

### Література:

1. Український стиль в інтер'єрі. KERAMIS – Інтернет-магазин плитки та сантехніки Кераміс. URL: <https://www.keramis.com.ua/blog/uk/ukranskiy-stil-v-nterr/> (дата звернення: 10.03.2024).
2. Табанець О. Хати-мазанки – це знову стильно. Їх усе так само роблять із глини й соломи. Bird In Flight. 13.10.2021. URL: <https://birdinflight.com/architectura-uk/20211013-modern-hata-mazanka.html> (дата звернення: 10.03.2024).
3. Нові технології: тканини майбутнього. Інтернет-магазин Btex. 13.07.2020. URL: <https://barbatextile.ua/uk/presscenter/barbatextile/novye-tehnologii-tkani-budushchego/> (дата звернення: 10.03.2024).
4. Махно С. Не соус і не стиль. Чому зараз такий популярний тренд вабі-сабі. NV LIFE. 12.08.2019. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/dim-yak-u-kanye-vesta-chomu-zaraz-takiy-populyarniy-trend-vabi-sabi-50037049.html> (дата звернення: 10.03.2024).
5. Ресайклінг, апсайклінг і фрїсайклінг: суть методів переробки та різниця між ними. Жан Монне студії СНАУ – Міжнародні проекти. URL: <https://jm.snau.edu.ua/2022/11/07/resajkling-apsajkling-i-frisajkling-sut-metodiv-pererobki-ta-riznicja-mizh-nimi/> (дата звернення: 10.03.2024).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-388-3-37>

## ОП-АРТ В МИСТЕЦТВІ ТА ДИЗАЙНІ: ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ, НАПРЯМИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

**Малишко Софія Олегівна**

*студентка I курсу факультету української й іноземної філології  
та мистецтвознавства*

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
м. Дніпро, Україна*

Початок ХХІ ст. позначений позитивними зрушеннями у формуванні нового мислення українських митців. Значний поступ у розвитку мистецьких практик дослідники пов'язують з інтеграцією у міжнародний культурний процес нового покоління вітчизняних художників та дизайнерів. Розширення творчого кругозору молодшої генерації, збільшення кількості артоб'єктів, що відповідають основним міжнародним тенденціям, спонукають до вдосконалення мистецьких практик, застосування маловживаних раніше стилістичних прийомів та методів [10, с. 289].

Одним із напрямів, чий потужний творчий потенціал викликає зацікавлення сучасних українських митців, виступає мистецтво оп-арту.

Варто зазначити, що оптичні явища та ілюзії в мистецтві перебували у дослідницькому полі фізиків, фізіологів, психологів та мистецтвознавців. Так, перші звертали увагу на природу світла, оптичні системи та пристрої, до яких відносять, зокрема, і людське око [6; 7]. Представники гештальтпсихології та фізіології досліджували психологічне сприйняття оптичної ілюзії та наслідки її впливу на людську психіку [3; 11]. Мистецтвознавці, в свою чергу, зосереджувалися на висвітленні історії розвитку оптичного мистецтва, його напрямів та прийомів [1; 2; 4; 10].

Метою даного дослідження є спроба вивчення причин виникнення оптичного мистецтва, специфіки основних його напрямів та перспектив подальшого розвитку оп-арту в українському мистецтві та дизайні.

Мистецтво живопису, спрямоване на передачу зорових образів, завжди використовувало оптичні ефекти. Віддавна художники для створення глибини та простору у своїх картинах послуговувалися знаннями про світлотінь, її залежність від кольору предметів та їх освітлення [10, с. 291]. Нового імпульсу використанню оптичних явищ у мистецтві надала стаття професора Томпсона, опублікована 1889 р. у німецькому щорічнику «Das neue Universum». Вказана розвідка була присвячена висвітленню результатів наукового експерименту по створенню динамічного зображення на площині за допомогою статичних чорно-білих кіл, що на картині дослідника «оберталися» та «переливалися» [5, дата звернення: 17.03.2024]. Однак виділення оп-арту в окремий напрям науковці відносять до 60-х рр. ХХ ст., пов'язуючи його оформлення з мистецькими практиками французького художника угорського походження В. Вазарелі. Очолована ним група «Пошуків візуального мистецтва», а також анонімні об'єднання художників – т. зв. групи «Т», «Н», «Нуль» – зосередилися на використанні у своїй творчості оптичних ілюзій, заснованих на сприйнятті людським оком плоских і просторових фігур [10, с. 292]. Значних успіхів у створенні нових форм та конструкцій, спричинених оптичними ілюзіями, досягли Г. Юккер, Г. Альвіані, Хесус-Рафаель Сото, О. Піне та багато інших. Яскравим представником оптичного мистецтва став сучасний канадський художник Р. Гонсалвес, авторству якого належить серія психоделічних оптичних ілюзій [8, дата звернення: 17.03.2024]. Серед українських митців, що працюють в стилі оп-арт, можемо виділити роботи молодих львівських художників В. Піддяка [13, дата звернення: 17.03.2024] та Н. Симолюка [12, дата звернення: 17.03.2024].

В основу оп-арту покладено мистецькі прийоми, які виконують завдання «обдурити око», спровокувати його на неправильну реакцію, викликати «неіснуючий» образ. Це, на думку представників напрямку,

перетворює оп-арт на «інтерактивне мистецтво», а глядача – спонукає до активної співучасті у творчості [5, дата звернення: 17.03.2024]. Зупинимося детальніше на характеристиці видів оптичних ілюзій та перевагах їх використання у мистецтві та дизайні. У науковій літературі загальноприйнятим є поділ ілюзій на буквальні (представляють об'єкти не такими, якими вони є насправді), фізіологічні («ілюзії післяобразу»), рухомі (рух нерухомих об'єктів) та когнітивні (виникають через несвідомі висновки). Останні, в свою чергу, включають кілька типів, серед яких: подвійні зображення, парадоксальні (неможливі) ілюзії, фіктивні ілюзії та ілюзії спотворення [9, дата звернення: 17.03.2024]. До переваг мистецтва оп-арту дослідники відносять можливість привернення та утримання уваги глядача, його залучення у контент; створення візуального досвіду; ретрансляції складних речей у простий і привабливий спосіб; підвищення впізнаваності та запам'ятованості тощо [9, дата звернення: 17.03.2024].

З середини 60-х рр. XX ст. стилістичні прийоми оп-арту з мистецької площини проникли і у дизайн. Широке використання оптичних ілюзій в архітектурі, оздобленні інтер'єрів, текстилю, графічному, текстовому дизайні дозволило створити образи, що приваблювали увагу та залучали розум [9, дата звернення: 17.03.2024]. Так, наприклад, провівши аналіз застосування оптичних ілюзій в дизайні інтер'єрів, львівські дослідники Березко О., Галишич Р. та Черничук О., виділяють сім найбільш вживаних типів «зорового обману». На їх думку, це: арт-мімікрія (злиття різних за фактурою та текстурою елементів в єдиний простір); дисторсія (збільшення простору за рахунок тривимірного патерну); анаморфоз (перенесення візерунків на поверхню за допомогою спеціального графічного проєктора); парейдолія (надання неживим предметам характерних фізіологічних рис); псевдогіпноз (фокусування уваги на візуально привабливому акценті, що вводить людину у транс); ефемеризація («дема-теріалізація», «розмивання» кордонів об'єкту) та антигравітація (дезорієнтація у просторі, зміна системи координат приміщення по лінії «підлога-стеля») [2, с. 58–63]. Прийоми оп-арту присутні у творчості Г. Пеше, П. Полена, К. Рашида та інших дизайнерів.

Яскраві приклади використання мотивів оптичного мистецтва простежуються у дизайні текстилю. Ще з 60-х рр. XX ст. не втрачає популярності орнамент дому моди Міссоні, відмінною рисою якого стало поєднання у візерунках зигзагів та смужок. З метою корекції фігури та зміни пропорцій оптичні ілюзії у забарвленні тканин та лініях крою використовуються у колекціях таких сучасних дизайнерів, як К. Кейн та Х. Чалаян [4, с. 15]. Широкого застосування прийоми оп-арту набули у графічному дизайні та рекламі. Чимало зразків успішного використання т. зв. «подвійних фігур», що сприймаються по-різному за рахунок контрастного краю, знаходимо у серії плакатів бренду «Кока-кола»

[1, с. 93]. Ілюзію напливу на спостерігача застосовано у рекламі, створеній професором психології Токійського університету А. Кітаока [4, с. 15].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що поява мистецтва оп-арту тісно пов'язана з науково-технічним поступом західного суспільства початку ХХ ст. Мистецький прорив, спричинений візуальними експериментами, перетворив площинну поверхню в нескінченні можливості, зробивши оптичні композиції частиною популярної культури [10, с. 291], що справила значний вплив на архітектуру, дизайн, моду тощо. Перспективу подальшого використання оптичних ілюзій в українському артпросторі вбачаємо у створенні успішного мистецького та рекламного продукту.

### Література:

1. Андрушко Л., Дядюх-Богатько Н. Оптичні ілюзії у графічному дизайні (на прикладі постерів «Coca-cola»). *Вісник Закарпатського художнього інституту*. 2015. Вип. 7. С. 92–96.

2. Березко О. В., Галишин Р. Я., Черничук О. П. Особливості застосування оптичних ілюзій в дизайні інтер'єрів. *Art and Design*. 2020. № 1. С. 57–69.

3. Бондаренко С., Некраса В. Оптична ілюзія у контексті механізмів сприйняття та художнього відображення навколишньої дійсності. *Технологія і техніка друкарства*. 2014. № 4(46). С. 113–124.

4. Борисов В. Оптичні ілюзії у дизайні. *Актуальні проблеми сучасного дизайну. IV Міжнародна науково-практична конференція, 27 квітня 2022 р.*; КНУТД, Київ: [б.в.], 2022. С. 14–15.

5. Оптичні ілюзії. URL: <http://illusions.org.ua/content/view/91/1> (дата звернення: 17.03.2024).

6. Прикладна оптика: Ч. 1: Основи теорії оптичних систем / Кожем'яко В. П., Тарновський М. Г. Вінниця: ВНТУ, 2017. 100 с.

7. Проценко В. О., Малюшенко Є. В. Оптичні явища в мистецтві. *Актуальні проблеми фізики та їх інформаційне забезпечення: матеріали Всеукраїнської наукової студентської конференції, 21–22 квітня 2021 р.*; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут». Харків: [б.в.], 2021. С. 116–117.

8. Психоделічні оптичні ілюзії, які зіб'ють з пантелику будь-якого. URL: <https://www.legaltechnique.org/articles/dizajn-i-arhitektura/psihodelicheskie-opticheskie-illyzii-kotorie-sobyut-s-tolku-lyubog-bull-nvosti-v-fotografiyah.html> (дата звернення: 17.03.2024).

9. Сила оптичних ілюзій: колекція зображень і поради з дизайну. URL: <https://blog.depsitphotos.com/ua/ptychni-illyziyi.html> (дата звернення: 17.03.2024).

10. Симотюк Н. Історичний аспект розвитку мистецтва оп-арту другої половини ХХ – початку ХХІ ст. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2019. Вип. 39. С. 288–300.

11. Kitaoka A. Configurational coincidence among six phenomena: a comment on van Lier and Csatho. *Perception*. 2006. № 35(6). P. 799–806.

12. Nazar Symotiuk. Saatchi Art. URL: <https://www.saatchiart.com/nazarsymotiuk> (дата звернення: 17.03.2024).

13. Vova Pydlyak. Saatchi Art. URL: <https://www.saatchiart.com/accunt/profile/1243253> (дата звернення: 17.03.2024).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-388-3-38>

**ІНТЕРАКТИВНИЙ ДИЗАЙН ТА КОРИСТУВАЦЬКИЙ ДОСВІД:  
АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ У ВЗАЄМОДІЇ КОРИСТУВАЧА  
З ПРОДУКТАМИ ТА СЕРВІСАМИ  
ЧЕРЕЗ ІНТЕРФЕЙСИ ТА ВЕБ-ДОДАТКИ**

**Мараховська Ксенія Дмитрівна**

*старший викладач кафедри мистецтвознавства  
та загальногуманітарних дисциплін  
Міжнародний гуманітарний університет  
м. Одеса, Україна*

Інтерактивний дизайн та користувацький досвід (UX) є ключовими аспектами сучасних продуктів та сервісів у цифровій епохі. Взаємодія користувача з продуктами та сервісами через інтерфейси та веб-додатки стає все більш важливою з точки зору задоволення потреб користувачів, забезпечення їхньої лояльності та успіху бізнесу. Цей тезис пропонує аналізувати тенденції у взаємодії користувачів з продуктами та сервісами з огляду на їхні веб-додатки та інтерфейси, а також досліджувати стратегії та методи інтерактивного дизайну, спрямовані на поліпшення користувацького досвіду.

У сучасному цифровому середовищі користувачі мають високі очікування щодо продуктів та сервісів, які вони використовують. Вони очікують не лише функціональності, але й естетики, інтуїтивності та персоналізації. З цією метою компанії звертають увагу на інтерактивний дизайн, щоб створити продукти, які не лише задовольняють потреби користувачів, а й надихатимуть та зацікавлять їх.