucnih-zobrazen/> [In Ukrainian]

ABBREVIATIONS IN WEB DESIGN

Liliia OBIZNA

*student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines
group ГД-23*

Cherkasy State Business College

Scientific supervisor: Iryna IVANOVA,

*PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

Modern web design is a rapidly developing industry that is changing under the influence of modern technologies, trends, and tools. One of the characteristic features of this environment is the active use of abbreviations. They help to convey complex concepts, names of technologies, methodologies, or file formats that are the basis of web designerse and developerse work in a convenient and concise way. For example, terms like HTML, CSS, UX, UI, and SEO have become an integral part of their professional vocabulary.

Web design has many acronyms that can be confusing. We use these acronyms all the time and it's always great when our clients understand what we're talking about.

Many internet resources look into the abbreviations of web development rather than web design. While web design and web development are closely related, they have distinct focuses. Web development often involves more technical aspects like programming languages, databases, and

server-side scripting. As a result, many internet resources cater to the needs of web developers and their specific abbreviations.

Web design, on the other hand, is more concerned with the visual and user experience aspects of a website. While it does involve some technical knowledge, it is not as heavily reliant on programming as web development. Consequently, resources dedicated specifically to web design abbreviations may be less abundant.

However, many web design abbreviations are also used in web development, so it is not uncommon to find them in resources targeting both fields. Additionally, as web design continues to evolve and become more technical, the line between the two disciplines is blurring, making it even more likely that web design acronyms will be included in broader resources.

In this publication, we will look at common abbreviations, what they mean, and whether they really make life easier for specialists. We have analysed various Internet resources and have highlighted top five abbreviations.

One of the most common abbreviations in web design is HTML, which stands for HyperText Markup Language. It's the fundamental language used to structure and present content on the web. HTML is one of the most common abbreviations used in both web design and web development.

UX design, User experience design, i.e., it is the focus on making the product convenient, understandable, and pleasant for the user. This includes not only customizing the interaction with the computer, but also taking into account all aspects that affect the experience of using the product.

UI design, User Interface Design, is responsible for the look and feel of the elements with which the user interacts. It is about how buttons, menus, icons are arranged and how colors are used to help the user use the product intuitively.

CMYK is just a name for colors: Cyan, Magenta, Yellow, Key color. The color on a computer screen changes from black, which is the absence of color, to white, which is the brightest combination of red, green, and blue (RGB).

IA design, Information Architecture, is the creation of a structure for a website or application that helps users understand where they are and find the information they need. It includes the development of sitemaps, hierarchies, categories, navigation, and metadata. For example, dividing content into categories or creating menus to guide users is already part of information architecture.

HATRED: CRITICAL GAME DESIGN

Oleksandr SAHUN

*student of the Department of Computer Engineering and Information Technologies
group KIM-23*

Cherkasy State Business College

Scientific supervisor: Iryna IVANOVA,

*PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

Hatred created by Destructive Creations is probably one of the most provocative projects in the history of video games. Whereas most of the games are supposed to entertain people or provide them with some meaningful story, Hatred puts the player into the shoes of a character filled with nihilism and the desire for destruction. This game does not try to explain itself from a moral point of view or give it any kind of redemption. Instead, it confronts players with the most evil sides of human nature. In this paper, we analyze the mechanics of gameplay and its relations to Adversarial and Speculative Design while indicating the nihilistic values it represents.

Hatred is a top-down shooter, from a gameplay standpoint, but one that has an almost suspiciously simple premise to wring some sort of provocation: the player is tasked with causing as much destruction as possible. The protagonist introduces himself by declaring that his name is

unimportant, emphasizing instead his hatred for the world and humanity. He is a misanthrope driven by a desire for destruction and violent death, embarking on what he calls a "genocide crusade". The goal could not be simpler: kill civilians, take on law enforcement, and survive as long as possible while leaving chaos in your wake. The tone here is intentionally bleak and oppressive, with stark black-and-white visuals punctuated by flashes of color for blood and explosions. Core gameplay involves a number of weapons—from firearms to grenades to brutal melee executions. It is simple and does not have complex storytelling or missions; instead, it focuses entirely on the theme of destruction.

According to Adversarial Design, *Hatred* is a game, which most definitely challenges traditional norms and expectations of the gamer. Many games endow players with some kind of purpose or morality, even when the games are violent. Shooters often thrust the player into the shoes of soldiers, heroes, or survivors fighting for a good cause.

Even anti-hero characters in games, such as *Grand Theft Auto* or *The Last of Us*, are afforded motivations that align their actions with the player's or are understandable. *Hatred* discards all of those conventions completely. The player is given no reason whatsoever to empathize with the avatar. There are no noble goals to speak of, no tragic backstory, and no justification for any form of violence. This is a purposefully adversarial design decision, one that challenges players to question their motivations for playing the game in the first place. It brings into view some questions nobody is comfortable facing: why do we enjoy violent games? Do we need moral justification to feel comfortable with virtual violence? It does not apologize in the slightest for its subject matter; rather, it calls players to account for the ethics of depicting violence in entertainment.

Hatred is a Speculative Design game that contemplates what could happen if someone were to surrender to hatred and despair. It imagines an apocalyptic scenario in which one person's anger proceeds to deteriorate into unbridled violence on society. Most speculative games concern visions of technological advancement, utopias, or post-apocalyptic survival. *Hatred* speculates about the aftermath brought about by nihilism and generalized misanthropy. It dares players to question whether there can be any game with values that are completely evil and serve no moral redeeming purpose. Besides, it does pose the question whether games that would show violence without context or justification would actually normalize such in society. Having violence as its only focus, *Hatred* invites debate on the role of games in shaping cultural attitudes toward aggression and morality. It is an act of nihilism, a rebellion against social conformity. In this worldview, life has no meaning, and destruction is a way to strike back. Whereas most games achieve positive outcomes with some sort of redemption or catharsis, *Hatred* does not. The message is bleak: in a seemingly meaningless world, violence can be an outlet for frustration and despair. This nihilistic point of view deconstructs traditional notions of what games are supposed to represent. The designs of games often seek either to be enjoyed or uplifting; *Hatred* renounces both convention bases entirely. Instead, it employs discomfort and provocation as tools to engage players on a deeper, more critical level.

Critics of *Hatred* say that with completely no narrative depth or moral complexity, the game is a hazardous product because it glamorizes violence. While to its detractors it was a series of gross-out shocks, to its proponents it is a bold work of critical design, forcing society to confront some deeply uncomfortable truths about human nature and the video game industry itself. The game begs broad questions of ethics in game design: should all games uniformly foster positive values? Can a game, literally having been created for no other purpose than to destroy, constitute art?

Is it more disturbing between this and a lack of moral justification for its violence, or does *Hatred* simply reveal a double standard we apply to entertainment media? In the end, *Hatred* is much more than a violent game but a critical art, which obliges both players and the industry of the medium to reflect on the sense and impact of gaming. Yet by removing the traditional robust narratives and moral frameworks, it becomes an intentionally uncomfortable affair—so it is more a case of the player confronting his own relationship with violence in entertainment. Whether a provocative critique or a controversial misstep, *Hatred* serves as a powerful example of how far games can go in pushing boundaries and thrusting meaningful discussions about their role in culture and society into the public eye.

References

1. [Hatred \(video game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Hatred_(video_game)). URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Hatred_\(video_game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Hatred_(video_game))
2. [Shacknews. Hatred Review: Don't Hate The Player, Hate The Game](https://www.shacknews.com/article/89779/hatred-review-dont-hate-the-player-hate-the-game). URL: <https://www.shacknews.com/article/89779/hatred-review-dont-hate-the-player-hate-the-game>
3. [Eurogamer. Hatred Review. Ambivalent dislike](https://www.eurogamer.net/hatred-review). URL: <https://www.eurogamer.net/hatred-review>
4. [TV Tropes. Hatred \(Video Game\)](https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/VideoGame/Hatred). URL: <https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/VideoGame/Hatred>

ANDREW WYETH: A MASTER OF COMPOSITION. THE ANALYSIS OF COMPOSITION TECHNIQUES

Yana YATSENKO

student of the Department of Design and Social and Cultural Disciplines

group ГД-24

Cherkasy State Business College

*Scientific advisor: Iryna IVANOVA, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor
Cherkasy State Business College, Cherkasy*

Art often reflects the culture and values of the society that produced it. Analyzing works by foreign artists can help students develop a greater appreciation for different cultures and perspectives. Analyzing art requires students to think critically, interpret symbols and meanings, and develop their own opinions. This helps them become more discerning viewers and better equipped to engage with complex ideas.

In our study, we have made an attempt to analyze Andrew Wyeth's composition techniques as he is considered to be a master of composition. Andrew Wyeth (1917–2009) was a famous American painter known for his realistic art. His works show quiet landscapes, everyday objects, and people from his life. Wyeth was not only good at painting details but also at creating perfect compositions. Wyeth painted scenes of rural America. He used soft colors and focused on simple subjects, like old houses, fields, and personal belongings. His paintings feel calm and emotional, often making viewers think about deeper meanings.

We have focused on such composition techniques as using empty space, focus on small details, perspective and depth, soft and natural colors, and placement of figures. Let us analyze every technique briefly.

Using Empty Space

Wyeth often left large areas in his paintings empty, like the sky or a field. For example, in his famous painting "Christina's World", most of the canvas is an open field. This emptiness makes the small figure of Christina stand out and shows her loneliness.

Focus on Small Details

Wyeth loved painting small, everyday objects with great care. These details, like an old chair or a cracked wall, are placed carefully to guide the viewer's eye through the painting.

Perspective and Depth

Wyeth used perspective to make his paintings look deep and realistic. He often placed objects or people far away, making the viewer feel the distance and space.

Soft and Natural Colors

Wyeth used muted, earthy colors to create calm and peaceful moods. These colors matched the themes of rural life and made his paintings look natural.

Placement of Figures

The people in Wyeth's paintings are often placed off-center. This makes the scenes feel quiet and personal. The figures do not dominate the painting, but they still hold the viewer's attention.

Example: "Christina's World"

This painting, made in 1948, is Wyeth's most famous work. It shows a woman lying in a large, open field, looking at a faraway house. Christina's small figure is in the lower part of the painting, while the open space around her creates a sense of isolation.

Наукове видання

**ВІЗУАЛЬНЕ МИСТЕЦТВО, СОЦІАЛЬНА КУЛЬТУРА, КОМУНІКАЦІЯ:
ТРАДИЦІЇ ТА СУЧАСНІСТЬ**

**Збірник матеріалів
II Всеукраїнської науково-практичної конференції
28 листопада 2024 р.**

Тексти друкуються в авторській редакції

Відповідальні за формування збірника:
Касьян Тетяна Костянтинівна
Пархоменко Тетяна Олександрівна

Підписано до друку 12.12.2024 р. 60x84¹/₁₆
Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Друк офсетний
Ум. др. арк. 10,8.

Україна, 18028, м. Черкаси, вул. Вячеслава Чорновола, 243
тел. (0472) 64-10-00; E-mail: public@csbc.edu.ua
URL: www. <http://csbc.edu.ua>



Візуальне мистецтво,
соціальна культура,
комунікація: традиції та сучасність
