

The background features a complex, abstract pattern of organic, rounded shapes in shades of blue, pink, and purple. These shapes are interspersed with numerous circles of varying sizes and colors, including solid colors and white outlines. The overall composition is dense and visually stimulating.

Міністерство культури України
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Мультимедійний дизайн і анімація: проблеми та розвиток

II Всеукраїнська науково-практична конференція
кафедри мультимедійного дизайну ХДАДМ

23.04.26
Харків, 2026

УДК 7.01 : 004.9] 001 : 378 (477)

М90

II Всеукраїнська науково-практична конференція кафедри мультимедійного дизайну Харківської державної академії дизайну і мистецтв «Мультимедійний дизайн і анімація: проблеми та розвиток» // Збірник статей. 23 квітня 2026 р., ХДАДМ. Харків, 2026. 122 с.

(Укр. мов.)

У збірнику представлено матеріали з актуальних проблем мультимедійного дизайну і анімації. Тематика конференції: перспективи розвитку мультимедійного дизайну у світовому контексті; теоретичні і прикладні питання; світові тенденції розвитку анімації; мультимедійний дизайн і анімація в галузі освіти. Збірник розрахований на здобувачів вчених ступенів і звань, викладачів, науковців, студентів, магістрантів мистецьких спеціальностей.

Пропозиції, відгуки і побажання можна надсилати за адресою: ksada.md@gmail.com

Редакційна колегія:

Опалев М.Л.

Іноземцева С.В.

Малиніна І.О.

Чен Н.В.

кандидат мистецтвознавства, доцент, професор;

кандидат пед.наук, доцент;

кандидат пед.наук, доцент;

кандидат пед.наук, доцент.

© Харківська державна академія
дизайну і мистецтв, 2026

ЗМІСТ

Афоніна Д. О. Аналіз використання фірмових кольорів і форм у брендах та їх вплив на емоції споживачів	6
Аювджи В. М. Принципи розробки 2d-персонажа для анімаційного фільму	9
Бабич П. Д. Гібридність як новий вектор розвитку анімаційної індустрії	12
Байрачна А. В. Прийоми візуального сторітелінгу в коміксах	14
Білань Є. І. Роль типографіки у UI/UX дизайні	16
Близнак М. М., Булига В. В. Використання комп'ютерної графіки у рекламній діяльності	18
Бодяк Ю. О. Анімація як засіб маркетингу	21
Боломса М. М. Сучасні проблеми та перспективи розвитку національної гейм-індустрії	23
Бондаренко А. П. Філософія і критика дизайну	24
Герасименко М. М. Роль культурних і етнічних українських мотивів у сюжетах відеоігор	26
Гончар В. А. Вплив історичних подій та змін у суспільстві на розвиток відеоігор	28
Довбеус В. В. Історія розвитку анімації в Америці та Японії	29
Довгополова Ю. Проблематика використання генеративного штучного інтелекту в графічному дизайні та анімації	33
Дяченко А. Я. Low poly – естетика в дизайн-просторі комп'ютерних ігор	36
Золотіліна С. А. По війні народжені монстри: культурна пам'ять і відображення воєнних травм у жанрі кайдзю	39
Зубенко В. В. Проблеми на шляху до успіху в ігровій індустрії	41
Іванченко Л. К. Інтеграція 3D-технологій у процес створення 2D-анімації	44

Іноземцева С. В. Конструктори та інструменти розробки сучасних вебсайтів	47
Ірачек В. Е. Значення бренду Lego для еволюції анімаційної індустрії	50
Касараб К. Ю. Мотиваційний дизайн як концепт для мобільних додатків	52
Клименко С. М. Моушн-графіка як засіб візуалізації інформації в цифрову епоху	54
Коробка К. В. Історія становлення та сучасні проблеми студії Disney	57
Кучерява Х. Р. Анімація як інструмент наративу в музичних кліпах: від простих візуалізацій до повноцінних історій	61
Лазоренко А. С. Вплив образу шахів на художні та дизайнерські твори	63
Лихограй П. В. Аналітична оцінка застосування принципів юзабіліті у проектуванні Вебсайтів	65
Логіна А. О. Вплив абстрактної анімації на емоційне сприйняття аудиторії	67
Лугова Т. М. Розвиток надпрофесійних навичок при використанні мультимедіа на заняттях з ділової англійської мови у студентів аграрних ВНЗ	69
Луговський О. Ф., Чугай Н. М. Макетування як складова професійної підготовки фахівців з анімаційного дизайну	72
Малежик Ю. М., Метун Д. В. Психологічний вплив анімаційних фільмів Disney на емоційний та когнітивний розвиток дітей дошкільного і молодшого шкільного віку	74
Малежик Ю. М., Олексієнко Д. В. Вплив штучного інтелекту на виробництво анімації	78
Малиніна І. О. Предметний персонаж як інструмент розвитку креативного мислення студентів-дизайнерів мультимедіа	81
Михайличенко А. Д. Кінематографічні засоби як інструмент створення кат-сцен у відеоіграх	83
Монігатті Л. Е. Атмосфера анімаційного трейлера: роль художніх засобів	84

Науменко А. В. «Медійна втеча»: історичний огляд ескапізму у медіакультурі	86
Овчаренко М. О. Мультимедійний дизайн і анімація в галузі освіти: перехід до імерсійного та ефективного навчання	87
Оробей А. А. Що таке інтерактивний вибір і як він впливає на ігрову індустрію	89
Савісько Р. І. Анімація як медіум культурної пам'яті: цифрове переосмислення традицій	91
Самчук А. П. Етапи розвитку комп'ютерних ігор	94
Седенко М. О. Візуалізація психології тварин в анімації	96
Синельник І. В., Юркіна О. Інтерактивний мультимедійний контент як інструмент візуалізації у stem-освіті	98
Ситник Т. А. Застосування Low poly-стилю у ігровому дизайні	100
Тіраян А. Є. Роль візуальних метафор в мультимедіа	104
Ткаченко М. І. Перспективи застосування інтерактивної анімації в сучасному освітньому процесі	105
Троц О. В. Розвиток французької анімації та її роль у світовій мультиплікації	108
Туріцина О. Мультимедійний дизайн як засіб підвищення ефективності викладання іноземних мов у закладах вищої освіти	110
Хлонь О. М. Спілкування як мистецтво: психологічний огляд	112
Чугай Н. М. Колір як засіб візуальної ідентифікації персонажів в анімації	114
Яковенко А. В. Відеоігри як носії сучасних культурних символів	117
Vozniuk T. Using visual animation to develop understanding of cultural idioms and realities	120

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН І АНІМАЦІЯ: ПРОБЛЕМИ ТА РОЗВИТОК

АФОНІНА Діана

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ФІРМОВИХ КОЛЬОРІВ І ФОРМ У БРЕНДАХ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕМОЦІЇ СПОЖИВАЧІВ

Емоційний дизайн є важливою складовою сучасного процесу створення продуктів, оскільки дозволяє брендам створювати сильний емоційний зв'язок із користувачами, сприяючи формуванню довготривалої лояльності. Врахування емоційних реакцій користувачів на колір, форму та текстуру стає вирішальним аспектом успішного дизайну. В умовах посиленої конкуренції на ринку дизайн продукту не обмежується лише функціональністю. Він покликаний впливати на емоції користувачів, формуючи позитивні асоціації з брендом та забезпечуючи привабливий досвід взаємодії. Правильно підібрані кольори, форми та текстури здатні створити емоційний відгук, що посилює конкурентну перевагу продукту. З огляду на це, дослідження впливу кольорів, форм і текстур на емоції споживачів є *актуальним*.

Мета нашого дослідження – проаналізувати використання кольорів, форм і текстур у відомих брендах, визначити їхній вплив на сприйняття продукту користувачами, а також виявити переваги та виклики емоційних елементів у дизайні. Ми проаналізували напрацювання провідних фахівців у сфері емоційного дизайну, зокрема Дона Нормана (*Donald Arthur Norman*), Аарона Вальтера (*Aarron Walter*) та Еванса Гевіна (*Gavin Evans*), які розкривають важливі психологічні аспекти впливу кольору, форми та текстури на емоційне сприйняття продукту користувачами.

Як відомо, різні кольори можуть викликати специфічні емоції та асоціації, що сприяє формуванню позитивного або негативного сприйняття продукту. Далі нами представлено основні кольори та їхній вплив на емоції споживачів.

Червоний. Символізує енергію, силу, пристрасть та динамічність, привертає увагу, стимулює апетит і викликає відчуття терміновості.

У контексті брендингу червоний асоціюється з активністю, швидкістю та рішучістю, роблячи його ідеальним вибором для брендів, орієнтованих на динамічність й емоційний вплив.

Синій. Асоціюється з довірою, стабільністю, професіоналізмом і спокоєм, викликає у споживачів відчуття впевненості, надійності й авторитету. Синій широко використовується в банківській сфері, авіакомпаніях і брендах, які хочуть підкреслити свою стабільність та якість.

Зелений. Символізує природу, екологічність, свіжість, гармонію та здоров'я, створює відчуття спокою, надійності, стабільності, що робить його популярним вибором для аптек, банків, еко-брендів і заправок. Зелений також асоціюється з турботою та безпекою.

Жовтий. Асоціюється з оптимізмом, радістю, теплом, енергією, створює позитивний настрій, стимулює швидке прийняття рішень та привертає увагу. Жовтий ідеально підходить для брендів, які хочуть здаватися доступними, дружніми та енергійними.

Білий відтінок ароматичної гами. Асоціюється з чистотою, простотою, прозорістю, стерильністю, підкреслює високу якість продуктів і послуг, створює відчуття довіри й професіоналізму. Білий часто використовується у фармацевтичних компаніях, молочних брендах, медичних установах і ювелірних магазинах.

Чорний відтінок ароматичної гами. Символізує розкіш, елегантність, престиж і силу, створює враження ексклюзивності, підкреслюючи статусність та витонченість. Чорний є ключовим відтінком у брендах ювелірної продукції та преміум-сегменту.

Роль форми та текстури також відіграє важливу роль у сприйнятті продукту користувачем. Округлі форми та м'які текстури викликають почуття безпеки та дружелюбності, тоді як гострі кути та геометричні форми передають технологічність й точність. Вибір текстур, наприклад глянцевої або матової, може підвищувати привабливість та впливати на емоційний зв'язок з користувачем.

Успішне застосування емоційного дизайну полягає у створенні емоційних зв'язків із споживачами через вдало підібрані кольори та форми, що сприяє зміцненню лояльності до бренду та викликає позитивні емоції. Це чітко простежується на прикладі різних категорій брендів, які активно використовують колірні асоціації у своєму дизайні.

Мережі швидкого харчування. McDonald's, KFC і Burger King використовують червоний та жовтий кольори, що асоціюються з енергією й апетитом, стимулюючи швидке прийняття рішень. Ці

кольори створюють враження динамічного обслуговування, яке привертає увагу споживачів.

Банки. Більшість українських банків, таких як ПриватБанк, Ощадбанк і УкрСиббанк використовують у своєму дизайні відтінки зеленого кольору. Це пов'язано з тим, що зелений асоціюється з надійністю, спокоєм і стабільністю, створюючи в клієнтів позитивне сприйняття фінансової установи та викликаючи довіру.

Ювелірні магазини. Золотий Вік, Золота Країна і Tous у своєму дизайні переважно використовують відтінки чорного, білого та золотого кольорів. Чорний символізує розкіш й ексклюзивність, білий – чистоту та елегантність, а золотий – багатство та вишуканість, підкреслюючи престижність ювелірних виробів.

Будівельні супермаркети. Епіцентр, Нова Лінія та Леруа Мерлен використовують відтінки синього та зеленого кольорів. Синій створює відчуття надійності й професіоналізму, а зелений асоціюється з екологічністю, природністю, що особливо важливо для брендів, які пропонують товари для дому та ремонту.

Мережі автозаправних станцій. ОККО, WOG і SHELL використовують відтінки зеленого та червоного кольорів. Зелений асоціюється з екологічністю та надійністю, створюючи враження надійного сервісу і безпеки на дорозі, а червоний символізує енергію та швидкість.

Аптеки. Багато аптечних мереж, зокрема Аптека Доброго Дня, Аптека Низьких Цін та Подорожник, використовують зелений колір та білий відтінок. Зелений асоціюється зі здоров'ям і природою, а білий – з чистотою та стерильністю, що підсилює асоціації з безпекою й турботою про здоров'я.

Бренди, що випускають *молочну продукцію*. Галичина, Яготинське, Ферма, Простоквашино та Волошкове поле активно використовують білий, який символізує чистоту, свіжість й натуральність, а також синій та блакитний кольори, що додають відчуття спокою, довіри й стабільності.

Авіакомпанії. Більшість авіакомпаній використовують кольори національного прапора країни походження. Такий підхід дозволяє викликати у клієнтів асоціації з батьківщиною, підкреслюючи її національну ідентичність. Наприклад, Turkish Airlines активно використовує червоний колір та білий відтінок, які є основними в прапорі Туреччини. British Airways використовує синій, червоний та білий, що відображають кольори прапора Великобританії. МАУ залучає синьо-жовті кольори, що відповідають прапору України.

Таким чином, застосування певних кольорів, форм та текстур у відомих брендах сприяє покращенню користувацького досвіду, формує унікальний зв'язок між брендом і користувачем, підвищує пізнаваність продукції, але вимагає розуміння психологічних і культурних аспектів сприйняття.

У майбутньому розвиток штучного інтелекту та персоналізованого досвіду має відкрити додаткові можливості для емоційного дизайну, що сприятиме глибшому впливу на користувачів і підвищенню ефективності взаємодії з продуктом. На нашу думку, означений аспект варто було б дослідити в подальшому.

АЮВДЖИ Вероніка

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ПРИНЦИПИ РОЗРОБКИ 2D-ПЕРСОНАЖА ДЛЯ АНІМАЦІЙНОГО ФІЛЬМУ

Створення 2D-персонажів для анімації є складним, але важливим завданням, адже герої мультфільмів здатні емоційно впливати на глядачів різного віку. За історію існування анімації сформувалися певні принципи розробки 2D-персонажів, які роблять цей процес більш ефективним. Дослідження цих принципів є актуальним та сприяє кращому навчанню майбутніх спеціалістів. Окрім цього, аналіз поширених прийомів анімації є важливим джерелом для пошуку нових нестандартних рішень.

Розробці анімаційних персонажів присвячені численні дослідження, які фокусуються на практичних порадах щодо створення візуальних образів та вивчають анімаційних персонажів, визначаючи закономірності їх дизайну. Так, Том Банкрофт (*Tom Bancroft*) у книзі “Creating Characters with Personality” досліджує риси самобутнього персонажа, відповідність героя контексту сценарію та вплив пози й емоцій на сприйняття образу. У роботі “Character Design from the Ground Up” Кевін Кросслі (*Kevin Crossley*) зосереджується на етапах розробки персонажа та описує професійний метод роботи при їх створенні. Книга “Creating Characters for the Entertainment Industry” авторства Кеннета Андерсона (*Kenneth Anderson*) із соавторами пояснює різницю між створенням персонажів

для різних видів медіа (зокрема для анімації), обґрунтовує пристосування дизайну для різних аудиторій, розкриває роль жестів, кольору, поз та виразів обличчя у створенні яскравого образу. Також важливим джерелом для дослідження обраної теми є артбуки до відомих анімаційних фільмів.

Метою роботи є аналіз та узагальнення принципів розробки 2D-персонажа, простеження дотримання їх у сучасних анімаційних фільмах та дослідження засобів для втілення цих принципів.

Дизайн персонажів є одним з найважливіших елементів анімаційного фільму, адже він безпосередньо впливає на сприйняття стрічки аудиторією. Гарний дизайн має бути не тільки візуально привабливим, а й викликати емоції, просувати сюжет і залишати стійкі враження. Для створення ефектного образу слід дотримуватися наступних принципів:

1. *Відповідність дизайну до особистості героя та наративу історії.* Візуальний образ героя має відображати настрій історії та основну ідею сюжету, а також розкривати сутність персонажа, показуючи його риси характеру, звички, уподобання, прагнення та передісторію. Існує багато засобів для передачі особистості героя та атмосфери історії через візуальний образ, а саме: застосування кольору, форми, стилістики, які б відображали настрій історії, використання атрибутики, одягу, притаманних цьому світу тощо. Приклад – герой Білл із фільму «Вовча ворта»¹.

2. *Унікальність.* Персонаж повинен бути оригінальним із низки причин. Новаторські ідеї є більш привабливими для аудиторії, а запозичені образи імовірно порушують авторські права. Задля уникнення стереотипності слід дослідити різні аспекти особистості героя та контекст, у якому він з'являється. Підкреслити індивідуальність можна через характерний одяг та влучні деталі. Дієвим засобом для створення самобутніх образів також є поєднання існуючих ідей. При цьому важливо дотримуватись балансу між знайомим і незнайомим. Приклад – персонаж Сан з фільму «Принцеса Мононоке»².

3. *Перебільшення та спрощення.* Для швидшого й кращого сприйняття персонажа дизайнери перебільшують їхні головні риси та відкидають зайві деталі, надаючи герою більш виразного вигляду. Міра перебільшення та спрощення варіюється в залежності від мети проєкту. Перебільшення простежується у формах, пропорціях, позах, емоціях

¹ <https://lnk.ua/xdTKoTIU8>

² <https://lnk.ua/HMdr4nodD>

тощо. Приклад — Кролик Роджер³, герой фільму «Хто підставив кролика Роджера?».

4. *Застосування мови форм.* Форма підсвідомо впливає на глядача, викликаючи в нього стійкі асоціації, що може бути використано для більш ефективної передачі індивідуальності героя. У дизайні застосовуються базові геометричні форми (коло, трикутник і квадрат) або їхні поєднання та модифікації, що створюють більш складні настрої. Важливим також є характер лінії фігур, який впливає на глядача аналогічно до форми. Приклад – персонаж бабусі з фільму «Пісня моря»⁴.

5. *Чіткість та пізнаваність силуету.* Персонаж, що має виразний силует, краще сприймається та запам'ятовується. Важливо дотримуватись балансу між внутрішнім емоційним станом персонажа та деталізацією силуету. Зворотна сторона силуету – негативний простір – має бути продумана і допомагати візуально виділити персонажа. Приклад – герой Стіч із фільму «Ліло і Стіч»⁵.

6. *Контрастність.* Контрастність у зовнішності підвищує інтерес до образу, створює візуальний конфлікт. Ця риса може стосуватися форм, розмірів, пропорцій, кольорів тощо. Приклад – Клаус з однойменного фільму⁶.

7. *Принцип ієрархії.* Увага глядача має акцентуватися на головному елементі персонажа (як правило, обличчі), а всі інші елементи мають його підтримувати. Для виділення головного використовуються тон, акцентний колір, композиційне розміщення, підвищена деталізація та інші засоби. Приклад — Парвана з фільму «Хлібодавець»⁷.

8. *Застосування продуманої колірної гами.* Колір здатен впливати на стан глядача, тому може бути використаний для передачі характеру персонажів або їх настрою. Певні значення основних кольорів не є постійними, та залежать від численних факторів, як-от колірна палітра оточення, тон, насиченість і температура кольору, контекст історії, особисте сприйняття кольору кожною людиною. Для поєднання кольорів існують різні схеми, але вони виступають як орієнтир, а не як правило. Приклад — Брендан із фільму «Таємниця абатства Келс»⁸.

³ <https://lnk.ua/FFfC1sAWm>

⁴ <https://lnk.ua/xCFkrAEV5>

⁵ <https://lnk.ua/oQFR9FuMw>

⁶ <https://lnk.ua/Mv0Y3bHgI>

⁷ <https://lnk.ua/Xv3bRrkOj>

⁸ <https://lnk.ua/kyd5zhhX9>

9. *Наявність структури персонажа.* Дизайн персонажа має давати чітке розуміння про те, як влаштований герой, адже це є важливим, насамперед, для його анімації. Від структури й анатомії також залежить правдоподібність образу. Ефективна стилізація можлива лише тоді, коли дизайнер чітко розуміє форму, що лежить в основі персонажа. Приклад – полярний ведмідь з фільму «Snow Bear»⁹.

10. *Пристосування до 2D-середовища.* Через особливості 2D-анімації персонаж повинен мати спрощений вигляд та обмежену кількість деталей, кожен елемент має бути чітко відокремленим від інших. Крім цього, важливим є розуміння об'єму персонажа та його вигляду з усіх ракурсів. Приклад – абат Келлах із фільму «Таємниця абатства Келс»¹⁰.

Отже, наведені принципи розробки 2D-персонажів, що сформувався впродовж тривалої історії існування анімаційних фільмів, сприяють ефективнішому створенню вдалих образів. Майбутні дослідження у цій галузі можуть стосуватися детальнішого вивчення деяких з цих принципів або інших аспектів дизайну персонажів.

БАБИЧ Поліна

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ГІБРИДНІСТЬ ЯК НОВИЙ ВЕКТОР РОЗВИТКУ АНІМАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ

Гібридна графіка анімації поєднує у собі переваги 2D і 3D-техніки, живопис та графічний дизайн. Вона створює нові потужні можливості для візуалізації та розширює інструментарій митців. Гібридність зберігає у творах мальовничість та естетику 2D, доповнюючи це ілюзією об'єму та зручністю керування 3D-графіки.

Розвиток гібридної анімації привертає увагу багатьох науковців та митців. До цієї теми у своїх наукових роботах зверталися: Сьюдун Ван, Тейлор Слеттері, Карон Вілді, Карен Ідолсон, Тіна Гейлі та Рауль Рейєс Луке. Гібридна анімація – це CGI-анімація що використовує не фото-реалістичні матеріали та Cell-шейдери. За допомогою композитинга

⁹ <https://lnk.ua/6I0kd0LzT>

¹⁰ <https://lnk.ua/DnHol8an5>

аніматори комбінують рендери з намальованими вручну текстурами, фонами та ефектами. Такий набір інструментів та технічних можливостей розкрив перед митцями двері у безмежний креативний простір.

Ця технологія бере свій початок з 1990-х років. Першим кроком до інтеграції 3D у традиційну анімацію стала бальна сцена в мультфільмі «Красуня і Чудовисько», де тривимірне середовище поєднали з 2D-персонажами. Проте домінування 3D-графіки Pixar у наступні десятиліття призвело до стилістичної уніфікації та спричинило втрату художньої індивідуальності 3D-мультфільмів.

У 2010-х роках французька студія “Fortiche” почала експериментувати з гібридною анімацією у кліпах для Riot Games (“Get Linxed”, “Warriors” та “Ekko: seconds”). Згодом Студія випустила повноцінний анімаційний серіал «Аркейн» (2021), який поєднав CGI-графіку з 2D-ефектами, сканованими текстурами та живописним освітленням. Завдяки складному композитингу, окремим рендерам світла, тіней та рефлексів, серіал набув унікальної візуальної стилістики що вразило глядачів по всьому світу.

У 2018 році студія “Sony Pictures Animation” випустила «Людину-Павук: Навколо всесвіту». Фільм започаткував нову еру гібридної анімації. Художники разом з Альберто Мієлго створили унікальний стиль де поєднали 3D-моделі з 2D-елементами та імітацією комікських прийомів. Для підсилення цього ефекту вони робили вставки анімованих панелей що розділяли екран неначе сторінки коміксу та ономапої (BOOM!, POW! CRASH!). Замість звичних для 3D-ефектів глибини (розмиття дальніх об’єктів чи тіней) вони використовували точки друку (Ben-Day dots) та колірну аберацию. Таким чином, художники імітували зсування кольору під час друку зображень. Використання різної частоти кадрів («на одиницях» і «на двійках») надало руху персонажів мальованої динаміки.

У 2022 році світ побачив цілий ряд гібридних мультфільмів таких як: «Ентергалактик» від студії Netflix, «Поганці» та «Кіт у чоботях 2: Останнє бажання» від DreamWorks Animations. Вони продемонстрували різні способи поєднання мальованої стилізації з CGI. Зокрема, DreamWorks у сиквелі про kota відійшла від фотореалістичної графіки 2011 року на користь живописної стилістики з акварельними текстурами, стилізованим освітленням і нестандартно перспективою. Це надало фільму художньої експресії та свіжості.

Поєднання 2D та 3D-графіки стало одним з головних каталізаторів стилістичних змін у сучасній анімаційній індустрії. Сьогодні гібридна

графіка повернула до анімації художню виразність та експресивність, довела свою ефективність як актуальний інструмент для створення унікальної візуальної мови, що надало новий вектор розвитку анімаційній індустрії.

БАЙРАЧНА Анастасія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ПРИЙОМИ ВІЗУАЛЬНОГО СТОРІТЕЛІНГУ В КОМІКСАХ

В наш час молоді художники для втілення власних ідей, фантазій та реалізації себе як митців все частіше обирають формат коміксу через простоту в реалізації у порівнянні з анімацією. Зростання популярності коміксів зумовлює потребу у популяризації знань щодо прийомів візуального сторітелінгу задля покращення якості контенту. З огляду на вище сказане, визначення прийомів візуального сторітелінгу є актуальним.

Мета дослідження – проаналізувати основні прийоми візуального сторітелінгу в азійських та американських коміксах, визначити їх роль у формуванні сюжету й емоційному впливі на глядача.

Термін «візуальний сторітелінг» визначається як мистецтво оповідання історій за допомогою візуальних засобів, таких як: зображення, фото, відео, інфографіка, комікси та анімація. Варто зазначити, що велику роль в сприйнятті матеріалу відіграє кадрування, що формує візуальну та оповідальну структуру. Наприклад, великі кадри акцентують важливі моменти, вузькі фрейми, в яких видно лише очі героя, підсилюють напругу.

Для гармонійного розміщення фреймів на сторінці потрібне знання композиції. Для розуміння того, як розмістити об'єкти, використовується модульна сітка, золотий перетин та точка сходу. Правильно скомпонована сторінка спрямовує увагу читача та формує емоційне сприйняття.

Окрім композиції в нагоді стануть контраст і кольори як засоби для формування настрою, атмосфери й підсилення драматичних моментів. Зокрема, правило «60:30:10» використовується для гармонійного

поєднання кольорів у коміксах. У чорно-білій манзі глибина досягається за рахунок тону, лінії та текстури.

Варто враховувати також емоційну роль кольору. Червоний колір символізує пристрасть та напругу, помаранчевий – затишок і тепло, жовтий – енергію, зелений – гармонію, синій – творчість і натхнення, фіолетовий – магію та знання, коричневий – практичність. Чорний та білий відтінки ахроматичної гами можуть означати смерть залежно від культурного контексту.

Окрім зображень значущу роль в коміксах відіграє текст. Він може використовуватись як пряма мова, внутрішній монолог, розповідь, звуковий ефект, запах, позначення, частина зображення тощо.

Для оформлення діалогів малюють різноманітні «кулі», в які вписується текст. Цей прийом пов'язує мову з тим, хто говорить та передає характер слів. Так, якщо фраза спокійна – «повітряна куля» гладка із супровідним хвостом. Якщо герой злиться або кричить – кулю малюють з шипами. Коли герою страшно, кулю роблять кривенькою. Приклади зображення звуків можна побачити в книзі американського художника коміксиста Скотта Маклауда «Зрозуміти комікси»¹¹.

З метою визначення різниці в прийомах візуального сторітелінгу, нами було проведено порівняльний аналіз американського коміксу та японської манги, який показав багато відмінностей.

Формат читання в манзі – справа наліво, в коміксах – зліва направо¹². В манзі переважає аніме-стиль зображення. Персонажі манги у комічних моментах зображуються у вигляді чибі. Чибі – персонажі аніме та манги, яким малюють маленьке тіло та велику голову, що надає їм дитячого і милого вигляду. В азійських коміксах можна спостерігати дивну експресію в зображенні емоцій.

Стилістика в європейських та американських коміксах дуже різна – від реалізму до мультиплікацій. Емоції частіше показують через реалістичну акторську гру персонажів, міміку та жести.

У результаті дослідження ми дійшли того висновку, що знання прийомів візуального сторітелінгу є дуже важливим для майбутніх художників. Без розуміння та грамотного використання композиції, колірної палітри, кадрування, типографіки, стилізації та тексту не можна створити дійсно якісний графічний контент. Визначені прийоми допомагають правильно подати сюжет, передати емоції та характери персонажів, гармонійно закомпонувати деталі, майстерно направити

¹¹ <https://lnk.ua/fQXvj5wJD>

¹² <https://lnk.ua/03roPASbl>

погляд читача. Щодо подальших досліджень, доцільно було б, на нашу думку, спрямувати увагу на аналіз робіт українських художників-ілюстраторів та вивчення інтеграції нових візуальних прийомів зі світу мультиплікації в комікси різних країн.

БІЛАНЬ Євгенія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

РОЛЬ ТИПОГРАФІКИ У UI/UX ДИЗАЙНІ

Типографіка є ключовим фактором у створенні якісного дизайну та користувацького досвіду. Актуальність дослідження зумовлена тим, що навіть дрібні зміни в параметрах шрифту суттєво впливають на сприйняття інформації, швидкість читання, когнітивне навантаження та комфорт. Проблемою залишається відсутність єдиного підходу в умовах різних екранів, освітлення та режимів перегляду до вибору параметрів тексту, таких як кегль, інтерліньяж, довжина рядка та контрастність. Означеній проблемі присвячено низку досліджень та публікацій. Так, автори *Journal of Vision* наголошують, що, незалежно від ширини тексту, товсті штрихи шрифту підвищують швидкість читання, а тонкі уповільнюють його. Дослідження СНІ/АСМ виявило, що світлий режим покращує плавність читання, тоді як темний комфортніший для людей з фотосенситивністю. Едвард Скотт (*Edward Scott*), автор статті «*Readability: The Optimal Line Length*»¹³, досліджуючи довжину рядка, встановив, що оптимальна довжина основного тексту становить 50–60 символів (до 75 допустимо), оскільки занадто довгі або занадто короткі рядки викликають візуальний стрес й ускладнюють сприйняття.

Метою роботи є аналіз ключових принципів типографіки, виявлення сучасних тенденцій в UI/UX та формування практичних рекомендацій для дизайнерів. Типографіка – центральний елемент UI/UX-дизайну. Основні принципи ефективної типографіки:

– зручність читання – адаптація тексту під різні екрани, вибір шрифту та кольору для легкого сприйняття;

¹³ <https://surl.li/rzxtkb>

– ієрархія інформації – розмежування основного та другорядного тексту за розміром, насиченістю, інтервалами;

– єдність форми та змісту – візуальний стиль має відповідати змісту повідомлення;

– послідовність – використання єдиної шрифтової та кольорової системи в межах продукту.

Apple і Google мають власні системи дизайну, а саме:

– Apple Human Interface Guidelines використовує шрифт San Francisco; базовий розмір тексту – 17 pt, заголовки – 17–34 pt, підписи – 11–13 pt;

– Google Material Design застосовує шрифт Roboto; основний текст – 12–16 pt, заголовки – 18–24 pt.

Для забезпечення читабельності рекомендуються певні діапазони розмірів шрифтів та модульної сітки для різних типів контенту. Модульна сітка (колонки, проміжки, поля) має упорядковувати контент узгоджено та передбачувано. Найсприятливіший розмір проміжку – 16–40 px, полів – 24–32 px. Оптимальний інтерліньяж (відстань між рядками) має становити 1,5–2 кеглі. Колірна схема включає основні, додаткові, нейтральні, третинні та сигнальні кольори (кольори помилок) для створення візуальних акцентів, а світлий та темний режими дисплея підтримують комфортне читання, залежно від користувацьких уподобань та умов освітлення. Мультимедійні елементи (зображення, відео, іконки) повинні доповнювати текст, покращувати навігацію та забезпечувати загальну гармонію макету.

Таким чином, дослідження показало, що типографіка залишається критично важливою складовою UI/UX-дизайну. Її постійний розвиток необхідний для створення якісних і доступних цифрових продуктів. У майбутньому, на нашу думку, варто дослідити підвищення доступності для користувачів із дислексією та порушеннями зору, вплив типографіки на когнітивне сприйняття та соціальну поведінку, а також застосування штучного інтелекту для автоматичних адаптивних текстових рішень. З розвитком VR потрібні нові принципи тривимірної типографіки для інтерфейсів імерсивних середовищ.

БЛИЗНЮК Микола

Доктор педагогічних наук, професор

БУЛИГА Вадим

Студент 4 курсу, ОПП «Професійна освіта (Дизайн)»

*Полтава, Полтавський національний педагогічний університет
імені В. Г. Короленка*

ВИКОРИСТАННЯ КОМП'ЮТЕРНОЇ ГРАФІКИ У РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Комп'ютерна графіка (КГ) є наріжним каменем сучасної рекламної індустрії, виступаючи фундаментальним інструментом у сфері візуальних комунікацій. Вона забезпечує практично необмежені можливості для візуалізації, що є критично важливим фактором для ефективної комунікації та привернення уваги в умовах глобального інформаційного перенасичення, де щодня споживач стикається з тисячами рекламних повідомлень. КГ перетворила рекламу з пасивного показу на високотехнологічне мистецтво маніпулювання візуальними образами.

Застосування КГ трансформувало традиційні рекламні формати, радикально розширивши їхні художні та технічні межі. Це дозволило створювати не лише фотореалістичні зображення (які іноді неможливо відрізнити від реальних фотографій), але й складну анімацію та спецефекти, які неможливо або надзвичайно дорого, а часом і фізично неможливо, реалізувати звичайними методами фотознімання. Це стосується, зокрема, технології *Computer Generated Imagery (CGI)*, що є основним механізмом візуального створення медіаконтенту (продакшну) в багатьох галузях. CGI дає змогу брендам демонструвати продукти, що ще перебувають лише на стадії проєктування, дозволяючи тестувати ринок до фізичного виробництва. Більше того, КГ дозволяє створювати нереальні, фантастичні світи та алегоричні образи для посилення емоційного та метафоричного впливу на свідомість споживача. Це особливо актуально у просуванні товарів високої емоційної вартості (парфумерія, ювелірні вироби).

Широке застосування КГ отримала для 3D-моделювання та формування іміджу, адже використання 3D-моделювання є ключовим інструментом формування позитивного іміджу бренду у споживачів. Замість використання фотосесій, 3D-графіка дозволяє ідеально контролювати освітлення, ракурси, текстури та фон, створюючи ідеалізовану репрезентацію товару. Це особливо важливо для таких

галузей, як автомобілебудування та архітектура, де повна візуалізація продукту (екстер'єрів будівель, інтер'єрів автомобілів) необхідна до його фізичного існування. Якісно виконана тривимірна модель підвищує сприйняття інноваційності та преміальності бренду. Крім того, 3D-моделі є базою для подальшої інтеграції в інтерактивні рекламні платформи та технології доповненої реальності (AR), що забезпечує безшовний перехід від статичного візуалу до динамічної взаємодії.

КГ перетворилася з простого інструменту дизайну на стратегічний актив, який визначає візуальну мову бренду та його конкурентну перевагу на цифровому ринку. Основними перевагами інтеграції КГ у рекламну діяльність є її здатність до підвищення привабливості візуального контенту та сильного емоційного впливу на цільову аудиторію. Високоякісна комп'ютерна графіка, включаючи фотореалістичний *рендеринг* (процес створення 2D-зображення або анімації з 3D-моделі за допомогою комп'ютерної програми) та складну *анімацію* (або мультиплікацію), забезпечує безпрецедентний рівень деталізації та естетичної досконалості, що вирізняє рекламне повідомлення на фоні загального інформаційного шуму. Аналіз сучасних рекламних кейсів підтверджує, що високоякісна 3D-графіка значно підвищує показник запам'ятовуваності бренду, оскільки трансформація рекламної індустрії в умовах розвитку цифрових технологій робить візуалізацію пріоритетом і ключовим фактором конкурентоспроможності. Естетична довершеність, досягнута засобами КГ, безпосередньо корелює із сприйняттям якості самого продукту або послуги споживачем.

Особливого, стратегічного значення набуває використання КГ у розробці інтерактивних рекламних форматів, що знаменує перехід від лінійного споживання контенту до залученої участі споживача. Йдеться про технології доповненої реальності (*Augmented Reality*, AR) та віртуальної реальності (*Virtual Reality*, VR), які спільно перетворюють пасивне споживання реклами на глибоко персоналізований досвід. Ці інструменти дозволяють брендам створювати емоційний зв'язок із цільовою аудиторією, замінюючи абстрактні обіцянки конкретним досвідом.

Ключовим, найбільш динамічним трендом останніх років у сфері рекламних візуальних комунікацій є інтеграція генеративної графіки на основі штучного інтелекту (ШІ). Ця технологія кардинально змінює підходи до створення контенту, переходячи від ручної роботи графічних дизайнерів до автоматизованого продукування візуальних рішень. Генеративний ШІ здатний автоматично створювати нескінченну

кількість варіацій візуальних елементів – від фонів, кольорних схем та стилів до повних рекламних зображень та коротких анімацій. Це особливо цінно для А/В-тестування та мікротаргетингу, оскільки дозволяє миттєво генерувати десятки або сотні креативів, оптимізованих під конкретні сегменти аудиторії, що раніше було неможливо через часові та фінансові обмеження.

Однак, використання генеративного ШІ має значні переваги, але водночас породжує комплекс етичних та регуляторних викликів. Перша проблема пов'язана з авторським правом та правомірністю використання даних (зображень), на яких навчалася модель ШІ. Друга – з якістю контенту та питанням прозорості. Споживачі мають право знати, чи створено контент людиною чи машиною. Неконтрольоване використання ШІ-графіки може призвести до розмивання оригінальності та насичення ринку однотипними візуалами. Ці аспекти вимагають негайного правового та етичного регулювання у рекламній галузі, щоб забезпечити відповідальне та чесне використання нових технологій. Отже, перехід до генеративної графіки вимагає не лише технологічної адаптації, але й формування нових стандартів академічної доброчесності та професійної етики у візуальному маркетингу.

Незважаючи на значні технологічні переваги, інтеграція КГ та ШІ у рекламну діяльність породжує низку етичних та практичних викликів, які вимагають негайної уваги.

Першочергово, це стосується *«етики використання»*. З розвитком генеративних моделей виникають серйозні питання, пов'язані з авторським правом та інтелектуальною власністю. Оскільки ШІ навчається на мільйонах робіт художників, важливо встановити чіткі межі правомірності використання створеного контенту, а також забезпечити прозорість процесу генерації.

Другий вагомий виклик – це ризик *«візуального шуму»*. Це ситуація, коли надмірне використання спецефектів, анімацій та складної графіки перевантажує сприйняття споживача і відволікає його увагу від основного рекламного повідомлення або унікальної торгової пропозиції (USP). Замість того, щоб посилювати меседж, надлишковий візуальний декор викликає когнітивне перенавантаження та відторгнення реклами. У цьому контексті, КГ може стати самоціллю, а не інструментом комунікації.

Таким чином, використання КГ сьогодні є стратегічною необхідністю, а не просто технічною опцією чи елементом естетики. В умовах цифрової трансформації та високої конкуренції за увагу споживача, КГ перетворює рекламу на високотехнологічний інструмент

впливу та ефективної візуальної комунікації. Це забезпечує брендам не лише привабливість, але й можливість реалізації складних інтерактивних сценаріїв, таких як AR та VR, що формують унікальний споживчий досвід.

БОДЯК Юлія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

АНІМАЦІЯ ЯК ЗАСІБ МАРКЕТИНГУ

Анімація є ефективним інструментом сучасного маркетингу, що дозволяє не лише привертати увагу аудиторії, а й формувати довготривалий емоційний зв'язок із брендом. Її універсальність дає змогу використовувати різноманітні формати для вирішення багатьох маркетингових завдань: від підвищення пізнаваності бренду до стимулювання продажів. Завдяки інтеграції в цифрові платформи, соціальні мережі та традиційну рекламу анімація забезпечує інноваційний підхід до комунікації з цільовою аудиторією.

1. Основні види комерційної анімації.

Рекламна анімація охоплює широкий спектр форматів, включаючи рекламні ролики, анімовані логотипи, тизери та буктрейлери. Її основна мета — привертання уваги споживачів та стимулювання інтересу до продуктів чи послуг. Анімовані логотипи підвищують пізнаваність бренду, а тизери створюють інтригу, спонукаючи споживачів дізнатися більше про пропозицію.

Освітня та пояснювальна анімація використовується для подання складної інформації у доступній формі. Освітні ролики надають глядачам чітке уявлення про процеси, функції або переваги певного продукту. Цей вид анімації активно застосовується в інструкціях, технологічних демонстраціях та навчальних матеріалах.

Анімація для цифрових платформ охоплює анімовані банери, GIF-зображення, мікроанімації інтерфейсів та елементи електронної комерції. Вона підвищує залученість користувачів, покращує їхній досвід взаємодії з платформою та сприяє вірусному поширенню контенту.

Соціальна анімація застосовується для створення соціальної реклами, що привертає увагу до важливих проблем, таких як екологія,

здоров'я, права людини тощо. Анімація допомагає брендам демонструвати свою соціальну відповідальність, формуючи позитивний імідж серед аудиторії.

2. Вплив анімації на просування.

Сенсорний вплив. Анімація поєднує візуальні образи, звукові ефекти та рух, що забезпечує багатоканальний вплив на аудиторію. Використання яскравих кольорів, динамічного монтажу та музики дозволяє створити контент, який легко запам'ятовується і виділяється серед інформаційного шуму.

Емоційний зв'язок. Анімація допомагає брендам створювати персонажів, історії або символи, які викликають сильні емоції у споживачів. Це дозволяє зміцнити довіру до бренду, сформувати стійкі асоціації та сприяти лояльності. Приклад: новорічна кампанія Coca-Cola, яка асоціюється з теплом і святковим настроєм завдяки анімаційним образам.

Спрощення інформації. Завдяки використанню метафор, символів та абстрактних образів, анімація дозволяє подавати навіть складну інформацію у простій та зрозумілій формі. Це полегшує сприйняття контенту широкою аудиторією.

Адаптивність до аудиторії. Анімація дозволяє створювати контент, адаптований до культурних та вікових особливостей аудиторії. Для дітей використовуються яскраві кольори та динамічні сюжети, для дорослих – глибші метафори та серйозніші теми.

Залученість та вірусність. Інтерактивні елементи анімації стимулюють активну взаємодію з брендом, підвищуючи рівень залученості аудиторії. Креативні анімаційні ролики часто стають вірусними, значно розширюючи охоплення аудиторії.

Отже, анімація є універсальним інструментом, який дозволяє брендам виділятися, підвищувати ефективність своїх рекламних кампаній та створювати довготривалі емоційні зв'язки зі споживачами. Перспективними напрямками досліджень є вивчення психологічного впливу кольору, форми та інтерактивності анімації, що може сприяти розробці нових підходів до маркетингових стратегій.

БОЛОМСА Марія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГЕЙМ-ІНДУСТРІЇ

У сучасних умовах цифрової трансформації суспільства гейм-індустрія виступає одним із найдинамічніших сегментів світової економіки, що вже перевищує прибутковість кіно та музичну індустрію. Відеоігри сьогодні виконують не лише розважальну функцію, але й стають важливим засобом соціалізації, комунікації, навчання та культурної репрезентації. Українська гейм-індустрія має потужний людський потенціал, проте її розвиток обмежується низкою системних проблем, серед яких домінування аутсорсингової моделі, недостатня державна підтримка, брак інвестицій і слабкий зв'язок між освітою та ринком праці. Більшість українських студій працюють на замовлення іноземних компаній, виконуючи технічні завдання без створення власних брендів і продуктів, через що більша частина прибутків не залишається в Україні.

Міжнародний досвід Польщі, Канади та Франції показує, що державна підтримка через податкові пільги, грантові програми та спеціалізовані фонди дозволяє сформувати конкурентний локальний геймдев-сектор, який активно експортує власні продукти.

Окремою проблемою для українського ринку залишається нестача фахівців із міждисциплінарною підготовкою, які здатні поєднувати технічні навички з креативним і нарративним мисленням. Освітні програми з геймдизайну залишаються фрагментарними, переважно представлені короткотерміновими курсами, які не забезпечують глибокої професійної підготовки. Необхідним є оновлення університетських програм, створення міждисциплінарних освітніх модулів і запровадження дуальної освіти у співпраці з ігровими студіями. Такий підхід дозволить підготувати кадри, здатні працювати над повноцінними ігровими проєктами міжнародного рівня.

Важливим аспектом розвитку національної гейм-індустрії є її культурний потенціал. Відеоігри можна розглядати як «глибоке медіа», що здатне відтворювати історичну пам'ять, формувати національну ідентичність і поширювати український культурний нарратив. У контексті війни вони перетворюються на інструмент культурного опору та

інформаційного впливу, допомагаючи доносити українську правду світові через інтерактивний досвід. Досвід Польщі та Чехії свідчить, що локальні ігрові проєкти з національним контекстом можуть здобувати глобальне визнання, формуючи культурний бренд країни.

Сучасна гейм-індустрія також розширює межі свого впливу, впроваджуючи VR- та AR-технології в освіті, медицині, реабілітації та військовій підготовці. Застосування гейміфікації у соціальній сфері й навчанні сприяє створенню нових технологічних рішень і соціально значущих продуктів, що поєднують інновації з практичною користю для суспільства. Підтримка інді-розробників і невеликих студій, які створюють культурно орієнтований контент, може стати ефективним шляхом розвитку національного ігрового ринку.

Українська гейм-індустрія володіє значним економічним і культурним потенціалом, однак для його реалізації необхідна системна державна політика, спрямована на подолання домінування аутсорсингу, стимулювання створення власних ігор, розширення освітніх можливостей і залучення інвестицій. Відеоігри здатні стати стратегічним ресурсом креативної економіки та культурної дипломатії України, забезпечуючи інтеграцію країни у глобальний цифровий простір і формування її позитивного іміджу на міжнародному рівні.

БОНДАРЕНКО Анастасія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ФІЛОСОФІЯ І КРИТИКА ДИЗАЙНУ

В сучасному суспільстві дизайн все частіше розглядається не лише як засіб створення естетично привабливих або комерційно успішних продуктів, а як потужний інструмент формування соціокультурних значень та етичних норм. Зростання ролі технологій і впливу дизайну на повсякденне життя актуалізує потребу у філософському та критичному аналізі дизайнерської практики, який враховує не лише функціональність, а й цінності, мораль та відповідальність. З огляду на це, визначення ролі критичного та філософського підходів у сучасному дизайні є особливо актуальним.

Мета дослідження – проаналізувати, як критичний і філософський підходи у дизайні впливають на формування соціокультурних значень і етики взаємодії людини з технологіями.

Під критичним дизайном розуміється напрям, що використовує дизайнерські рішення для постановки суспільно важливих питань, виявлення прихованих припущень та стимулювання дискусії щодо цінностей і норм. Значну роль відіграє концепція ціннісно-орієнтованого дизайну (*Value Sensitive Design, VSD*), яка передбачає врахування таких принципів, як приватність, справедливість, автономія ще на етапі проектування. Філософія технологічного посередництва підкреслює, що технологічні об'єкти та системи впливають на моральний вибір та поведінку людей, а дизайнери несуть відповідальність за соціальні та етичні наслідки своїх рішень.

Критичний підхід дозволяє виявляти проблеми та ставити під сумнів усталені норми, створюючи простір для альтернативних точок зору. VSD забезпечує структурований підхід до врахування цінностей користувачів у процесі розробки продуктів. Філософський аналіз дизайнерської діяльності сприяє усвідомленню впливу технологій на формування нових форм взаємодії людини і суспільства.

У результаті дослідження зроблено висновок, що інтеграція критичного та філософського підходів сприяє формуванню більш відповідальної, рефлексивної та інклюзивної дизайнерської практики, яка враховує складність сучасних соціотехнічних систем.

У подальшому доцільно зосередити увагу на аналізі практичної інтеграції етичних підходів у реальні дизайнерські проекти, вивченні міждисциплінарної співпраці та розробці нових методик для оцінки соціокультурного та етичного впливу дизайну.

ГЕРАСИМЕНКО Марія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

РОЛЬ КУЛЬТУРНИХ І ЕТНІЧНИХ УКРАЇНСЬКИХ МОТИВІВ У СЮЖЕТАХ ВІДЕОІГОР

Сучасні відеоігри еволюціонували з традиційних ігор і розваг для дітей в окрему індустрію, яка поєднує в собі інноваційні технології та культурну спадщину, що дозволяє розглядати їх у контексті окремої та самостійної форми мистецтва.

В сучасному медіапросторі відеоігри мають великий потенціал для популяризації культурної й історичної спадщини, яка, особливо зараз, потребує особливої уваги, тому використання ігор як інструменту просування є актуальним і важливим.

Метою дослідження є аналіз важливості використання культурних і етнічних українських мотивів у сучасних сюжетах відеоігор для просування національної культури та спадщини.

Означеній проблемі приділили увагу Шеломова О. М., Дж. Фромм, Ф. Мюле, С. Вайнштейн, та А. Кнорре, розглядаючи аспекти комп'ютерних ігор та їх особливості.

Наразі, гейм індустрія швидко змінюється та дозволяє висвітлити за допомогою ігор будь-яку важливу проблему. Особливо в умовах війни, використання українських культурних і етнічних мотивів у відеоіграх допомагає збереженню національної ідентичності та історії, формує певний позитивний образ України у світовому культурному просторі, що також є важливою частиною популяризації вітчизняної спадщини. Сьогодні, коли ворог атакує не лише за допомогою зброї, а й медіа простору, важливо продовжувати популяризацію українського контенту.

Національна ідентичність сьогодення формується завдяки візуальній суспільній культурі, історії, мові, а тепер і через відеоігри, що користуються попитом, як ніколи раніше.

Сучасні технології розширюють можливості для мистецької уяви, перетворюючи відеоігри на спосіб візуальної популяризації культури в умовах соціально-політичних викликів. Репрезентація важливих проблем і питань у сучасному середовищі краще здійснюється завдяки засобам масової інформації, до яких належать відеоігри. Саме завдяки іграм можна створити альтернативний спосіб пізнання світу. Варто

зазначити, що внутрішні технічні рішення, адаптування традиційних образів та символів безпосередньо позитивно впливають на подальший культурний розвиток і підвищують інтерес до української культури не лише в межах країни, а й по всьому світу.

Саме традиційні культурні елементи є фундаментом нової культурної реальності. З початку повномасштабного вторгнення інтерес і попит до українського контенту значно зріс, підвищуючи увагу до національної ідентичності, культурних кодів і мови не лише у кіно, медіа та мистецтві, а й у сфері комп'ютерних ігор. Просування української культури в ігрову індустрію неодмінно сприяє визнанню аудиторії, яка прагне більше бачити знайомі оку образи у сучасних реаліях і медіа.

Вітчизняна відео ігрова індустрія бере свій початок ще з 1990-х років. Тоді компанії Meridian`93 і GSC Game World започаткували розвиток індустрії, створивши основу для формування майбутнього українських розробників. Як зосередження на створенні казуальних ігор, адаптованих для масової аудиторії, так і більш локальні проекти робили ухил на саме історико-культурну специфіку України. Таким чином, ці компанії стали фундаментом для сучасних митців, які продовжують їх шлях популяризації вітчизняного контенту.

Історичний та культурний спадок України є одним з потужних джерел для створення абсолютно нових й унікальних відеоігор, що можуть поєднати в собі як розважальний, так і пізнавальний аспект. Використання тем міфології, фольклору, історичних і національних подій у гейм дизайні сприяє не лише популяризації культури по всьому світу, а й формуванню нових творчих тенденцій, що неодмінно принесуть ще більше розвитку національної ігрової індустрії.

На нашу думку, популяризація української спадщини та використання її в освітньому процесі за допомогою відеоігор наразі є важливим аспектом, на який треба звернути увагу. Національні мотиви, як й міфологічні, у сучасному візуальному просторі користуються великим попитом, бо відображають культурну ідентичність народу та слугують інструментом комунікації з людьми по всьому світу. Зараз саме технологічний прогрес і глобалізація, напряду впливають на майбутні тренди. З огляду на це важливо не загубити культурне надбання, адаптувати його й зберігати. Неодмінно треба звернути увагу на пошук способів інтегрування українського фольклору, міфології та традицій у наративну структуру відеоігор, що дозволить не лише популяризувати, а й зберегти культурну спадщину.

ГОНЧАР Вероніка

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну та мистецтв

ВПЛИВ ІСТОРИЧНИХ ПОДІЙ ТА ЗМІН У СУСПІЛЬСТВІ НА РОЗВИТОК ВІДЕОІГОР

Вже довгий час відеоігри є глобальним медіа феноменом, що впливає на світогляд і формування цінностей мільйонів людей, стаючи інструментом впливу на свідомість. Оскільки розвиток гейм індустрії тісно пов'язаний з історичними подіями та соціальними змінами дослідження є актуальним.

Метою роботи є аналіз впливу історичних подій та змін в суспільстві на розвиток відеоігор, визначити їх вплив на світогляд людей та можливості для саморозвитку.

Історичні події та культурні відмінності є ключовими чинниками, які формують й впливають на стратегію розвитку, естетику, сюжет і жанр ігор. Розробники часто звертаються до своєї цільової аудиторії щодо соціальних трендів, аналізують історичні та культурні події для створення концептуального фундаменту продукту, що дозволяє використовувати гру як інструмент впливу на різні соціальні групи.

Військові конфлікти стають основою для ігор жанрів «шутер» та «ММО». Прикладами є “World of Tanks”, присвячена танковим битвам, та “Counter-Strike: Global Offensive”, що віддзеркалює тематику боротьби з тероризмом без прив'язки до конкретних інцидентів.

У сюжетах також відображаються соціальні та національні кризи. Холодна війна стимулювала науково-фантастичні антиутопії, а масові протести – незалежні ігри, що підіймають гострі соціальні питання.

Особливо актуальним є питання поширення української культури. Прикладами відображення українських подій є “Famine Way” – гра про Голодомор, “Ukrainian farmy” – гра про роль «Тракторних військ» у сучасній війні та культова серія STALKER – гра заснована на основі Чорнобильської катастрофи.

Останнім часом популярними стають онлайн-ігри. Вони сприяють налагодженню соціальних зв'язків та спілкуванню людей з усього світу. Онлайн-ігри допомагають розвивати когнітивні навички, включаючи стратегічне мислення, багатозадачність та просторове орієнтування.

Нової популярності набув феномен “edutainment” – освітні ігри, які поєднують у собі розваги та навчання. Відеоігри надають привабливий спосіб подачі та використання отриманих знань, даючи змогу краще засвоїти матеріал.

Крім того, відеоігри також використовуються як терапевтичні інструменти. Ігри віртуальної реальності застосовуються для допомоги у лікуванні різних психічних захворювань, включаючи фобії та посттравматичний стресовий розлад.

Проте варто зазначити значні негативні аспекти означеного питання. Головним страхом сучасних батьків є ігрова залежність та соціальна ізоляція, що може слідувати за нею. Також великою проблемою є можливі фізіологічні ушкодження, спричинені малорухливим способом життя та психічні порушення, які можуть виникнути внаслідок кібербулінгу та спілкування з агресивними гравцями.

Дослідження підтверджує, що відеоігри є потужним медіа феноменом, який переріс нішу розваг. Можна простежити ланцюгову реакцію: історія змінює відеоігри, ігри змінюють людей, люди змінюють історію.

Подальше вивчення гейм-індустрії потрібне для розробки механізмів запобігання ігрової залежності, а також для дослідження освітнього та терапевтичного потенціалу ігор.

ДОВБЕУС Вероніка

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ АНІМАЦІЇ В АМЕРИЦІ ТА ЯПОНІЇ

Сучасна мультиплікація сповнена різноманітності, чим завдячує десятиріччям практики. За цей час більшість студій розробили власні техніки, правила та шаблони. Внаслідок розвитку індустрії утворилися умовні патерни, притаманні для анімації за місцем її створення. Америка та Японія є провідними виробниками й інноваторами мультиплікації для масової аудиторії. З огляду на це, аналіз історії розвитку Західної та Східної анімації є актуальним.

Історії розвитку Західної та Східної анімації присвятили свої праці такі автори, як: Ямагуті Ясуо (“The Evolution of the Japanese Anime

Industry”), Тайлер Ченселлор (“A Brief History On The Golden Age Of Animation”) і Акінгунде Акіннімі (“The History of Anime”).

Отже, *мета дослідження* – проаналізувати історію розвитку анімації в Америці та Японії.

Американські митці приймали участь у фактичному зародженні анімації як явища. Джеймс Стюарт Блектон, британсько-американський режисер, співзасновник Vitagraph Studios, був одним з перших, хто використав анімацію у своїх фільмах, зокрема “The Enchanted Drawing” (1900).

Фільм Вінзора Маккея “Gertie the Dinosaur” (1914) став раннім прикладом розвитку персонажів у мальованій анімації та першим фільмом, який поєднав живу дію з анімацією.

У 1914 році співробітник John Bray Studios (засновник Джон Брей), Ерл Херд, запатентував техніку cel-анімації, яка передбачала анімування рухомих об’єктів на прозорих целулоїдних аркушах. Такий метод у поєднанні з новаторським використанням конвеєрного підходу Брея дозволив студії створити анімаційний серіал “Colonel Heeza Liar” («Полковник Хіза Ліар», 1915).

З розробкою анімацій із синхронізованим звуком і заснуванням студії Волта Діснея у 1920-х роках, розпочався Золотий вік американської анімації. У цьому десятилітті з’явився Міккі Маус у фільмі “Steamboat Willie” (1928), який включав і діалоги персонажів, і музичний супровід.

Золотий вік анімації відомий появою культових персонажів таких, як: Міккі Маус, Багз Банні, Даффі Дак, Елмер Фадд, Порося Поркі, Попай, Том і Джеррі, а також дебютом короткометражних анімаційних фільмів про Міккі Мауса та “Silly Symphonies”.

У 1937 році Волт Дісней випускає свій перший повнометражний анімаційний фільм “Snow White and the Seven Dwarfs”, успіх якого зробив Walt Disney Productions провідною анімаційною студією впродовж «Золотого віку», та заклав основу для франшизи Disney Princess.

У компанії починає з’являтися конкуренція з боку різних інших студій, а саме: студія

Ханна-Барбера з “Tom and Jerry” та Warner Brothers з “Looney Tunes”.

Розвиток комп’ютерних технологій протягом 20-го століття призвів до створення CGI-анімації та поступової діджиталізації індустрії. Pixar Animation Studios, заснована в 1986 році, створила перший повнометражний комп’ютерний анімаційний фільм, “Toy Story” (1995),

який кінокритики визнали одним із найкращих анімаційних фільмів усіх часів.

Починаючи з “Tangled” (2010), всі повнометражні мультфільми франшизи Disney Princess були зроблені у техніці 3D-анімації.

У 1992 році Тед Тернер заснував Cartoon Network, на якому транслювалися мультфільми з бібліотеки Hanna-Barbera. У 1999 році мережа запустила Cartoon Cartoon Fridays – програмний блок, який демонстрував такі серіали, як “Dexter's Laboratory” (1995), “Johnny Bravo” (1997), “The Grim Adventures of Billy & Mandy” (2001).

У 2005 році запускається студія Cartoon Network Studios, яка створила різноманітні оригінальні програми, наприклад: “The Powerpuff Girls” (1998), “Samurai Jack” (2001), і “Adventure Time” (2010).

Перші спроби Японії у створенні анімації датуються приблизно 1907-1917 роками. Офіційно найпершим мультфільмом прийнято вважати “The Story of the Concierge Mukuzo Imokawa” (1917). Ще одним прикладом ранньої японської анімації є “The Dull Sword” (1917).

Великий землетрус Канто в 1923 році призвів до знищення анімаційних напрацювань, і майстри індустрії починають все з «нуля». Кензо Масаока та Міцуйо Сео запроваджують в свою роботу cel-анімацію, звук і багатоплощинні камери. Масаока створив перший озвучуваний фільм за допомогою покадрової анімації “Chikara to Onna no Yo no Naka” (1933). Далі виходить стрічка “The Dance of the Chagamas” (1934).

У 1930-х роках японський уряд почав нав'язувати культурний націоналізм, японська імперська армія замовляти більше анімаційних фільмів, зокрема “Momotaro: Sacred Sailors” (1943).

У післявоєнні роки японські ЗМІ перебували під сильним культурним впливом Сполучених Штатів. Приблизно в цей час з'являється та поширюється термін «аніме», що визначає будь-яку японську анімацію, створену після 1945 року.

У 1948 році Хіроші Такахата придбав компанію Japan Animated Films та перейменував її в Tōei Dōga (тепер Tōei Animation). Перша робота Tōei Dōga вийшла у 1958 році – кіноадаптація “The White Snake Enchantress”. Друга повнометражна стрічка “Magic Boy” була випущена у 1959 році та стала першим японським «аніме», який з'явився у кінотеатрах Сполучених Штатів.

1 січня 1963 року Fuji Television запустили трансляцію 30-хвилинного мультсеріалу “Astro Boy”, – адаптацію однойменної манги Осаму Тедзукі. Стрічка стала першим великим анімаційним експортом до США та заклала основу для сучасної «аніме»-стилістики.

Mushi Production вимушена була шукати спосіб спростити техніку для створення анімації через скорочення обсягу кадрів на секунду, кількості ліній та більше використання нерухомих зображень. Фактично це було перше застосування техніки анімації, яку зараз використовують у сфері «аніме».

Mushi Production збанкрутувала у 1973 році, але була відроджена через 4 роки завдяки зміні керівництва. Її колишні співробітники заснували такі студії, як Madhouse і Sunrise. Деякі молоді аніматори займали посади режисерів, що призвело до періоду експериментів і стилістичної експансії. В результаті було вигадано багато прийомів і тропів, які досі актуальні.

У цей період почали з'являтися нові жанри. Одним з найвизначніших для того періоду є «меха» (англ. mecha) – піджанр наукової фантастики, що фокусується на величезних людиноподібних бойових роботах, пілотованих людиною, яка перебуває всередині. Манґа “Tetsujin 28-go” та її адаптація 1963 року були найпершими у цій категорії. Прикладами жанру «меха» також були: “Mazinger Z”, “Astroganger”, “Mobile Suit Gundam”. У 1970 році виходить “Tomorrow’s Joe” – боксерське «аніме», перше серед спортивного жанру, яке набуло статусу культового в Японії.

У 1974 році дебютує телесеріал Ісао Такахати “Heidi, Girl of the Alps”, який здобув міжнародний успіх. У 1970-х роках два фільми Хаяо Міядзакі “Future Boy Conan” і “Lupin III: The Castle of Cagliostro” отримали високі оцінки. У 1985 році Хаяо та Ісао заснували студію Ghibli, яка відома за свої культові фільми, такі як: “My Neighbor Totoro”, “Princess Mononoke”, “Spirited Away”, “Howl’s Moving Castle”.

У 1979 році манґа “The Rose of Versailles” авторства Ікеди Рійоко отримує «аніме» екранізацію від Tokyo Movie Shinsha та стає найуспішнішою «шьодзьо» історією. Її вплив можна прослідкувати майже у всіх наступних роботах цього жанру.

У 1980-х роках в наслідок технологічного прогресу з'являється оригінальна відеоанімація, скорочено “OVA” – японські анімаційні фільми та серіали, які випускаються виключно у форматі домашнього відео без прем'єр на телебаченні чи в кінотеатрах. Оригінальною анімацією, що привернула увагу публіки, став “Megazone 23”. Приблизно в цей час в «аніме» вводиться CGI (комп'ютерна графіка). “Golgo 13” був першим анімаційним фільмом, деякі сцени якого включали CGI-анімацію. Повністю анімованою за допомогою комп'ютерних технологій стала “A.Li.Ce”.

Протягом 1990-х років виходить декілька значущих екранізацій для культури «аніме»: “Revolutionary Girl Utena” та “Sailor Moon”.

4 жовтня 1995 року відбулася прем'єра фільму “Neon Genesis Evangelion”. Успіх серіалу вплинув на відновлення популярності жанру «меха» та збільшення кількості експериментальної анімації з сильним філософським наративом і елементами драми. Простежити це можна у таких стрічках, як: “Perfect Blue”, “Cowboy Bebop”, “Elfen Lied”, “Ergo Proxy”, “Gurren Lagann”.

Розвиток технологій також вплинув на японську творчу індустрію, але в галузі мультиплікації досі переважає мальована покадрова анімація, що застосовується як в повнометражних стрічках, так і в серіалах. Значний відсоток серед успішного продукту становлять екранізації «манги». За останні два десятиліття адаптацію отримали: “Naruto”, “Fullmetal Alchemist”, “Death Note”, “Hunter x Hunter”, “Jojo’s Bizarre Adventure”, “Attack on Titan”, “My Hero Academia”, “Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba”, “Chainsaw Man”.

Отже, Америка та Японія почали свій розвиток мультиплікації на початку 20 століття і за цей час розвинули власні техніки та прийоми, які до сих пір використовуються в індустрії.

Подальші дослідження, на нашу думку, варто спрямувати на аналіз взаємовпливу цих двох країн, а також розглянути відмінності у сприйнятті анімації аудиторією глядачів залежно від місця її виробництва.

ДОВГОПОЛОВА Юлія

Студентка 1 курсу, ОПП «Дизайн-графіка та анімація»

*Наукова керівниця: викладач кафедри дизайну **Марина ТКАЧЕНКО***

Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

ПРОБЛЕМАТИКА ВИКОРИСТАННЯ ГЕНЕРАТИВНОГО ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ ТА АНІМАЦІЇ

Технологічне майбутнє вже реалізується в сьогоденні в одному з його провідних проявів – штучному інтелекті (ШІ). За його допомогою створюють тексти, виконують домашні завдання, генерують пісні та зображення й анімаційні фільми. Але ШІ не здатний повністю замінити працю митців, якщо суспільство продовжить цінувати автентичність, креативність і інтелектуальну власність людської творчості.

Генеративний штучний інтелект може допомагати у плануванні, генеруванні ідей, проведенні наукових досліджень (зокрема у доборі необхідної інформації), а також у теоретичній підтримці. А далі, на практиці, все доводиться виконувати самостійно. Теорія – необхідна основа, без якої неможлива практика, але й без практики неможливо посправжньому навчитися.

Маючи досвід особистого користування ШІ в різних цілях: додаткові ідеї або швидкої генерації зображення чи то анімаційного ролика в умовах браку часу або можливості створити щось власноруч, – чітко усвідомлюю, що комерціалізація ШІ-генерованих робіт як «мистецтва» є етично суперечливою. Продаж таких генерацій під виглядом авторського мистецтва нівелює цінність людської творчості.

Штучний інтелект оперує на основі наявних даних і не здатен до справжньої новизни, тоді як людська уява виходить за межі відомого.

Інтеграція зображень, створених штучним інтелектом, у повсякденних візуальних медіа, таких як білборди, обкладинки книг, упаковки чи логотипи – викликає занепокоєння щодо естетичної якості та графічної, емоційної виразності. Відсутність людського художнього задуму може призводити до візуального дискомфорту, що частково пояснюється ефектом «моторошної долини» (uncanny valley), коли штучно створені образи сприймаються як неприродні або позбавлені емоційної глибини [1].

Рік тому відбулася скандальна ситуація з видавництвом «А-ба-ба-га-ла-ма-га», що представило книжку «Жінка зі сну. Антологія англійських готичних оповідань», обкладинка якої була згенерована ШІ. В соціальних мережах почалося жваве обговорення – з осудом чи підтримкою щодо видавництва, адже, з огляду на специфіку художнього оформлення, використання ШІ в цьому контексті викликає сумніви щодо доречності та естетичної автентичності такого рішення. Видавництво «А-ба-ба-га-ла-ма-га» відоме високоякісними ілюстраціями до своїх видань. Однак цей інцидент із використанням згенерованого штучним інтелектом зображення на обкладинці частково вплинув на сприйняття іміджу видання в публічному просторі. За тиждень, коли скандал потроху почав вщухати, видавництво поширило промокод «ILOVEAI» («Я люблю ШІ») – спеціально для «Жінки зі сну». У відповідь читачі обурилися ще більше та запропонували заплатити за книжку такими самими «згенерованими грошима». Врешті видавництво роздало промокод «IHATEAI» («Я ненавиджу ШІ») [2].

«ШІ не замінить «живі» праці художників, але нам треба навчитися з ним співіснувати», – Назар Гайдучик, дизайнер та автор обкладинок «Видавництва Старого Лева» [2].

Згаданий випадок, як і низка подібних прикладів, що трапляються у відкритому цифровому просторі, ілюструє тенденцію використання генеративного штучного інтелекту в комерційних цілях. Це, своєю чергою, порушує питання про етичність таких практик та сприяє знеціненню праці професійних митців – зокрема дизайнерів, чия творчість базується на глибоких знаннях, особистому досвіді, естетичному чутті та індивідуальному підході.

У 2025 році білоруська анімаційна студія “Arteki” презентувала анімаційний трейлер мультфільму, створений повністю генеративним штучним інтелектом. Повнометражний мультфільм «Біловезька пуца. Зубр Бублик та велика втеча» вийшов на екрани в серпні 2025 року.

Цей інцидент викликав значний резонанс серед користувачів соціальних мереж у країнах Східної Європи та пострадянського простору. Частина глядацької аудиторії сприйняла такий підхід як прояв неповаги до професійної праці аніматорів, що актуалізувало дискусію про етичні межі використання ШІ у творчих індустріях [3].

Такий підхід може сприяти витісненню професійних фахівців та поступовій деградації художньої якості, що ставить під загрозу сталий розвиток анімаційної сфери.

На основі наведених прикладів можна зробити висновок, що комерційна реалізація продуктів, створених за допомогою ШІ, у сфері мистецтва є проблематичною – з етичної та професійної точки зору. ШІ слід розглядати виключно як інструмент, що сприяє виконанню окремих технічних завдань, а не як самостійного суб’єкта творчості. Це стосується не лише графічного дизайну та анімації, а й ширших галузей мистецтва – музики, живопису, скульптури, цифрової графіки тощо, де ключову роль відіграє людська інтенція, естетичне бачення та емоційна глибина.

Література

1. Моторошна Долина. *Wikipedia*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%BD%D0%B0_%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B0 (дата звернення: 04.10.25).

2. «А-ба-ба-га-ла-ма-га» зробила обкладинку за допомогою ШІ. Далі були дискусії, звинувачення та промокоди. URL:

<https://www.village.com.ua/village/culture/culture-situation/359337-laquo-em-a-ba-ba-ga-la-ma-ga-em-raquo-zrobila-obkladinku-za-dopomogoyu-shi-dali-buli-diskusiyi-zvinuvachennya-ta-promokodi> (дата звернення: 29.01.25).

3. «Біловезька Пуща» від білоруської студії “Arteki” – анімаційний фільм, створений за допомогою нейромереж. URL:

https://www.instagram.com/reel/DF-dqgssYu4/?utm_source=ig_web_copy_link

(дата звернення: 23.10.25).

ДЯЧЕНКО Анастасія

Студентка 4 курсу, ОПП «Дизайн середовища».

Наукова керівниця: доктор технічних наук,

*професор **Наталія РОМАНЕНКО***

Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

LOW-POLY ЕСТЕТИКА В ДИЗАЙН-ПРОСТОРИ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

Сучасний дизайн середовища активно інтегрує цифрові технології в процес візуалізації простору, зокрема і для візуалізації простору комп'ютерних ігор. 3D-візуалізація, Low-poly та High-poly відкривають нові можливості для експериментів зі стилями, світлом та композицією не лише як технічні інструменти, але й як спосіб художнього висловлення при проектуванні віртуального простору.

Розробляючи концепт гри “Dual Garden” (Подвійний сад), в якій користувач подорожує між двома світами – гармонійним античним і зруйнованим містичним, виникла необхідність у символічній візуалізації цих двох світів. В межах дослідження розроблено авторський проєкт 3D-візуалізації паркової зони двох світів, стилізуючи античні цінності та фантазуючи при проектуванні зруйнованого містичного парку.

Мета дослідження передбачала аналіз композиційних принципів і художніх засобів формотворення 3D-візуалізації із застосуванням Low-poly деталізації в програмі Blender, та виявлення впливу утворених об'єктів на їх естетичне сприйняття користувачем. Основна ідея полягає у створенні двох сцен: «Світлого античного саду» і «Темного парку руїн», що мають узагальнювати різні емоційні стани щодо сприйняття простору.

Перший варіант візуалізації елементу гри – сцена «Світлий античний сад» побудований за принципами класичної симетрії та

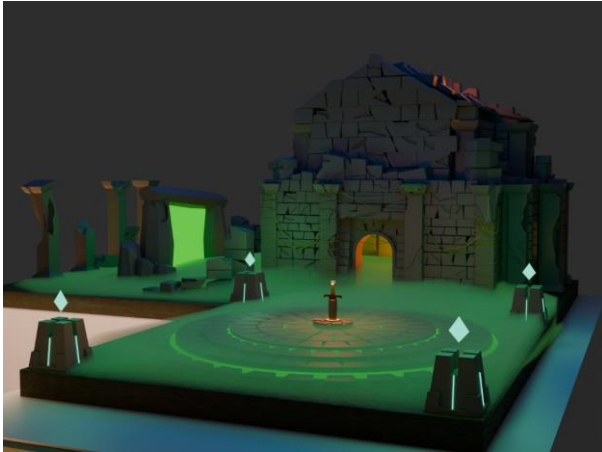
пропорційності і змодельований шляхом застосування Low-poly деталізації класичних архітектурних форм Давньої Греції (іл. 1). У композиції використані традиційні елементи античної архітектури: колони, ротонди, декоративні вази, арки, що створюють відчуття спокою та урочистості. Колірна гама поєднує теплі, охристі відтінки з м'яким зеленим та світло-блакитним сяянням у відблисках води, а квіти з фіолетовими й жовтими акцентами додають композиції виразності. Розсіяне й рівномірне освітлення створює відчуття гармонії та легкого вечірнього сяйва. Акцентуючи центральні об'єкти, таке освітлення дозволяє глядачу відчувати баланс та спокій простору. У «Світлому саду» панує ритм, симетрія й пластична м'якість. Колони та крони дерев створюють природний ритм, що веде погляд до центру композиції – водойми з фонтаном.



Іл. 1. Локація «Світлого античного саду»

Другий варіант візуалізації елемента гри – сцена «Темний парк руїн», виконаний у фентезі-стилітиці. Композиція включає мотиви стародавніх споруд, зруйнованих колон, містичних порталів та рослинності, що проростає крізь руїни (іл. 2). Асиметрія форм, контраст світла і тіні, холодні відтінки каменю та зелене світіння створюють атмосферу загадковості й драматизму. Колірна гама побудована на холодних зелених і бірюзових тонах із приглушеними жовтими відблисками, що додають легкого контрасту. Основне освітлення має смарагдово-зелений і бірюзовий відблиск, контрове – холодно-блакитне, а внутрішнє акцентне світло – тепле янтарне, що, загалом, створює атмосферу містики й стародавньої магії. Розбиті колони, руїни, яскраве

свічення порталу – все це викликає асоціації, пов’язані з давніми легендами, магією та боротьбою.



Іл. 2. Фентезі-локація Темного парку руїн

У процесі роботи обидві сцени створювалися із використанням програмного пакету Blender. Архітектурні елементи, дерева, каміння, портали й декоративні деталі були змодельовані з мінімальною кількістю полігонів із застосуванням low poly-деталізації. Спрощення геометрії об’єктів здійснено без втрати їх пізнаваності. Такий підхід дозволяє підкреслити композицію, масивність силуетів, ритм і колір, не перевантажуючи сцену зайвими деталями. Low-poly деталізація виступає як художній прийом: спрощені форми створюють умовний декоративний простір, де головне – передача емоційної ідеї. Попри обмеження, саме умовність low poly створює особливу поетику простору, де важливий емоційний вплив і художня ідея, а не технічна деталізація. Через це глядач сприймає сцени як сценографічну інтерпретацію, а не реалістичне відтворення природи чи архітектури.

Висновки:

1. 3D-візуалізація сцен із застосуванням Low-poly деталізації в програмі Blender до комп’ютерної гри “Dual Garden” свідчить, що за допомогою 3D-модельовання форм з мінімальною кількістю полігонів можна створювати глибокі емоційні образи, які не втрачають своєї пізнаваності і здатні підкреслити відповідний символізм і атмосферу.

2. Створені сцени: «Світлого античного саду» і «Темного парку руїн» узагальнюють різні емоційні стани щодо сприйняття відповідного простору: позитив і негатив.

3. Low-роly деталізація може використовуватися в 3D-моделюванні не тільки як технічний інструментарій, але і як естетичний засіб формоутворення в дизайн-просторі.

ЗОЛОТІЛНА Софія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ПО ВІЙНІ НАРОДЖЕНІ МОНСТРИ: КУЛЬТУРНА ПАМ'ЯТЬ І ВІДОБРАЖЕННЯ ВОЄННИХ ТРАВМ У ЖАНРІ КАЙДЗЮ

Жанр кайдзю розвинувся як художня реакція на воєнні катастрофи Другої Світової війни, проте у сучасному світі він сприймається здебільшого як віддалена від реальності розвага. На сьогодні актуальність теми війни та її наслідків безперечна – сучасний світ є перенасиченим військовими конфліктами, яких неможливо уникнути, навіть живучи в умовно безпечних країнах. Тому дослідження жанру кайдзю є необхідним для створення у глядача вкрай важливих когнітивних зв'язків між подіями у медіа та у реальності.

Серед авторів, що досліджували цю тематику: Вільям М. Цуцуї, Джейсон Джонс та Беатріс Трефальт, Річард Гунде, Сьюзан Дж. Нейпір, та інші.

Кайдзю (з яп. «дивне створіння») – це японський термін, що широко асоціюється з піджанром науково-фантастичних фільмів про гігантських монстрів. Своїй популяризації термін завдячує Ейдзі Цубураї – режисеру спеціальних ефектів, що у 1950-х роках започаткував серію фільмів про Годзіллу (велетенського ящіра, що нападає на Токіо). До XXI сторіччя алюзії на тогочасні політичні та соціальні проблеми у фільмах жанру кайдзю часто списували на легковажну сатиру або цинічну експлуатацію поточних подій. Глобальна аудиторія не очікувала змістовних культурних коментарів від фільмів про гігантських монстрів. І тільки після релізу оригінальної та не відредагованої версії першого фільму про Годзіллу “Gojira” (Хонда Ісіро, 1954) у Америці у 2004 році, глядачі та науковці придивилися до жанру як до вираження позиції проти ядерного озброєння та коментаря на післявоєнний стан Японії.

Однією з причин, чому жанр кайдзю отримав свій розвиток саме у Японії, дослідники називають післявоєнну травму японської нації внаслідок американських атак на Хіросіму та Нагасакі. Такі події як природні лиха та техногенні катастрофи ставлять пересічного громадянина країни у безвихідне положення сам на сам з трагедією. Поєднання цього унікального досвіду та наявності державного фінансування дозволило Японії розповісти свою історію через фільми кайдзю. Історично, у Японії панувала думка, що загинути у бою – це честь. У фільмі «Годзілла. Мінус один» (Такаші Ямазакі, 2023) ті, хто борються з Годзіллою, роблять це добровільно – на відміну від моряків часів Другої Світової війни, які вибору не мали. Це ілюструє зміну культурних цінностей японців на користь виживання у війні замість почесної смерті у ній.

На відміну від звичних воєнних фільмів, жанр кайдзю не залишає сумнівів з приводу того, яка сторона є нападником, а яка захисником. Моральні мотивації нападника або не існують взагалі, або не мають значення поряд з руйнацією, що вони несуть. Це також відрізняє японський підхід від голлівудського. У США часто показують героїв, які повертаються з війни із сумнівами у власній правоті, що є наслідком досвіду В'єтнаму та Іраку, які спричинили недовіру до уряду та появу «В'єтнамського синдрому». У жанрі кайдзю японські режисери висвітлюють більш гуманістичний підхід, перш за все приділяючи увагу наслідкам війни, що відбувається безпосередньо на рідній землі головних героїв. Це дозволяє фільмам кайдзю висвітлити війну крізь призму захисника, а не завойовника, та пропонує альтернативний західному підхід до аналізу воєнних конфліктів.

Режисери воєнних фільмів беруть на себе важку задачу збереження балансу між сюжетною частиною та моральним змістом своїх стрічок. Це стосується і фільмів кайдзю. Паралелі з реальним світом повинні бути впізнаваними, але у той час достатньо розмитими, щоб знайти відгук у якомога більшої кількості глядачів. Жанр кайдзю поєднує досвід героїв фільмів з досвідом тих, хто пережив подібні травмуючі події у реальності, і відповідає на питання «що буде далі?».

Висновок. Жанр кайдзю в очах глядачів пройшов шлях від сатири та розваги до важливого соціально-політичного коментаря на стан сучасного світу. Існування жанру – це результат переосмислення японськими режисерами результатів Другої світової війни, пошук інтерпретації національних страхів та шляхів передачі досвіду проживання воєнних катастроф світу.

ЗУБЕНКО Валерія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ПРОБЛЕМИ НА ШЛЯХУ ДО УСПІХУ В ІГРОВІЙ ІНДУСТРІЇ

Сучасна ігрова індустрія є однією з найбільш динамічних та прибуткових сфер. Щороку на ринку з'являються сотні нових ігор, проте навіть великі студії з потужними ресурсами часто зазнають невдач. Успіх гри залежить не лише від її якості, а й від комплексного впливу маркетингової стратегії, технічної стабільності та взаємодії з аудиторією. Тема є актуальною, оскільки вона розкриває ключові аспекти, які дозволяють досягти комерційного та культурного успіху в умовах високої конкуренції в галузі ігрової індустрії.

Незважаючи на те, що індустрія відеоігор постійно змінюється та розвивається, чимало зарубіжних і вітчизняних дослідників уже звернули увагу на причини успіхів і невдач ігрових проєктів великих компаній.

Тему впливу думки гравців на продаж та розвиток гри розкрив Сергій Коршунов у статті «Коли хорошу й погану гру сварять однаково»¹⁴.

Стаття Софії Старк «10 найкращих рекламних кампаній, які переписали історію маркетингу»¹⁵ присвячена визначенню впливу вдалої рекламної компанії на майбутню долю гри.

Максим Задворський провів аналіз та написав рейтинг найгірших ігор 2023 року, які були випущені на маркетинговому майданчику STEAM¹⁶.

Романа Герасіменко у статті “Data-inspired підхід в геймдизайні: як створити успішну гру на прикладі популярного українського пазлу” надає поради, як створити успішну гру на прикладі популярного українського пазлу “Playdoku”¹⁷.

Дослідження має на меті виявити причини успіхів і невдач відеоігор великих компаній та визначити, які фактори роблять гру успішною або, навпаки.

¹⁴ <https://lnk.ua/ek4fF8QjH>

¹⁵ <https://lnk.ua/BNRdXfK4t>

¹⁶ <https://lnk.ua/embdwrIc9>

¹⁷ <https://lnk.ua/MKqsGniAX>

Ігрова індустрія є складною системою, в якій успіх продукту залежить від багатьох факторів. На нашу думку, можна виділити три основні аспекти, які відіграють вирішальну роль у сприйнятті ігор, а саме: маркетинг, думка гравців і технічна стабільність.

Перший аспект — маркетингова стратегія. Зазначається, що навіть високоякісні ігри можуть зазнати невдачі, якщо про них не дізнається цільова аудиторія. Наприклад, гра “Vampire: The Masquerade – Bloodlines I” не змогла конкурувати з такими гігантами, як “GTA: San Andreas” та “Half-Life 2”, через невдалий час релізу, гри не вдалося привернути достатньо уваги гравців, оскільки основна аудиторія була зосереджена на більш відомих проектах. Інший приклад – витік інформації про гру “The Last of Us Part II”, який спричинив хвилю негативних відгуків ще до офіційного релізу. Це призвело до значного зниження рейтингів гри на таких платформах, як Metacritic, де користувачі залишали низькі оцінки, навіть не завершивши гру¹⁸. Хоч гра залишалася успішною завдяки широкій фанатській базі. Шкода, завдана витоком і негативною реакцією гравців, залишила свій відбиток на репутації гри та розробників.

Розробники та видавці приділяють значну увагу вибору платформ для випуску ігор, серед яких Steam виділяється як одна з найефективніших¹⁹. Вона забезпечує пряму взаємодію з гравцями, дозволяє створювати списки бажань та брати участь у фестивалях, підвищуючи видимість гри. Steam сприяє прозорій презентації проектів і отриманню зворотного зв'язку, що позитивно впливає на розвиток індустрії.

Ефективна маркетингова стратегія включає не лише рекламу перед релізом, але й підтримку інтересу гравців після виходу гри через оновлення, випуск нового контенту та співпрацю з інфлюенсерами²⁰.

Для дослідження ефективних способів просування ігор, окрім комерційних платформ, маємо аналіз проведений шляхом опитування на сторінці Instagram, в якому взяли участь 100 респондентів різної вікової категорії. Результати показали, соціальні мережі, такі як Instagram, Telegram і TikTok, мали найвищу ефективність у поширенні інформації про ігри (63% опитаних), випереджаючи стрімінгові платформи (19%) і традиційні джерела новин (5%).

Другий аспект – це думка гравців. Відгуки, рев'ю-бомбінг, можуть суттєво вплинути на популярність гри. Зокрема, гра “Star Wars

¹⁸ <https://lnk.ua/X6a89Kpci>

¹⁹ <https://lnk.ua/9frYi7rUd>

²⁰ <https://lnk.ua/HIe4MoHlp>

BattlefrontII” зазнала критики через агресивну систему мікротранзакцій, та втручання в прогрес гравця, що призвело до значного зниження продажів і репутації розробника. Студії часто баланують між відповідністю сучасним цінностям, як рівність і толерантність, зі збереженням автентичності, уникаючи конфліктів із консервативними гравцями. Важливо знайти баланс між соціальною відповідальністю й задоволенням очікувань гравців. Студії повинні не лише враховувати реакцію спільноти, але й захищати свою творчу візію, одночасно враховуючи культурні та соціальні контексти, які впливають на сприйняття гри²¹. У грі Romance Club додавання вибору між білим і темношкірим персонажем викликало змішані реакції: ліберальна аудиторія підтримала це як крок до інклюзивності, тоді як консервативна частина відчула дисонанс із культурним контекстом.

Третій аспект – технічна стабільність. Технічні проблеми можуть зіпсувати враження навіть від найбільш очікуваних проєктів. Прикладом є “Cyberpunk 2077”, яка на момент релізу мала велику численність багів та низьку продуктивність, особливо на старих консолях. Це викликало масові негативні відгуки гравців, що призвело до тимчасового зняття гри з PlayStation Store і негативного впливу на репутацію студії CD Projekt Red²². Однак є й приклади, коли технічні недоліки не завадили успіху гри, як це сталося з “DayZ”. Гра змогла зберегти та навіть розширити аудиторію завдяки регулярним оновленням.

Таким чином успіх гри залежить від правильного балансу між маркетингом, врахуванням думки гравців та технічною стабільністю. Маркетинг визначає видимість продукту на ринку. Ігри можуть зазнати невдачі через недостатню рекламу або невдалий час релізу, як це сталося з Vampire: The Masquerade – Bloodlines, яку затьмарили інші великі релізи. Думка гравців, виражена через відгуки або рев’ю-бомбінг, також має значний вплив. Наприклад, Star Wars Battlefront II отримала негативну реакцію через агресивні мікротранзакції, що погіршило продажі та репутацію. Технічна стабільність є ще одним важливим фактором. Навіть очікувані ігри, як Cyberpunk 2077, можуть зазнати невдачі через баги та проблеми з продуктивністю на старті.

Подальші дослідження, на нашу думку, варто спрямувати на аналіз інших факторів успіху, таких як культурні відмінності гравців і вплив новітніх технологій, зокрема віртуальної реальності та штучного інтелекту. Особливу увагу слід звернути на роль фандомів, які

²¹ <https://lnk.ua/o0VCK2oxD>

²² <https://lnk.ua/Q3M6OKuTs>

підтримують інтерес до гри. Вивчення залучення гравців і впливу соціальних платформ допоможе розробникам ефективніше працювати з ком'юніті та планувати розвиток франшиз.

ІВАНЧЕНКО Людмила

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ІНТЕГРАЦІЯ 3D-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ 2D-АНІМАЦІЇ

Синтез 3D-технологій та 2D-анімації став важливим етапом у розвитку анімаційної індустрії, який дозволив зберегти виразність традиційної анімації та водночас подолати її технічні обмеження. Застосування тривимірного оточення та 3D-освітлення у двовимірних фільмах вирішило ключові проблеми двовимірної анімації, такі як обмежений рух камери та «пласкість» персонажів, а також розширило художній інструментарій аніматорів.

Про актуальність обраної теми свідчить велика зацікавленість глядачів у інтеграції 3D-технологій у 2D-анімації,

Метою роботи є дослідження можливостей використання 3D-технологій у створенні візуальних середовищ й освітлення в двовимірних анімаційних фільмах.

Нами було проаналізовано низку публікацій щодо застосування CGI-технологій у 2D-анімації. У статті Майка Сеймура «Елві Рей Сміт: RGBA, народження композитингу та заснування Pixar розглянуто винахід та впровадження технології CAPS (Computer Animation Production System). Доволі детально ця тема розглядається у публікаціях наукового журналу “Computer Graphics World”. Наприклад, у статті «Дісней ховає CAPS у сумку» аналізуються причини відмови Disney від системи CAPS. Барбара Робертсон у рубриці «Залишаючись у тонусі» досліджує поєднання 2D та 3D графіки в анімаційних фільмах «Планета скарбів» і «Атлантида», розглядає еволюцію програмного забезпечення для композитингу на прикладі «Принцеси і жаби» у статті «Традиція жива». Технологія 3D-освітлення в 2D-анімації детально описана Яном Фелсом у статті про анімаційний фільм «Клаус» під назвою «Ось чому 2D анімація в «Клаусі» стала виглядати як «3D».

Варто зазначити, що розробка CAPS (Computer Animation Production System) компаніями Disney та Pixar у 1980-х роках була однією з перших спроб створити технологію, яка дозволяла б поєднувати 2D і 3D-елементи, а також спрощувала та прискорювала процес створення анімації. CAPS забезпечила можливість сканування та подальшої цифрової обробки кадрів, що відкрило нові можливості для композитингу (накладання шарів в анімації). Аніматори отримали змогу створювати ілюзію глибини завдяки багат шаровій структурі зображення, застосовувати складне освітлення, багатоплощинні ефекти та складні ракурси за рахунок додавання тривимірних елементів оточення. Знаковим прикладом застосування CAPS стала сцена танцю Белль і Чудовиська у фільмі «Красуня і Чудовисько»²³ (1991), де 2D-персонажі були інтегровані у тривимірний простір бальної зали, що забезпечувало ілюзію кінематографічного об'єму та руху.

Наступним етапом розвитку інтеграції 3D-технологій у 2D-анімацію стало впровадження у виробництво анімаційних фільмів компанії Disney технології Deep Canvas, що дозволила відтворювати текстуру традиційного малюнка на тривимірних моделях, створюючи CGI-оточення зі стилізованою мальованою графікою. Вперше використана у фільмі «Тарзан»²⁴ (1999), ця технологія дала можливість художникам розфарбовувати 3D-моделі вручну, завдяки чому інтеграція двовимірних персонажів у тривимірне оточення набула значно гармонічнішого вигляду.

Подальше удосконалення технологій CAPS та Deep Canvas було продемонстровано в анімаційних фільмах «Атлантида: Загублений світ»²⁵ (2001) та «Планета скарбів»²⁶ (2002). «Атлантида: Загублений світ» вирізнялася унікальним художнім стилем, а саме: дизайн персонажів містив багато кутів та різких гострих ліній, що стилістично поєднувало їх з лінійними тривимірними зображеннями механізмів і транспорту в оточенні, що неможливо було б відтворити без використання 3D моделей. Для «Планети скарбів» було створено нову технологію під назвою «віртуальні сети», яка надала аніматорам можливість досягти вільного маневрування камери тривимірному просторі локацій. Також інноваційним у цьому анімаційному фільмі було

²³ <https://www.youtube.com/watch?v=OEIUWCKsPgM>

²⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=RZA6nitNeYw>

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=JuWOj27MyMg>

²⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=DJNT7C61NrE>

створення «гібридного» персонажа, який поєднував у собі двовимірну та тривимірну графіку-кіборга Джона Сільвера.

«Планета скарбів» (2002) та «Не бий копитом» (2004) стали останніми анімаційними фільмами Disney, у яких використовували CAPS, адже керівництво компанії на хвилі тогочасних тенденцій прийняло рішення повністю відмовитися від 2D та перейти на створення більш актуальної 3D-анімації. Але у 2007 році під керівництвом Джона Лассетера роботу відділу 2D-анімації було тимчасово відновлено, і студія почала роботу над анімаційним фільмом «Принцеса і жаба»²⁷ (2009). У ньому тривимірні елементи використовувалися помірно, здебільшого в якості допоміжного інструменту для створення фонів. Замість CAPS аніматори почали використовувати нове програмне забезпечення Toon Boom Harmony, яке пропонувало більш сучасну систему цифрової анімації та мало ширший діапазон технічних можливостей для композитингу. Це програмне забезпечення дотепер залишається одним з найчастіше використовуваних під час виробництва 2D анімаційних фільмів.

Технологічні інновації останніх років, зокрема система освітлення у фільмі «Клаус»²⁸ (2019), дозволили значно вдосконалити 2D-анімацію, надаючи їй тривимірного вигляду за рахунок складного об'ємного освітлення персонажів і фонів. Завдяки застосуванню нових композитингових інструментів "Klaus Light and Shadow" у Toon Boom Harmony під час виробництва анімаційного фільму створювалося складне багат шарове освітлення на основі 3D-сітки поверх двовимірного зображення персонажа, що робило його об'ємнішим, наближаючи до тривимірного вигляду. Ця технологія дозволила надати зображенню глибини, зберігаючи при цьому художню стилістику традиційної анімації, і водночас полегшила процес виробництва.

Застосування 3D-елементів у 2D-анімації забезпечує не тільки естетичні, а й економічні переваги, оскільки дозволяє автоматизувати окремі етапи виробництва анімаційних фільмів, зменшуючи витрати часу та ресурсів. Це розширює можливості для малобюджетних проєктів, роблячи технології доступними для більшої кількості анімаційних студій.

Таким чином, інновації на кшталт CAPS, Deep Canvas та програмне забезпечення, яке прийшло їм на заміну, зокрема Toon Boom Harmony, а також сучасні технології створення тривимірного освітлення показали,

²⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=uQBy6jqbmlU>

²⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=taE3PwurhYM>

що синтез 2D та 3D-графіки не тільки дозволяє подолати обмеження, властиві двовимірній анімації, а й надає широкий спектр можливостей для створення нових візуальних рішень, здатних привернути увагу сучасної аудиторії, яка цінує унікальні стилістичні підходи.

ІНОЗЕМЦЕВА Світлана

Кандидат педагогічних наук, доцент

Кафедра «Мультимедійний дизайн»

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

КОНСТРУКТОРИ ТА ІНСТРУМЕНТИ РОЗРОБКИ СУЧАСНИХ ВЕБСАЙТІВ

У сучасному інформаційному суспільстві вебсайти виступають як складні програмно-інформаційні системи, що забезпечують представлення, обробку та передачу даних у мережі Інтернет. Веброзробка (англ. web development) – це сукупність інженерних та програмних практик, спрямованих на створення та підтримку вебресурсів із використанням клієнт-серверної архітектури.

Метою даного дослідження є систематизація та порівняльний аналіз конструкторів й інструментів розробки вебсайтів.

Конструктори сайтів – це програмні платформи, що дозволяють створювати вебсайти без глибоких знань програмування, використовуючи візуальні інтерфейси (drag-and-drop).

Популярні приклади:

Wix – класичний drag-and-drop конструктор.

Суть: максимально простий інструмент: ви буквально «малюєте» сайт, перетягуючи блоки. Аналогія: як PowerPoint для сайтів.

Особливість:

– мінімум технічних знань;

– система сама вирішує багато речей за дизайнера.

Використовують для: візиток, портфоліо, маленьких бізнесів.

Обмеження:

– слабка гнучкість;

– «закрита» система (важко перенести сайт).

Squarespace – дизайнерський конструктор.

Суть: фокус на естетиці та готових шаблонах. Аналогія: як готовий дизайнерський журнал.

Особливість:

- менше свободи, ніж у Wix;
- значно кращий дизайн «з коробки».

Використовують для: творчих проєктів, фотографій, брендів.

Обмеження:

- складніше кастомізувати;
- менше технічної гнучкості.

WordPress.com – CMS + конструктор.

Суть: система керування контентом (CMS), орієнтована на контент.

Аналогія: як «конструктор + бібліотека модулів».

Особливість:

- баланс між простотою і гнучкістю;
- величезна екосистема тем і плагінів.

Використовують для: блогів, новинних сайтів, освітніх платформ.

Обмеження:

- обмеження у безкоштовній версії;
- менше контролю, ніж у WordPress.org.

Shopify – спеціалізований конструктор для e-commerce.

Суть: створений виключно для інтернет-магазинів. Аналогія: як «готовий супермаркет під ключ».

Особливість:

- готові інструменти продажів;
- оплата, доставка, аналітика.

Використовують для: онлайн-магазинів, брендів з товарами.

Обмеження:

- не універсальний;
- комісії та підписки.

Переваги конструкторів сайтів:

- швидкість створення сайтів;
- доступність для новачків;
- вбудований хостинг та шаблони.

Недоліки конструкторів сайтів:

- обмежена гнучкість;
- залежність від платформи;
- обмеження кастомізації.

Webflow – це професійна платформа для візуальної розробки вебсайтів, яка поєднує можливості конструктора та інструментів фронтенд-розробки. Вона дозволяє створювати адаптивні сайти з використанням HTML, CSS та JavaScript без безпосереднього написання коду, генеруючи його автоматично.

Тип: професійний візуальний редактор + генератор коду.

Суть: це вже майже не просто конструктор, а інструмент рівня розробника. Аналогія: як «Photoshop + програмування одночасно».

Головна відмінність: керування CSS-моделлю (flexbox, grid) візуально. Система генерує «чистий» код.

Використовують для: складних дизайнів, стартапів, професійної розробки.

Обмеження:

- складніше навчитися;
- не повністю замінює backend.

Основні характеристики:

- візуальне проектування інтерфейсу;
- генерація чистого html/css коду;
- інтегрована cms (content management system);
- підтримка анімацій та інтерактивності.

Переваги:

- високий рівень контролю над дизайном;
- відсутність необхідності ручного кодування;
- швидке прототипування та запуск;
- підходить як для дизайнерів, так і для розробників.

Недоліки:

- відносно висока вартість;
- крива навчання для новачків;
- обмеження складної бекенд-логіки.

Інструменти вебдизайну – це програмні засоби, що використовуються для створення прототипів, макетів та інтерфейсів користувача.

Основні інструменти:

- *Figma* – хмарний інструмент для дизайна та прототипування;
- *Adobe XD* – платформа для UX/UI дизайну;
- *Sketch* – популярний інструмент серед дизайнерів *macOS*.

Переваги:

- візуалізація інтерфейсів;
- спрощення командної роботи;
- прототипування.

Недоліки:

- не створюють готовий код;
- потребують інтеграції з розробкою.

Отже, конструктори сайтів еволюціонують від інструментів спрощення (Wix) до інструментів професійної розробки без коду

(Webflow). Сучасні технології веброзробки характеризуються високим рівнем різноманітності та спеціалізації. Кожен підхід має свої переваги та обмеження, що обумовлює необхідність їх ретельного аналізу перед вибором для конкретного проєкту.

Комплексне використання фреймворків, конструкторів та інструментів дизайну дозволяє оптимізувати процес розробки та підвищити якість кінцевого продукту.

ПРАЧЕК Веніамін

Студент 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ЗНАЧЕННЯ БРЕНДУ LEGO ДЛЯ ЕВОЛЮЦІЇ АНІМАЦІЙНОЇ ІНДУСТРІЇ

Сучасна сфера анімації перебуває в активному пошуку оригінальних засобів виразності. Одним з джерел натхнення для аніматорів став конструктор LEGO, що еволюціонував з дитячої іграшки в глобальний мультимедійний феномен. Конструктор через його доступність та універсальність, надав можливість авторам-аматорам створювати власні стоп-моушн фільми, що зробили вагомий внесок у розвиток анімації та «LEGO-естетики».

Перші аматорські експерименти з LEGO в анімації з'явилися у 70-их роках 20-го сторіччя. Такі роботи як “Journey to the Moon” (1973) та “The Magic Portal” (1989), стали основою для розвитку піджанру стоп-моушн анімації – брікфільмів (brickfilms). Популярність даного жанру анімації, зумовила розвиток інтернет-спільнот, що стали майданчиком для обговорень, обміну досвідом та різноманітних конкурсів.

З появою 3D-анімації LEGO Group започаткувала стратегію інтеграції власної продукції у мультимедійні проєкти. Перший короткометражний анімаційний фільм “LEGO Jack Stone” започаткував характерний стиль анімації, який компанія використовуватиме у майбутніх іграх, коміксах, мультфільмах. Визначними рисами LEGO-стилю стали:

- персонажі, що нагадують міні-фігурки;
- гладкі текстури персонажів;

– предмети оточення та аксесуари, що були виконані з цифрових кубиків;

– динамічна та пластична анімація рухів персонажів, відмінна для обмежених пластмасових міні-фігурок.

Важливою подією для LEGO Group став вихід повнометражного фільму до оригінальної лінійки наборів “Bionicle”. Це стало одним із перших прикладів трансмедійного сторітелінгу, коли історія одночасно розвивалася у фільмах, коміксах, іграх і наборах LEGO. Таким чином, компанія продемонструвала, що поєднання цікавої історії й гейміфікації може стати ефективною стратегією бренду.

У 2014 році в прокат виходить анімаційна стрічка режисерів Кріса Міллера та Філа Лорда LEGO Фільм. Даний кіно-твір власним стилем та анімацією нагадував класичні аматорські брікфільми, в поєднанні з голлівудськими стандартами. Студія анімації “Animal Logic” відтворила за допомогою CGI світи, що виконані повністю з кубиків датського конструктора. Персонажі, нагадували справжні міні-фігурки, з обмеженими рухами. Для створення відчуття природності, студія анімації додала на фігурки та деталі оточення текстури відбитків пальців, подряпини, шви склеювання пластику і т. п.

Сміливий експеримент режисерів, зумовив появу майбутніх анімаційних стрічок, що розширювали межі встановлених стандартів 3D-анімації.

Успіх LEGO-анімації проявився не лише у професійному середовищі, а й у культурі аматорських експериментів. Поява безкоштовних програмних забезпечень як Blender, надала можливість фанатам конструктора створювати власні LEGO фільми. Прикладом цього став анімований епізод у фільмі “Spider-Man: Across the Spider-Verse” (2023), створений 14-річним фанатом.

Висновок. Конструктор LEGO пройшов довгий шлях від дитячої іграшки до впізнаваного елемента сучасної анімації. Унікальна візуальна мова конструктора, доступність та трансмедійність зробили LEGO важливою складовою сучасного кіновиробництва. Перспективними напрямками досліджень є використання LEGO-графіки у віртуальній та доповненій реальності, а також аналіз культурного впливу LEGO-фільмів на дитячу та дорослу аудиторію.

КАСАРАБ Карина

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

МОТИВАЦІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК КОНЦЕПТ ДЛЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ

У сучасному цифровому середовищі мобільні додатки стали невід'ємною частиною повсякденного життя користувачів, охоплюючи сфери освіти, здоров'я, комунікації та дозвілля. Водночас стрімке зростання кількості мобільних продуктів призвело до проблеми низького рівня залученості та утримання користувачів. Значна частина застосунків використовується лише протягом короткого часу після встановлення, що зумовлює необхідність пошуку нових підходів до проектування цифрових інтерфейсів. У цьому контексті мотиваційний дизайн розглядається як важливий інструмент формування позитивного користувацького досвіду та стимулювання тривалої взаємодії з мобільними додатками.

Метою дослідження є систематизація наукових підходів до мотиваційного дизайну мобільних застосунків, а також аналіз ролі психологічних теорій мотивації, гейміфікації та UX/UI-дизайну у формуванні зацікавленості користувачів. У дослідженні зосереджуються на тому, як дизайн інтерфейсу може не лише забезпечувати зручність використання, а й активно впливати на поведінку, емоції та ставлення користувачів до цифрового продукту.

Варто зазначити, що мотиваційний дизайн базується на сучасних теоріях мотивації, серед яких ключове місце посідає теорія самовизначення. Задоволення базових психологічних потреб таких, як: автономія, компетентність та соціальна пов'язаність, сприяє формуванню внутрішньої мотивації. У мобільних додатках ці потреби реалізуються через свободу вибору дій, відчуття прогресу та можливість соціальної взаємодії з іншими користувачами. Такий підхід дозволяє створювати інтерфейси, що сприймаються не як нав'язані, а як особисто значущі.

Окрему увагу доцільно приділити моделі поведінки Фогга, яка пояснює, за яких умов користувач здійснює певну дію. Згідно з цією моделлю, ефективна взаємодія можлива лише за наявності достатньої мотивації, простоти виконання дії та відповідного тригера. У контексті

UX/UI-дизайну це означає необхідність створення інтуїтивно зрозумілих інтерфейсів, доповнених візуальними або інформаційними сигналами, які спонукають користувача до активності.

Важливим складником мотиваційного дизайну є гейміфікація, яка розглядається як застосування ігрових елементів у неігровому середовищі. Такі елементи, як бали, рівні, досягнення, рейтинги та виклики, сприяють підвищенню зацікавленості та створюють відчуття прогресу. Гейміфікація ефективна тоді, коли вона не обмежується зовнішніми винагородами, а підтримує внутрішню мотивацію користувача, поєднуючись із продуманим користувацьким досвідом.

На нашу думку, варто розглянути роль UX/UI-дизайну у формуванні мотиваційних чинників. Візуальна ієрархія, зручна навігація, зрозумілий зворотний зв'язок та емоційна привабливість інтерфейсу зменшують когнітивне навантаження та підвищують готовність користувача до повторної взаємодії. Але навіть добре продумані гейміфікаційні механізми втрачають ефективність за умов перевантаженого або нелогічного дизайну.

Наведені приклади успішного впровадження мотиваційного дизайну в популярних мобільних застосунках, зокрема у навчальних, фітнес- та соціальних платформах, демонструють, що поєднання психологічно обґрунтованих мотиваційних стратегій з якісним UX/UI-дизайном сприяє підвищенню рівня залученості, формуванню звички регулярного використання та позитивному ставленню користувачів до продукту.

Таким чином, мотиваційний дизайн є міждисциплінарним підходом, який поєднує психологію, дизайн і технології. Його застосування дозволяє не лише покращити показники утримання користувачів, а й створити більш змістовний та емоційно привабливий користувацький досвід. Отримані узагальнення можуть бути використані як теоретична основа для подальших досліджень, спрямованих на розроблення персоналізованих і адаптивних мотиваційних систем у мобільних додатках.

КЛИМЕНКО Софія

Викладач

Кафедра «Мультимедійний дизайн»

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

МОУШН-ГРАФІКА ЯК ЗАСІБ ВІЗУАІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Цифрова ера визначається швидким обміном інформацією та конкуренцією за нашу увагу, тоді як методи, за допомогою яких ми спілкуємося, постійно змінюються. Тому дуже важливо мати ефективні способи донесення цифрового контенту до громадськості, щоб його можна було використовувати як для інформування людей, так і для їх розваг. Моушн-графіка – це один із способів ефективного донесення думки до загалу, оскільки вона використовує принципи одразу п'яти напрямків: графічного дизайну, анімації, типографіки, звуку та сторітелінгу. Операційну інформацію, алгоритми або асоціативну інформацію завжди можна ефективно пояснити у вигляді концепцій у текстових або статичних зображеннях. Рухомі зображення є дуже ефективним способом відображення того, як речі змінюються з часом, зосередження на певних аспектах, ілюстрації причинно-наслідкових зв'язків, контролю того, як глядач бачить речі. Це одна з причин, чому моушн-графіка так часто використовується в освітньому середовищі. Вона надає можливість демонструвати складні концепції та повідомлення за допомогою дуже короткого та лаконічного методу, який чіпляє око.

Рух також впливає на людей психологічно. Наші очі здатні помічати все, що змінюється на вигляд, будь то колір, форма чи розташування. Як результат, рухомі об'єкти привертають увагу набагато швидше, ніж те, що не рухається. Оскільки люди постійно бомбардуються безліччю різних типів інформації, як наприклад, онлайн-реклама, ця якість є надзвичайно важливою. Завдяки використанню анімованої графіки, бренди, медіа, організації, бізнес тощо можуть пробитися крізь безлад і справді привернути увагу споживача та утримати її.

Моушн-графіка має унікальну функцію в секторі цифрового маркетингу. Багато форматів цього напрямку, такі як короткі анімаційні відео, рекламні заставки та презентаційні відео, використовуються для підвищення обізнаності та залучення потенційних клієнтів до вашого бізнесу, а також у соціальних мережах, де все більше компаній та брендів хочуть бути присутніми. Можливість використовувати рух та

звук створює для власника бізнесу або маркетолога можливість встановити зв'язок між продуктом чи брендом та клієнтом або глядачем. Це також сприяє залученню аудиторії за допомогою цих засобів. Це одна з причин, чому великі компанії використовують технології моушн-дизайну.

У вебдизайні та UX/UI дизайні моушн-графіка є одночасно естетичною та функціональною і служить обом цілям завдяки руху. Анімація елементів інтерфейсу допомагає користувачеві краще знайомитися з цифровим середовищем. Наприклад, вона показує результат, зміну стану системи, пов'язаність зображень з екрану один з одним після натискання користувачем певної кнопки. Ці міні-анімації підвищують природність взаємодії з продуктом та комфорт користувача. Однак занадто багато анімації може перевантажити користувачів, тому це має бути належним чином збалансовано.

У засобах масової інформації рухома графіка є засобом описової комунікації. Ці форми анімації створюються, щоб допомогти аудиторії зрозуміти складні ідеї, такі як економічні процедури, військові операції, результати виборів та світові тенденції. Це пов'язано з прогресією так званого «кліпового» мислення, що склалося в сучасному суспільстві, де користувачі отримують максимальну кількість інформації за найкоротший проміжок часу.

Культурна та художня цінність моушн-графіки не менш важлива. Від назв фільмів до візуалізації музики, сценічних проєкцій, NFT-анімації та експериментальних відеоробіт, анімаційна графіка демонструє, що вона не лише використовується як засіб донесення інформації, а й може бути самостійним мистецьким явищем.

Однак поряд із перевагами існують і певні проблеми. По-перше, створення якісного анімованого контенту потребує великих професійних навичок, багато часу і технічних ресурсів. По-друге, велика кількість рухомих елементів може викликати втому або втрату концентрації уваги. По-третє, є ризик, що форма почне переважати над змістом, а ефектна анімація приховуватиме слабке інформаційне наповнення. Тому головним завданням моушн-графіки залишається гармонійне поєднання краси та змістовності. Перспективи розвитку анімаційної графіки безпосередньо пов'язані з майбутніми технологіями. Штучний інтелект уже сьогодні використовується в сфері анімаційної графіки як інструмент для спрощення процесу анімації, але при цьому впливає на зниження вартості і якості. В той час доповнена і віртуальна реальність розширюють межі традиційного формату, дозволяючи користувачу взаємодіяти з інформацією у просторі. Тому анімована графіка надалі

буде не лише засобом візуалізації, а й основою інтерактивного досвіду людини у віртуальному середовищі.

Підсумовуючи, можна сказати, що моушн-графіка є одним із найкращих способів показати інформацію в наш час. Вона дуже добре поєднує хороший вигляд, корисність і змогу впливати на наші почуття. Завдяки руху складна інформація стає легшою для розуміння, а спілкування – зрозумілішим і цікавішим. У світі, де увага людей дуже цінна, анімована графіка допомагає людям і цифровому контенту взаємодіяти, роблячи складну інформацію зрозумілішою, цікавішою і легшою для запам'ятовування. Саме тому її роль у нашому суспільстві буде тільки зростати.

Література

1. Geng L. Study of the Motion Graphic Design at the Digital Age. *Proceedings of the 2016 International Conference on Arts, Design and Contemporary Education*. Atlantis Press. 2016. URL: <https://doi.org/10.2991/icadce-16.2016.183>.

2. Soumen Das. The Impact of Motion Graphics in Modern Branding and Marketing. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*. 2024. V. 9. P. 992–994.

URL: https://www.researchgate.net/profile/Soumen-Das-22/publication/378461443_The_Impact_of_Motion_Graphics_in_Modern_Branding_and_Marketing/links/65da0db8e7670d36abd9bf/The-Impact-of-Motion-Graphics-in-Modern-Branding-and-Marketing.pdf (дата звернення: 13.04.2026).

3. Дейнеко Ж. В., Криворучко М.О. Моушн-дизайн як анімаційне мистецтво. *2D та 3D-графіка, графічний дизайн, управління кольором*.

URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/c10fcb3a-0e27-41b5-ba31-7c4278f45418/content> (дата звернення: 13.04.2026).

4. Ткаченко О. Що таке моушн-дизайн. *Lanet.pro*. 05.09.2022. URL: <https://lanet.pro/blog/what-is-motiondesign/> (дата звернення: 13.04.2026).

КОРОБКА Кристина

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СТУДІЇ DISNEY

Анімація відіграє важливу роль у сучасному мінливому світі. Безперечним лідером у цій сфері є студія Disney. Проте останні роки компанія переживає кризу: брак креативних ідей, погіршення якості анімації, продовження та переосмислення вже існуючих історій. Для того, аби більш якісно дослідити сучасне становище студії, варто спочатку трохи зануритись в історію.

The Walt Disney Company – одна з найбільших корпорацій в індустрії розваг. Студія була заснована у 1923 році братами Волтом і Роєм Дісней та на зараз володіє анімаційними студіями, парками розваг, аквапарками й телеканалами.

В період з 1923 по 1936 роки студія випускала німі чорно білі комічні короткометражні мультфільми, такі як «День Аліси на морі» (1924)²⁹, «Пароплав Віллі» (1928)³⁰. Роботи цих років характеризуються достатньо простим сюжетом і персонажами.

В 1937-1942 роки Disney почала випускати кольорові повнометражні мультфільми: «Білосніжка і сім гномів» (1937)³¹, «Дамбо» (1941)³², «Бембі» (1942)³³. Період пізніше назвали Золотою епохою студії. Disney не боїться експериментів, додає в свої роботи похмурі сцени, детально пропрацьованих персонажів, музичні вставки. За основу мультфільмів студія бере відомі казки, часто про принцес, що стало їх основною стратегією і залишається по цей день.

Період війни 1942-1949 років був достатньо важким для студії, тож не відзначився ніякими досягненнями.

²⁹ <https://youtu.be/659v5kGpmM4?si=t8NxATvjF8XV13wk>

³⁰ <https://youtu.be/BBgghnQF6E4?si=66NCASnZ9ds9QCvY>

³¹ <https://youtu.be/E-CRheV7SAE?si=-qSXQi3nz-5jF4GU>

³² <https://youtu.be/sJrzBI7eIIE?si=KCKKrjjazDTu9dku>

³³ <https://youtu.be/MVuye8izeMM?si=K70TcCQJpSnOpmZE>

Мультфільм «Попелюшка»³⁴ 1950 року виводить студію з кризи та надає можливість продовжувати свою діяльність. Срібна доба (1950-1967) характеризується більш пропрацьованими персонажами та вищою якістю анімації.

Після смерті засновника студії у 1966 році для Disney настає Темний період. Аніматори шукали нові підходи та експериментували, але разом з цим зазнавали невдач. На ринку з'являються перші конкуренти.

У 1989 році виходить мультфільм, що повертає студії втрачену славу та розпочинає добу Ренесансу – «Русалонька»³⁵. У мультфільмі присутні харизматичні персонажі, видовищні музичні сцени, детально промальовані підводні пейзажі. Кумедні сцени змінюються на драматичні, тримають глядача зацікавленим в цій пригоді. Загалом картини означеного періоду дуже якісні та різноманітні: «Красуня і чудовисько» (1991)³⁶, «Аладін» (1992)³⁷, «Король Лев» (1994)³⁸, «Геркулес» (1997)³⁹, «Тарзан» (1999)⁴⁰.

На початку 2000-х з'являється новий вид анімації – 3D. Студія, будучи на хвилі з часом, опановує нову технологію та експериментує. Так, у 2000 році виходить мультфільм «Динозаври»⁴¹, що зрештою провалився через відсутність цікавого сюжету та персонажів. Також на ринку з'являється перший сильний конкурент, а саме студія DreamWorks.

Перехід режисера Джона Лассетера від студії Pixar до Disney започатковує добу Розквіту корпорації. Виходять такі мультфільми як: «Принцеса і жаба» (2009)⁴², «Холодне серце» (2013)⁴³, «Рапунцель: заплутана історія» (2010)⁴⁴, «Звірополіс» (2016)⁴⁵, «Відважна» (2012)⁴⁶ та приносять компанії успіх.

³⁴ <https://youtu.be/pFcUBXL82fs?si=kwVMqoYN5oOSOYB4>

³⁵ <https://youtu.be/SXKlJuO07eM?si=pusEuyFVr4B4luY>

³⁶ <https://youtu.be/v8J5n23bXNQ?si=rLzZnwEH005oiRWk>

³⁷ https://youtu.be/eTjHiQKJUDY?si=URzldWfVptXp6pX_

³⁸ <https://youtu.be/lFzVJEksoDY?si=fDIkwUfSycKkv1VV>

³⁹ <https://youtu.be/Rf8L7SPOQ-A?si=0bcgmEuNm6G3hjCz>

⁴⁰ <https://youtu.be/JYOMf4SS2oA?si=E8bVxmxn4N7bwMmZ>

⁴¹ <https://youtu.be/HlNRVZ871os?si=tpghvuQmg9j3gymw>

⁴² <https://youtu.be/uQBy6jqbmlU?si=MNfyo5JmeaHj4p4b>

⁴³ <https://youtu.be/keterUkHmUc?si=dDUQN7d7OEJqhiDB>

⁴⁴ <https://youtu.be/2f516ZLyC6U?si=5Hy-FruI2DiLBHfG>

⁴⁵ <https://youtu.be/jWM0ct-OLsM?si=Zjh6E2NCgSLReg4n>

⁴⁶ https://youtu.be/TEHWDA_6e3M?si=uuDpSLdkHwPIDigo

Зі звільненням режисера у 2018 для студії знову настає Темний період, що триває й досі. Disney зміщує фокус на продовження старих історій. Конвеєрне виробництво знижує якість анімації та має на меті захопити більшу частину інфопростору, а також збільшити час споживання контенту. Разом з тим інші студії випускали більш якісні та оригінальні роботи.

Такі римейки, як «Маліфісента» (2014)⁴⁷, «Попелюшка» (2015)⁴⁸ та «Книга джунглів» (2016)⁴⁹, можна віднести до якісних й успішних робіт, адже вони доповнювали історію першоджерела новими деталями, важливими для сюжету, не руйнуючи весь світ мультфільму. Проте наступні роботи значно погіршилися в якості виконання.

Зважаючи на помилки минулого, компанія впадає в крайнощі та парадоксально, робить ще більше помилок, відштовхуючи глядачів. Вона активно впроваджує нові технології та віяння, намагаючись задовольнити всіх, але лише втрачає зв'язок з глядачем. Сучасні римейки та адаптації не привносять нічого нового. Студія розповідає ту саму історію в менш привабливому вигляді, сподіваючись зіграти на ностальгії глядачів.

«Красуня і чудовисько» (2017)⁵⁰, «Король Лев» (2019)⁵¹, «Аладдін» (2019)⁵² повторюють оригінальний сюжет мультфільму майже кадр у кадр. Студія намагається використовувати ті ж самі прийоми, що й у класичній анімації, проте з реальними акторами це більше не працює. Наприклад, фантастичні музичні сцени з «Аладдіна» виглядають достатньо непереконливо і дивно порівнюючи з мальованим оригіналом 1992 року.

«Русалонька» (2023)⁵³, «Пітер Пен і Венді» (2023)⁵⁴ та анонсована «Білосніжка»⁵⁵ мають невиправдано темну, похмуру кольорову гаму. Раса героїв змінюється відповідно новим віянням, та все ж не відповідає всесвіту мультфільму.

Гіперреалізм у цих роботах обмежує чарівність персонажів, що була в оригінальних фільмах. Наприклад, друзі Русалоньки риба Флаундер та

⁴⁷ https://youtu.be/28U4LxdkNWI?si=Q4BS9QGgarrz4_fP

⁴⁸ <https://youtu.be/LfR8Su4ulX0?si=2ahHIdqJwOQH17Fb>

⁴⁹ https://youtu.be/T_EN03fJIyY?si=TceunDIVCJFUrw3

⁵⁰ <https://youtu.be/kX3aA5XBOck?si=s-iMXR94rBv1d3df>

⁵¹ https://youtu.be/qxUdkP71_wQ?si=P7ZTNQZ3ZhhKdrnY

⁵² <https://youtu.be/-G5XI61Y9ms?si=FFWPCRhw7d46DO6Q>

⁵³ https://youtu.be/kpGo2_d3oYE?si=J5Alc0CQPmr00Agy

⁵⁴ https://youtu.be/9Ji5U2sTILU?si=EM_ZQ9BpvD9x_dnJ

⁵⁵ <https://youtu.be/TbiPcMCz0Ek?si=SB5HvUxP2SSY-tg2>

краб Себастьян в оригінальному мультфільмі 1989 року мають дуже виражену, експресивну міміку та притаманні людям риси (ніс, губи, зуби тощо). Проте це дає змогу персонажам вдало передавати свої почуття. Реалістичні морські жителі позбавлені цих рис, тож доволі важко донести їх стан до глядача. Похмура палітра цих персонажів створює слабкий контраст з оточенням, що також негативно впливає на їх виразність.

Повертаючись до теми мультфільмів, у 2023 році виходить робота присвячена 100-річчю студії, «Бажання»⁵⁶, виконана у технології 3D анімації з новою, непритаманною студії стилістикою. Проте, знову провал у касових зборах та неприйняття глядачами. Стилiстика бiльше нагадувала недосконалу анімацію, зроблену нашвидкоруч. В кольоровій палітрі переважають темні, холодні, сірі відтінки, які створюють достатньо порожнє відчуття під час перегляду. Також затiнення у мультфiльмі достатньо пласке, немає рiзних кольорових i свiтло-тiньових рiвнiв, що робить загальну картинку пласкою.

Отже, можна виділити такі проблеми The Walt Disney Company:

- брак креативних ідей та підходів;
- зниження якості анімації;
- зміна колірної палітри на більш темну і холодну;
- акцент на гіперреалізм;
- акцент на лайв-екшен адаптаціях;
- зміна раси головних героїв;
- самокопіювання;
- вороже ставлення глядачів.

Впродовж своєї історії студія Disney переживала достатньо злетів і падінь. Сучасне становище можна охарактеризувати як «занепад». Роботи студії позбавлені життя та креативних ідей. Компанія звертається до минулих робіт в надії отримати дохід і відповідь на питання «що робити далі?»

Тема дає перспективи для подальших досліджень, адже з кожним роком стається щось нове й непередбачуване, як у світі, так і в межах студії. Після відновлення якісної анімації в The Walt Disney Company, буде корисно дослідити процеси і явища, які цьому посприяли.

⁵⁶ <https://youtu.be/ctlz0R1tSZE?si=9XgrSLBNI9LyEVbT>

КУЧЕРЯВА Христина

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

Анімація як інструмент наративу в музичних кліпах: від простих візуалізацій до повноцінних історій

Анімація стала невід’ємною частиною сучасних музичних відеокліпів, перетворившись із простого декоративного елемента на потужний інструмент побудови наративу. Її використання дозволяє артистам створювати унікальні візуальні світи, глибше розкривати емоційний зміст музики та втілювати складні сюжетні ідеї.

Історія розвитку анімації у музичних відео розпочалася у 1970–1980-х роках, коли технології були обмеженими, а візуальні рішення – примітивними. Одним із перших анімаційних кліпів став “Accidents Will Happen” by Elvis Costello & The Attractions (1979)⁵⁷, який виділявся використанням сюрреалістичного підходу. У 1980-х роках кліп “Take on Me” групи A-ha⁵⁸ поєднав мальовану анімацію та реальні кадри, створивши відчуття переходу між реальним і фантазійним світами.

У 1990-х роках технологічний прогрес дозволив створювати деталізованіші сюжети. Кліп “Paranoid Android” Radiohead (1997)⁵⁹ вражає глибокою сюрреалістичною 2D-анімацією, яка досліджує психологічні та соціальні теми. У цьому ж десятилітті з’явилися перші 3D-анімаційні відео, наприклад, “Around the World” Daft Punk (1997)⁶⁰, яке використовує абстрактні образи для передачі музичних ідей.

Починаючи з 2000-х років, анімація у музичних кліпах стала більш інтерактивною та складною. Гурт Gorillaz популяризував концепцію вигаданих персонажів, кожен з яких мав власну історію та характер, створюючи цілісні віртуальні світи. Їхній кліп “Clint Eastwood” (2001)⁶¹ поєднав традиційну 2D-анімацію з комп’ютерною графікою. Водночас

⁵⁷ https://www.youtube.com/watch?v=aU_zMvaX05Q

⁵⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=djV11Xbc914>

⁵⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=fHiGbolFFGw>

⁶⁰ https://www.youtube.com/watch?v=K0HSD_i2DvA

⁶¹ https://www.youtube.com/watch?v=1V_xRb0x9aw

кліп “One More Time” Daft Punk (2000)⁶² використовував стилістику «аніме», впроваджуючи ідеї космічної опери.

У 2010-х роках комбінування 2D і 3D анімації стало трендом. Наприклад, кліп “Enemy” Imagine Dragons⁶³ у співпраці з серіалом “Arcane: League of Legends” продемонстрував, як глибоко візуальні ефекти можуть резонувати з музичним змістом. Колаборація Imagine Dragons із компаніями Riot Games і Fortiche Production втілила унікальний стиль, що підкреслив сюжетну глибину пісні та серіалу. Інший приклад – “Do I Wanna Know?” Arctic Monkeys⁶⁴, де використано мінімалістичну лінійну анімацію, що синхронізується зі звуковими хвилями.

Пандемія COVID-19 значно вплинула на розвиток анімаційних кліпів. Через обмеження на традиційні зйомки, артисти почали ширше використовувати анімацію як альтернативний спосіб вираження ідей. В цей період з’явилася низка експериментальних відео, що стали не тільки засобом розповіді історій, а й мистецькими експериментами, які підкреслювали нові можливості віртуальної творчості.

Сюжет в анімаційних кліпах змінюється відповідно до технологічного прогресу та культурних трендів. Якщо у 1980-х роках акцент робили на технічних новинках, то сучасна анімація більше зосереджена на емоційно насичених історіях і соціальній критиці. Наприклад, кліп “Burn the Witch” Radiohead⁶⁵ використовує анімацію у стилі «стоп-моушн», яка зовнішньо виглядає доброзичливо, але підкреслює складні суспільні питання.

Загалом, анімація значно трансформувала музичні кліпи, перетворивши їх на багатопланові наративи, що резонують із глядачами на емоційному рівні. Вона стала важливим інструментом для глибокого розкриття музичного змісту, поєднуючи візуальне й аудіальне в одне ціле. Надалі дослідження можуть зосереджуватися на інтеграції новітніх технологій, таких як штучний інтелект і віртуальна реальність, у створення анімаційних музичних кліпів.

⁶² <https://www.youtube.com/watch?v=FGBhQbmPwH8>

⁶³ https://www.youtube.com/watch?v=D9G1VOjN_84

⁶⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=bpOSxM0rNPM>

⁶⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=yI2oS2hoL0k>

ЛАЗОРЕНКО Анна

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ВПЛИВ ОБРАЗУ ШАХІВ НА ХУДОЖНІ ТА ДИЗАЙНЕРСЬКІ ТВОРИ

Стратегічна гра «Шахи» була створена для навчання майбутніх воїнів в Індії ще в VI ст. н.е. та поширилася на весь світ, ставши невід'ємною частиною культури. Вплив феномену шахів може надати відповіді на запитання про те, як гра, яка повинна була тренувати майбутніх воїнів, стала об'єктом зацікавленості всесвітньо відомих митців.

Тему висвітлювало чимало авторів: Alisa Scherbakova, George Engelhard Jr, A. Kadir Bahar, Gonzalez-Burgos L., Jozef Cseres, Gustavo G. Brigante, Carl T. Woods.

Звертаючись до давньої історії створення гри, можна сказати, що прообразом «Шахів» була індійська гра «Чатуранга», яка розгорталася на дошці 8x8 з комплектом фігур, схожих на шахові. Через релігійний вплив, який заборонив ігри з кістками, загальний вигляд гри було повністю змінено.

Сучасними науковими дослідженнями було доведено, що гра в шахи впливає на когнітивні процеси, креативність і просторове мислення, що в свою чергу стає механізмом залучення аналогічних процесів у творчі проекти. Науковці Alisa Scherbakova, Gonzalez-Burgos L., Jozef Cseres, Gustavo G. Brigante, підкреслюють, що шахи стають не лише тренуванням для розумових здібностей, а й метафорою творчого шляху, де стиль прийняття рішень повністю відображає характер та індивідуальне ставлення митця до свого твору.

В XX столітті світові було представлено подію за участю Марселя Дюшана та Джона Кейджа, в ході якої «Шахи» стали прикладом естетичного та філософського впливу на сценарій твору. Автори зустрілися на сцені театру Ryerson в Торонто, де своїми діями створювали виставу в реальному часі. Вистава не мала ані партитури, ані сценарію – на сюжет впливали рішення двох гравців і сам досвід гри став прикладом вдалого інтерактивного мистецтва, а дошка – рушійною силою та місцем, де фігури були матеріалом для роздумів в реальному часі.

З психологічної точки зору, гра вчить приймати сміливі рішення та виховує уважність до деталей, що в свою чергу формує евристичне мислення. Дослідження Gonzalez-Burgos L. та співавторів показує зміни на нейронному рівні – у зонах, пов'язаних з виконавчими функціями, увагою, швидкістю обробки інформації, візуально-конструктивними здібностями. Зокрема, завдяки кореляції між центрами зосередження уваги та візуально-просторовим мисленням, науковці дізналися, що шахісти набагато швидше здатні сприймати інформацію та розділяти її на окремі фрагменти.

«Шахи», як модель творчого процесу, вчать структурі, послідовності та терпінню – це риси, якими митець користується в більшості проєктів. Естетика фігур і композиція дошки дійсно надихала на експерименти з формою, простором та ритмом. Кореляції між інтелектом та ризиком стають результатом рішення митця. Стратегії ігрових рішень можуть надихати митців на висловлювання особистісного ставлення до життєвих ситуацій через використання у своєму мистецтві глибоких роздумів та переживань. Це в свою чергу іноді межує з великим ризиком неприйняття у суспільстві думки автора. У цьому контексті процес творчих втрат, що виникає під час реалізації проєкту, набуває алегоричного значення, символізуючи складні взаємини між митцем, його ідеєю та соціальним сприйняттям твору.

Висновок. Гра «Шахи» є не тільки системою для тренування стратегічного мислення, але й виступає багатогранним феноменом, що поєднує в собі інтелектуальну, психологічну, естетичну та філософську складові. В перспективі подальших досліджень відкривається новий спектр синтезу психології, естетики та сучасних мистецьких практик. «Шахи», які є універсальним інструментом, впливають на організацію процесу, що в свою чергу об'єднує стратегію та конкретику з інтуїтивним новаторським підходом до вирішення питань.

ЛИХОГРАЙ Поліна

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ЮЗАБІЛІТІ У ПРОЄКТУВАННІ ВЕБСАЙТІВ

Сучасна цифрова комунікація розвивається в умовах постійного вдосконалення технологій, що зумовлює нові вимоги до якості веб-ресурсів. Ефективність сайту сьогодні визначається не лише дизайнерськими рішеннями чи технічною складовою, а насамперед зручністю використання. Поняття «юзабіліті» охоплює сукупність характеристик, що забезпечують простоту, інтуїтивність та результативність взаємодії користувача з інтерфейсом. У центрі уваги сучасного вебдизайну перебуває не сам продукт, а досвід його сприйняття людиною. Тому рівень юзабіліті стає ключовим показником успішності вебсайту.

В умовах високої конкуренції на ринку цифрових послуг особливо зростає ефективність застосування принципів зручності вебресурсів. Користувач очікує швидкого доступу до потрібної інформації, логічної структури контенту, стабільної роботи сайту на різних пристроях і привабливої, але не перевантаженої візуальної форми. Ігнорування цих чинників призводить до зниження довіри аудиторії, зменшення часу перебування на сторінках, втрати потенційних користувачів. Отже, впровадження принципів юзабіліті має відбуватися на всіх етапах веб-розробки – від планування інформаційної архітектури до тестування готового продукту. З огляду на вищесказане, оцінка застосування принципів юзабіліті є актуальною.

Аналіз сучасних публікацій свідчить про зростання наукового інтересу до проблеми юзабіліті як складової якості вебдизайну. У працях Якоба Нільсена, Стівена Круга, Кейт Моран та інших дослідників окреслено фундаментальні принципи створення зручних інтерфейсів, серед яких простота навігації, передбачуваність дій, послідовність елементів і видимість результатів користувацьких операцій. Ці підходи формують основу сучасного розуміння ефективного UX/UI-дизайну, що орієнтований на реальні потреби користувачів.

Метою даної роботи є аналітична оцінка застосування основних принципів юзабіліті у процесі проєктування вебсайтів і визначення

впливу цих принципів на якість користувацького досвіду. Для досягнення мети проведено порівняльний аналіз трьох популярних веб-ресурсів – Apple, Spotify та Zara, які демонструють різні моделі інтеграції юзабіліті у свої інтерфейси.

Вебсайт Apple⁶⁶ репрезентує приклад поєднання естетики та зручності. Його структура побудована за принципом візуальної ієрархії, що дозволяє користувачу легко орієнтуватися у змісті. Мініمالізм, послідовність елементів і стабільна колірна палітра формують відчуття передбачуваності та довіри. Адаптивний дизайн і швидке завантаження сторінок забезпечують комфорт на будь-якому пристрої. Таким чином, Apple реалізує концепцію «невидимого інтерфейсу», коли система не відволікає, а допомагає користувачеві досягати мети з мінімальними зусиллями.

Сайт Spotify⁶⁷ побудований на принципах інтерактивності й персоналізації. Його інтерфейс орієнтований на швидке виконання базових дій, а саме: відтворення музики, створення плейлистів чи оформлення підписки. Візуальна простота поєднана з динамічними елементами, що реагують на дії користувача, створюючи ефект «живого» середовища. Spotify реалізує безперервний користувацький досвід незалежно від платформи, що підкреслює важливість адаптивності та узгодженості дизайну.

Вебресурс Zara⁶⁸ демонструє приклад комерційного застосування юзабіліті. Його інтерфейс орієнтований на швидкість пошуку товарів і зручність здійснення покупки. Навігація чітко структурована, фільтри дозволяють ефективно працювати з великим обсягом даних, а мінімалістичне оформлення сприяє концентрації уваги на візуальному контенті. Водночас окремі аспекти доступності, зокрема для користувачів з обмеженими можливостями, потребують удосконалення, що свідчить про потенціал подальшого розвитку у напрямі інклюзивного дизайну.

Проведений аналіз засвідчує, що попри різну спрямованість означених веб-ресурсів, усі вони демонструють системне впровадження ключових принципів юзабіліті, таких як: простота, послідовність, адаптивність, швидкість реакції та зворотній зв'язок. Ці чинники безпосередньо впливають на комфорт користувачів, формують позитивне враження та сприяють підвищенню рівня довіри до бренду.

⁶⁶ <https://www.apple.com/>

⁶⁷ <https://open.spotify.com/>

⁶⁸ <https://www.zara.com/>

Отже, юзабіліті виступає не допоміжним елементом, а визначальним компонентом стратегічного успіху веб-проєкту.

Результати дослідження підтверджують, що якісна інтеграція принципів зручності забезпечує ефективну взаємодію користувача з цифровим середовищем, сприяє підвищенню залученості аудиторії та створює підґрунтя для подальшого розвитку вебресурсів. Перспективним напрямом майбутніх досліджень є аналіз впливу новітніх тенденцій у сфері UX/UI-дизайну, зокрема використання штучного інтелекту, адаптивної типографіки та персоналізованих сценаріїв взаємодії, що дозволить сформувати глибше розуміння взаємозв'язку між функціональністю, естетикою та поведінкою користувачів у цифровому просторі.

ЛОГІНА Анастасія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ВПЛИВ АБСТРАКТНОЇ АНІМАЦІЇ НА ЕМОЦІЙНЕ СПРИЙНЯТТЯ АУДИТОРІЇ

У сучасному світі анімація виступає важливим засобом впливу на емоції та сприйняття глядача. На початку ХХ століття прагнення митців вийти за межі реалістичного зображення сприяло виникненню абстракціонізму – напрям, що зосереджується на вираженні внутрішніх станів через форму, колір і ритм. Поєднання цих елементів із звуком та рухом створило абстрактну анімацію. Незважаючи на її високий емоційний потенціал, інструменти емоційного впливу на глядача, такі як колір, форма та ритм залишаються недостатньо дослідженими.

Виклад основного матеріалу. За словником Пасічного А. М.: «Абстракціонізм – модерністський напрям в образотворчому мистецтві ХХ сторіччя. А. – це цілковита відмова від ображення форм дійсності, комбінація геометричних форм, кольорових плям та ліній. Поширився у Франції незадовго до Першої світової війни і остаточно сформувався як напрям у повоєнні роки».

Абстрактна анімація пробуджує внутрішній діалог у глядача, спонукаючи до самоаналізу та осмислення власних емоцій і думок. Це сприйняття формується завдяки гармонійному поєднанню кольору, форми та ритму.

Колір має миттєвий емоційний вплив, формуючи настрій глядача. У статті «Психологічний вплив кольору» Віджая Лакшмі В. зазначає, що жовтий асоціюється з радістю й оптимізмом, синій – зі спокоєм і рівновагою, червоний – з енергією, пристрастю та напруженням. Зелений колір створює відчуття гармонії та спокою, помаранчевий передає життєрадісність і активність, а фіолетовий спонукає до роздумів і має духовні конотації. Коричневий символізує надійність, чорний – серйозність і глибину (у надлишку пригнічує), білий уособлює чистоту й відкритість, а сірий сприймається як нейтральний і стриманий.

Кожен колір має власні психологічні властивості та викликає певні емоційні асоціації, однак їх поєднання формує складніші емоційні реакції. Контрастні кольори, розташовані навпроти в колі Іттена, створюють сильний візуальний імпульс і викликають відчуття напруги чи внутрішнього конфлікту (червоний і зелений, помаранчевий і синій, жовтий і фіолетовий). Тріадні поєднання трьох рівновіддалених кольорів (за колом Іттена) забезпечують візуальну рівновагу, де жоден відтінок не домінує, підтримуючи інтерес глядача без перевантаження (поєднання червоного, жовтого та синього). Акцентні колірні поєднання застосовують для посилення емоційного фокусу. В абстрактній анімації вони допомагають керувати увагою глядача й підсилувати драматичний ефект.

Невід’ємним інструментом впливу на глядача є форма. Геометричні форми мають сильний підсвідомий вплив і здавна використовуються в мистецтві для передачі настроїв і смислів. Дослідження виявляють сталі асоціації з базовими формами: квадрат пов’язується зі стабільністю, порядком і безпекою; трикутник, гострі кути – з енергією, напругою та конфліктом, а коло та м’які форми – з гармонією, єдністю та спокоєм.

Ритм і метр відіграють не менш важливу роль у формуванні емоційного сприйняття. Ритм як повторення або чергування елементів створює відчуття руху й гармонії. В абстрактній анімації він проявляється через темп і регулярність руху об’єктів. Різні ритмічні структури викликають різні емоції. Метричний, рівномірний ритм формує відчуття стабільності й спокою. Натомість варіативний ритм, з прискоренням рухів або раптовими паузами, посилює напругу та створює відчуття тривоги.

Висновки. У ході проведеного дослідження було встановлено, що перегляд абстрактної анімації активізує мозок глядача: він прогнозує, порівнює та переживає емоції. Тобто абстрактна анімація стимулює активне сприйняття та може слугувати ефективним інструментом емоційного впливу. Попри отримані результати, залишаються широкі

можливості для подальших досліджень, зокрема щодо впливу кольору, форми та ритмічних структур саме в контексті абстрактної анімації. Абстрактна анімація залишається перспективною темою, що відкриває нові шляхи для розвитку психологічного впливу на аудиторію.

ЛУГОВА Тетяна

кандидат філологічних наук, старший викладач,

Київ, Нац. університет біоресурсів і природокористування України

**РОЗВИТОК НАДПРОФЕСІЙНИХ НАВИЧОК
ПРИ ВИКОРИСТАННІ МУЛЬТИМЕДІА НА ЗАНЯТТЯХ
З ДІЛОВОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ
У СТУДЕНТІВ АГРАРАНИХ ВНЗ**

Сучасні тенденції розвитку освітнього процесу, і, в першу чергу, вимоги роботодавців до випускників вищих навчальних закладів, безперечно, вимагають якісно нових підходів у навчанні, особливо у сфері вищої професійної освіти [4]. Наразі, в ході інтенсивної європейської інтеграції України, існує гостра потреба в спеціалістах, які володіють, зокрема, комунікативною іншомовною компетенцією на високому рівні. Якщо говорити про комунікативні мовні компетенції, що формуються у здобувачів вищої освіти на основі взаємопов'язаного мовленнєвого, соціокультурного, соціолінгвістичного і мовного розвитку (так звані “hard skills”), то головна увага при вивченні іноземної мови у вищому закладі освіти концентрується на розвитку мовної (лінгвістичної) компетенції, яка забезпечує оволодіння мовним матеріалом з метою використання його в усному і писемному мовленні; соціолінгвістичної компетенції, яка забезпечує формування у студентів умінь користуватися у процесі спілкування мовленнєвими реаліями, особливими правилами мовленнєвої поведінки; прагматичної компетенції, яка навчає принципам організації та структурування висловлення іноземною мовою для здійснення комунікації.

Однак, на нашу думку, на особливу увагу заслуговують саме soft skills як певні надпрофесійні компетенції студентів – майбутніх фахівців аграрної галузі, які вивчають іноземну (англійську) мову у виші.

Одним із ефективних та дієвих засобів розвитку soft skills є використання мультимедіа, зокрема презентацій. Сучасні технічні засоби і технології змінюють можливості викладача, роблять заняття більш насиченим, яскравим, зрештою, більш ефективним. За допомогою

мультимедійних проекторів здійснюється матрична презентація матеріалу, яка дає можливість звільнитися від друкованого тексту, від постійного читання та вивчення напам'ять. Мультимедійна презентація є одним із ефективних інструментів, орієнтованих на студента, який можна використовувати на заняттях англійської мови для вдосконалення мовленнєвих навичок і презентаційних навичок студентів [2].

Soft skills визначають як «навички XXI століття», або «взаємозамінні» навички (transferable skills) [1].

Елісон Дойл, визначення soft skills якого цитують багато дослідників, відносить до них особистісні ознаки, риси особистості студентів, притаманні лише одній особі, які характеризують її комунікативні вміння і здібності у спілкуванні з іншими, у вирішенні питань різної складності, щоб досягти успіху у подальшій професійній діяльності [3, с. 38].

Загалом, основу soft skills складають такі навички як командна робота, навички комунікації, критичне мислення, що сприяють розвитку особистості та визначенню її позиції в соціумі (в першу чергу в плані ефективної та гармонійної взаємодії з іншими людьми) – саме вони набувають все більшої значущості в конкурентоспроможності випускника вищого навчального закладу на ринку праці.

Використання на заняттях з ділової англійської мови мультимедійних презентацій дає можливість формувати у студентів кілька груп навичок soft skills одночасно. Так, завдання, які передбачають створення презентацій, розвивають і базові комунікативні навички (студенти мають представити її в аудиторії), бо навчають студентів, зокрема, структуровано й логічно подавати інформацію, переконувати, аргументувати; і навички self-менеджмент, бо формують вміння керувати емоціями в стресових ситуаціях (де треба презентувати власні розрахунки у вигляді діаграм тощо); а також навички інтелектуального мислення, спонукаючи мислити креативно, логічно, не шаблононо.

Висновки. Одним із найважливіших аспектів навчання англійській мові сьогодні у виші є формування soft skills («м'яких» навичок). Саме вони дають найкращі можливості підготувати студентів – майбутніх професіоналів в аграрній галузі як конкурентоспроможних фахівців своєї справи, здатних до ефективної професійної діяльності в контексті міжкультурної та міждержавної взаємодії. Використання мультимедійних засобів, зокрема розвиток презентаційних навичок на заняттях з ділової англійської мови для студентів аграрних спеціальностей вимагає мовної компетентності, а також володіння

навичками soft skills. Використовуючи мультимедійні презентації викладач інтенсифікує процес навчання, робить його цікавим та динамічним. А завдання для студентів, які передбачають підготовку та захист презентацій, створюють умови для розвитку високої мовної компетентності у студентів та сприятиме формуванню висококваліфікованих фахівців.

Література

1. Mitchell G. Essential soft skills for success in the 21st century workforce as perceived by Alabama business/marketing educators. URL: http://etd.auburn.edu/bitstream/handle/10415/1441/Mitchell_Geana_57.pdf

2. Воробель М. М. Використання мультимедійних презентацій на заняттях англійської мови з метою формування мовленнєвих і презентаційних навичок студентів. *Перспективи та інновації науки*. 2023. № 7 (25). С. 70-82.

3. Зварич І. М. Спілкування – невід’ємна складова Soft Skills у формуванні конкурентоспроможності студентів XXI століття / «Soft skills – невід’ємні аспекти формування конкурентоспроможності студентів у XXI столітті». *Міжвузівський науково-методичний семінар, 21 лютого 2020 р. Київський національний торговельно-економічний університет. Збірник тез доповідей міжвузівського науково-методичного семінару*. – Київ. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2020. С. 37-40. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/f5e21f8fa4b196951d084e7e586ab122.pdf>

4. Лугова Т. М. Розвиток soft skills при вивченні іноземної мови в аграрних вишах. *Збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції «Аграрна галузь сучасної України: проблеми та перспективи розвитку» (14 травня 2021 року, Луганський національний аграрний університет, м. Слов’янськ)*.

URL:

<http://dspace.lgnau.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/2325/Аграрна%20галузь%20сучасної%20України%20проблеми%20та%20перспективи%20розвитку%20%281%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

ЛУГОВСЬКИЙ Олександр

Кандидат мистецтвознавства, доцент

ЧУГАЙ Наталія

Кандидат мистецтвознавства

Кафедра «Дизайн»

Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

МАКЕТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З АНІМАЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ

Осмилення анімаційного дизайну як нового виду проектно-художньої діяльності людини ставить перед науково-педагогічними працівниками освітніх закладів нові завдання і спонукає їх до пошуку більш ефективних способів професійної підготовки.

Спеціальні професійні здібності майбутнього фахівця з анімації охоплюють три взаємопов'язані аспекти. По-перше, це знання сучасних інформаційних технологій, зокрема володіння спеціалізованими комп'ютерними програмами, необхідними для створення анімаційного контенту. По-друге, важливою складовою є сформована проектна культура, яка передбачає здатність до просторового мислення, навички конструювання та креслення. І нарешті, фахівець має володіти образотворчими навичками – такими як малюнок, живопис, композиція, знання історії мистецтв і мати тонке відчуття кольору, яке забезпечує глибину художнього вираження в анімації.

Важливою складовою освітньо-професійної підготовки фахівців з анімації є макетування, оскільки воно поєднує художнє мислення, технічну точність і креативне моделювання візуального середовища. У процесі навчання макетування сприяє розвитку здатності студентів до просторового мислення, формує навички композиції, перспективи, світлотіньового моделювання, що є основою візуального наративу в анімації. Завдяки роботі з макетами майбутні аніматори навчаються бачити сцену як цілісну структуру, де кожен елемент має своє місце і функцію.

Макетування також виконує роль підготовчого етапу до цифрового моделювання, зокрема у 2D та 3D середовищах. Фізичні макети дозволяють краще зрозуміти масштаб, пропорції, взаємодію об'єктів у просторі, що згодом переноситься у віртуальне середовище. Це особливо важливо при створенні аніматики, сторібордів, сценографії та режисерських рішень, де точність і виразність візуального образу мають вирішальне значення.

У професійному контексті макетування виступає як засіб комунікації між учасниками творчого процесу. Макет дозволяє наочно представити ідею, пояснити задум режисеру, художнику, технічному персоналу, а також протестувати композиційні рішення до їх цифрової реалізації. Крім того, макетування сприяє креативному експериментуванню, дає змогу шукати нові стилістичні підходи, візуальні метафори, атмосферу сцени, що особливо актуально для авторської анімації.

Наукові дослідження останніх років підтверджують важливість макетування у професійному становленні дизайнерів. Зокрема, у дисертації Оксани Пасько розглядається методика навчання пошукового макетування, яка спрямована на розвиток креативності, художнього мислення та адаптації до професійних викликів.

У свою чергу, Т. І. Козелець розглядає макетування як важливий засіб професійного становлення дизайнерів, що сприяє розвитку їхньої здатності до креативного мислення, пошуку нових форм і рішень, а також адаптації до змінних умов ринку. Макетування, за її підходом, охоплює різні напрями дизайну – промисловий, графічний, архітектурний — і водночас має пряме прикладне значення для анімації. Через макетування студенти не лише опановують технічні навички моделювання, а й навчаються втілювати ідеї у матеріальну форму, експериментувати з композицією, масштабом, фактурою, що є надзвичайно важливим для створення переконливого візуального середовища в анімаційних проектах.

Таким чином, перспективи використання макетування в освітньому процесі є надзвичайно широкими та багатоглибкими, оскільки воно охоплює як художню, так і технічну складову професійної підготовки. Макетування сприяє формуванню у студентів здатності до комплексного мислення, що поєднує естетичне бачення, конструктивну логіку та інноваційний підхід до вирішення творчих завдань. У процесі навчання макетування дозволяє майбутнім фахівцям з анімації глибше зануритися в структуру візуального середовища, навчитися моделювати простір, розташовувати персонажів, планувати динаміку сцени та взаємодію елементів композиції.

Завдяки макетуванню студенти отримують можливість не лише експериментувати з формами, фактурами, стилями, а й розвивати власну художню мову, що є важливою умовою для формування авторського стилю. Це особливо актуально в умовах сучасного ринку, де цінується унікальність, креативність та здатність до візуального самовираження.

МАЛЕЖИК Юлія

Кандидат педагогічних наук, доцент

МЕТУН Дар'я

Студентка 1 курсу, ОПП «Медіакомунікації»

Полтава, Національний університет «Полтавська політехніка імені

Юрія Кондратюка»

ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ АНІМАЦІЙНИХ ФІЛЬМІВ DISNEY НА ЕМОЦІЙНИЙ ТА КОГНІТИВНИЙ РОЗВИТОК ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО І МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ

Мультфільми – це невід’ємна частина життя як дітей, так і дорослих. Вони поєднують у собі зображення, звук, діалоги та музику, щоб розповісти історію або передавати певну ідею. Мультфільми мають декілька функцій: навчальна (діти дізнаються про нові поняття, явища, поведінку людей і тварин); розвивальна (анімація розвиває уяву, фантазію та здатність до візуального мислення); виховна (формування цінностей, правильне прийняття рішень та відповідальність за них), але насамперед, вони несуть у собі розвагу, відпочинок і розслаблення.

Сучасні діти з раннього віку перебувають під значним впливом медіакультури, зокрема анімаційних фільмів компанії Disney, які посідають провідне місце у світовому дитячому контенті. Ці мультфільми не лише розважають, а й формують емоційну сферу, уявлення про добро і зло, моделі поведінки, гендерні ролі та соціальні цінності.

Дослідження психологічного впливу продукції Disney є особливо актуальним, оскільки в період дошкільного та молодшого шкільного віку відбувається активне становлення емоційного інтелекту, розвиток мислення, пам’яті, уваги й уяви. Розуміння механізмів цього впливу дозволить педагогам, батькам і психологам ефективніше використовувати мультфільми у виховних і розвивальних цілях, мінімізуючи можливі негативні ефекти.

Walt Disney Animation Studios – це одна з найбільших анімаційних студій, керована режисерами, яка відповідає за створення найулюбленіших фільмів усіх часів [1]. Вона була заснована у 1923 році братами Дісней – Волтом та Роем. Після невдалих акторських спроб Волта та гаражної студії перед нами постає сучасна компанія Disney (The Walt Disney Company) – одна з найвпізнаваніших та найдорожчих брендів світу [2]. Волт Дісней створив веселий та чарівний бренд, орієнтований на сім’ю. Передусім студія надихає малечу, формує

культурні образи та уявлення про дружбу, добро, сміливість і самопізнання, водночас вона зачіпає інтерес дорослих.

Компанія Walt Disney є одним із провідних світових виробників анімаційного контенту, що формує унікальний простір сімейного кіномистецтва, насичений казковими сюжетами, емоційністю та елементами магічного реалізму. Анімаційні фільми студії вирізняються високим рівнем художньої виразності, глибокою емоційною складовою та здатністю викликати широкий спектр переживань у глядачів різного віку. Саме завдяки цьому творчість Disney здобула світове визнання і стала невід'ємною частиною глобальної культури масового споживання.

На початкових етапах діяльності студія активно застосовувала покадрову (класичну) техніку анімації, яка полягала у послідовному зніманні окремих нерухомих фаз руху, відтворених на малюнках. Цей метод дозволяв досягти високої пластичності рухів і створювати ефект живого зображення, що стало революційним для свого часу.

У сучасний період спостерігається динамічний розвиток технологічних можливостей компанії Disney. Зокрема, у 2018 році студія представила інноваційного робота-аніматора, здатного імітувати людські рухи з високим рівнем реалістичності. Такі досягнення не лише розширюють межі анімаційного мистецтва, а й справляють значний вплив на дитячу аудиторію, формуючи у неї уявлення про сучасні технології, естетичні ідеали та моделі поведінки.

Діти віком від 4-10 років активно розвиваються як психологічно, так і особистісно. У цьому періоді все навколишнє середовище сприймається через телевізор, особливо з привабливими, захоплюючими картинками та сучасною анімацією Disney. Раніше можна було вважати, що батьки впливали на форму поведінки дитини та формували її життєвий досвід в дошкільному та шкільному віці, але зараз це твердження є досить сумнівним, якщо зважати на кількість часу, який діти проводять перед телевізором і комп'ютером.

Насправді анімаційні фільми можуть нести як користь, так і потенційну шкоду для розвитку дітей. Більшість мультфільмів Disney транслиують важливі послання, які тісно пов'язані з певними життєвими уроками: теми кохання й ненависті, добра і зла, смерті й втрати, а також важливість сім'ї. Батьки разом з дитиною обговорюють ці важливі питання, що поліпшує її розвиток. У статті «Як мультфільми Disney допомагають розвитку дітей» Української Вечорки сказано про аналіз анімаційних фільмів, випущених у період з 1937 по 2020 рік. Проведені дослідження свідчать, що в 63% не згадуються біологічні батьки

головного героя. Це може викликати питання у дитини – куди вони поділися, чому не можуть бути поруч та допомогти у складній ситуації. Але за останні десять років батьки частіше стали з'являтися в мультфільмах. У 73% мультфільмах відтворювалось послання про важливість свого «Я», прийняття себе та любові до себе, а в 27% піднімалися питання моралі та соціальних цінностей. Завдяки мультфільмам, батьки можуть підготувати відповіді на запитання дитини, які вона може поставити після перегляду мультфільму. Наприклад, мультфільм «Король лев», а саме сцена між Шрамом і Муфасою з подальшою смертю, може спровокувати безліч питань. Батьки мають дати відповідь на них, пояснити чому виник конфлікт та яке його значення, чому помер Муфаса та ряд інших питань [4].

Деякі мультфільми Disney формують у дітей толерантне ставлення до людей, не схожих на них самих, адже часто фігурують герої різних рас, національностей та різною культурою і релігією. У сучасних фільмах Діснея частіше почали розкривати різноманітність любові. Якщо раніше вони були сконцентровані на почуттях між чоловіком і жінкою, то, наприклад, картина, яка постає в мультиплікації «Холодне серце», фокусується на почуттях, які можна відчувати не тільки до протилежної статі, а й до батьків, друзів, рідних.

У межах дослідження було виокремлено п'ять анімаційних фільмів, що мають значний виховний та психологічний потенціал для розвитку дітей дошкільного і молодшого шкільного віку. Розглянемо їхній зміст та основні виховні акценти.

«Ліло і Стіч» – емоційно насичений анімаційний фільм, який актуалізує тематику сімейних цінностей, прийняття індивідуальних відмінностей та взаємної підтримки. Сюжетна лінія знайомить глядачів із дівчинкою Ліло та прибульцем Стічем, чия взаємодія формує у дитини уявлення про те, що сім'я – це не лише родинні зв'язки, а насамперед люди, які здатні любити, розуміти та допомагати одне одному. Завдяки багатій емоційній палітрі персонажів діти навчаються розпізнавати власні почуття, розвивають емпатію та опановують моделі безконфліктного розв'язання проблем.

«Атлантида: загублений світ» демонструє цінність знань, наполегливості та віри у власні переконання. Головний герой, картограф Майло Тетч, досягає мети не за рахунок фізичної сили, а завдяки інтелекту, освіченості та моральним принципам. Фільм розкриває етичний конфлікт між жадобою до наживи й відповідальністю за власні дії, що сприяє формуванню у дітей здатності розпізнавати морально прийнятні та

неприйнятні мотиви поведінки. Анімація навчає поваги до інших культур і недопустимості домінування «права сильного».

«Рятівники» висвітлює ідею безкорисливої допомоги та альтруїзму. Головні герої – мишенята Бернард і Б'янка, вони діють, керуючись моральним обов'язком, а не прагненням до вигоди. Персонаж Бернард уособлює справжню сміливість, що полягає не у відсутності страху, а у здатності долати його задля вищої мети. Цей мультфільм сприяє розвитку у дітей почуття відповідальності, співчуття та впевненості у власних силах.

«Меч у камені» (адаптація легенд про короля Артура) утверджує ідею, що знання, виховання і моральна зрілість є основою формування особистості. Фільм підкреслює, що справжня сила полягає не у фізичній перевазі, а у розумі, доброті та мудрості. Така сюжетна концепція сприяє розвитку у дітей розуміння цінності освіти, самовдосконалення й моральної відповідальності.

«Канікули Гуфі» зосереджують увагу на сімейних стосунках між батьками та дітьми. Через взаємодію Гуфі та його сина розкривається важливість взаєморозуміння, довіри та спільного подолання конфліктів. Фільм формує у дітей позитивне ставлення до родинних зв'язків і навички емоційної комунікації.

Проаналізовані анімаційні твори Disney не лише розважають, а й виконують значну виховну та психологічну функцію, сприяючи розвитку емоційного інтелекту, моральних орієнтирів і когнітивних навичок дітей.

Діснеївські мультфільми часто сприймають як утопію для дітей з щасливим кінцем, але як виявилось – завжди є дві сторони монети. 3-поміж усіх гарних та вражаючих картинок є ті, які несуть шкоду. У сценаріях часто заховано жарти й цікавинки, розраховані не лише на глядачів віком від 3-х років. Деякі джерела зазначають, що дослідники підкреслюють: Disney не тільки розважає, а й впливає на виховання. Потрібно уважно поставитись до того, що деякі мультфільми мають мікроагресію, спрямовану на пригнічення певних груп соціальних і національних меншин. Задля репутації компанія вдається до маркування контенту. «Ця програма включає негативні зображення та/або неналежне поведіння з людьми чи культурами. Ці стереотипи були хибними тоді та є хибними зараз. Замість того, щоб видалити цей контент, ми хочемо визнати його шкідливий вплив, зробити висновки та ініціювати розмову, щоб створити більш інклюзивне майбутнє разом», – пояснює компанія [3].

Отже, на нашу думку, Disney протягом десятиліть формує дитяче уявлення про добро, дружбу й відважність, пропонуючи високоякісну

анімацію, яскравих персонажів і зрозумілі моральні послони. Я вважаю, що це сприяє розвитку емоційності, уяви й базових соціальних цінностей. Водночас окремі мультфільми студії можуть містити стереотипи або спрощувати зображення добра і зла. Наприклад: «Попелюшка», «Спляча Красуня». Драматичні сцени іноді лякають дітей. Тому для максимальної користі переглядів Дісней-фільмів варто проаналізувати мультфільми та супроводжувати перегляд поясненнями й обговореннями. Загалом Disney сприяє всебічному розвитку дітей, поєднуючи навчання, виховання та емоційне збагачення.

Література

1. Combining masterful artistry and storytelling with groundbreaking technology. *Walt Disney Animation Studios*. URL: <https://disneyanimation.com/>

2. Компанія Disney. Історія Успіху Компанії Дісней. *Stud-Point*. URL: https://stud-point.com/blog/istorii_uspih_i_provaly/vid-harazha-dokorporatsiyi-istoriya-disney/

3. Небезпечна класика. Чи варто шукати расизм у мультфільмах Disney. *Dsnews.ua*. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/society/nebezpechna-klasika-chi-varto-shukati-rasizm-u-multfilmah-disney-14022021-415341>

4. Як мультфільми Disney допомагають розвитку дітей. *Українська Вечорка*. URL: <https://www.vechorka.com.ua/tekhnohii/yak-multfilmi-disney-dopomagayut-rozvitku-ditej.html>

МАЛЕЖИК Юлія

Кандидат педагогічних наук, доцент

ОЛЕКСІЄНКО Дарина

Студентка 1 курсу, ОПП «Медіакомунікації»

Полтава, Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ВИРОБНИЦТВО АНІМАЦІЇ

Сучасний етап розвитку цифрових технологій характеризується стрімким впровадженням систем штучного інтелекту (ШІ) у різні галузі творчої індустрії, зокрема у виробництво анімації. Традиційні процеси створення анімаційних продуктів – від сценарного планування до

фінальної візуалізації – поступово трансформуються завдяки алгоритмам машинного навчання, генеративним моделям та автоматизованим системам обробки зображень. Це зумовлює потребу у науковому аналізі впливу ШІ на художню, технічну та економічну складові виробничого процесу.

Використання штучного інтелекту відкриває нові можливості для оптимізації трудомістких етапів анімаційного виробництва: автоматичного створення рухів персонажів, генерації текстур, сценаріїв, візуальних ефектів, а також адаптації контенту під індивідуальні запити глядачів. Водночас це породжує низку викликів, пов'язаних із питаннями авторського права, етики творчості, збереження унікальності художнього стилю та зміни професійних компетентностей фахівців анімаційної сфери.

З огляду на те, що технології штучного інтелекту розвиваються надзвичайно швидко, дослідження їхнього впливу на процес створення анімації є актуальним як у теоретичному, так і в практичному аспектах. Воно дозволяє окреслити напрями подальшої інтеграції ШІ у креативні індустрії, оцінити ризики та перспективи цифрової трансформації анімаційного виробництва, а також визначити нові моделі взаємодії людини і технології у творчому процесі.

За останні роки тема використання штучного інтелекту для створення анімації набула чималого розголосу. Багато фахівців зацікавилися потенціалом ШІ щодо підвищення ефективності виробництва, художньої виразності та розповіді історій [1]. Інтерполяція кадрів на базі штучного інтелекту покращує плавність анімації, а також ШІ може оптимізувати освітлення та тіні у кадрі. Він значно вплинув на усі процеси виробництва анімації через автоматизацію наративу, вигляду персонажів, руху та композиції сцени; він оптимізує процес, беручи на себе левову частину важкої та монотонної роботи, чим заощаджує час та бюджет компанії. З одного боку, така продуктивність неабияк полегшує життя виробникам анімації, але, як це завжди відбувається зі штучним інтелектом, у людей виникають морально-етичні складнощі із його використанням і балансуванням креативності й унікальності. Фахівці побоюються, що такий привабливий інструмент, як ШІ, може забрати їх робочі місця.

У грудні 2016 року відомий японський аніматор, режисер та художник манги Хаяо Міядзакі побачивши короткометражний фільм, зроблений штучним інтелектом у Лабораторія штучного інтелекту Dwango, експресивно висловив своє несхвалення через брак емпатії та гуманності у відео [2]. Ця подія стала поштовхом для обговорення

вжитку ШІ у створенні анімації та її етичності. Адже не треба забувати про те, що Генеративний штучний інтелект тренується на базі готових робіт чужих авторів і не створює, як наслідок чогось принципово нового.

Також варто зазначити, що робота із штучним інтелектом не настільки легка, як може здатися спершу. Генеративний ШІ, не магічна лампа, яку треба потерти один раз, щоб отримати неймовірний результат. Навпаки, більшість спеціалістів, які інтегрували його у свою роботу, стверджують, що для ШІ – лише вихідна точка, перша чернетка, з якої вони далі ліплять шедеври [3]. У загальному сенсі лише від креатора залежить, яким чином він використовуватиме ШІ, і чи використовуватиме взагалі.

Навколо цієї теми також розплодилося багато страхів і сумнівів працівників індустрії анімації. Люди переживають, що згодом ШІ розвинеться настільки, що роботодавці більше не потребуватимуть їхньої кваліфікації. Однак, у статті, написаної Крейгом Богманом “In Defense of AI Art: History Repeats Itself, Again, Again, and Again”, автор вдало порівнює занепокоєння креаторів щодо ШІ як нового мистецького русла або щонайменше корисного помічника для інших напрямів із фотографією [4]. У ній він процитував побоювання Генрієтти Клопат, що були висловлені 1901 року, яка писала, що фотографія із часом витіснить образотворче мистецтво із ринку, бо процес створення фото стане настільки простим і поширеним, що художникам більше не буде, як заробляти на життя. На нашу думку, все це схоже на ті самі переживання аніматорів, які відчувають загрозу з боку ШІ. Усі можуть це робити, у нас не буде потреби. І чи витіснила фотографія малюнок у результаті? Аж ніяк ні.

Висновок. Вплив ШІ на індустрію анімації не можна заперечити: він революціонує усі процеси її створення, що справедливо приносить занепокоєння працівникам. Однак не варто переоцінювати уміння штучного інтелекту і припускати, що він згодом може витіснити митців із ринку, адже ШІ слугує чудовим помічником людині, а не її заміником.

Література

1. In Defense of AI Art: History Repeats Itself, Again, Again, and Again. URL: <https://craigboehman.com/blog/in-defense-of-ai-art> (дата звернення: 11.11.2025).

2. Jia H. The application and impact of artificial intelligence in the field of animation as well as the existing disadvantage. *Transactions on Computer*

Science and Intelligent Systems Research. 2024. Vol. 5. P. 660–671. doi:10.62051/xcknvf87.

URL: <https://wepub.org/index.php/TCSISR/article/view/2538>

3. Lin Wang. Artificial Intelligence in Animation Creation: MultiDimensional Innovation and Integration – Applications in Artistic Expression and Production Efficiency. *Asia-pacific Journal of Convergent Research Interchange*. 2025. Vol. 11. No. 4. P. 11-29.

<http://dx.doi.org/10.47116/apjcri.2025.04.02>.

<http://apjcriweb.org/content/vol11no4/2.pdf>

4. Utkarsh Upadhyay. Miyazaki's Misunderstood Warning: Why I Embrace AI Art as a Creative Ally. URL: <https://medium.com/@uuupadhyay6/miyazakis-misunderstood-warning-why-i-embrace-ai-art-as-a-creative-ally-427273cee1cf> (дата звернення: 11.11.2025).

МАЛИНИНА Ірина

Кандидат педагогічних наук, доцент

Кафедра «Мультимедійний дизайн»

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ПРЕДМЕТНИЙ ПЕРСОНАЖ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ СТУДЕНТІВ-ДИЗАЙНЕРІВ МУЛЬТИМЕДІА

Актуальність дослідження. У сучасних умовах розвитку цифрових технологій та мультимедійного середовища особливого значення набуває підготовка фахівців, здатних до творчого мислення та створення оригінальних візуальних рішень. У сфері мультимедійного дизайну важливим є не лише володіння технічними інструментами, а й здатність генерувати нові ідеї та використовувати нестандартні підходи до візуальної комунікації. Одним із ефективних засобів розвитку креативного мислення студентів є створення предметних персонажів – антропоморфізованих об'єктів, наділених людськими рисами, емоціями та характером.

Мета дослідження. Метою дослідження є визначення ролі предметного персонажа як педагогічного інструменту розвитку креативного мислення студентів, що навчаються за спеціальністю «Мультимедійний дизайн».

Основні положення дослідження. Предметний персонаж у мультимедійному дизайні розглядається як образ, створений на основі звичайного предмета або об'єкта, якому надаються елементи людської поведінки, емоцій та індивідуальності. Такий підхід ґрунтується на принципі антропоморфізації, що передбачає надання неживим об'єктам рис, властивих людині. Завдяки цьому звичайні предмети набувають виразності, емоційності та здатності взаємодіяти з аудиторією.

Процес створення предметного персонажа стимулює розвиток креативного мислення студентів, оскільки передбачає пошук нестандартних асоціацій, експериментування з формою, кольором і характером образу. Студенти навчаються трансформувати звичайні об'єкти у виразні візуальні образи, що сприяє формуванню навичок образного та асоціативного мислення.

Важливими етапами створення предметного персонажа є визначення концепції образу, формування характеру, розробка візуальної стилізації та вибір кольорової палітри. Особливу роль відіграє використання простих геометричних форм і виразних деталей, які дозволяють передати емоційний стан персонажа та зробити його впізнаваним.

У навчальному процесі створення предметних персонажів може використовуватися як практичне завдання, що поєднує елементи графічного дизайну, ілюстрації та анімації. Такі вправи сприяють розвитку у студентів навичок візуальної комунікації, формують здатність працювати з образами та розвивають творчий потенціал майбутніх дизайнерів мультимедіа.

Висновки. Отже, використання предметного персонажа у процесі навчання є ефективним засобом розвитку креативного мислення студентів-дизайнерів мультимедіа. Робота над створенням таких персонажів сприяє формуванню асоціативного та образного мислення, розвиває здатність до творчого експериментування та вдосконалює навички візуальної комунікації. Інтеграція подібних завдань у навчальні програми підготовки дизайнерів мультимедіа дозволяє підвищити рівень професійної підготовки студентів та підготувати їх до роботи у сучасному мультимедійному середовищі.

Література

1. Donald Arthur Norman. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. 2004.

https://www.researchgate.net/publication/224927652_Emotional_Design_Why_We_Love_or_Hate_Everyday_Things.

2. Ollie Johnston, Frank Thomas. The Illusion of Life: Disney Animation. 1995. 548 p.

3. Scott McCloud. Understanding Comics. HarperCollins Publishers. 2001. 224 p.

МИХАЙЛИЧЕНКО Анастасія

4 курс, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

КІНЕМАТОГРАФІЧНІ ЗАСОБИ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТВОРЕННЯ КАТ-СЦЕН У ВІДЕОІГРАХ

Кат-сцени відграють важливу роль у формуванні сюжету, передачі емоційного контексту та створенні цілісного ігрового досвіду. Проте їх створення часто залишається викликом для розробників. Проблема полягає в тому, що не грамотне розуміння та використання прийомів постановки світла, кольорових рішень, кадрування та монтажу призводить до втрати відчуття занурення в атмосферу гри.

Відеоігри сьогодні активно переймають мову кінематографа – принципи кадрування, освітлення, кольору та монтажу. Все це дозволяє перетворити сінематики з технічних вставок між рівнями на повноцінні елементи художнього нарративу.

Одним із ключових інструментів кінематографічної виразності є кадрування. Завдяки правильному розміщенню об'єктів у кадрі, куту зйомки та руху камери створюється потрібний емоційний ефект. Крупні плани дозволяють передати внутрішні переживання персонажів, в той час як загальні показують масштабність подій.

Монтаж формує ритм оповіді, дозволяючи керувати емоційною напругою. На відміну від кіномонтажу, у відеоіграх він має бути узгоджений з інтерактивністю, тому часто застосовуються плавні переходи, монтаж за рухом або поглядом персонажа, що допомагає уникнути різких контрастів між геймплеєм і сінематиком, зберігаючи відчуття безперервності дії.

Світло – важливий засіб створення атмосфери у кат-сценах. Динамічне освітлення безпосередньо впливає на емоційний стан гравця. Зміна яскравості, напрямку чи кольору світла може значно підсилювати напруження, страх або спокій. Вдалий світловий дизайн не лише формує

композицію, а й визначає психологічний настрій сцени, що є особливо важливим у сюжетно насичених іграх.

Кінематографічне освітлення допомагає формувати просторову глибину кадру, виокремлювати різні плани та підсилувати емоційно-напружену атмосферу. Завдяки вмінню керувати світлом можна передати відчуття спокою, страху або надії.

Знання впливу кольорів на психологію гравців може допомогти розробникам створювати більш ефективні ігри, які відповідатимуть потребам і побажанням користувачів. Колір може задавати не лише емоційний тон, а й підкреслювати сюжетні мотиви та навіть слугувати візуальним символом. Продумане використання кольору у кат-сценах забезпечує єдність художнього стилю всієї гри.

Звук у кат-сценах відеоігор виступає не лише доповненням до візуального ряду, а здатен формувати внутрішнє напруження, підсилувати драматургію, задавати ритм сцені, допомагає гравцю відчувати простір та глибину навколишнього середовища.

Основні кінематографічні інструменти та прийоми, такі як кадрування, монтаж, світло, колір та звук формують художню мову сучасної відеоігрової індустрії, забезпечують виразність, емоційне занурення та глибше розкриття сюжету.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на детальніше вивчення процесів інтеграції кінематографічних прийомів безпосередньо під час гри – зокрема керування камерою, освітленням і звуком для створення більш динамічних та емоційних ігрових сцен.

МОНІГАТТІ Лаура

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

*Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент **ЧЕН Наталія**
Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв*

АТМОСФЕРА АНІМАЦІЙНОГО ТРЕЙЛЕРА: РОЛЬ ХУДОЖНІХ ЗАСОБІВ

Сучасна анімація є одним із найдинамічніших видів аудіовізуального мистецтва, де ключову роль відіграє не лише сюжет, а й атмосфера, що формується завдяки цілеспрямованому використанню художніх засобів. Особливо важливим є створення анімаційного трейлера – короткої, але насиченої аудіовізуальної форми, здатної за обмежений час викликати емоційний відгук

і зацікавлення глядача. Проте питання комплексної взаємодії кольору, музики, світла, композиції кадру, монтажу, звукового дизайну та візуального стилю анімації у формуванні цілісної атмосфери трейлера досліджено недостатньо. Більшість наукових робіт зосереджуються на художніх аспектах повнометражної анімації або кінематографа загалом, тоді як специфіка трейлера як короткої, але насиченої образами й звуками форми потребує окремого аналізу.

Аналіз останніх наукових публікацій показує, що художні засоби – колір, музика, світло, композиція кадру, монтаж, звуковий дизайн та візуальний стиль анімації – безпосередньо впливають на емоційне сприйняття глядачем. Колір передає емоційний стан сцени, підкреслює драматургію та динаміку, музика формує ритм сприйняття та підсилює напруження або атмосферу спокою, світло та композиція кадру визначають емоційний підтекст, створюють глибину сцени і спрямовують увагу глядача. Монтаж і ритм зміни кадрів формують темп оповіді, звуковий дизайн допомагає акцентувати ключові моменти, а візуальний стиль анімації задає загальний настрій, підсилює емоційне занурення і робить трейлер більш переконливим та ефектним.

Таким чином, художні засоби – колір, музика, світло, композиція кадру, монтаж, звуковий дизайн та візуальний стиль анімації – утворюють цілісну систему виражальних засобів, що визначає атмосферу анімаційного трейлера та формує первинне враження глядача про майбутній твір.

Подальші дослідження можуть зосередитися на вивченні того, як художні засоби – колір, музика, світло, композиція кадру, монтаж, звуковий дизайн та візуальний стиль анімації – взаємодіють між собою, на особливостях використання звукового дизайну разом із візуальним рядом, а також на розробці методів створення більш емоційно насичених та ефективних анімаційних трейлерів.

НАУМЕНКО Аліна

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

«МЕДІЙНА ВТЕЧА»: ІСТОРИЧНИЙ ОГЛЯД ЕСКАПІЗМУ У МЕДІАКУЛЬТУРІ

Впродовж всієї історії медіа невпинно розвивалось, посилюючи вплив на людей. У сучасному світі медіа продукти перестали бути просто розвагами, ставши невід'ємною частиною життя, що відображають глибинні потреби сучасної людини через жорстокі реалії сьогодення. Феномен ескапізму цікавив багатьох митців як з історичної, так і психологічної точки зору. Цю тему у своїх роботах розглядали Г. Ковальова, А. Часовникова, А. Габіадіні зі співавторами, А. Новохатько, А. Халфман та Л. Райнеке.

Ескапізм – соціально-психологічне явище, бажання людини втекти від реальності у світ фантазій. У кожного в житті бували важкі ситуації, і задля збереження власної безпеки мозок змінює фокус на дещо більш цікаве щоб уникнути стресу. Гортання соцмереж або безперервний перегляд фільмів може займати значну кількість часу, являючись спробою втекти від реальності. У психології ескапізм це захист від хвилювання, бажання уникнути неприємних емоцій виникнення яких, пов'язане з пристосуванням до постійних змін.

Під час Великої депресії, суспільство, яке нещодавно мало всілякі блага, опинилось у кризовій ситуації. У 1930, хоч і був крах економіки, люди були не готові відмовлятися від комфорту, що призвело до постійного відволікання на походи в кінотеатри, дискотеки, читання книг, тощо. Таким чином люди втікали від невизначеної реальності. У 1938, науковцями соціальних наук було зроблено припущення – безробіття є причиною емоційної нестабільності. Чим довше немає роботи, тим вище ймовірність стресу. З сорокових до шістдесятих років 20-го століття, радіо та телевізійні шоу ставали дедалі популярнішими, мильні опери сприяли першим обговоренням ескапізму. У 1959 році до причин виникнення ескапізму додалась інформатизація. Історія розвивалась швидко, і втрата розуміння часу заважала орієнтуватись у світі, зробити вибір становиться складніше. У 1962 Кац і Фоул зазначили, що почувуючись соціально відстороненими, люди мають бажання втекти від реальності, а засоби масової інформації допомагають з цим. У роботі Е. Еванса ескапізм зазначається як психологічне явище,

на яке вплинула медіакультура. Діяльності які допомагають уникнути реальності можуть збігатися зі звичайними, такими як сон або їжа.

Сьогодні технології дуже розвинені, а відповідно і форм ескапізму стало більше. Онлайн ігри, соціальні мережі – з появою інтернету збільшилась і різноманітність форм ескапізму. Незмінним залишилось лише бажання уникнути реальності через складність проблем.

Висновок. Ескапізм – феномен виниклий через потребу людей в уникненні проблем. Розвиток технологій вплинув на різноманітність способів ескапізму. Дослідження теми може включати психологічний вплив медіа на людей, а також використовувати ескапізм у корисних цілях.

ОВЧАРЕНКО Марія

Студентка 3 курсу, ОПШ «Промисловий дизайн»

Науковий керівник: кандидат мистецтвознавства,

*доцент **Олександр ЛУГОВСЬКИЙ***

Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН І АНІМАЦІЯ В ГАЛУЗІ ОСВІТИ: ПЕРЕХІД ДО ІМЕРСИВНОГО ТА ЕФЕКТИВНОГО НАВЧАННЯ

Актуальність впровадження мультимедійного дизайну й анімації в навчальний процес обумовлена потребою перейти від пасивного засвоєння до активного навчання. Сучасний навчальний матеріал дедалі складніший та містить багато абстрактних і динамічних концепцій.

Перехід від пасивного до активного навчання є ключовим трендом у сучасній освіті. Традиційні методи часто не здатні забезпечити глибокого розуміння складних, абстрактних або динамічних концепцій. Саме мультимедійний дизайн, який поєднує текст, графіку, аудіо та анімацію, виступає мостом між абстракцією та візуальною конкретикою.

Ефективність мультимедійного контенту базується на принципах Когнітивної Теорії Мультимедійного Навчання (CTML) Річарда Маєра. Згідно з цією теорією, анімація та графічний дизайн сприяють зниженню когнітивного навантаження завдяки візуалізації складних процесів (наприклад, хімічних реакцій), що допомагає уникнути перевантаження каналу вербальної пам'яті. Один з принципів теорії — принцип модальності, підкреслює, що поєднання візуальної анімації та синхронного аудіо-пояснення (замість тексту на екрані) оптимізує використання обох каналів обробки інформації (візуального та

слухового), що призводить до кращого запам'ятовування та утримання знань.

Наступний принцип – принцип узгодженості (когерентності) вимагає вилучення будь-яких надлишкових, нерелевантних або декоративних елементів, які можуть відволікати увагу та знижувати навчальну ефективність.

На основі цих принципів має сформуватись сучасний підхід до інклюзивного навчального процесу з використанням анімації. Роль анімації є незамінною для пояснення динамічних систем, послідовностей та змін у часі. Вона дозволяє ілюструвати причинно-наслідкові зв'язки та етапи функціонування механізмів, що критично важливо для інженерних, природничих та медичних дисциплін. Також 3D-анімація та віртуальні моделі створюють імерсивний досвід, посилюють ефект присутності та дозволяють «зануритися» у навчальне середовище (наприклад, дослідження будови клітини або космічного простору).

Ефективне впровадження мультимедіа вимагає інтеграції технологічних можливостей з чіткими навчальними цілями. Це може бути використання анімаційних персонажів (навчальних агентів) і ігрових механік (гейміфікація), що значно підвищує мотивацію та залученість студентів. Анімовані агенти можуть виконувати роль наставників, які надають зворотний зв'язок, ставлять запитання та керують навчальним процесом, роблячи його більш персоналізованим і емоційно насиченим.

Мультимедійний дизайн також дозволяє створювати інтерактивні моделі та симуляції, що замінюють або доповнюють дорогі чи небезпечні лабораторні дослідження. Студенти можуть маніпулювати віртуальними об'єктами, змінювати змінні та спостерігати результати в безпечному середовищі, що сприяє розвитку критичного мислення та навичок вирішення проблем. Прикладами є анімовані моделі для хірургічної практики чи симуляції фінансових ризиків.

Отже, резюмуючи вищезазначене, мультимедійний дизайн є ключовим інструментом для створення інклюзивного, персоналізованого та ефективного навчального процесу, що відповідає викликам сучасної освіти. Застосування аудіо-описів, субтитрів, а також візуальних та анімованих підказок для студентів з особливостями сприйняття тексту забезпечує рівний доступ до навчальних матеріалів. Запровадження інноваційних мультимедійних рішень – це інвестиція в якість та доступність освіти XXI століття.

ОРОБЕЙ Анастасія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук, доцент ЧСН Наталія Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ЩО ТАКЕ ІНТЕРАКТИВНИЙ ВИБІР І ЯК ВІН ВПЛИВАЄ НА ІГРОВУ ІНДУСТРІЮ

Інтерактивний вибір як ігрова механіка займає місце в топі популярних рішень до яких звертаються творці в цій індустрії. Він представляє собою ланцюг дій, який формується з конкретних виборів гравця. Це призводить до різних варіацій шляхів, які обирають люди під час гри. Цей елемент в цілому дає можливість гравцю впливати на хід подій та розгортання історії, створюючи особливий досвід із зануренням.

Ефект глибокого занурення робить механіку дуже привабливою. Система інтерактивного вибору ставить гравця перед різними дилемами, які іноді можуть бути морально важкими, викликаючи тим самим сильні емоції. В цілому люди отримують можливість бути не тільки спостерігачами історії під час гри, а й відчувати себе її частиною та отримувати повний контроль над ситуацією. Граючи в такі ігри, людина може відчувати спектр емоцій в безпечному середовищі, що призводить до розвитку емпатії. Певний емоційний стан, який супроводжує людину після проходження історії, може викликати бажання повернутись задля повторного програвання сюжету з іншим ходом подій та будіванням нового сценарію для отримання нового закінчення.

Наприклад, гравець має вибрати кого врятувати, що є моральною дилемою, чи простий вибір реплік діалогу та що персонаж гри буде робити після робочого дня. Це називається кастомізація, яка допомагає гравцю прив'язатись до персонажа і відчувати певні приємні емоції.

За останні роки є достатньо багато успішних проєктів, які засновані на механіці інтерактивного вибору. Такі всесвітньо відомі ігри як “Life is Strange The Walking Dead” були створені в останнє десятиріччя і здобули прихильність одразу ж після їх запуску.

Головне питання, яке виникає в дослідженнях цих ігор, чи завжди вибір є реальною свободою, чи це лише ілюзія вибору?

Наприклад, гра “The Last Of Us” має інтерактивний вибір упродовж всього сюжету. Але насправді він впливає тільки на діалог та не має такого значного впливу на сюжет. Рішення гравців не впливають на сценарій, залишаючи фінал незмінним. Цю гру доповнюють інші механіки, формуючи різні рівні складності.

Іншою є гра “The Walking Dead”, яка має велику варіацію розвитку подій на основі рішень, що роблять гравці під час проходження гри. Життя різних персонажів, майбутнє місце-перебування головних героїв та інше, буде варіюватись від вибору гравця. Це викликає бажання повертатись у гру задля отримання всіх можливих варіантів фіналу.

Для виявлення зацікавленості гравців можливостями вибору сюжетів, науковці проводять опитування. У одному з таких брали участь дві тисячі людей, підсумком якого отримано вражаючі данні. Навіть при можливості реального вибору і різноманіття шляхів, переважна більшість людей схильні обирати тільки правильні, з моральної точки зору, рішення. Ті, кого опитували, стверджували, що мали бажання вчинити правильно і відчуття справедливості супроводжувало їх під час проходження історії.

Але водночас велика частка опитуваних поверталась до гри. Ця група поділилася на дві підгрупи. Перша з них була зацікавлена в отриманні досвіду через прийняття радикально протилежних рішень, ставши антагоністами, частка яких складала незначний відсоток. Водночас більшість учасників зробили вибір повторити сюжет, дотримуючись більш нейтральних дій та уникаючи зайняття певної сторони. В цілому людей в цій категорії цікавить можливість робити конкретні вибори в ситуаціях, яких б вони не зробили в реальному житті.

Висновок. Інтерактивний вибір є однією з ключових ігрових механік. Вона забезпечує глибоке занурення користувача, дозволяючи йому впливати на перебіг подій і переживати широкий спектр емоцій у безпечному середовищі, яке водночас сприяє розвитку емпатії. Ця механіка створює ланцюг дій, які формують варіативність сюжетних ліній. У своїх рішеннях гравці зазвичай обирають морально правильний шлях, проте бажання пережити альтернативний досвід іноді підштовхує їх до повторного проходження гри. Важливість інтерактивного вибору полягає в тому, що є можливість відчутти контроль над ситуацією і обирати шлях та приймати рішення, які б людина не зробила в реальному житті.

САВІСЬКО Руслан

Викладач

Кафедра «Дизайн»

Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

АНІМАЦІЯ ЯК МЕДІУМ КУЛЬТУРНОЇ ПАМ'ЯТІ: ЦИФРОВЕ ПЕРЕОСМИСЛЕННЯ ТРАДИЦІЙ

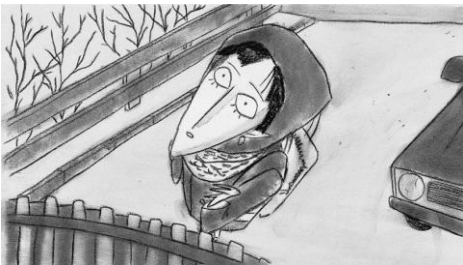
В сучасному, стрімкозмінному, глобалізованому інформаційному просторі анімація не тільки може, а й дійсно стає засобом репрезентації національної ідентичності та переосмислення культурної спадщини. Завдяки розвитку студій (“Ukranimafilm”, “Animagrad”, “KAPi Animation”) та творчій діяльності окремих авторів (Анастасія Фалілеєва «Я померла в Ірпені», Марія Янко «Катерина»).



«Укранімафілм» Енеїда



Animagrad Concept Art



Анастасія Фалілеєва.
«Я померла в Ірпені»



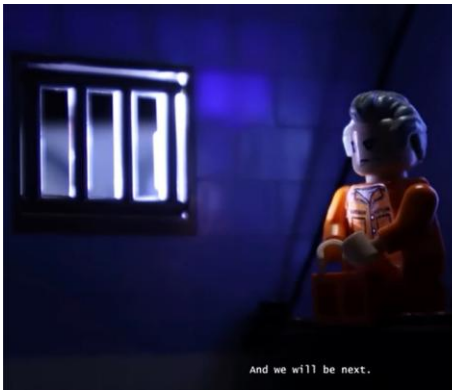
Марія Янко. «Катерина»

Доцільно відзначити певні аспекти діяльності студій і авторів. Так, “Ukranimafilm” формує «архів» класичних підходів, візуалів, які студії

перетворюють у сформовані мотиви української культури в цифровому вигляді. В свою чергу малі студії («Червоний собака», «Avtoritstudio») виступають як джерело авторської інтерпретації міфів, оповідок і т. ін. підходом малого формату і доповнюють великі формати. Також слід звернути увагу, що на формування культурної пам'яті значний вплив також мають і дитячі анімації від «КАРІ» [1] та «Sun Storis». Сюди ж можна віднести і маловідомі анімаційні твори, які мають і власний стиль і погляд на історичні події чи історичні постаті в Україні («LEGO-фільм» про Василя Стуса від Олесь Ворона [2])

Це все формує сильний потенціал цифрової анімації у збереженні та трансформації культурної пам'яті.

Цифрові технології дозволяють актуалізувати традиційні мотиви – орнамент, народну символіку, архетипні образи у сучасних формах. Створення української анімації сприяє формуванню візуального коду, світогляду та сприйняття, тому необхідно уникати поверхневої стилізації, бо культурна пам'ять має інтерпретуватися, а не копіюватися.



Червоний собака «Віктор Робот»



Олесь Ворона «HUMAN.STUS»

Так, завдяки пропрацьованим деталям українських костюмів, музичному супроводу, стилізації, звичаям в анімаційному фільмі «Мавка. Лісова пісня» вдалося показати багатогранність української традиційної культури. Це підтверджує, що анімація виступає в ролі цифрового медіума збереження нематеріальної культурної спадщини.

Авторські анімації Анастасії Фалілеєвої, Марії Янко, Олесь Ворона та багатьох інших формують сучасну українську анімацію як цифрове переосмислення традицій в умовах викликів сьогодення, поєднуючи

традиційне зі сміливими інтерпретаціями висвітлення історій, проблем сучасного життя України.

Також не можна оминати увагою тривале перебування України в стані війни. Цей факт відбивається на тематиці, стилізації, створення оточення та формує пряме твердження про анімацію як інструмент актуалізації колективної воєнної пам'яті. І саме тому анімація виконує функцію художньої комеморації сучасних національних травм.

Завдяки анімації відбувається осмислення, розуміння травм, що необхідно для майбутнього їх зцілення та усвідомлення.

Анімація стає провідником між минулим і сучасним, носієм історії, культурних цінностей, формуючим елементом культурної пам'яті, дозволяючи переосмислювати традиції чи емоції у формі, доступній для цифрового покоління. Вона стає потужним джерелом культурного розвитку і трансформації в цифрову добу.

Сучасні технології дають змогу на основі традицій створювати фільми, зрозумілі світу. Але, як зазначалось вище, це не повинно бути копіюванням, яке наразі притаманне нейромережам та ШІ, а навпаки має бути стилізовано у відповідності до традицій, культурного коду нації і може бути реалізовано саме митцем, з глибоким розумінням культурної спадщини предків.

Література

1. Мультсеріал «Мишко та Місячна Дзвінка» представлять на M:brane Forum 2021 у Швеції. URL: <https://www.cinema.in.ua/myshko-ta-misiachna-dzvinka-2/>.

2. «Двoseкундна сценка може зніматися дві години»: інтерв'ю з 14-річним львів'янином, який створив LEGO-фільм про Стуса. URL: <https://suspilne.media/culture/1149434-dvosekundna-scenka-moze-znimatisa-dvi-godini-intervu-z-14-ricnim-lvivanimom-akij-stvoriv-lego-film-pro-stusa/>.

3. Анімація як специфічний культурний продукт у художній практиці України.

URL: <https://zbirnyky.rshu.edu.ua/index.php/ucpmk/article/view/691>.

4. Історико-культурна спадщина України: цифрові технології збереження та популяризації в умовах воєнних дій.

URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1949>.

САМЧУК Анастасія

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну та мистецтв

ЕТАПИ РОЗВИТКУ КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР

В наш час дуже велику популярність набирають відеоігри. Багато з них є інтелектуальними та несуть значну користь для людини. Але є й проблемні сторони, такі як: психологічна залежність, погіршення зору, ізоляція від соціуму, депресія. З роками ігри значно прогресували у розвитку та стали частиною культури, створивши нові засоби комунікації.

З огляду на вище сказане, дослідження етапів розвитку комп'ютерних ігор є актуальним.

Метою роботи є дослідження історії виникнення, етапів розвитку відеоігор та їх впливу на людство.

Історія відеоігор починається з 1947 року і розділяється на наступні головні етапи.

Перший етап – 1950-ті роки. У 1952 році А. С. Дугласом була створена перша логічна комп'ютерна гра «OXO». А у 1958 році Вільям Хігінботем розробив перший симулятор в теніс “Tennis for Two”.

Другий етап охоплює 1960-ті роки. У 1962 році студенти Вейн Вітейнем та Стів Рассел закінчили роботу над грою “Spacewar!”, яка демонструвала можливості комп'ютера PDP-1. У 1967 році Ральф Баєр придумав ігровий пристрій, який можна підключати до телевізора, та надав йому назву “Channel LP”.

Третій етап включає 1970-ті роки. У 1972 році Нолан Бушнелл заснував компанію Atari Incorporated. Перша створена ними гра “Pong” набула великої популярності. А в 1973 році компанія Taito випустила автомати з іграми “Elepong” і “Soccer”, які були клонами “Pong”. Першу в світі відеогру під назвою “Gran Trak 10” випустила Atari у 1974 році. А у 1977 році з'являється домашня консоль нового типу – “VCS 2600”.

Четвертий етап – 1980-ті роки. У 1986 році Nintendo випустила в продаж усім відому гру “Super Mario Bros”, а пізніше – гру “Sonic The Hedgehog”.

П'ятий етап охоплює 2000-ні – 2010-ті роки. В 2005 році Microsoft випустила консоль Xbox 360. З'являються багато популярних в наш час ігор, а саме: «S.T.A.L.K.E.R.: Поклик Прип'яті», “Minecraft”, “Plants vs.

Zombies”, “Red Dead Redemption”, “The Settlers 7: Paths to a Kingdom”, “Metro 2033” та інші.

На нашу думку, варто дослідити вплив відеоігор на мозок людини. Ігри змінюють структуру та форму нашого мозку. Це довели дослідники з Китаю, які спостерігали за мозком студентів-геймерів, котрі грали в середньому десять годин на день. Результат їх МРТ шокував, оскільки виявилось, що в них було менше сірої речовини, ніж у студентів, які грали дві години на день.

Дослідники вважають, що існують певні позитивні ефекти від геймінгу, а саме: руки стають міцнішими, з'являються навички стратегічного мислення, покращується соціалізація. Помірні ігри позитивно впливають на стресостійкість. Крім того, завдяки іграм можна вивчати шкільні предмети. Ігри з інтеграцією віртуальної реальності заохочують до фізичної активності.

Варто зазначити, що ігри також негативно впливають й на психологічне здоров'я дітей. «Розлад інтернет Ігор» – це термін, введений для опису стану, при якому людина втрачає контроль над відеоіграми чи онлайн-розвагами. Якщо розглядати ці зміни на нейронному рівні, вони будуть такі ж як і при будь-яких інших залежностях. Цей розлад було визнано та класифіковано ВООЗ (Всесвітня організація охорони здоров'я).

Отже, дослідження історії розвитку відеоігор показало, що вони пройшли дуже складні етапи. З роками відеоігри еволюціонували, розширивши сфери використання в різних індустріях, стали невід'ємною частиною нашого життя. Аналізуючи вплив ігор на людство, ми дійшли того висновку, що є як позитивні, так і негативні сторони. Найголовніша проблема полягає у зловживанні іграми. Люди навіть не підозрюють, які наслідки це принесе. Проте, помірні ігри є дуже корисними та мають багато плюсів.

На нашу думку, в подальшому варто розглянути вплив певних жанрів ігор на психічний стан людини, а також дослідити, як ігрова індустрія може «підняти» економіку країни.

СЕДЕНКО Марина

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ПСИХОЛОГІЇ ТВАРИН В АНІМАЦІЇ

Анімація відіграє важливу роль як складова культурного спадку та масової свідомості. Вона давно перестала бути лише розвагою, адже здатна відобразити глибокі емоції та психологічні переживання. Особливого значення анімація набуває в умовах війни, коли страждання та травми охоплюють не лише людей, а й тварин. Після початку повномасштабного вторгнення в Україну зростає потреба осмислення того, як ПТСР та інші наслідки травматичного досвіду знаходять своє відображення у культурі, зокрема через мистецькі засоби.

Таким чином, дослідження прийомів, за допомогою яких передаються зміни емоційного стану, настрою та психології тварини, висвітлюється травматичний досвід, є актуальними.

Наукові статті, присвячені обраній темі, можна поділити на дві групи: перша – медичний напрям, що фіксує прояви ПТСР у тварин після бойових дій та природних катастроф, включаючи нейробіологічні та фізичні порушення роботи мозку. Так, у науковій статті World Journal of Psychiatry вказано, що воєнні конфлікти викликають у домашніх та диких тварин психологічні травми, схожі на ПТСР. Друга група досліджень присвячена напрямку мультимедіа, відображенню травм тварин на прикладі анімаційних фільмів. Аналіз публікацій з обраної теми показав, що аспект трансформації психологічних наслідків війни в художні образи недостатньо досліджений.

З огляду на вище сказане, мета нашої роботи полягає у визначенні художніх засобів і прийомів, які використовуються для відображення в анімації внутрішніх станів персонажів, зокрема тварин, що переживають травматичні події. Також нами приділено увагу розкриттю ролі цих прийомів у створенні нових підходів до аудіовізуальних практик та інтерпретації психології тварин у сучасному культурному контексті.

Посттравматичний стресовий розлад (ПТСР) – явище, яке спостерігається не тільки у людей, а й у тварин, і найчастіше розвивається через значний емоційний стрес (війни, лиха, жорстоке поводження), що проявляється у вигляді нав'язливих спогадів, уникання,

зміни апетиту та фізичних симптомів. Оскільки дослідження тварин більше зосереджені на фізичних проявах, а емоційне вивчення ґрунтується на спостереженні за поведінкою, в анімації для передачі травми тварин використовують модель людського ПТСР, поєднуючи її з клінічними спостереженнями за тваринами. Прояви ПТСР у тварин класифікуються як: фізичні (тремтіння, зміна апетиту), емоційні (соціальна ізоляція, депресія) та когнітивні (флешбеки, гіпервігілантність, реакція на тригери).

Так, у короткометражній анімації “Kitbull”⁶⁹ для підкреслення внутрішніх емоційних станів використовується контраст теплих і холодних кольорів та різкий монтаж для відтворення флешбеків.

У повнометражному фільмі «Острів собак»⁷⁰ травми, пов’язані з втратою дому та колективною травмою, продемонстровано за рахунок поведінки (замкнені скупчені групи), гучних звуків, а кольорова палітра побудована на приглушених сіро-брудних відтінках.

У мультфільмі «Секрет НІМХ»⁷¹ спогади відтворені за рахунок великої деталізації, а кошмари – через різку зміну кадрів, неправдоподібне звеличення предметів та деформацію форм. Сцени контакту з людиною, в яких тварини нервують або уникають дотику, мають крупні плани очей, вузькі фокуси, статичні паузи під час наближення людини.

Проаналізувавши короткометражні та повнометражні анімації, ми дійшли висновку, що створюючи анімаційну роботу, автор передає психологічну травму тварини завдяки кольору, композиції, монтажу та звуку. Рухи, пози та обмежена міміка персонажів передають внутрішній стан і викликають природне співпереживання.

На нашу думку, в майбутньому варто дослідити, як у різних жанрах анімації показано ПТСР у тварин, шляхи відновлення психологічного стану.

⁶⁹ <https://mover.uz/watch/w3asloAm>

⁷⁰ <https://uaseial.tv/movie-isle-of-dogs>

⁷¹ https://io.gidonline.fun/26465_Sekret-NIMH/

СИНЕЛЬНИК Ірина

Кандидат педагогічних наук, доцент

Харків, Навчально-науковий інститут «Українська інженерно-педагогічна академія»

Харківського національного університету ім.В.Н.Каразіна

ЮРКІНА Олена

Викладач фізики

Стамбул, Міжнародна школа науки та технології

ІНТЕРАКТИВНИЙ МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ КОНТЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ У STEM-ОСВІТІ

В умовах швидких змін, невизначеності і непередбачуваності розвитку суспільства, науки, техніки, технологій особливого значення набувають фундаменталізація та міждисциплінарність в освіті. Провідним напрямом реалізації цього соціального запиту є розвиток STEM-освіти, що поєднує ґрунтовну фізико-математичну підготовку та вивчення прикладних наук, у фокусі яких є новітні технології та інженерія. Ефективність STEM-освіти значною мірою залежить від розробленого і впровадженого інструментарію, як змістового – інтегрований навчальний контент, так і технологічного – обладнання, технічні засоби навчання тощо. Інформатизація суспільства в цілому, і освіти зокрема, кардинально змінила зміст та інструменти навчання. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) стали знаряддям праці у будь-якій галузі, а комп'ютерні засоби навчання необхідним складником освітнього процесу. З іншого боку, суттєвий вплив ІКТ полягає у зміні когнітивних процесів і способів опрацювання інформації людиною в сучасному світі. Тому науковці, педагоги-практики, розробники програмного забезпечення ведуть активний пошук технологій навчання, що дозволять поєднати вимоги до освіти в інформаційному суспільстві в цілому з ідеями STEM-освіти.

Дисципліни, що складають базу STEM-освіти мають певні особливості: великий обсяг знаково-символічної інформації та абстрактних понять, що відображають зміст дисципліни; закономірності перебігу процесів, часто мають неявний характер, відображений трансцендентними або диференціальними рівняннями; принципове значення мають точні розрахунки та експеримент. Зазначені риси вимагають створення навчальних матеріалів, побудованих на принципах інтеграції, інтерактивності, візуалізації. Реалізація такого підходу може бути здійснена у декілька способів.

Динамічне подання знаково-символічної інформації. Де-факто, стандартом подання навчальної інформації в сучасних закладах освіти стали мультимедійні презентації, які дали можливість брати до уваги індивідуальний темп сприйняття інформації кожним учнем або студентом, ущільнити навчальну інформацію, інтенсифікувати процес викладання. Разом з тим, статичні зображення, що поєднують рисунок з текстовою або знаково-символічною інформацією, сприймаються як графічні, послідовність сприйняття елементів яких відрізняється від логіки сприйняття науково-технічної інформації, що знижує, в цілому, ефективність засвоєння. Приклади такого контенту в STEM-освіті – доведення теореми, виведення формули, обґрунтування механізмів перебігу процесів. Динамічне подання навчальної інформації дає можливість здійснювати управління увагою учня або студента, визначаючи послідовність сприйняття навчального матеріалу, що відповідає логічним зв'язкам між окремими його елементами. Практична реалізація такого підходу може бути здійснена через використання ефектів анімації програмного забезпечення для створення мультимедійних презентацій, наприклад, MS Power Point, Prezi, Canva та інших. Стандартний набір анімаційних ефектів надає можливість визначати послідовність появи елементів навчального матеріалу на екрані та способи їх появи у відповідності до узвичаєних в певній науковій галузі.

Використання наукових анімацій. Пояснення механізмів перебігу тих чи інших природних процесів – фізичних, хімічних, біологічних – часто ускладняється через обмежені можливості візуалізації недоступних для безпосереднього спостереження об'єктів. Наприклад, феномени та закономірності, що досліджують, квантова фізика, молекулярна біологія або генетика, часто не спостерігають безпосередньо не лише через обмеженість сучасних приладів, а через саму природу цих явищ. Формування уявлень про такі процеси та розуміння їх сутності можливе через візуальні образи, подані в анімованих графічних зображеннях, які або точно відображають досліджуваний об'єкт, або створюють аналогії, що сприяють більш глибокому усвідомленню сутності тієї чи іншої закономірності. Вимоги до таких анімацій поєднують дотримання законів дизайну для створення запланованого сильного враження і відтворення суттєвих зв'язків для збереження сенсу.

Застосування когнітивної комп'ютерної графіки. Важливою задачею у STEM є формування уявлень про кількісні характеристики об'єктів. Поєднання обчислювальної потужності комп'ютера із можливостями візуалізації та інтерактивності дозволяє моделювати

складні об'єкти в реальному часі, одночасно задовольняючи вимоги до точності у відображенні технічних об'єктів з естетикою.

Комп'ютерний експеримент. STEM-освіта широко використовує в дослідженні процесів та явищ експеримент, можливості якого можуть суттєво розширити мультимедійні засоби: відеозапис із регулюванням швидкості та покадровим опрацюванням інформації, опрацювання відео та аудіозаписів, комп'ютерне моделювання.

Використання інтерактивної візуалізації. Поєднання можливостей програмного забезпечення для створення мультимедійних презентацій із веб-сервісами опитування з оперативним відображенням результатів, наприклад, Ментіметр, дозволяє конструювати динамічний візуальний контент, що є результатом дискусії, обговорення, мозкового штурму.

Таким чином, можемо зробити висновок про перспективність використання інформаційно-комунікаційних технологій, в першу чергу, мультимедійних засобів у створенні інтерактивного навчального контенту для технологій STEM-освіти.

СИТНИК Таїсія

Студентка 4 курс, ОПП «Дизайн середовища».

Наукова керівниця: доктор технічних наук,

*професор **Наталія РОМАНЕНКО***

Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

ЗАСТОСУВАННЯ LOW-POLY СТИЛЮ У ІГРОВОМУ ДИЗАЙНІ

Кожен день образна цифро-візуалізація набуває ефективності і значимості в дизайн-освітньому просторі. 3D-графіка і моделювання стали основними сучасними інструментами створення дизайн-об'єктів. 3D модель – це об'ємне (тривимірне) зображення об'єкта, створене за допомогою спеціальних комп'ютерних програм. Такі об'єкти узагальнюють назвою полігональні 3D-моделі, які можуть відрізнятися за типом їх деталізації: low-poly та high-poly. Low-poly – це 3D-модель з мінімальною кількістю полігонів, high-poly – це високо деталізована модель з великою кількістю полігонів. Використання відповідної моделі обумовлюється передбаченою метою та ресурсами відео карт дизайнера.

Мета роботи – створення об’ємних локацій для комп’ютерної гри за трьома сценами історичного розвитку дизайну, а саме: Єгипетський простір, Антична культура, Поселення вікінгів із застосуванням низькополігонального моделювання – low-poly візуалізації об’єктів просторового середовища. Разом ці локації формують єдиний художній світ, у якому гравець може «подорожувати» різними епохами, спостерігаючи відмінності культур. Художньо-образне обґрунтування візуалізації історичних локацій передбачає визначення їх емоційної тональності, історико-культурного символізму, природних мотивів (іл.1–3).

Для передачі характеру і настрою конкретної епохи достатньо спрощених форм, кольорового супроводження, освітлення, тобто це може бути 3D-модель з мінімальною кількістю полігонів, де об’ємна low poly-візуалізація виступає не лише як технічний прийом для передачі форм архітектурних споруд, елементів природи відповідного історичного періоду, але і як засіб художнього узагальнення щільно розташованих геометричних фігур, поєднання світла та тіні.



Іл. 1. Сцена Єгипетського простору

Композиція складається з трьох мініатюрних світів – сцен, кожна з яких має власну атмосферу, архітектурні особливості та палітру кольорів. Робота над їх створенням проходила в декілька етапів:

1. Пошук ідеї та референсів здійснювався шляхом аналізу архітектурних форм, кольорів та матеріалів, властивих відповідним історичним періодам. Для кожної епохи підбиралися ключові візуальні елементи: колони, пірамідальні форми, дерев’яні балки, дахи з дерева тощо.

2. Процес створення 3D-об'єктів передбачав застосування інструментів програми Blender: вручну розроблені початкові об'єкти у 2D екстрадувалися в low-poly техніці до об'ємів з мінімальною кількістю полігонів, де стилістична єдність забезпечувалася використанням чітких геометричних силуетів, узагальнених об'ємів та простих кольорових полігонів.

3. Композиційне узгодження за кольором і світлом здійснювалося за принципом контраст-баланс і кругового руху погляду глядача. Теплі та холодні зони розміщено по діагоналі, що забезпечує плавний перехід від одного середовища до іншого. Для кожної частини було задано власну кольірну температуру освітлення: у єгипетській зоні – жовто-помаранчеві тони, у грецькій – м'яке вечірнє світло, у північній – холодно-блакитне сяйво з теплими акцентами біля вогнища.

4. Фінальна візуалізація та рендеринг забезпечили реалістичне світлорозсіювання та м'які тіні. Після рендеру було виконано легку постобробку: корекцію контрасту, посилення світлових акцентів і глибини кольору.

Сцена Єгипетського простору наведена на іл. 1. Спрощення форм за допомогою low-poly візуалізації не заперечує архітектурній логіці – зберігається симетрія, ритм, вертикальність храмів, відсутнє перевантаження форм дрібними орнаментами, що дозволяє глядачу сприймати сцену узагальнено, як знак культури, а не її буквальне зображення. Сцена Єгипетського простору, передаючи відчуття , стабільності та величі стародавнього світу, підтримує стан емоційної тиші й тепла, внутрішньої зосередженості. Колірна палітра побудована на теплих відтінках пустелі та сонця, що були невід'ємною частиною культури давнього Єгипту, виставлені акценти у вигляді пальм та стягів. Пальми й мінімальні декоративні елементи нагадують про зв'язок людини з природним середовищем Нілу.

Сцена «Антична культура» наведена на іл. 2 (а, б) за двома ракурсами. Спрощення форм у low-poly дозволяє відійти від натуралізму й передати філософію гармонії, притаманну античній культурі. Руїни не виглядають трагічно, навпаки, вони сприймаються як частина безкінечного циклу історії.

Емоційна тональність композиції викликає почуття гармонії, просвітлення й спокійного споглядання. Простір античних руїн ніби пронизаний пам'яттю, де відчувається краса минулого, що збереглася у формах каменю. Вечірнє небо контрастує з ніжними зеленими рослинами та бежево-сірим камінням ці тони символізують рівновагу, яку греки вважали ідеалом у мистецтві.



а – ракурс



б – ракурс

Іл. 2. Сцена «Антична культура»

3. *Сцени Північного поселення* (іл. 3) узагальнюють північну культуру, Скандинавський модерн, що завжди асоціювалася з витривалістю і простотою. Спрощення форм у low-poly дозволило передати цю ідею через лаконічність і чистоту ліній, без перевантаження деталями.



Іл. 3. Сцени «Північне поселення»

Емоційна тональність північної сцени викликає одночасно почуття спокою, домашнього тепла й ностальгії та велич воїнів того часу. Після контрастних теплих сцен вона сприймається як «завершення подорожі», як повернення до затишку після довгого шляху.

Висновки

1. Здійснено моделювання об'ємних локацій для комп'ютерної гри із застосуванням низько полігонального моделювання low-poly візуалізації та програмного пакету Blender.

2. Застосування low-poly деталізації як естетичного стилю візуалізації дозволяє створювати цілісні, декоративні композиції локацій в дизайні ігор.

3. Low-poly естетика в розглянутому дослідженні виступає універсальною мовою мультимедіа, яка дозволяє передати глибоку історико-культурну символіку без використання складних текстур чи реалістичних деталей.

ТІРАЯН Аліса

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

РОЛЬ ВІЗУАЛЬНИХ МЕТАФОР В МУЛЬТИМЕДІА

Мультимедійний контент сьогодні широко використовує не лише вербальні засоби, а й візуальні образи для передачі інформації. Візуальні метафори стають ефективним комунікаційним інструментом, що покращує сприйняття складних понять і емоційних станів. Дослідження ролі візуальних метафор в мультимедіа є, на нашу думку, актуальним через те, що їхній вплив і механізми недостатньо вивчені.

Чарльз Форсвілл у роботі “Identifying and Interpreting Visual and Multimodal Metaphors” підкреслює важливість контексту для розуміння візуальних метафор, які є комплексними образами, що несуть зміст через поєднання з текстом і звуком. Xu Ziya, Shuo Cao і Zhao Xuanyі класифікують візуальні метафори за типологією та формами вербалізації, показуючи їх ефективність у дизайні та рекламі. М. Жовнір і Т. Лещенко досліджують синергію візуальних метафор у мультимодальних текстах і їх роль у викликанні емоційного відгуку в аудиторії. Незважаючи на достатню кількість публікацій з обраної теми, механізми впливу візуальних метафор та особливості їх інтерпретації залишаються недостатньо дослідженими, особливо в контексті культурної адаптації.

Мета дослідження – визначити сутність та функції візуальних метафор у мультимедіа, проаналізувати приклади їх використання в різних видах комунікації та виявити чинники, що впливають на їх ефективність.

Візуальна метафора є способом поєднання знайомого образу з новим смисловим контекстом. Вона спирається на асоціації, які глядач

сприймає інтуїтивно, тому інформація передається швидше та глибше, ніж через текст. Ефективна візуальна метафора має бути зрозумілою цільовій аудиторії та культурно релевантною.

Застосування візуальних метафор можна спостерігати в різних сферах. У рекламі метафори дозволяють підсилити образ продукту. Наприклад, автомобіль у вигляді хижака передає швидкість та силу, створюючи емоційний вплив.

У логотипах метафори стають частиною ідентичності бренду. Зокрема, яблуко компанії Apple асоціюється з інноваціями й простотою технологій.

Візуальні аналогії в інфографіці спрощують подачу складних даних. Наприклад, графік у вигляді батареї, що показує рівень енергії, інтуїтивно зрозумілий користувачам.

Мультфільми активно використовують метафори для розкриття соціальних і філософських тем.

Проведене дослідження показало, що візуальні метафори підсилюють комунікацію, роблячи її більш змістовною та емоційною. Вони сприяють формуванню унікальної візуальної мови, що резонує з аудиторією, та допомагають економити час для пояснення складних ідей. Важливо враховувати культурний контекст для ефективної інтерпретації метафор, оскільки символи можуть мати різне значення в різних культурах.

На нашу думку, в подальшому варто продовжувати вивчення ролі візуальних метафор у різних формах цифрового контенту, розробляти методи аналізу візуальних образів, а також вивчати вплив новітніх технологій (віртуальна та доповнена реальність) на створення та сприйняття візуальних метафор.

ТКАЧЕНКО Марина

Викладач

Кафедра «Дизайн»

Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРАКТИВНОЇ АНІМАЦІЇ В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

З огляду на активну цифровізацію освітнього середовища та трансформацію мислення молодого цифрового покоління відбувається безперервний пошук нових методик та потужних засобів візуального

навчання. В світовій практиці інтерактивна анімація – на стадії активного розвитку: включена в спектр застосування на всіх рівнях освіти – від початкового до вищого, робить навчальний процес цікавим, швидким, доступним, чітким, гнучким та глибшим, дозволяє наочно демонструвати процеси, які складно пояснити словами.

В Україні основними викликами залишаються недостатнє матеріально-технічне забезпечення та дефіцит кваліфікованих кадрів, що перешкоджає широкому впровадженню інтерактивної анімації в освітній процес.

Попри виклики, спостерігається активний розвиток STEM-освіти. Це освіта, що дозволяє змінити форму викладання: урок не сфокусований на вчителі, у центрі уваги завжди знаходиться вирішення проблеми. Учні шукають рішення не в теоретичному матеріалі, а відразу вчаться на практиці, роблячи спроби та помилки, ще на початкових етапах навчання в школах застосовують спеціалізовані інструменти, такі як програми з комп'ютерної анімації (CAD) [1].

У більшості випадків такі інструменти починають вивчати студенти на перших курсах. STEM-освіта дає таку можливість уже в старших класах [1].

Поєднання графічних елементів, динамічних візуалізацій та аудіосупроводу стимулює зацікавленість здобувачів освіти, що, своєю чергою, позитивно впливає на ефективність засвоєння навчального матеріалу.

Перспективи розвитку анімаційного контенту в освітньому середовищі є надзвичайно високими, що зумовлено його жанровою та функціональною різноманітністю. Особливу цінність становить інтерактивна анімація, яка передбачає пряму взаємодію користувача з навчальним матеріалом через зміну параметрів, натискання на певні елементи, запускання процесів. Це можуть бути віртуальні лабораторії, освітні ігри або симулятори, інтерактивні презентації, інтерактивні карти, візуальні інфографіки, інтерактивні виставки, мобільні додатки та онлайн-платформи, інтерактивні дошки та панелі, віртуальна та доповнена реальність, мультимедійні посібники. VR та AR забезпечують максимально наочне представлення інформації в навчальних і моделюючих програмах. Найбільш поширене використання в такому інтерфейсі саме тривимірної графіки, що дозволяє більш детально вивчити матеріал. Інтерактивна анімація є ефективним засобом навчання в сферах природничих наук, технологій, інженерії, мистецтва, математики, а також біології та ботаніки.

Прикладом успішного застосування інтерактивної анімації в освіті стала мистецько-наукова виставка, створена на основі досліджень Єльського університету та за підтримки викладачів Коледжу Нью-Джерсі (TCNJ). До проєкту долучилася команда з майже 50 студентів бакалаврів, які спільно працювали над експозицією, що пропонувала глядачам поглянути на рослини з різних точок зору. Ця ініціатива надала студентам унікальну можливість здобути практичні навички в галузях наукової комунікації, інтерактивних медіа, мистецтва та дизайну. Вони використовували цифрові та інтерактивні технології для розширення інформаційного контексту та персоналізації досвіду кожного відвідувача. У межах міждисциплінарного проєкту студенти створили серію інтерактивних анімацій, натхненних ботанічними зразками жимолості. Одна з них відтворювала абстрактні силуети листя на яскравому тлі, інша – оживляла ілюстрації з колібрі, бджолами та вітром. Завдяки співпраці ботаніків, художників і аніматорів було розроблено сцену зміни дня та ночі, де колібрі поступаються місцем яструбам. Анімації викликали захоплення у відвідувачів, зокрема дітей. У дендрарії Арнольда Гарвардського університету протягом літа, у межах цієї ж виставки, було вперше використано доповнену реальність (AR), розмістивши символи з видами жимолості, які відвідувачі могли сканувати для перегляду 3D-моделей рослин або отримання додаткової інформації. AR стала сучасним інструментом, що поєднав мистецтво й науку. Аналіз відгуків учасників засвідчив високу результативність виставки у контексті популяризації наукових знань [2].

Отже, перспективи інтерактивної анімації в освітньому середовищі є надзвичайно високими, адже вона виступає потужним інструментом, що оновлює традиційні підходи до навчання, роблячи його більш захопливим, гнучким, доступним і ефективним. В умовах активної цифровізації освітнього середовища та зміни мислення молодого покоління, яке формується в епоху цифрових технологій, інтерактивна анімація стає не просто доповненням, а необхідним елементом сучасної педагогіки. Її застосування сприяє розвитку в здобувачів освіти креативності, критичного мислення, навичок міждисциплінарної взаємодії та практичного вирішення проблем, що відповідає принципам сучасних освітніх концепцій.

Література

1. STEM-освіта. Чому варто її запровадити в кожній школі. URL: <https://intboard.ua/pres-služhba/blog/stem-osvta-chomu-varto-zaprovaditi-v-kozhni-shkol/> (дата звернення: 23.10.25).

2. Ault C., Clement W. L., Bergen A., Donoghue M. J., Howarth D. G., Janzekovich L., Kakumanu S., King R., Shah R., Srivastav M., Welch S., Wright H., Zhang J. *Plants as a Case for Creative Collaboration: Designing the Interactive Art-Science Exhibition Meaningful Beauty* // Botanical Society of America *Plant Science Bulletin*. 2023. Vol. 69, № 3. P. 223–224. URL: <https://botany.org/psbarchive/issue/2023-v69-3.html> (дата звернення: 23.10.2025).

ТРОЦЬ Ольга

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

доцент ІНОЗЕМЦЕВА Світлана

Харків, Харківська державна академія дизайну і мистецтв

РОЗВИТОК ФРАНЦУЗЬКОЇ АНІМАЦІЇ ТА ЇЇ РОЛЬ У СВІТОВІЙ МУЛЬТИПЛІКАЦІЇ

Анімація посідає вагомe місце у світовій культурі. Вона присутня в мультфільмах, фільмах, іграх, додатках, рекламі та майже будь-яких інших медіа. Варто зазначити, що значний внесок у розвиток європейської мультиплікації зробила Франція, яка має давні традиції анімації та конкурентоспроможні проекти. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчення культурних моделей, які формують глобальний кінематографічний простір, а також важливою роллю Франції у становленні сучасної анімації. Хоча французька мультиплікаційна школа історично поступалася американській та японській, саме вона стала джерелом багатьох інновацій. Нами простежено шлях французької анімації – від експериментів початку ХХ століття до сучасних міжнародних студій, які формують естетику глобального анімаційного ринку.

Метою дослідження є аналіз вкладу французьких художників і студій у розвиток мультиплікації, визначення культурних джерел та факторів, що уможливили появу унікального творчого середовища, оцінка впливу цієї традиції на світові анімаційні практики.

Під час дослідження було опрацьовано публікації істориків анімації, профільні джерела щодо устрою медіа, французьких шкіл, державних культурних інституцій та успішні мультфільми, що стали впізнаваними за межами країни. Так, ранні зразки французької анімації, зокрема проекти Еміля Коля, визначили естетичні й технічні орієнтири для

всього європейського анімаційного виробництва. Подальший розвиток анімації відзначався поступовим переходом від індивідуальних майстерень до повноцінних студій та системної підтримки митців.

Важливу роль у становленні французької анімації відіграла культурна політика держави. Завдяки підтримці з боку Національного центру кінематографії та анімаційного образотворчого мистецтва (CNC) були створені умови для розвитку молодих студій і незалежних авторів. Основні інституції сформували систему підготовки аніматорів, що згодом увійшли до міжнародних команд. Особливої уваги заслуговує феномен спеціалізованих шкіл, випускники яких працюють над найвидатнішими світовими проєктами. Саме освітня база сприяла появі оригінальних стилістичних рішень та стала поштовхом для поширення французьких ідей далеко за межі Європи.

Особливістю французької анімації є її міждисциплінарність. Вона поєднує образотворче мистецтво, театр, літературу й експериментальний кінематограф. Варто відзначити увагу до художньої виразності, візуального стилю та авторського підходу. Французькі аніматори зосереджуються на психологічних аспектах образів, створенні унікальної атмосфери та передачі соціальних і філософських ідей. Це зумовило популярність французької продукції серед арт-глядачів та на кінофестивалях.

Нами проаналізовано низку проєктів, які набули світової популярності. Зокрема, серіал “Oggy and the Cockroaches” став прикладом того, як французькі митці адаптували slapstick-комедію для масового глядача, зберігаючи при цьому культурну ідентичність та високий рівень якості.

Також вивчено феномен участі французьких художників у створенні голлівудських проєктів, зокрема франшизи “Despicable Me”. Це підкреслює інтеграцію французької школи у глобальний ринок і демонструє, що французькі студії можуть успішно поєднувати авторський стиль із вимогами великих компаній. Через міжнародні колаборації французькі аніматори вплинули на формування нових стандартів якості 3D-анімації та візуального гумору.

Французька традиція мультиплікації значною мірою сприяла розвитку експериментальних напрямів анімації. Вітчизняні митці неодноразово зверталися до змішаних технік, поєднуючи ручний малюнок, 3D-графіку, інсталяції, фотореалістичні матеріали та кінематографічні прийоми. Це дозволило створити різні авторські стилі, що вплинули на загальне різноманіття сучасної анімації. Визначальним фактором стала свобода творчості та зацікавленість держави у підтримці

культурних проєктів. Усі ці фактори сприяли еволюції французької анімації у напрям глибокого художнього висловлення, зберігаючи експортний потенціал.

Таким чином, розвиток французької анімації є наслідком взаємодії кількох чинників, а саме: інноваційного підходу, системної підтримки, освітніх програм, активних міжнародних зв'язків. Франція сьогодні посідає одне з провідних місць у світовій анімаційній індустрії, а її досвід може бути корисним для країн, що прагнуть розвивати власні культурні напрями. Французька анімація зберігає баланс між експериментальністю та комерційним успіхом, поєднуючи авторські пошуки з можливістю участі в міжнародних проєктах. Дослідження довело важливість французьких митців у світовому культурному процесі та важливість їх внеску у формування сучасної анімаційної естетики.

На нашу думку, перспективним напрямом дослідження є аналіз використання новітніх технологій у французькій анімації. Варто також приділити увагу вивченню впливу французьких анімаційних інституцій на формування нових поколінь фахівців, аналізу співпраці з країнами Азії та Північної Америки та дослідженню механізмів адаптації анімаційних продуктів до різних культурних середовищ.

ТУРЩИНА Олена

Асистент

Кафедра англійської мови для технічних та агробіологічних спеціальностей

Київ, Національний університет біоресурсів і природокористування України

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ДИЗАЙН ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКЛАДАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сучасні тенденції цифровізації освіти вимагають від викладача іноземної мови не лише високого рівня професійної компетентності, але й володіння інструментами мультимедійного дизайну. Залучення інтерактивних технологій, анімацій, відео- та аудіоматеріалів створює сприятливе освітнє середовище, у якому навчання іноземної мови перетворюється на захопливий і продуктивний процес. Мультимедійний дизайн в освітньому контексті розглядається як цілеспрямоване поєднання графічних, аудіовізуальних та інтерактивних елементів для

підсилення навчального впливу й формування іншомовної комунікативної компетентності студентів.

Під мультимедійним дизайном у викладанні іноземних мов розуміють комплексну систему створення навчальних ресурсів, що інтегрують текст, звук, відео, анімацію, гіперпосилання та інтерактивні елементи. Основна мета його використання – підвищення мотивації студентів і полегшення засвоєння складних мовних структур через зорово-аудіальне сприйняття. За даними досліджень, інформація, представлена в мультимедійній формі, запам'ятовується на 30–40% краще, ніж матеріал, поданий лише текстом.

Застосування мультимедійного дизайну у викладанні іноземних мов має низку переваг. По-перше, візуалізація лексичного та граматичного матеріалу через анімаційні моделі дозволяє ефективно відтворювати ситуації спілкування, граматичні структури або процеси. По-друге, мультимедійні платформи (Canva, Genially, Powtoon, Animaker тощо) забезпечують інтерактивність навчального процесу, дозволяючи створювати презентації, відео та інтерактивні вправи. По-третє, індивідуалізація навчання стає можливою завдяки тому, що студенти можуть опрацьовувати матеріал у власному темпі, переглядати анімовані пояснення, брати участь у віртуальних симуляціях. Нарешті, використання мультимедіа має потужний мотиваційний ефект: навчання стає динамічним, емоційно насиченим і наближеним до реальних комунікативних ситуацій.

Анімація як складова мультимедійного дизайну сприяє розвитку не лише лінгвістичних, а й соціокультурних навичок студентів. Короткі анімовані сюжети англійською мовою можуть демонструвати типові моделі поведінки представників різних культур, допомагаючи студентам розвивати міжкультурну чутливість і толерантність. Створення власних анімованих проєктів студентами сприяє розвитку творчості, критичного мислення та комунікативних умінь, а також формує відповідальність і вміння працювати в команді.

Практичний досвід упровадження мультимедійного дизайну у викладанні англійської мови студентам агробіологічних і технічних спеціальностей підтверджує його ефективність. Використання інтерактивних плакатів, відеолекцій, цифрових карт знань, віртуальних екскурсій сприяє кращому розумінню професійної термінології, розвитку іншомовного мовлення та професійного мислення. Застосування мультимедійних кейсів і навчальних анімацій у поєднанні з методами рольових ігор активізує мовленнєву діяльність студентів, формує

позитивну навчальну мотивацію та створює ефект занурення в іншомовне середовище.

Попри очевидні переваги, впровадження мультимедійного дизайну супроводжується певними труднощами. Серед основних проблем: технічні обмеження, недостатній рівень цифрової грамотності окремих викладачів, а також брак якісних авторських ресурсів українською мовою. Вирішення цих проблем потребує системної підтримки з боку закладів освіти, проведення тренінгів і підвищення кваліфікації викладачів. Перспективним напрямом є створення інтегрованих мультимедійних платформ, які поєднують автоматизовану перевірку знань, гейміфікацію та інтелектуальний супровід навчального процесу.

Отже, мультимедійний дизайн є потужним інструментом підвищення ефективності викладання іноземних мов у закладах вищої освіти. Його використання забезпечує інтерактивність, візуальну наочність і персоналізацію навчального процесу. Анімаційні й цифрові ресурси допомагають створити навчальне середовище, у якому студенти не лише засвоюють мовний матеріал, а й розвивають креативність, міжкультурну компетентність і навички XXI століття. Таким чином, мультимедійний дизайн слід розглядати як невід'ємний компонент сучасної методики викладання іноземних мов у контексті цифрової трансформації освіти.

Література

1. Mayer, R. E. *Multimedia Learning*. 3rd ed. Cambridge University Press, 2021.
2. Smaldino, S., Lowther, D., & Russell, J. *Instructional Technology and Media for Learning*. Pearson, 2019.

ХЛОНЬ Олександр

Кандидат психологічних наук, доцент,

Київ, Київський університет інтелектуальної власності та права

СПІЛКУВАННЯ ЯК МИСТЕЦТВО: ПСИХОЛОГІЧНИЙ ОГЛЯД

Спілкування як мистецтво в контексті мультимедійного дизайну та анімації набуває особливого значення через психологічні механізми сприйняття, емоційного резонансу та міжособистісного впливу.

Мета тез – оглянути спілкування та застосування анімаційних ефектів в навчанні ефективного спілкування.

З психологічної перспективи спілкування є мистецтвом, яке активізує емпатію, когнітивне залучення та невербальні канали. Мультимедійний дизайн, анімація, візуальні технології посилюють психологічні аспекти комунікації, так зокрема теорія соціального навчання А. Бандури пояснює, як анімаційні персонажі моделюють поведінку, формуючи у глядача ідентифікацію. В процесі активізації емпатії починає активно працювати емоційний інтелект, який сприяє більш ефективному спілкуванні за рахунок кращого розуміння опонента.

В теорії Д. Карузо, Дж. Мейера та П. Саловея емоційний інтелект розглядається як інтегральна властивість, яка складається із 3 елементів:

- ідентифікація емоцій та їх вираження у вербальній та невербальній формі;

- регуляція емоцій – в тому числі і в інших людей шляхом маніпулятивного впливу на них, при чому як свідомого, так і несвідомого;

- використання емоційних проявів у плануванні діяльності, мотивації та творчості [1].

Можна сказати, що уміння сприймати емоції інших є важливим умінням, яке дозволяє налагоджувати ефективну комунікацію.

Анімація однак може мати і свій негативний бік. Проблеми психологічного спілкування тісно пов'язані з когнітивним навантаженням та культурними стереотипами. Так, зокрема, теорія когнітивного навантаження Дж. Свеллера вказує, що надмірна візуальна складність знижує розуміння на 35%, а культурно-специфічні символи викликають ефект «когнітивного дисонансу» (Л. Фестінгер), коли глядач не розпізнає метафору. З огляду на це можна вказати, що анімація може перевантажити увагу, порушуючи принцип «менше – значить більше».

Саме тому важливим є етичні аспекти психологічного впливу анімації, що має регулюватися принципами відповідального дизайну. Теорія моральної чутливості Дж. Реста попереджає про ризик маніпуляції емоціями. Анімації з елементами страху (екологічні катастрофи) підвищують тривожність, але при додаванні конструктивного фіналу – мотивують до дії.

Однак професійний підхід до використання анімаційних роликів в процесі навчання може навпаки серйозно покращити існуючі навчальні процеси. Мультисенсорне спілкування в анімації має спиратися на теорію втіленого пізнання. Існує певна закономірність, так зокрема невербальна комунікація – жести, паузи, динаміка – активізує дзеркальні нейрони, створюючи ілюзію безпосереднього діалогу. Аналіз анімаційних роликів студентів показує, що персонажі з вираженою

мімікою можуть підвищувати рівень емпатії. У зв'язку із цим елементи анімаційних роликів можуть бути використанні при створенні інтегрованих навчально-атестаційних комплексів в навчальному процесі [2]. Психологічний ефект посилює синестезією: поєднання руху, звуку та тактильних вібрацій активізує мнемонічні процеси, покращуючи запам'ятовування повідомлення. Розвиток анімації як психологічного мистецтва базується на теорії потоку М. Чиксентміхайї. Інтерактивні формати (VR, AR) створюють стан повного занурення, де спілкування стає діалогічним.

Висновок. Психологічний огляд спілкування як мистецтва може бути пояснений в рамках доповнення навчання ефективному спілкуванню анімаційними роликами які всебічно розвивають механізми емпатії однак застосовуються в рамках в першу чергу етичного впливу з отримання максимальної користі. Можливим в рамках навчання є використання технологій VR, що створюють стан повного занурення.

Література

Васюк К. Проблеми міжособистісного спілкування в осіб з різним рівнем емоційного інтелекту в умовах воєнного стану. *Вісник Національного університету оборони України*. 2023. № 75 Т. 5. С. 20–28. URL: <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2023-75-5-20-28>

2. Хлонь О. М. Впровадження інтегрованих навчально-атестаційних комплексів у навчальний процес з метою формування правосвідомих устремлінь *Вісник Національного університету оборони України*. 2023. № 75. Т. 5. С. 157–163. URL: <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2023-75-5-157-163>

ЧУГАЙ Наталія

Кандидат мистецтвознавства

Кафедра «Дизайн»

м. Черкаси, Черкаський державний технологічний університет

КОЛІР ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЖІВ В АНІМАЦІЇ

Колір в анімації виконує важливу функцію візуальної ідентифікації персонажів. Він не лише допомагає глядачеві швидко впізнати героя, а й формує емоційний зв'язок, підкреслює риси характеру та розкриває

глибші смисли. Завдяки кольору можна передати настрій і темперамент персонажа: червоний часто асоціюється з енергією, пристрасстю або агресією, синій – зі спокоем і мудрістю, а жовтий – з наївністю та оптимізмом. Колір також дозволяє розрізнити типажі героїв – наприклад, антагоністи зазвичай мають темні або контрастні кольори, які викликають тривогу чи напруження. У багатьох випадках колір виконує функцію культурного маркера, вказуючи на етнічну, національну або соціальну приналежність персонажа, що збагачує культурний контекст твору. Крім того, нестандартні або яскраві кольорові рішення роблять персонажів легко впізнаваними. Такі приклади, як зелена шкіра Шрека або рожеве хутро Пінкі з мультфільму «Пінкі і Брейн», миттєво викликають асоціації з конкретними героями.

Психологічний аспект кольору в анімації також має велике значення. Колірна палітра може викликати підсвідомі емоційні реакції у глядача. Колір може також виступати як метафора – зміна кольору одягу персонажа часто вказує на зміну його ролі, статусу або життєвого етапу. Таким чином, колір в анімації не обмежується лише естетичною функцією, а стає глибоким інструментом виразності, що резонує з внутрішнім світом персонажа та його місцем у сюжеті.

Історичний розвиток кольору в анімації демонструє його трансформацію від технічного нововведення до глибоко символічного засобу художньої виразності. На початку ХХ століття, у період з 1900-х до 1930-х років, анімаційні фільми були чорно-білими. Роботи Еміля Коля та Вінзора Маккея базувалися на формі, контрастах і динаміці руху, адже колір ще не використовувався. Проте художники вже тоді експериментували з тоном і текстурою, щоб передати емоційний настрій.

У 1932 році студія Disney здійснила прорив, застосувавши технологію Technicolor у короткометражному фільмі “Flowers and Trees”, що принесло їй премію «Оскар» і започаткувало нову еру в анімації. Через п'ять років вийшов перший повнометражний кольоровий мультфільм — «Білосніжка і семеро гномів», де колір став важливим елементом емоційної драматургії. Наприклад, червоне яблуко символізувало спокусу, а темні тони – зло.

У 1950–1970-х роках, попри економічні обмеження, студії Hanna-Barbera та Warner Bros. створювали яскраві й легко впізнавані персонажі. Обмежена палітра не заважала художникам формувати виразні образи, як-от рожевий Пінгвін чи жовтий Твіті. У цей період колір почав виконувати типологічну функцію: зелений асоціювався з монстрами, фіолетовий – з ексцентричними героями, а синій – з мудрими або спокійними персонажами.

У 1980–1990-х роках колір набув емоційної глибини. Японська анімація, зокрема аніме, активно використовувала кольорову палітру для передачі психологічного стану персонажів. У «Принцесі Мононоке» контраст між кольорами лісу та крові підкреслює конфлікт між природою і цивілізацією. У західній анімації, як-от у «Королі Леві», колір став частиною нарративної структури, де зміна освітлення і палітри супроводжує ключові сюжетні моменти.

З початку 2000-х років цифрові технології, зокрема CGI, надали митцям нові можливості. Колір став гнучким і багат шаровим інструментом, що працює на рівні емоцій, культури та символіки. Студії Pixar, DreamWorks і Ghibli створюють складні кольорні композиції, які глибоко резонують із темами творів. Наприклад, у фільмі «Душа» від Pixar пастельні тони світу душ контрастують із насиченими кольорами Нью-Йорка, що підкреслює межу між духовним і матеріальним світами.

Розглянемо на прикладах, як колір не лише створює естетичну впізнаваність, а й глибоко резонує з внутрішнім світом персонажа та його роллю в сюжеті.

№	Персонаж	Основний колір	Емоційна асоціація	Функція в сюжеті
1	Ельза («Крижане серце»)	Блакитний	Холод, ізоляція, сила	Внутрішній конфлікт, влада
2	Сімба («Король Лев»)	Золотистий	Світло, спадкоємність	Головний герой, надія
3	Джокер (DC)	Фіолетовий	Ексцентричність, хаос	Антагоніст, провокація
4	Мулан («Мулан»)	Червоний	Відвага, честь, рішучість	Героїня, трансформація
5	Вайолет («Суперсімейка»)	Фіолетовий	Таємничість, інтелект	Підліткова ізоляція, самоприйняття
6	Пікачу («Покемон»)	Жовтий	Енергія, дружлюбність	Символ бренду, комічний союзник

В останні роки колір в анімації набув нових форм виразності, ставши ще більш гнучким, емоційно насиченим і культурно багатозначним. Цей розвиток був зумовлений впровадженням цифрових технологій, зростанням інтересу до інклюзивних нарративів та появою нових форматів взаємодії з глядачем.

Сучасні аніматори дедалі частіше використовують тонкі градації кольору для передачі внутрішніх станів персонажів. Пастельні тони, наприклад, символізують духовність, тоді як насичені кольори передають матеріальність або емоційну напругу. Колір перетворився на засіб психологічного занурення, а не просто естетичного оформлення.

Зросла увага до етнічної, гендерної та соціальної різноманітності, що знайшло відображення у кольорових рішеннях. У серіалах, створених для стримінгових платформ, колір використовується для позначення культурної ідентичності персонажів – через їхній одяг, середовище або освітлення.

Завдяки CGI, VR та інтерактивним форматам колір став динамічним елементом, здатним змінюватися залежно від дій глядача або розвитку сюжету. У веб-анімації він реагує на рух курсора, прокручування сторінки або взаємодію з інтерфейсом, що відкриває нові можливості для художнього вираження.

У графічному дизайні та коротких анімаційних формах, таких як пояснювальні відео, популярними стали нейтральні й приглушені кольори. Вони створюють відчуття елегантності, довіри та професійності, контрастуючи з яскравими палітрами попередніх десятиліть.

У майбутньому очікується, що колір в анімації стане ще більш адаптивним і персоналізованим. Він може змінюватися залежно від часу доби, емоційного стану користувача або культурного контексту. Зростає також роль нейромаркетингу, де колірна палітра підбирається на основі поведінкових даних, що дозволяє створювати більш точні й емоційно релевантні візуальні образи.

ЯКОВЕНКО Аліна

Студентка 4 курсу, ОПП «Мультимедійний дизайн»

Наукова керівниця: кандидат педагогічних наук,

*доцент **ІНОЗЕМЦЕВА Світлана***

Харків, Харківська Державна Академія Дизайну і мистецтв

ВІДЕОІГРИ ЯК НОСІЇ СУЧАСНИХ КУЛЬТУРНИХ СИМВОЛІВ

Сьогодні культура дедалі частіше розгортається у віртуальному просторі, де відбувається формування нових форм символів. Відеоігри займають в цьому процесі особливе місце, оскільки поєднують в собі художні та комунікативні засоби. Актуальність дослідження зумовлена

необхідністю вивчення відеоігор як одного з найвпливовіших явищ сучасної цифрової культури. Варто зазначити, що відеоігри вже давно перестали бути лише формою розваги, перетворившись на потужний інструмент самовираження та колективної творчості.

Мета нашого дослідження – проаналізувати вплив відеоігор на розвиток сучасної культури, візуальні, мовні й поведінкові аспекти суспільства, визначити особливості їхньої символіки.

Сьогодні ігри – це не лише технологічний продукт, а й форма мистецької творчості, у якій зароджуються нові сенси, архетипи та мовні одиниці. Важливо те, що відеоігри створюють унікальний простір для взаємодії, де гравець стає не споживачем, а співтворцем історії, а значення символів народжується через досвід дії.

Інтерактивна природа ігор відрізняє їх від інших форм мистецтва. У кіно або літературі глядач спостерігає за подіями, у той час як у відеоігрі він, безпосередньо, впливає на розвиток сюжету. Це породжує нову культуру, де все будується на діях, у якій сенс формується через вибір, емоційний досвід та реакцію. Наприклад, у грі “Detroit: Become Human”⁷² кожне рішення гравця змінює розвиток історії. Таким чином, користувач формує власну думку. Для одних гра уособлює символ свободи, для інших – людяність штучного інтелекту або моральну відповідальність за наслідки власних вчинків.

Варто наголосити, що символи з відеоігор виходять далеко за межі екрану. Вони впливають на мову, візуальне мистецтво, музику, моду та, навіть, соціальні практики. Ігровий дизайн створює нову естетику: систему кольорів, форм, архітектури та звукових мотивів, які поступово переходять у кінематограф, графічний дизайн, рекламу. У цьому сенсі відеоігри виконують ту саму функцію, яку колись виконувало кіно, вони формують символічну мову для суспільства.

Окрему увагу доцільно приділити впливу відеоігор на мовну культуру. Нові слова, вислови та жарти, народжені в ігровому середовищі, поступово переходять у нашу повсякденну лексику. Різні поняття, початком котрих були ігри, перетворилися у метафори в реальному житті. Вони стали частиною цифрового сленгу, який об’єднує людей зі всього світу. Таким чином, відеоігри виступають своєрідним мовним каталізатором глобалізації, створюючи спільний культурний код, зрозумілий мільйонам гравців у всьому світі.

Значну роль у поширенні ігрової культури відіграють мему, цитати та жарти, що виникають у геймерських спільнотах і, згодом, стають

⁷² https://store.steampowered.com/app/1222140/Detroit_Become_Human/

частиною масової комунікації. Наприклад, фраза “Finish him!” із гри “Mortal Kombat”⁷³ стала універсальним виразом перемоги у молодіжному сленгу. Це демонструє, що сучасна культура розвивається як мережа взаємодій, де символи постійно змінюються, набувають нових форм і контекстів.

Крім того, відеоігри створюють нову форму соціальної взаємодії – учасницьку культуру (participatory culture), у межах якої зникає чітка різниця між автором і споживачем. Гравці активно продовжують життя гри за її межами, створюють фанарти, відео, меми, фанфікшен. Таким чином, гра стає відправною точкою для колективної творчості, а культурний процес набуває відкритого та інтерактивного характеру.

Не менш важливим є візуальний аспект ігор, що безпосередньо впливає на самовираження молоді. Так, елементи комп’ютерних ігор такі як: костюми, танці, жести стали частиною сучасної молодіжної культури. Їх активно використовують у трендах TikTok, Instagram та інших соціальних мережах. Кастомізація персонажа в іграх перейшла в реальне життя: люди все частіше беруть елементи ігрових костюмів і перетворюють їх на інструмент вираження індивідуальності в своєму стилі одягу.

Загалом можна сказати, що відеоігри є однією з найважливіших складових сучасної культури. Вони формують нові символи, архетипи, мову і способи взаємодії між людьми. Символи, народжені у віртуальних світах, не є статичними, вони еволюціонують разом зі спільнотою, що їх створює. Культура відеоігор – це культура дії, співучасті й творчості, у якій кожен гравець є одночасно автором і спостерігачем.

На нашу думку, перспективним напрямом дослідження є аналіз використання символів у більш глобальному сенсі, оскільки саме через них можна простежити трансформацію сучасної культури, способів комунікації та самоідентифікації людини у цифрову добу. Такі дослідження мають допомогти глибше зрозуміти, як нові візуальні, мовні та поведінкові коди формують єдиний культурний простір ХХІ століття.

⁷³ https://store.steampowered.com/app/307780/Mortal_Kombat_X/

VOZNIUK Tetiana

*Kyiv, National University of Life and Environmental Sciences
of Ukraine*

USING VISUAL ANIMATION TO DEVELOP UNDERSTANDING OF CULTURAL IDIOMS AND REALITIES

Using visual animation to help learners understand cultural idioms and cultural realities has become a highly effective educational strategy. Idioms are tricky: they rarely make sense when translated word for word, and they often rely on background knowledge that comes from a specific culture. Because of this, simple explanations or dictionary definitions are rarely enough. Animation, however, can make the invisible visible. It shows how an idiom works by placing it within a clear, engaging visual context. Through characters, actions, and symbolic imagery, animation allows the meaning of an idiom to unfold naturally, helping learners grasp not only what the expression means but also how and why it is used by native speakers. For students of a second language, this is especially important, since idioms often remain one of the hardest aspects of real-life communication.

Another advantage of animation is its ability to depict the cultural environment in which idioms originally appeared. Many expressions come from history, traditions, or everyday practices that learners may not be familiar with. For example, an idiom rooted in agricultural life may be confusing for those who have never seen farming in action. A short-animated sequence, however, can reconstruct the setting—showing the work, emotions, and cultural background behind the expression. This makes idioms more accessible and easier to remember. The combination of visuals, sound, and movement engages in multiple senses, strengthening memory and comprehension. Research on multimedia learning shows that people understand and retain information better when verbal explanations are supported by well-designed visuals. Animation amplifies this effect by offering clear, memorable images that anchor the meaning of idioms in the learner’s mind.

Emotions also play a crucial role. Many idioms carry emotional tones – sarcasm, frustration, humor, excitement – that can be difficult to convey through words alone. Animation can exaggerate facial expressions, intonation, and gestures in ways that help learners sense the emotional “flavor” of an idiom. This emotional clarity makes it easier to understand how native speakers use certain expressions in everyday conversations. Animation can also highlight subtle cultural cues: body language, symbolic objects, typical clothing, or recognizable social settings. All these help learners understand not

just the linguistic meaning but the cultural personality behind the idiom. In this way, animation offers a holistic learning experience where language and culture reinforce each other.

Storytelling is another powerful feature of animation. Many idioms originally come from legends, real events, or humorous stories. When these origins are presented visually, learners not only remember the idiom better but also enjoy the learning process more. An animated story can condense complex cultural or historical material into a simple, engaging sequence that sticks in the memory. This encourages curiosity about the culture and fosters a deeper emotional connection to the language. Animation also allows teachers to replay or analyze scenes, helping students reflect on how context shapes meaning.

Interactive animation takes this even further. Digital learning platforms now offer animated activities where learners can choose actions, explore scenes, or match idioms with visual representations. This active involvement boosts motivation and encourages deeper thinking, since learners must connect what they see with what the idiom means. Interactivity also makes it possible to adapt animation to different learning styles: some students benefit from vivid metaphors, others from step-by-step explanations, and others from cultural background information. Animation's flexibility makes it a powerful tool for inclusive and engaging language education.

Ultimately, using visual animation to teach idioms helps learners develop a more global, culturally sensitive understanding of language. Idioms encapsulate shared values, collective memories, and cultural habits. By experiencing idioms through animated scenes, learners are exposed not just to words, but to the everyday realities and worldviews of the people who speak the language. Animation becomes a bridge between cultures, encouraging respect for diversity and helping learners approach language as a living cultural phenomenon rather than a set of rules. This makes idioms less of a barrier and more of an invitation to explore the deeper cultural layers of communication.

References

1. Mayer R. E. *Multimedia Learning*. Cambridge University Press. 2021. URL: <https://www.cambridge.org>.
2. Danan M. Captioning and Subtitling: Undervalued Language Teaching Tools. *Meta*. 2007. Vol. 52. No. 1. URL: <https://www.erudit.org>.
3. Paivio A. *Mental Representations: A Dual Coding Approach*. Oxford University Press. 1990. URL: <https://global.oup.com>.

Наукове видання

II Всеукраїнська науково-практична конференція кафедри мультимедійного дизайну Харківської державної академії дизайну і мистецтв «Мультимедійний дизайн і анімація: проблеми та розвиток»

23 квітня 2026 р.

Комп'ютерна верстка Опалев М.Л.

Підп. до друку 25.04.2024. Формат 148x210 1/16. Папір: друк. Друк: ризограф.

Ум. друк. арк. 16,2. Тираж 100 прим.

ХДАДМ, Харківська державна академія дизайну і мистецтв,

Україна, 61002, Харків-2, вул. Мистецтв, 8.

Надруковано у типографії ХДАДМ

61002, м. Харків, вул. Мистецтв, 8.