Міністерство освіти і науки України
Чорноморський національний університет імені Петра Могили
ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Південний науковий центр НАН та МОН
Інститут української археографії та джерелознавства
імені М. С. Грушевського НАН України
Первинна профспілкова організація ЧНУ ім. Петра Могили

**«МОГИЛЯНСЬКІ ЧИТАННЯ – 2026:
досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти»**

XXIX Всеукраїнська науково-практична конференція

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

ДИЗАЙН

Миколаїв, 9–13 листопада 2026 року

Миколаїв – 2026

УДК 378(06)ЧНУ
М 74

М 74 Могилянські читання – 2026 : досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні : глобальний, національний та регіональний аспекти. Дизайн : XXIX Всеукр. щоріч. наук.-практ. конф. 9–13 листоп. 2026 р., м. Миколаїв : тези / М-во освіти і науки України ; ЧНУ ім. Петра Могили. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2026. 44 с.

© ЧНУ ім. Петра Могили, 2026

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ: ДИЗАЙН

Ріта Кисілюк, Юрій Корнюков. ХУДОЖНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ АВТОРСЬКОГО АРТБУКУ КОНЦЕПТ-ІЛЮСТРАЦІЙ ДО КОМІКСУ В ЖАНРІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРИЛЕРА……...……...4

Юрій Корнюков. ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ПРОЦЕСІ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ…….....….9

Юрій Одробінський, Дарина Білецька. РЕІНТЕРПРЕТАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО КОДУ В СУЧАСНОМУ ДИДЖИТАЛ-АРТІ…….……13

Олена Тригуб, Катерина Балабан. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АЙДЕНТИКИ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО КАФЕ ЗАСОБАМИ ЕТНОДИЗАЙНУ…….……...19

Олена Тригуб, Марія Ігнатенко. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ КОНЦЕПЦІЇ ІНТЕРАКТИВНОЇ ДИТЯЧОЇ КНИЖКИ «СОНЯЧНІ МАНДРІВНИКИ»……..22

Олена Тригуб, Дар'я Лахманюк. ХУДОЖНЬО-ПРОЄКТНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ АРТБУКУ ДЛЯ ВІЗУАЛЬНОЇ НОВЕЛИ «A LEISURELY LIFE» В ЕСТЕТИЦІ COZY GAMES…….……...28

Олена Тригуб, Дар'я Сінченко. ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО ОБРАЗУ БРЕНДА КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ «МІАМ МІАМ» ЗАСОБАМИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ……...34

Олена Тригуб, Ангеліна Малакова. ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В СЕРВІСНУ МОДЕЛЬ ТАТУ-СТУДІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ……...……...39

СЕКЦІЯ: ДИЗАЙН

УДК 7.012:316.723(520)](043.2)

Ріта Кисілюк
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
ім. Петра Могили,
Юрій Корнюков
заслужений художник України
старший викладач кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
ім. Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

ХУДОЖНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ АВТОРСЬКОГО АРТБУКУ КОНЦЕПТ-ІЛЮСТРАЦІЙ ДО КОМІКСУ В ЖАНРІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРИЛЕРА

Еволюційна динаміка коміксу як синтетичної форми візуально-поетичного мистецтва демонструє його трансформацію від прагматичних журнальних газетних стрипів розважального характеру до складного багаторівневого медіуму, здатного транслювати комплексні екзистенційні, соціальні та психологічні інтенції. Формування ключових стильових і композиційних канонів під час становлення та розквіту класичних етапів розвитку візуально-літературного синтезу підготувало підґрунтя для виникнення графічного роману – цілісної художньо-структурної форми, в якій сюжетний виклад розкривається через нерозривний синергетичний зв'язок візуального ряду та текстового супроводу. На відміну від періодичних серійних випусків, графічний роман висуває підвищені вимоги до монументальності сюжетної драматургії, авторської концептуалізації та розрахований на глибоке сприйняття зрілою аудиторією.

Особливе місце у структурі передпроєктного аналізу та презентації концепції графічного роману посідає авторський артбук концепт-ілюстрацій [1]. Проєктування такого видання передбачає системну розробку візуальної мови, яка визначає атмосферотворення, пластику персонажів, середовищне оточення та колористичні рішення майбутнього випуску. У контексті жанру психологічного трилера артбук стає не лише збіркою ескізів, а й самостійним художнім

об’єктом, що фіксує етапи візуалізації внутрішніх конфліктів, перцептивних деформацій, напруги та психоемоційних станів персонажів через світлотіньові контрасти (к’яроскуро), експресивність лінії та символізм кольору [2].

Композиційно-просторова організація графічного роману вимагає чіткого опанування та свідомого деформування класичних архітектонічних елементів коміксу: фреймів (кадрів), гаттерів (міжкадрового простору) та сплеш-сторінок. Якщо традиційні канони пропонують перевірені часом сітки кадрування для забезпечення лінійності сприйняття, то в проєктуванні психологічного трилера гаттер перетворюється на інструмент маніпуляції часом і часопросторовим сприйняттям глядача. Через нелінійну компоновку, раптове руйнування меж кадрів та використання експресивних ракурсів створюється ефект психологічної дезорієнтації, що підкреслює ненадійність внутрішнього світу героїв і посилює драматизм візуальної сюжетної розповіді. Розглянемо деякі референси (рис. 1).



Рисунок 1. – Зразки сучасних мальописів: періодичні видання «The Nice House On The Lake», «The Department of Truth» та романний формат «Одна весна в Чорнобилі»

Аналіз світового досвіду провідних майстрів візуального мистецтва дозволяє виокремити квінтесенцію художньо-стилістичних прийомів, що формують мову сучасного коміксу. Зокрема, Альваро Мартінес Буено («The Nice House On The Lake») вибудовує образотворчу концепцію на строгій архітектоніці кадрування, лаконічному опрацюванні міжкадрового простору та виваженому спрощенні анатомічних форм на користь загальної пластичної виразності та

локального акцентування деталей [3]. Такий підхід забезпечує композиційну впорядкованість смуг, скеровуючи увагу читача на ключові емоційно-смислові вузли та внутрішню динаміку персонажів.

Натомість Мартін Сіммондс («The Department of Truth») звертається до експресивного, експериментального формотворення, де виразна лінія, елементи абстракції, живописна текстурність та сміливі колористичні зіставлення моделюють тривожний, психологічно деформований візуальний простір [4].

Іншу естетичну парадигму репрезентує Емманюель Лепаж («Одна весна в Чорнобилі»), чий художній метод спирається на академічну школу анатомічного рисунку та академічні закони побудови просторових перспектив; митець часто трансформує класичну дрібну сітку фреймів у масштабні двосторінкові розвороти та панорамні композиції, що посилює монументальність візуального сприйняття [5].

Системне опанування зазначених художніх трансформацій є принциповим під час розробки авторського артбуку концепт-ілюстрацій, присвяченого коміксу в жанрі психологічного трилера [2]. Специфіка цього жанрового напряму полягає в тривалому утриманні глядача в стані інтенсивної емоційно-інтелектуальної напруги та перцептивного очікування. Сюжетна драматургія тут покладається не на зовнішню фізичну експансію чи динаміку дії, а на внутрішні опозиції, ментальні дихотомії та раціонально-емоційне протистояння. Ключовим мотивом стає занурення у сферу психопатологічних станів, фобій, межових емоційних поривів і трансгресивного страху, де деструктивний імпульс часто криється в самому суб'єкті розповіді. У ситуаціях, коли протиборство розгортається між декількома персонажами, воно набуває форми завуальованих інтелектуальних ігор, маніпулятивних стратегій та психологічних містифікацій, покликаних дестабілізувати психічну рівновагу героя та глядача, що вимагає відповідної деформації традиційної візуальної мови та композиційного ладу видання.

Головна мета ілюстратора у цьому жанрі – не просто візуалізувати сюжет, а передати нестабільний психічний стан героїв і в потрібний момент викликати у читача відчуття тривоги, параної та дискомфорту. Цього результату художники досягають за допомогою колірного контрасту: через використання холодних, приглушених відтінків або, навпаки, різких поєднань кольорів з використанням жорсткої графіки. Важливу роль відіграє композиція кадрів і оформлення тексту. Тісно розташовані фрейми або, навпаки, занадто великі, пусті панорами підсвідомо викликають почуття тривоги та дискомфорту (рис. 2).



Рисунок 2**.** – Приклади художніх рішень

На основі проведеного аналізу для концепт-ілюстрацій до коміксу в жанрі психологічного трилера сформуємо такі концептуальні принципи дизайну 1) Контрастна графіка; 2) Кольорове оформлення монохром (відтінки конкретного кольору); 3) Лаконічне спрощення; 4) Контроль негативного простору ,для гармонійного розміщення текстових частин (діалогів) (рис. 3).



Рисунок 3. – Концепт-арт персонажів до коміксу в жанрі психологічного трилера

Висновки. Таким чином, розробка авторського артбуку концепт-ілюстрацій до коміксу в жанрі психологічного трилера постає як комплексний проєктно-художній процес, де кожен образотворчий, стилістичний та композиційний елемент підпорядкований єдиній концептуальній меті – глибинному зануренню глядача в деформовану

ментальну реальність історії. Узагальнення світового досвіду провідних авторів засвідчує, що візуальна мова видання функціонує як самостійний емоційно-смисловий пласт. Ментальний розпад, внутрішні конфлікти та межові психоемоційні стани персонажів знаходять своє пластичне втілення через використання жорсткої графічної лінії, експресивної світлотіні, а також виваженого колірного контрасту, де монохромні смуги цілеспрямовано розриваються спалахами локальних яскравих або акцентовано холодних відтінків.

Головним інструментом психологічного впливу та дезорієнтації читача стає свідома трансформація композиційно-просторової організації сторінки. Відхід від традиційних канонів кадрування на користь ритмічного чергування щільно розташованих фреймів із масштабними порожніми панорамами, використання заваленої лінії горизонту та деструкція міжкадрового простору позбавляють сцену звичного просторового контексту. Надалі систематизовані в артбуці концептуальні рішення, розробка графічної пластики персонажів та композиційне моделювання часопростору слугують фундаментальною основою для створення цілісного, художньо виваженого графічного роману, здатного ефективно транслювати складну сюжетну драматургію психологічного трилера.

Список використаних джерел

1. Артбуки та з чим їх можна сплутати. SKVOT. URL: https://skvot.io/uk/blog/artbooks-and-how-to-recognize-them (дата звернення: 10.10.2026).

2. Психологічні трилери в літературі – найкращі книги у жанрі психологічного трилера. Експеримент. URL: https://md-eksperiment.org/post/psihologichni-trileri-u-literaturi (дата звернення: 10.10.2026).

3. Álvaro Martínez Bueno. The Green Room – Comic Art. URL: https://thegreenroomcomicart.com/artists/alvaro-martinez-bueno/ (дата звернення: 10.10.2026).

4. Martin Simmonds. Image Comics. URL: https://imagecomics.com/creators/martin-simmonds (дата звернення: 10.10.2026).

5. Emmanuel Lepage. Wikipedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Emmanuel_Lepage (дата звернення: 10.10.2026).

УДК 7.012-057,875:005,336,2](043,2)

Юрій Корнюков
заслужений художник України
старший викладач кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
ім. Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

ФОРМУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В ПРОЦЕСІ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Методика фахової підготовки здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Дизайн» вимагає комплексного підходу, що поєднує розвиток креативного мислення, художньо-образного сприйняття та формування фундаментальних науково-методологічних й інженерно-технологічних знань.

Об'єктами проектної діяльності в галузі графічного дизайну є засоби візуальної комунікації, поліграфічна продукція, упаковка, WEB-інтерфейси, 3D-графіка, анімація, мультимедійні контенти тощо. Створення якісного дизайн-продукту регламентується вимогами сучасного високотехнологічного виробництва. Відповідно, проектування не може розглядатись у відриві від додрукарської підготовки (*pre-press*), технологій кольороділу (*CMYK, Pantone*), специфіки растрової та векторної графіки, а також підготовки цифрового контенту до інтеграції у крос-платформні середовища.

Впровадження технологічних інновацій у навчальний процес є джерелом інноваційних формотворчих і концептуальних рішень. Інтеграція новітніх технологій у графічний дизайн зумовила виникнення концепції «живих медіа» (Living Media), що оптимізує комунікацію між споживачем і брендом за рахунок варіативності, інтерактивності та динамізму.

До ключових напрямів технологічної трансформації графічного дизайну належать:

– *Модульні розширювані системи***:** проектування адаптивних веб-ресурсів та динамічної айдентики (гнучких візуальних ідентифікаторів).

– *Інтерактивні та мультимедійні технології:* використання анімованих повідомлень, вірусного маркетингу, AR/VR-елементів.

– *Smart-упаковка та цифрове маркування (Digital Label):* використання мікроконтролерів, LCD-дисплеїв та сенсорних панелей на товарах споживання для створення динамічного й персоніфікованого візуального образу продукту.

Метод технологічного аналізу у професійному мисленні дизайнера

Застосування методу технологічного аналізу під час викладання проектних дисциплін спрямоване на формування у студентів «мислення в матеріалі та технології виробництва».

Сучасна практика проектування нерідко демонструє стереотипізацію та баналізацію проектних рішень (безсистемне використання стандартних форматів і тріадного друку CMYK). Причиною цього є низький рівень технологічної грамотності та незнання сучасного асортименту матеріалів (дизайнерський папір, спеціальні фарби, плівки).

Грамотне застосування технологій дозволяє вирішувати завдання на декількох рівнях:

1. Художньо-естетичному та сенсорному: вплив на споживача через візуальний та тактильний канали сприйняття (сенсорна психологія матеріалу);

2. Маркетинговому та комунікативному: використання післядрукарських операцій (вибіркове УФ-лакування, конгревне та блінтове тиснення, ламінування, штанцювання, голографія) для підкреслення статусу та цінової категорії продукту;

3. Соціально-економічному: досягнення оптимуму між художньою виразністю та кошторисною вартістю виготовлення накладу.

Економічна доцільність та технологічна балансирність

Знання технологій та матеріалознавства не є самоціллю, а виступає інструментом реалізації концепції проекту. Занадто складні або неекономічні технологічні рішення можуть вступати в суперечність із маркетинговими завданнями.

– *Приклад комунікативного збою:* проектування вишуканої, дорогої упаковки для товарів масового попиту (*low-cost*) руйнує ідентифікацію об’єкта за принципом «свій – чужий», лякаючи цільову аудиторію високою ціною та не відповідаючи запитам преміум-сегмента;

– *Приклад деструкції образу:* застосування бюджетних матеріалів і конструкцій (наприклад, мобільних стендів низької якості) при формуванні візуального стилю фінансових та банківських установ повністю нівелює концепцію надійності та респектабельності.

Отже, метод технологічного аналізу має застосовуватися у тісному взаємозв'язку з методом композиційного аналізу та контекстним проектуванням, забезпечуючи технологічність та економічну оптимізацію проектного рішення.

Поетапне формування технологічних знань у закладах вищої освіти

Формування технологічної компетентності здобувачів вищої освіти доцільно здійснювати за етапами:

1. Початковий етап (пропедевтичний):

– *Основна мета:* освоєння базових законів композиції, кольорознавства та макетування.

– *Методична вимога:* пріоритет надається ручному ескізуванню та макетуванню з традиційних матеріалів.

– *Обґрунтування:* передчасне та надмірне захоплення комп'ютерною графікою викривляє масштабно-просторове сприйняття. Монітор створює штучне середовище (ізольоване біле поле, безмежні можливості масштабування), що заважає студентові об'єктивно оцінити реальні пропорції, контрастність, розмір шрифтових гарнітур та поведінку упаковки/плаката у реальному візуально перенасиченому середовищі (наприклад, на торговельній полиці).

2. Основний етап (проміжний):

– *Основна мета:* впровадження методу технологічного аналізу, вивчення властивостей матеріалів та технологій їх обробки.

– *Завдання:* стимулювання самостійної пізнавальної активності студентів в умовах швидкого старіння технологічних даних; формування вміння обирати оптимальну технологічну схему (наприклад, заміна стандарту CMYK на один колір Pantone, спрощення конструкції розгортки для соціальних товарів).

3. Підсумковий етап (професійно-прикладний):

– *Основна мета:* досягнення синергії між художньо-образним задумом, ергономічними вимогами, маркетинговою концепцією та додрукарською/виробничою підготовкою.

– *Застосування САПР та графічних пакетів:* обов'язкове використання комп'ютерного проектування для створення точних розгортань упаковки (врахування товщини матеріалу, лінії біговки, фальцювання, клейових клапанів з точністю до часток міліметра), 3D-візуалізації, розробки переддрукарських векторних макетів.

Висновки:

1. Сучасний фахівець із графічного дизайну поєднує функції генератора ідей, художнього редактора, верстальника й фахівця з

додрукарської підготовки (*pre-press*). Це вимагає від вищої школи високого рівня технологічної підготовки студентів.

2. Головне завдання педагога полягає у дотриманні балансу між академічним малюнком/композицією, інноваційними комп'ютерними технологіями та практичним матеріалознавством.

3. Систематичне застосування методу технологічного аналізу на всіх етапах дизайн-проектування сприяє розширенню варіативності мислення майбутніх дизайнерів, формує їхню професійну зрілість і забезпечує високу конкурентоспроможність випускників на ринку праці.

Список використаних джерел

1. Ковальчук О. В. Концептуальне мислення в дизайні: між естетикою та функціональністю. *Вісник КНУКіМ.* 2021. № 2.

2. Чепурна С. М., Третяк Ю. В. Дизайн упаковки: від концепції до виготовлення. Харків : ХДАДМ, 2021.

3. Лебедєва Н. Ю. Основи візуальної комунікації. Київ : Артбук, 2019.

4. Яремчук О. В. Графічний дизайн та комп'ютерні технології у фаховій підготовці бакалаврів дизайну. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. Серія: Педагогіка.* 2019. № 2. С. 85–92.

5. Lumen Learning / BCcampus. Graphic Design and Print Production Fundamentals. Victoria, BC : BCcampus Open Education, 2021.

6. Шевченко В. Е. Характеристики та елементи художньо-технічного оформлення видань. Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2017.

УДК 7:004](043.2)

Юрій Одробінський
заслужений діяч мистецтв України
кандидат мистецтвознавства, доцент,
завідувач кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна
Дарина Білецька
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Чорноморський національний університет
університету ім. Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

РЕІНТЕРПРЕТАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО КОДУ В СУЧАСНОМУ ДИДЖИТАЛ-АРТІ

Сучасний український візуальний дискурс перебуває у стані фундаментальної парадигмальної трансформації, де цифрове мистецтво (диджитал-арт), постає не просто новим технічним медіа, а потужним каталізатором сучасних естетичних та семантичних практик, де відбувається витончений синтез архівних культурологічних кодів, традиційних етнічних мотивів та екзистенційного досвіду сьогодення.

У мистецтвознавчому контексті диджитал-арт виходить за межі суто прикладної комп'ютерної графіки, перетворюючись на мультидисциплінарний простір творчої рефлексії [1]. Цифрова мова надає авторові новий пластичний інструментарій, у якому віртуальне середовище акумулює багатовіковий досвід класичного живопису та графіки. Шляхом синергії академічних прийомів формотворення з інноваційними алгоритмами створюється особливий естетичний синкретизм: піксель, вектор та тривимірна модель стають повноцінними елементами художньої виразності, здатними передавати складні психологічні та філософські підтексти.

Творча ґенеза цифрового художнього твору підпорядковується чіткій методологічній послідовності – від первинної концептуалізації до остаточної візуальної фіксації. Практичний алгоритм митця охоплює фазу попереднього пошукового ескізування, архітектонічну побудову композиційної сітки, ієрархічне структурування візуальних елементів, а також розробку колористичної гами та інтеграцію типографіки, що разом формують цілісну семантично-естетичну структуру твору [2].

Сучасна візуальна культура пропонує розгалужену методологію формотворення, у якій особливе місце посідає гібридний підхід – диджиталізація аналогової образотворчості, де шляхом високоточної репродукційної фотофіксації та сканування, рукотворне зображення інтегрується у векторне або растрове середовище графічного редактора. Це дозволяє не лише зберегти мікрорельєф імпасто, аутентичну фактуру основи та оптичні властивості барвистого шару, а й відкриває широкі можливості для подальшої постобробки, додаючи цифрового шуму, колажування та світлокорекційних ефектів, що трансформує первинний твір у новий медійний контекст [3].

Паралельно з гібридними практиками розвивається напрям «digital-native» – створення візуального образу безпосередньо у віртуальному просторі [4]. Специфіка комп'ютерного середовища полягає у відмові від фізичної незворотності матеріалу на користь нелінійного, мультишарового варіювання формально-пластичних елементів. Митець отримує абсолютну свободу в маніпулюванні пропорціями, геометричними трансформаціями та колірними спектрами. Моделювання традиційних засобів виразності – олійного мазка, акварельної лесування, гуашевого пастозного шару чи вугільного штриха – здійснюється за допомогою математичних алгоритмів симуляції цифрових пензлів, що відтворюють фізику та естетику традиційних медіа без використання фізичних матеріалів.

Технологічним фундаментом цього процесу виступає еволюція апаратних інтерфейсів, де функціональну роль традиційного полотна чи паперу перебирають на себе інтерактивні графічні дисплеї та мобільні планшетні системи. Ці пристрої забезпечують безпосередній сенсорно-тактильний контакт художника з віртуальною площиною.

Залежно від концептуальної спрямованості та конкретних пластично-композиційних завдань, диджитал-мистецтво застосовує чітку диференціацію інструментарію на растрове та векторне програмне забезпечення. Растрові графічні середовища (зокрема Adobe Photoshop, Krita, Procreate, Clip Studio Paint) є оптимальними для первинного фор-ескізування, нюансованої світлотіньової та колористичної моделяції, а також опрацювання складних фактурно-текстурних характеристик образотворчої поверхні. Натомість векторні софтверні системи (Adobe Illustrator, CorelDRAW тощо) застосовуються для побудови геометрично точних, безкінечно масштабованих контурних конструкцій, створення векторних ілюстративних інваріантів та роботи з акцидентною типографікою, де особливе значення має лінійна графічність.

Сучасний еволюційний крок цифрового мистецтва пов’язаний із залученням генеративно-алгоритмічного інструментарію та нейромережевого синтезу зображень. У цій системі штучний інтелект функціонує не як заміна авторської ідентичності, а як високотехнологічний каталізатор ідеєтворення та фор-ескізування. Подальша авторська постобробка, критичний відбір, векторна корекція та живописно-графічна систематизація генерувальних масивів повертають твору концептуальну засадничість, зберігаючи за художником вирішальну роль у конструюванні остаточного семантичного значення.

Ці технічні та художні особливості можна побачити на прикладі деяких творів здобувачки кафедри дизайну Чорноморського національного університету імені Петра Могили Дарини Білецької, що експонувались вперше на мистецькій арт-виставці «VisualiUM-26» в галереї мистецтв цього університету [5]. Роботи: «Поле споминів» (2025), «Вогонь запеклих не пече» (2026), «Диво-квіти життя» і «Диво-звір» (2026) були виконані виключно цифровій техніці, де через контрасти, плакатні рішення та неоміфологічні мотиви осмислюються сучасні реалії і пам’ять поколінь. Натомість такі твори, як «Етно-коник» (2024), «Східний мотив» (2026), «Натюрморт у теплих тонах» (2026) та «Лілія» (2026), створені нею з використанням гібридного принципу, де фактурні живописні й графічні шари гармонійно поєднуються з цифровим середовищем (рис 1.).



Рисунок 1. – Твори диджитал-арт Дарини Білецької.

Слід відзначити, що генеза цифрового художнього твору являє собою складний континуум, який охоплює систему взаємопов'язаних технологічних та емоційно-рефлексивних етапів – починаючи з первинного фор-ескізування в паперовому чи цифровому середовищі. Початкова фаза передбачає виявлення архітектонічної основи композиції, визначення магістральних пластичних ліній і форм, а також гармонізацію балансу та динаміки майбутнього плаката чи ілюстративного об'єкта. На відміну від традиційного станкового полотна, організація візуального образу у віртуальному просторі має багатошарову структуру, де персонажний ряд, типографіка, текстуроване тло та декоративні елементи розміщуються на автономних рівневих площинах. Така просторова диференціація надає митцю змогу здійснювати прецизійний аналітичний контроль над найдрібнішими нюансами світлотіньової моделяції, анатомічної точності та пропорційних співвідношень. На завершальній стадії виконання твору застосовується комплекс пост-цифрових ефектів – алгоритмічна зернистість, імітація шовкографії, процедурний шум та складні режими змішування, що долає технологічну стерильність середовища й підкреслює естетичну органічність сучасної цифрової графіки.

Особливо важливо те, що цифровий інструментарій не знецінює семантичну глибину твору, а акцентує її за рахунок графічно-виражальних засобів. У роботах «Вогонь запеклих не пече» та «Поле споминів» рефлексія воєнної дійсності постає не просто художньою фіксацією подій, а етико-естетичним маніфестом опору, меморіалізацією героїзму та трансляцією психоемоційного стану покоління, що виборює збереження власних культурних кодів.

Показовою інтерпретацією національної спадщини є твір за мотивами Марії Примаченко «Дивозвір», де міфологічний образ синтезовано з архітектонічною акцидентною типографікою. Алгоритмічна імітація шовкографії та процедурна зернистість надають зображенню тактильної глибини, а драматичний контраст синього, помаранчевого й білого спектрів концептуально переосмислює палітру народного малярства у вимірі актуального цифрового дизайну.

У контексті актуальних культурологічних трансформацій цифровий етнофутуризм постає дієвим інструментом деколонізації українського візуального простору [6]. Реінтерпретація фольклорних архетипів та неоміфологічних образів засобами графічних редакторів долає музейну статику народно-ужиткового мистецтва, перетворюючи його на динамічний, актуальний медіапродукт. Інтеграція традиційного орнаментально-символічного комплексу в цифровий дискурс не просто

зберігає етнічну ідентичність, а й стверджує її суб'єктність у світовому глобалізованому просторі, де національний код набуває сучасного естетичного звучання.

Отже, зазначений технологічний процес розширює евристичний та формотворчий потенціал митця, деконструюючи фізичні обмеження класичних образотворчих матеріалів. Усунення матеріальної детермінації відкриває абсолютну свободу пластичних експериментів із мультишаровою просторовою глибиною, зернистістю та інтеграцією складних типографічних рішень. Завдяки інструментарію постцифрової обробки автор здобуває можливість конструювати складноструктуровані колажні системи, загострювати світлотіньові контрасти чи, навпаки, досягати стилістичного ефекту старовинної естампної гравюри.

У підсумку, цифрове мистецтво остаточно долає рамки суто утилітарного чи комерційного дизайну, емансипуючись у самостійну, інституційно незалежну форму образотворчості. Синергія традиційного художнього досвіду з інноваційними технологіями продукує багатовимірні мистецькі проєкти, де віртуальний простір слугує неосяжним майданчиком для конструювання новітніх семантичних значень. При цьому диджитал-арт зберігає нерозривний зв'язок з національним культурологічним кодом та фундаментальними здобутками класичної художньої традиції.

Список використаних джерел

1. Білецька Н. Цифрове мистецтво як засіб формування сучасної культури. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Філософія.* 2020. № 27. С. 36–43.

2. Капустін П. Р. Цифрове мистецтво та його вплив на традиційне мистецтво початку XXI століття. *Український мистецтвознавчий дискурс.* 2024. № 2. С. 61–65. https://doi.org/10.32782/uad.2024.2.7

3. Paul C. Digital Art. 4th ed. London : Thames & Hudson, 2023. 360 p.

4. Supporting New Digital Natives / ed. M. Jayman, M. Ohl, L. Jewett. Bristol : Bristol University Press, 2021. 242 p.

5. Творчість, що об'єднує покоління: у ЧНУ імені Петра Могили відкрилася унікальна виставка кафедри дизайну «VisualiUM-26». URL: https://www.facebook.com/share/p/1CKynWCU6R/ (дата звернення: 10.10.2026).

6. Ґолдберґ Р. Перформанс: від футуризму до сьогодення / пер. О. Чайка. Київ : ArtHuss, 2026. 384 с.

УДК 76.012:39]:747](=512.19)(043.2)

Олена Тригуб
PhD з професійної освіти, доцент (б.в.з.) кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна
Катерина Балабан
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності «Дизайн»
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АЙДЕНТИКИ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО КАФЕ ЗАСОБАМИ ЕТНОДИЗАЙНУ

Сучасний графічний дизайн в Україні звертається до переосмислення національної спадщини та історії корінних народів. Із зростанням інтересу до кримськотатарської культури в Україні особливого значення набувають заклади, що репрезентують її спадщину [1]. Сфера ресторанного бізнесу та громадського харчування відіграє важливу роль у формуванні культурних осередків, що транслюють традиції, історію та естетику народу. У цьому контексті розроблення цілісної айдентики закладу засобами етнодизайну є актуальним науково-практичним завданням.

Головна проблема під час створення брендингу для закладів з етнічною тематикою полягає в тому, що складно знайти баланс між сучасними тенденціями та автентичністю. Пряме копіювання народних елементів та використання застарілих стереотипів призводять до візуального перенасичення й втрати конкурентоспроможності на сучасному ринку. З іншого боку, надмірний мінімалізм ризикує нівелювати культурний код бренда.

Кримськотатарська культура та дизайн містять у собі унікальну етнічну систему. В основі кримськотатарського декоративно-прикладного мистецтва (зокрема вишивки орьнек, кераміки та чеканки) закладено глибокий символізм. Символіка орнаменту Орьнек (внесеного до Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства ЮНЕСКО) базується на поєднанні рослинних і геометричних елементів, де кожен мотив має власне змістове наповнення [2]:

– Троянда (Гюль) – жіноче начало, краса та витонченість;

– Тюльпан (Ляле) – чоловіче начало, мужність, захист і стійкість;

– Мигдаль (Бадем) – молодість, оновлення та розвиток;

– Дерево життя (Омюр агачи) – зв'язок поколінь, родина, родовід і безперервність буття.

Окрему роль у кримськотатарській культурі відіграє кава. Це цілісний комплекс звичаїв варіння та споживання напою, що сформувався в традиційній кухні кримських татар [3]. Кавові зерна потрапили до Криму з Османської імперії ще у XVI столітті. Відтоді кава стала важливою складовою повсякденного життя народу: її подавали гостям, упродовж обговорення важливих справ та укладання угод, щодня в родинному колі й під час свят. Протягом століть виникли власні самобутні ритуали, пов'язані з кавуванням (каве). Приготування напою виступає не лише гастрономічним процесом, а й ключовим обрядом гостинності, соціалізації та культурної самоідентифікації. Для сучасних закладів ресторанного бізнесу втілення цієї традиції може стати візитною карткою та дієвим способом виділитися серед конкурентів.

Кавоварка джезве має виразні формально-естетичні характеристики, які піддаються графічній інтерпретації в дизайні:

– Пластика форми. Характерне звуження горлечка джезве та вигнута лінія ручки утворюють впізнаваний силует, який слугує виразною основою для створення мінімалістичних логотипів, піктограм та фірмових знаків.

– Матеріальність та текстура. Традиційно джезве виготовляється із чеканеної або кованої міді. Текстура карбування, патина та теплий металевий блиск міді надихають на використання у фірмовому стилі оздоблювальних матеріалів (мідне тиснення на меню, латунні елементи в інтер'єрі, матеріальні текстури на упаковці).

– Естетика кавової піни (каймак). Процес повільного приготування кави на піску та підняття щільної піни в горлечку джезве створює унікальний візуальний образ, що символізує затишок, тепло та збереження аромату.

З погляду графічного дизайну та просторового брендингу, кава та джезве інтегруються в айдентику закладу на кількох рівнях:

– Вербальна та графічна символіка. Форма джезве та традиційної чашки без ручки (фільджан) стилізуються у векторній графіці, поєднуючись із елементами кримськотатарського орнаменту орьнек.

– Фірмовий посуд та подача. Використання автентичного мідного джезве для приготування кави безпосередньо перед гостем перетворює

сервіс на інтерактивний перформанс (сторителінг), що підсилює емоційний зв'язок із брендом.

– Колористичне рішення. Глибокі кавові, коричневі та шоколадні відтінки в палітрі айдентики гармонійно поєднуються із традиційними для кримськотатарського мистецтва бірюзовими та мідно-золотими акцентами.

Таким чином, джезве та кавова традиція у контексті етнодизайну постають не просто елементом меню, а семантичним ядром бренда, що транслює автентичність, повагу до традицій та високу якість гостьового досвіду (рис. 1).



Рисунок 1. – Логотип кримськотатарського кафе «Marmara». Авторський проєкт айдентики

Айдентика кримськотатарського кафе повинна працювати як цілісна візуальна система. Вона охоплює не лише логотип та фірмовий стиль, а й простір закладу (інтер'єрний дизайн, брендування одягу персоналу, оформлення посуду, текстури меню та рекламних матеріалів). Важливим елементом виступає екологічність та матеріальність – використання натуральних текстур (глина, дерево, льон, мідь) у поєднанні з сучасним поліграфічним оздобленням (тиснення, шовкотрафарет, конгрев).

Отже, впровадження засобів етнічного дизайну у формування айдентики кримськотатарського кафе дозволяє створити конкурентоспроможний бренд, який відрізнятиметься на ринку завдяки унікальному підходу. Теоретичне дослідження доводить, що запорукою успішної айдентики є не буквальне відтворення етнічних атрибутів, а їхнє сучасне стилістичне переосмислення, адаптація до вимог цифрового середовища та гармонійне поєднання традиції з функціональністю. Створена візуальна система сприйматиметься носіями культури як шаноблива й автентична, а ширшим колом відвідувачів – як сучасна, естетична та зрозуміла.

Список використаних джерел

1. Денисенко Т. Коли скучили. Ресторани автентичної кримськотатарської кухні в Україні – та найкращі рецепти для домашнього приготування. NV Food. 2026. URL: https://nv.ua/ukr/food/eat/krimskotatarska-kuhnya-v-ukrajini-populyarni-zakladi-i-spilni-recepti-50590906.html (дата звернення: 18.10.2026).
2. Автентична Україна. URL: https://authenticukraine.com.ua (дата звернення: 18.10.2026).
3. Кримськотатарська кавова культура. *Вікіпедія*. 2025. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кримськотатарська_кавова_культура (дата звернення: 18.10.2026).

УДК 766:002-053.2](043.2)

Олена Тригуб
PhD з професійної освіти, доцент (б.в.з.) кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна
Марія Ігнатенко
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності «Дизайн»
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ДИЗАЙНУ КОНЦЕПЦІЇ ІНТЕРАКТИВНОЇ ДИТЯЧОЇ КНИЖКИ «СОНЯЧНІ МАНДРІВНИКИ»

У сучасному медіапросторі дитяча книжка перестає бути лише носієм текстової інформації, перетворюючись на джерело інтерактивого простору для гри, навчання та емоційного розвитку. Особливого значення набуває розробка книжкових концепцій, які поєднують у собі естетичну привабливість, ергономічність та елементи залучення, забезпечуючи первинний контакт дитини з візуальним мистецтвом.

Метою нашої науково-практичної розвідки є обґрунтування та художньо-технічне проєктування дизайну концепції інтерактивної дитячої книжки «Сонячні мандрівники», спрямованої на стимулювання

пізнавальної активності та сприйняття матеріалу через ігрові механіки.

Сучасна дитяча книжка являє собою багатокомпонентний візуальний та інтерактивний об'єкт, естетика якого формується на перетині ілюстрації, конструктивних рішень та педагогічної функції. За результатами дослідження можна виокремити основні тенденції формотворення та графічного оформлення сучасного видання для дітей, орієнтованого на гармонійний емоційний та пізнавальний розвиток. У межах роботи було проаналізовано асортимент як сучасних українських книгарень («Книгарня «Є», «Видавництво Старого Лева», «Yakaboo», «KSD»), так і закордонних торговельних майданчиків. Аналіз показав, що візуальна мова дитячої ілюстрації має бути насамперед зрозумілою та доступною для сприйняття. Вона не обов'язково мусить прагнути до строгого мінімалізму, проте повинна володіти чіткістю форм і плановості, аби дитина могла безперешкодно зчитувати емоції персонажів, ідентифікувати об'єкти та відстежувати причинно-наслідкові зв'язки між подіями.

Концептуальною основою практичної частини дослідження стала ідея інтерактивної дитячої книжки «Сонячні мандрівники». Проєкт зорієнтований на дитячу аудиторію віком від 0 до 8 років, охоплюючи період від раннього дошкільного віку до перших років навчання у школі. Головна мета книжки полягає у допомозі дитині щодо налагодження комунікації, засвоєння основ дружби, емпатії та соціалізації через залучення до інтерактивної взаємодії. Поряд із цим пізнавальний блок видання знайомить читача зі зміною пір року, погодними умовами та іншими природними явищами. Візуальний стиль передбачає поєднання сучасної графічної лаконічності з атмосферою теплого затишку, що є емоційно близьким сучасному поколінню дітей. Окрім того, книжка проєктується як зачин для потенційної серії творів, об'єднаних ідеєю людських стосунків та вивчення світу.

Для обґрунтування власних проєктних рішень розгляньмо стильові та конструктивні особливості аналогічних видань схожого формату.

Інтерактивна серія книжок із рухомими елементами «Дізнайся, грай, крути, штовхай!» (видавництво «Ранок») створена для малюків від 1-2 років і спрямована на розвиток дрібної моторики та первинного пізнання довкілля. Цупкі картонні сторінки із закругленими кутиками містять спеціальні рухомі заслінки, коліщатка та висувні елементи, які дитина може самостійно штовхати й крутити під час читання (рис. 1). Книжки серії знайомлять дитину з темами тваринного світу, транспорту та природних явищ, перетворюючи читання на захопливу гру та стимулюючи мовленнєвий і сенсорний розвиток [1].



Рисунок 1. – Серія «Дізнайся, грай, крути, штовхай!» видавництва «Ранок»

Серія «Cook in a Book» (рис. 2) від американського видавництва «Phaidon Press» демонструє високий рівень інтеграції ігрового матеріалу у цупкі картонної сторінки. На відміну від класичних книжок, ця серія дозволяє дитині фізично долучитися до процесу «приготування» їжі за допомогою висувних елементів, коліщаток, що обертаються, та рухомих клапанів. Видання розраховане на дітей дошкільного віку та створює ефект безпосередньої залученості, де читач стає активним учасником сюжету. Книжка комунікує з дитиною мовою дії та алгоритмів: вона пояснює послідовність процесів, розвиває дрібну моторику, просторове мислення та дає базові уявлення про побутові завдання через безпечну гру [2].

Видання «Leaves: An Autumn Pop-Up Book» від американського видавництва «Jumping Jack Press» є зразком вишуканої об'ємно-просторової пластики у форматі pop-up (рис. 3). Книжка присвячена тематиці осінніх змін у природі й орієнтована на естетичне та сенсорне сприйняття світу. Графічні рішення тут будуються на гармонійній природній палітрі із переважанням теплих вохристих, багряних та глибоких зелених відтінків. Інженерія паперу дозволяє об'ємним

елементам крони дерев та падаючого листя оживати при розгортанні кожної сторінки, що створює відчуття занурення в атмосферу сезону. Книжка навчає дитину спостережливості, естетичному переживанню природних процесів та розумінню часових циклів довкілля [3].

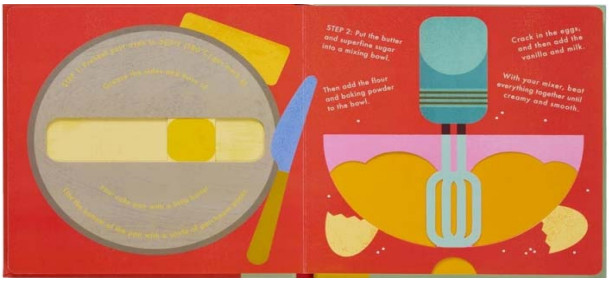


Рисунок 2. – Серія «Cook in a Book» Phaidon Press



Рисунок 3. – «Leaves: An Autumn Pop-Up Book»

М’яка текстильна книжка-гра типу «quiet book» (або «книжка з липучками») від відомого французького бренда Moulin Roty (рис. 4) пропонує принципово інший, тактильно-сенсорний підхід до дитячого читання. Створене з безпечних тканинних матеріалів різної фактури, це видання орієнтоване на наймолодшу аудиторію та опрацьовує сюжетні лінії через переміщення м’яких персонажів-іграшок на липучках, фіксацію елементів у кишеньках та використання застібок. Продукція бренда вирізняється характерним європейським ретро-стилем, ніжними пастельними тонами та виразною душевністю графіки. Така книжка комунікує з дитиною через доторк, вчить орієнтуватися у просторі сторінки, формує первинні навички самообслуговування та сприяє емоційному заспокоєнню під час гри [4].



Рисунок 4. – Тканинна книжка «Au dodo!» від Moulin Roty

Далі індонезійська дитяча інтерактивна об’ємна книжка «Nepenthes Bersama Puspa», що входить до науково-популярної серії «Buku Pop-up Serial Ekspedisi Tanaman Langka Indonesia» («Експедиція рідкісними рослинами Індонезії») авторки Вурі Відяні Хапсарі. Книжка демонструє вдалий приклад поєднання складного об’ємно-просторового конструювання (pop-up) з природознавчою просвітою. Видання присвячене рідкісній флорі регіону, зокрема хижій рослині, та розраховане на дітей дошкільного й молодшого шкільного віку. Стилістика ілюстрацій будується на поєднанні виразних, деталізованих ботанічних форм із дружнім дизайном персонажів-дослідників, що робить складний науковий матеріал візуально зрозумілим і привабливим для дитини. Об’ємні рухомі елементи книжки імітують розкриття бутонів, будову рослин та механіку їхньої взаємодії з довкіллям. Книжка комунікує з читачем через гру-дослідження: вона вчить дитину спостережливості, розвиває допитливість, знайомить із поняттям екосистеми та формує дбайливе ставлення до природи й навколишнього світу.



Рисунок 5. – «Nepenthes Bersama Puspa» серії «Buku Pop-up Serial Ekspedisi Tanaman Langka Indonesia»

Аналіз сучасного книжкового ринку та профільних закордонних видань підтверджує, що ефективна дитяча книжка повинна поєднувати чітку візуальну структуру, тактильний інтерактив та емоційно зрозумілу мову ілюстрації. Наведені приклади демонструють різноманіття механік – від картонної інженерії та складних pop-up конструкцій до текстильних сенсорних елементів.

Виявлені прийоми перетворення тексту на гру та практичний інструмент соціалізації слугують підґрунтям для подальшого розроблення авторського проєкту «Сонячні мандрівники», спрямованого на навчання дітей комунікації, емпатії та розумінню навколишнього світу.

Список використаних джерел

1. Серія «Дізнайся, грай, крути, штовхай!»: книжки з рухомими елементами. Ранок. Babyplus. URL: https://babyplus.ua/ua/product/264865 (дата звернення: 18.10.2026).

2. Meet the Phaidon Kids Illustrator – Lotta Nieminen. Phaidon. URL: https://www.phaidon.com/en-int/blogs/stories/meet-the-phaidon-kids-illustrator-lotta-nieminen (дата звернення: 18.10.2026).

3. Lawler J. Leaves: An Autumn Pop-Up Book. Mason, Ohio: Jumping Jack Press, 2017. 14 p. British Book. URL: https://www.britishbook.ua/detail/leaves-an-autumn-pop-up-book/ (дата звернення: 18.10.2026).
4. Moulin Roty. Livre en tissu «Au dodo!». Les Jouets de Lou. URL: https://www.lesjouetsdelou.com/Livre-en-tissuAu-dodoMoulin-Roty-4238-p (дата звернення: 18.10.2026).
5. Interactive Book of Indonesian Rare Plants. 2009. Behance. URL: https://www.behance.net/gallery/839765/INTERACTIVE-BOOK-OF-INDONESIAN-RARE-PLANTS (дата звернення: 18.10.2026).

УДК 766:002](043.2)

Олена Тригуб
PhD з професійної освіти, доцент (б.в.з.) кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна
Дар'я Лахманюк
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності «Дизайн»
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

ХУДОЖНЬО-ПРОЄКТНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБЛЕННЯ АРТБУКУ ДЛЯ ВІЗУАЛЬНОЇ НОВЕЛИ «A LEISURELY LIFE» В ЕСТЕТИЦІ COZY GAMES

Артбук (графічний альбом) – це друковане або цифрове видання, що містить колекцію ілюстративних матеріалів, згрупованих за спільною тематикою. Такий альбом може бути присвячений творчості окремого художника, конкретному напряму мистецтва або ж оформленню проєктів у сфері кінематографа, аніме та індустрії відеоігор [1]. Для жанру візуальних новел артбук виконує не лише презентаційну чи архівну роль, а й слугує розширенням історії, дозволяючи зануритися у глибші деталі світу, які могли лишитися поза межами основного ігрового кадру.

Останніми роками у світовому геймдизайні спостерігається стрімке зростання інтересу до так званих «затишних ігор» (Cozy Games) [2] та

напряму Slice of Life (повсякденність), де фокус зміщується з конфлікту чи динамічного геймплею на естетику спокою, неспішність, психологічний комфорт та емоційну рефлексію (Iyashikei – «зцілювальна» атмосфера) [3].

Метою роботи є визначення художньо-проєктних особливостей розроблення артбуку для візуальної новели «A Leisurely Life», спрямованих на втілення естетики Cozy Games та відтворення атмосфери спокою, чайної культури й відчуття «дому».

Жанр візуальної новели (англ. visual novel) є інтерактивним видом електронної літератури. Здебільшого вони комбінують текст, статичну та анімаційну графіку з елементами інтерактивності різної складності [4]. У поєднанні з напрямом Cozy Games (затишні ігри) та естетикою Slice of Life (повсякденність чи Іяшікей) відсутність зовнішнього конфлікту чи часового тиску переносить увагу гравця на візуальну мову середовища, затишок локацій та предметний світ. Це обумовлює основні вимоги до проєктування атрбуку, що має транслювати медитативний ритм і відчуття психологічного комфорту.

Аналізуючи візуальну та видову специфіку артбуків для інді-ігор, доцільно виокремити два ключові вектори подачі матеріалу: формат візуального архіву та колажна естетика видання.

Перший підхід – «інформаційно-архівний» (Visual Archive / Production Book), який яскраво демонструє артбуки та концептбуки до затишних ігор «Coffee Talk» (рис. 1) та «Good Pizza, Great Pizza» (рис. 2). Акцент у цих проєктах зміщується на функціональний аналіз розробки, що передбачає подання персонажів у повний зріст із демонстрацією пропорцій на емоцій, попередні версії персонажів та варіативність костюмів, демонстрації предметного світу (інгредієнти, посуд, написи, десерти, меню), деталізація задніх планів.



Рисунок 1. – Елемент концептбуку «Coffee Talk»



Рисунок 2. – Елемент концептбуку «Good Pizza, Great Pizza»

Другий підхід – «емоційно-щоденниковий» (Scrapbook Style): це підхід, за якого візуальна стилістика видання ґрунтується на естетиці авторського записника, у якому графічні матеріали набувають особистого характеру завдяки невимушеній композиції, поєднанню різних фактур, колажних прийомів, рукописних елементів, й вільній композиції. Такий підхід відходить від звичного подання художніх матеріалів, як прикладного архіву, натомість пропонуючи цілісне візуальне висловлювання, що передає атмосферу, характер внутрішнього світу історії. Яскравим прикладом такого напряму є серія артбуків франшизи «Life is Strange» [5] (зокрема «Welcome to Blackwell Academy») (рис. 3). Його специфіка полягає в імітації особистого альбому спогадів, де концепт-арт подається через полароїдні знімки, рукописні нотатки, текстури гербарію, замальовки на полях та газетні вирізки. Цей підхід створює ефект присутності та занурює в атмосферу містечка, однак часто поступається детальною демонстрацією виробничої графіки.



Рисунок 3. – Приклад розвороту з артбуку серії «Life is Strange»

Оскільки авторська візуальна новела «A Leisurely Life» за своєю фабулою розгортається навколо переїзду головного героя до містечка Мірел Хілл та роботи у чайному кафе тітки героя, варто детально розглянути естетику цього середовища та розробку персонажів. Для формування візуальної концепції локацій та атмосферного тла розроблено серію комплексних мудбордів.

Аналіз візуальних джерел свідчить, що кращим рішенням для архітектурного простору містечка Мірел Хілл буде м'яка осінньо-тепла палітра (теракотові, вохристі, приглушені зелені та цегляні відтінки), камерна малоповерхова забудова та розсіяність природного освітлення. Зазначені рішення дозволяють візуально підкреслити ізольованість від міської метушні та відчуття психологічної безпеки (рис. 4).

Камерний простір чайного кафе (рис. 5) визначається через теплі дерев'яні фактури, різноманіття сушених трав і спецій, затишне локальне світло та наявність більш дрібних побутових деталей (випічки, керамічного посуду, пари над напоями та крафтового пакування).



Рисунок 4. – Мудборд середовища та архітектурної естетики містечка Мірел Хілл



Рисунок 5. – Мудборд інтер'єру чайного кафе, світлового середовища та предметного реквізиту

Зазначенні елементи формують просторовий «прихисток» для персонажів і гравця.

Окрему увагу приділено розробці концепт-артів персонажів (рис. 6), що спирається на виразність силуетної пластики – формування впізнаваного контуру героя через геометрію ліній та ритми форми [6]. У концепт-арті це працює як первинний тригер для швидкого зчитування характеру й віку персонажа; зокрема, м'які округлі лінії та розслаблені пози підкреслюють неквапливий характер оповіді, а різноманітність деталей та акцентів забезпечує переконливість міського середовища.

Допоміжним інструментом є колірне кодування як система свідомої візуальної ідентифікації ролей і сюжетних зв'язків [7]. У проєкті колірна гама одягу виконує функцію невербального наративу. Це гармонізація близьких відтінків у костюмах: блакитний денім, пастельно-жовті та кремові тони, що слугує візуальною підказкою про родинні зв'язки між батьком та двома доньками ще до прочитання діалогів. При цьому деталізація через зачіски, аксесуари та багатошаровість вбрання розкриває повсякденні звички, соціальний статус і характер мешканців Мірел Хілл.



Рисунок. 6. – Концептуальні нариси персонажів авторської візуальної новели «A Leisurely Life»

Процес розроблення артбуку для авторської візуальної новели «A Leisurely Life» потребує врахування художніх та жанрових обмежень формату. Специфіка жанрів Cozy Games та Slice of Life зумовлює особливі вимоги до візуальної мови видання: відсутність гострого

конфлікту у проєкті переносить акцент на затишок середовища, предметний світ та колірну гармонію як головні інструменти створення відчуття «дому» для гравця.

Отже, аналіз дизайн-аналогів дав змогу обґрунтувати доцільність синтезу «емоційно-щоденникового» (Scrapbook Style, «Life is Strange») та «інформаційно-архівного» (Visual Archive, «Coffee Talk») підходів. У дизайні персонажів визначено ключову роль силуетної пластики для швидкого зчитування рис і характеру мешканців Мірел Хілл, а також колірного кодування як інструменту невербального наративу для візуалізації родинних зв'язків. Окрему емоційно-тригерну функцію покладено на предметний дизайн чайної атрибутики. Сформульовані проєктні принципи для авторського артбуку «A Leisurely Life» – гібридне макетування (Archive + Scrapbook), систематизована репрезентація персонажів у повний зріст із колірним кодуванням, предметно-енциклопедичний модуль та контрольований негативний простір – становлять методологічну основу для подальшої практичної розробки видання.

Список використаних джерел

1. Артбук. Вікіпедія. 2025. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Артбук (дата звернення: 18.10.2026).

2. Холбан А. Що таке «затишні ігри» та як cozy gaming рятує психіку. ТиКиїв. 2025. URL: https://tykyiv.com/progresivnij/shcho-take-zatishni-igri-ta-iak-cozy-gaming-riatuie-psikhiku/ (дата звернення: 18.10.2026).

3. Іяшікей. Вікіпедія. 2025. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Іяшікей (дата звернення: 18.10.2026).

4. Візуальна новела. *Вікіпедія*. 2026. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Візуальна_новела (дата звернення: 18.10.2026).

5. Lifeisstrange artbook. Internet Archive. 2019. URL: https://archive.org/details/artbook-lifeisstrange_artbook/page/n7/mode/1up (дата звернення: 18.10.2026).

6. Мороз М. Нотатка для роздумів: чому важливий силует персонажа. Куток. 2024. URL: https://kutok.io/lillymist/notatka_dlya_rozdumiv_chomu_vazhlyvyi_syluet_personazha-2o2 (дата звернення: 18.10.2026).

7. Сібірцева М. Теорія кольору і значення кольору в дизайні. DepositPhotos. 2021. URL: https://blog.depositphotos.com/ua/teoriya-koloru-i-znachennya-koloru-v-dyzajni.html (дата звернення: 18.10.2026).

УДК 76.012: 747](043.2)

Олена Тригуб
PhD з професійної освіти, доцент (б.в.з.) кафедри дизайну
Чорноморського національного університету
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна
Дар'я Сінченко
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності «Дизайн»
Чорноморського національного університету
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОГО ОБРАЗУ БРЕНДА КАФЕ-КОНДИТЕРСЬКОЇ «MIAM MIAM» ЗАСОБАМИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

У сучасному візуальному середовищі бренди конкурують не лише якістю продукції, а й здатністю привертати увагу споживача, викликати емоційний відгук і формувати впізнавану ідентичність. Велика кількість повідомлень, з якими людина стикається щодня, зумовлює необхідність пошуку графічних рішень, здатних вирізнятися в інформаційному потоці та створювати стійкі асоціації. У цьому контексті дизайн виконує як естетичну, так і комунікативну функцію, забезпечуючи передавання характеру та цінностей бренда через відповідні зорові образи.

Побудова айдентики пов'язана з реакцією людини на колір, форму, типографіку та композицію. Ці складові беруть участь у створенні першого враження, можуть викликати певні почуття та сприяти упізнаваності компанії. Водночас інтерпретація графічних символів залежить від контексту, попереднього досвіду споживача й взаємодії окремих деталей, що зумовлює необхідність урахування психологічних закономірностей сприйняття під час розроблення фірмового стилю.

Особливого значення ці аспекти набувають у сфері кафе-кондитерських, де візуальна комунікація може передавати асоціації зі смаком, задоволенням і приємними моментами. У межах проєкту «Miam Miam» розробляється концепція закладу, що пропонує сприймати десерт як невелику паузу в повсякденному житті – момент, коли можна відмовитися від звичної стриманості й безпосередньо насолодитися смаком. Ця ідея визначає художнє оформлення бренда,

побудоване на поєднанні чуттєвих зображень десертів, пластичної типографіки та виразних графічних акцентів.

Метою дослідження є визначення особливостей використання засобів графічного дизайну для створення емоційного обличчя кафе-кондитерської «Miam Miam» на основі психологічних чинників засвоєння візуальної інформації. Для досягнення поставленої мети передбачено аналіз ролі палітри, шрифтів, композиції та стильових елементів у формуванні асоціативного ряду, дослідження прикладів їх використання у брендингу, а також обґрунтування концептуальних рішень для розроблення фірмового стилю кондитерської.

Під час роботи над айдентикою важливо враховувати те, що цілісне враження про бренд складається завдяки взаємодії окремих складників. Колір, типографіка, композиція та форма виконують різні завдання: привертають увагу, створюють потрібний настрій, викликають спогади та забезпечують єдність графічного ансамблю. Тому обґрунтування дизайнерської концепції передбачає аналіз не лише естетичних характеристик, а й особливостей їх психологічного впливу в контексті закладу.

Одним із провідних засобів формування емоційного образу є колір [1]. Тональні рішення відіграють важливу роль у первинному сприйнятті та взаємодіють із предметними й культурними асоціаціями. Водночас емоційний відгук на гаму не є універсальним: він залежить від контексту, поєднання відтінків і досвіду людини [2]. У зв'язку з цим колірну палітру бренда доцільно розглядати як частину загальної системи візуальної мови, а не як самостійний інструмент передавання почуттів.

В айдентиці «Miam Miam» використано поєднання світлого м'ятного та насиченого вишнево-червоного тонів (рис. 1).



Рисунок 1. – Логотип та колірне рішення

кафе-кондитерської «Miam Miam»

М’ятний відтінок формує легке тло й перегукується з колористикою десертів, тоді як вишневий акцент пов’язує стиль з образом ягід і кондитерських прикрас. Контраст між ними допомагає розрізняти ключові компоненти композиції та надає бренду виразного характеру. Таким чином, обрана гама підтримує загальну концепцію через поєднання легкості, солодкої тематики та яскравих деталей.

Не менш важливим інструментом побудови емоційного обличчя бренда є типографіка. Характер шрифту визначається не лише його читабельністю, а й пластикою ліній, пропорціями, ритмікою та загальним естетичним враженням. Рукописні гарнітури здатні викликати асоціації з індивідуальністю, щирістю та авторською працею, тоді як геометрично строгі накреслення частіше застосовують для створення структурованої й стриманої візуальної мови. З огляду на це, вибір шрифтів має гармоніювати з характером компанії та змістом повідомлення, яке вона прагне донести.

Один із ключових складників айдентики «Miam Miam» – логотип із каліграфічним або рукописним написанням назви. Його м’яка, пластична лінія нагадує слід крему, нанесеного під час декорування тістечка чи торта. Така зорова метафора безпосередньо пов’язує шрифтове рішення з продуктом і перетворює графіку назви на важливу частину фірмового стилю. На відміну від лаконічного чи строгого знаку, вільна форма літер підтримує непримушений дух закладу та асоціюється з декоративністю й емоційною спонтанністю [3]. У такий спосіб типографіка виконує не лише інформаційне завдання, а й бере активну участь у трансляції філософії бренда [4].

Додатковим елементом накреслення є зіркоподібний графічний знак, інтегрований у текстову частину. Він урізноманітнює силует написання та створює виразний нюанс, який можна легко адаптувати на інших носіях фірмового стилю. У межах загального задуму зірочка інтерпретується як символ короткої миті задоволення – щирої реакції на особливо смачний десерт. У поєднанні з рукописною типографікою вона підкреслює ідею спонтанної радості й підсилює оригінальність візуального рішення.

Окремим засобом чуттєвого зв’язку з аудиторією є фотографія. У рекламі кондитерської галузі значну увагу приділяють естетиці подачі продукції, демонструючи її апетитний зовнішній вигляд та художні деталі. Водночас використання нестандартних сюжетів і несподіваних ракурсів дає змогу відійти від звичних рекламних штампів та привернути увагу споживачів [5] (рис. 2).



Рисунок 2. – Рекламні шаблони кафе-кондитерської «Miam Miam»

У промостратегії «Miam Miam» використано навмисно недосконалий, грайливий стиль, що суперечить традиційній академічності рекламної зйомки. Таке рішення передає живі емоції від частування та акцентує увагу не лише на естетиці десерту, а й на відчуттях під час його смакування. Подібний підхід відображає цінності закладу, де ласощі стають приводом для приємної паузи, а щире задоволення переважає над дотриманням формальних правил чи зовнішньої ідеальності.

Поєднання невимушеного фотоконтенту з витонченим рукописним логотипом створює цікавий контраст між вишуканістю та щирістю. Крупні плани тортів, текстури крему, глазурі й ягід доповнюють цей задум, привертаючи увагу до фактури та майстерності виконання випічки. У результаті фотографія виконує подвійну роль: репрезентує асортимент і створює відповідний емоційний контекст. Обраний графічний підхід дає змогу розкрити позиціонування бренда через візуальні рішення, що поєднують естетику, легкість та свободу самовираження.

На основі аналізу концепції та її візуального втілення визначено такі художньо-проєктні принципи формування айдентики «Miam Miam»:

- Типографічна метафора продукту – використання рукописного логотипа, лінія якого нагадує нанесення крему та пов’язує назву бренда з кондитерською тематикою.
- Емоційний графічний акцент – застосування зіркоподібного елемента як символу короткої миті задоволення та засобу підтримання візуальної цілісності.
- Асоціативна колірна система – поєднання м’ятного та вишнево-червоного відтінків, що перегукуються з палітрою десертів і створюють виразний контраст.

- Передавання емоцій через фотографію – поєднання крупних планів ласощів із невимушеними сюжетами їх споживання.
- Контраст вишуканості та щирості – поєднання витонченої типографіки та впорядкованої композиції з грайливими, навмисно недосконалими кадрами.
- Цілісність візуальної комунікації – послідовне використання основних графічних елементів на різних носіях айдентики.

Таким чином, візуальна ідентичність «Miam Miam» вибудовується через взаємодію типографіки, кольору, графічних акцентів, фотографії та композиції. Їхнє поєднання спрямоване на трансляцію головної філософії бренда – перетворення споживання десерту на яскраву емоційну паузу, що асоціюється з щирістю, чуттєвістю та радістю.

У результаті дослідження визначено, що побудова емоційного обличчя бренда кафе-кондитерської потребує узгодженого використання засобів графічного дизайну відповідно до загальної концепції та характеру візуальної мови. Колір, типографіка, композиція, стильові елементи й фотографія виконують взаємопов'язані функції у створенні асоціативного ряду та виробленні цілісного фірмового образу.

Отже, на прикладі айдентики «Miam Miam» обґрунтовано концептуальний підхід, що базується на ідеї маленької перерви й щирої радості від смакування десертів. Рукописний логотип, який асоціюється з нанесенням крему, зіркоподібний графічний знак, поєднання м'ятного й вишнево-червоного тонів та фотографії, що передають живий характер взаємодії з продуктом, формують узгоджену візуальну систему.

Визначені художньо-проєктні принципи демонструють те, як психологічні чинники сприйняття та емоційні зв'язки можуть застосовуватися для обґрунтування дизайнерських рішень. Запропонований підхід становить основу для подальшого розвитку візуальної ідентичності бренда та послідовної трансляції його концептуальної ідеї в різних засобах комунікації.

Список використаних джерел

1. Jonauskaite D., Mohr C. Do we feel colours? A systematic review of 128 years of psychological research linking colours and emotions. *Psychonomic Bulletin & Review.* 2025. Vol. 32. P. 1457–1486. DOI: https://doi.org/10.3758/s13423-024-02615-z (дата звернення: 18.10.2026).

2. Labrecque L. I., Milne G. R. Exciting red and competent blue: The importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing*

Science. 2012. Vol. 40. P. 711–727. DOI: https://doi.org/10.1007/s11747-010-0245-y (дата звернення: 18.10.2026).

3. Grohmann B., Giese J. L., Parkman I. D. Using type font characteristics to communicate brand personality of new brands. *Journal of Brand Management.* 2013. Vol. 20. P. 389–403. URL: https://doi.org/10.1057/bm.2012.23 (Last accessed: 18.10.2026).

4. Jun Y., Lee H. A sound brand identity design: The interplay between sound symbolism and typography on brand attitude and memory. *Journal of Retailing and Consumer Services.* 2022. Vol. 64. Article 102724. URL: https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102724 (дата звернення: 18.10.2026).

Pernice K. Banner Blindness Revisited: Users Dodge Ads on Mobile and Desktop. *Nielsen Norman Group.* 2018. URL: https://www.nngroup.com/articles/banner-blindness-old-and-new-findings/ (дата звернення: 18.10.2026).

УДК 7.05:391.91](477)(043.2)

Олена Тригуб
PhD з професійної освіти, доцент (б.в.з.) кафедри дизайну
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна
Ангеліна Малакова
здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності «Дизайн»
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили
м. Миколаїв, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В СЕРВІСНУ МОДЕЛЬ ТАТУ-СТУДІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ

Сучасний український ринок креативних послуг продовжує трансформуватися під впливом глобальної цифровізації. Український споживач, який звик до високого рівня цифрових сервісів (державних послуг в додатку «Дія», електронного банкінгу, дистанційного навчання та курсів, замовлення доставки чи запису до лікарів), очікує аналогічної технологічності й в інших сферах обслуговування.

Індустрія татуювання, яка тривалий час спиралася виключно на традиційні методи роботи з клієнтами, сьогодні потребує інноваційних підходів для підвищення якості надання послуг. Одним з найбільш перспективних напрямів модернізації клієнтського досвіду є впровадження технології доповненої реальності [1].

Головний психологічний бар'єр для більшості потенційних клієнтів тату-студій – це страх перед прийняттям безповоротного рішення. Споживачеві складно просторово уявити те, як плоский двовимірний ескіз виглядатиме на рельєфі тіла, як він масштабуватиметься та деформуватиметься під час руху. Традиційна модель вирішення цієї проблеми передбачає друк на трансферному папері, вирізання та перенесення трансферу на тіло клієнта. Але такий спосіб примірки сильно відрізняється від майбутнього результату. Також цей етап є ресурсозатратним для майстра, адже будь-яке коригування розміру чи місця розміщення вимагає повторного друку нових варіантів трансферу, що подовжує час підготовки до сеансу.

Використання AR-додатків дозволяє докорінно змінити цей етап. За допомогою камери смартфона клієнт може в режимі реального часу побачити тривимірну проєкцію майбутнього татуювання на своїй шкірі. Такий додаток був розроблений німецькою компанією KeeyzarProd UG і має назву «AI Tattoos: Tattoo Maker & AR» [2].

Дослідивши цей додаток (рис. 1), можна виділити такі мінуси:

– Зайняті руки та неможливість повноцінного тестування. Щоб побачити татуювання на смартфоні, користувач змушений тримати пристрій хоча б однією рукою. Це унеможливлює природну примірку ескізів на передпліччях, зап'ястях або кистях.

– Відсутність стереоскопічної глибини та масштабу 1:1. Смартфон передає тривимірне тіло через плаский 2D-дисплей, що спотворює реальне відчуття простору, розміру та деталізації.

– Вузький кут огляду замість цілісного образу. Маленький екран телефона фокусується лише на фрагменті тіла й змушує постійно наближати чи віддаляти камеру. Через це неможливо оцінити загальну гармонію татуювання відносно всього силуету, зросту та пропорцій тіла.

– Некоректне відстеження анатомічних вигинів. Алгоритми плоского мобільного AR часто «пливуть», тремтять або деформують ескіз у вигляді плоскої наліпки при обертанні кінцівки навколо осі (наприклад, на плечі, ребрах або гомілці).

– Неможливість самостійного перегляду важкодоступних зон. Оцінити ескіз на лопатках, шиї ззаду чи попереку через екран смартфона наодинці практично неможливо без сторонньої допомоги.



Рисунок 1. – Інтерфейс та процес розміщення татуювання в додатку «AI Tattoos: Tattoo Maker & AR»

Вищим рівнем технологічної інтеграції у сервісну модель студії є використання гарнітур змішаної та віртуальної реальності (MR/VR-окулярів) для процесу примірки. На відміну від AR-проєкції через екран смартфона чи планшета, застосування нашоломних дисплеїв забезпечує клієнту глибокий імерсивний досвід від першої особи. Одягаючи смартокуляри, споживач має змогу дивитися на власне тіло – безпосередньо або через дзеркало – і бачити цифрові ескізи татуювань, органічно інтегровані в реальне фізичне середовище. Це дозволяє природно рухатися, оцінювати анатомічну динаміку малюнка під час скорочення м'язів та розглядати його під будь-яким кутом без необхідності тримати гаджет у руках.

Важливим аспектом використання таких просторових технологій є вирішення проблеми анатомічної деформації. Шкіра людини – це еластична 3D-поверхня. Традиційний паперовий трансфер не здатний повною мірою передати цю динаміку. Натомість сучасні алгоритми комп'ютерного зору дозволяють з високою точністю симулювати поведінку пігменту на шкірі в русі. Завдяки цьому клієнт отримує максимально реалістичне уявлення про фінальний результат, що суттєво знижує ризик виникнення посткупівельного дисонансу та зменшує відтік звернень до дороговартісних і травматичних процедур лазерного видалення татуювань.

Цей технологічний процес потребує відповідного візуального пакування, адже бренд має показувати свою інноваційність з першого погляду. У межах авторського проєкту було створено айдентику тату-студії «Viral» в естетиці кіберпанку (рис. 2). Вибір цього напряму є глибоко концептуальним. Кіберпанк – це жанр та субкультура, що досліджують злиття людини з машиною, трансгуманізм та модифікацію тіла. Оскільки татуювання є перманентною модифікацією тіла, а AR-додаток виступає високотехнологічним «цифровим протезом» для візуалізації, естетика кіберпанку органічно відображає філософію бренда.



Рисунок 2. – Логотип тату-студії з AR-інтеграцією «Viral»

Для систематизації переваг інноваційного підходу було розроблено порівняльну характеристику (табл. 1).

Таблиця 1. – Порівняльний аналіз традиційної та AR-орієнтованої сервісних моделей

Критерій оцінки	**Традиційна модель обслуговування**	**AR-орієнтована модель**
Етап примірки	Виготовлення фізичних шаблонів Метод спроб і помилок	Проєкція 3D-графіки через інтерфейс пристрою
Часові витрати	Високі (постійний передрук ескізів при зміні побажань)	Мінімальні (миттєве коригування параметрів на екрані)
Витрати матеріалів	Використання паперу, фарби, трансферного гелю	Екологічний підхід – друкується лише один фінальний варіант
Користувацький досвід	Пасивна роль клієнта під час підготовки ескізу	Інтерактивна гейміфікація – клієнт керує процесом примірки

З погляду економічної ефективності, впровадження технологій AR та VR дозволяє перевести послуги тату-студії у преміальний ціновий сегмент. Скорочення етапу підготовки на 30-40% дозволяє збільшити працездатність студії або ж виділити більше часу безпосередньо на

мистецьку складову. Варто також підкреслити значний маркетинговий потенціал AR-інтеграції [3]. Процес віртуальної примірки має високий рівень «вірусності». Клієнти схильні записувати процес AR-примірки на відео та поширювати його у соціальних мережах (TikTok, Instagram Reels). Такий користувацький контент слугує потужним інструментом органічного просування. Сама назва студії «Viral» (від англ. вірусний, той, що швидко поширюється) відображає всю маркетингову стратегію.

Впровадження технології доповненої реальності у сервісну модель тату-студії є дієвим інструментом підвищення якості послуг на сучасному ринку України. На прикладі розроблення дизайн-проєкту студії «Viral» доведено, що інноваційна складова вимагає цілісного візуального супроводу. Обрана естетика кіберпанку не лише створює виразний графічний образ, а й філософськи обґрунтовує використання цифрових технологій у сфері бодімодифікацій. AR-сервіс вирішує комплекс завдань: знижує рівень стресу клієнта, оптимізує витрати часу та матеріалів майстра, а також створює унікальний інтерактивний досвід, що генерує органічний вірусний маркетинг.

Це відкриває нові перспективи для розвитку креативних індустрій в епоху глобальної цифровізації.

Список використаних джерел

1. LAU W.K. Еволюція доповненої реальності для покращення клієнтського досвіду. LinkedIn. 2025. URL: https://ua.linkedin.com/pulse/evolution-augmented-reality-enhancing-customer-experience-lau-0e2jc?tl=uk (дата звернення: 18.10.2026).

2. AI Tattoo Generator & Tattoo Try On App. AI Tattoos. URL: https://ai-tattoos.com/#get-app (дата звернення: 18.10.2026).

3. Островський С. Доповнена реальність – ефективний інструмент маркетингу. Apix-Drive. 2022. URL: https://apix-drive.com/ua/blog/marketing/dopovnena-realnist-efektivnij-instrument-marketingu (дата звернення: 18.10.2026).

ДЛЯ НОТАТОК

Редактор *А. Фесенко.*
Комп'ютерна верстка, дизайн обкладинки *Я. Олисько.*
Друк *С. Волинець*. Фальцювально-палітурні роботи *О. Мішалкіна.*

Підп. до друку 11.11.2026.
Формат 60x84 $^{1}/_{16}$. Папір офсет.
Гарнітура «Times New Roman». Друк ризограф.
Ум. друк. арк. 2,75. Обл.-вид. арк. 1,78.
Тираж 10 пр. Зам. № 7413.

Видавець і виготовлювач: ЧНУ ім. Петра Могили.
54003 м. Миколаїв, вул. 68 Десантників, 10.
Тел.: +380 (512) 50-03-32, +380 (512) 76-55-81,
e-mail: rector@chmnu.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6124 від 05.04.2018