

СЕКЦІЯ 7. СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ДИЗАЙНЕРСЬКОЇ ПРАКТИКИ

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-504-7-43>

СУЧАСНИЙ ДИЗАЙН І ТЕХНОЛОГІЇ У ВІДНОВЛЕННІ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ І ПЕРСПЕКТИВИ

Гончаров Василь Омелянович

*Заслужений художник України,
доцент кафедри дизайну*

*Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

У сучасному світі рекламно-графічні комплекси (РГК) стали важливими інструментами візуальної комунікації, які активно використовуються для привертання уваги аудиторії, формування іміджу бренду та підтримки маркетингових стратегій. Вони включають в себе поєднання різноманітних елементів графічного дизайну, що мають спільну концепцію і призначені для використання в різних медіа-форматах. Проектування РГК стало важливим напрямом у графічному дизайні, адже дозволяє ефективно передавати ідеї та емоції, зміцнюючи зв'язок між брендом і споживачем.

Однією з ключових тенденцій у сучасному проектуванні РГК є інтеграція традиційних та інноваційних елементів дизайну. Відомий український дизайнер та дослідник графічного дизайну Тетяна Ковальчук у своїх роботах зазначає, що для досягнення ефективності рекламного графічного комплексу важливо поєднувати класичні графічні техніки з сучасними технологічними рішеннями, такими як анімація, доповнена реальність та інтерактивні елементи. Це дозволяє не лише привертати увагу, але й забезпечувати глибшу взаємодію з аудиторією, що підвищує ефективність рекламної кампанії [2].

У контексті українського дизайну важливим є також акцент на національних традиціях та символах. Анна Сидоренко у своєму дослідженні наголошує на важливості використання національних мотивів у рекламних графічних комплексах для посилення культурної ідентичності та залучення локальної аудиторії. Це дозволяє створювати сильний зв'язок між брендом і його споживачами, зокрема в умовах глобалізації [3]. Тому використання традиційних орнаментів, шрифтів та

кольорових схем у РГК стає важливою складовою для вітчизняних брендів.

На європейському ринку сучасні рекламні графічні комплекси часто базуються на принципах мінімалізму та функціональності. Це дозволяє досягти чіткості і простоти в донесенні основної ідеї, що дуже важливо в умовах швидкого споживання інформації. Як зазначає дизайнер з Німеччини Філіп Шульц, ефективні рекламні графічні комплекси повинні бути лаконічними, мати чітку композицію та легко сприйматися на різних платформах, від вуличної реклами до цифрових носіїв [5].

Один з основних напрямків інновацій у проєктуванні РГК – це використання цифрових технологій, зокрема, інтеграція мультимедійних та інтерактивних елементів. Ольга Гаврилова, український дослідник у галузі графічного дизайну, відзначає, що використання відеоконтенту, анімованих елементів та інтерактивних екранів дозволяє брендам не тільки привернути увагу, але й створити унікальний досвід для споживачів. Завдяки таким інноваціям рекламні кампанії стають більш динамічними та інтерактивними, що значно підвищує їх ефективність [1].

Крім того, зростає важливість врахування соціальних і культурних аспектів при розробці рекламно-графічних комплексів. Бренди все частіше намагаються не тільки продати продукт, але й транслювати соціально відповідальні послання. Як зазначає Олександр Чернишов у своїй роботі, «сучасний рекламний графічний комплекс має бути не лише засобом реклами, а й частиною більш широкої соціальної стратегії, яка відповідає актуальним питанням суспільства» [4]. Це є важливим аспектом у побудові стосунків з аудиторією, яка все більше звертає увагу на соціальну відповідальність брендів.

Основним викликом, з яким стикаються дизайнери рекламно-графічних комплексів, є необхідність забезпечення універсальності і адаптивності дизайну до різноманітних платформ та носіїв. Від того, наскільки ефективно рекламний графічний комплекс буде сприйматися на вуличних плакатах, в мобільних додатках або в онлайн-маркетингу, залежить успіх рекламної кампанії. Тому важливим аспектом є вміння створювати РГК, які будуть зберігати свою ефективність на різних носіях та адаптуватися до різноманітних контекстів [2].

Проєктування рекламно-графічних комплексів є важливим аспектом сучасного дизайну, що вимагає врахування як традиційних елементів, так і новітніх технологій. Інтеграція національних мотивів, мінімалістичний підхід та використання мультимедійних елементів є ключовими тенденціями в проєктуванні РГК, які допомагають брендам ефективно комунікувати з аудиторією. Однак важливими залишаються виклики адаптивності дизайну до різних платформ та потреба врахування соціальних аспектів у створенні рекламних кампаній.

Література:

1. Гаврилова О. Інтерактивні елементи в рекламно-графічних комплексах: нові можливості для брендів. Київ: Дизайн-Хаб, 2022. 240 с.
2. Ковальчук Т. Сучасні тенденції в проектуванні рекламно-графічних комплексів: інтеграція технологій та традицій. Київ: Дизайн-прес, 2021. 250 с.
3. Сидоренко А. Національні мотиви у рекламному дизайні: від локальних до глобальних стратегій. Київ: Графіка, 2020. 220 с.
4. Чернишов О. Соціальна відповідальність у рекламному графічному дизайні. Харків: Університет дизайну, 2020. 210 с.
5. Шульц Ф. Мінімалізм у рекламному дизайні: теорія та практика. Берлін: Design Verlag, 2019. 180 с.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-504-7-44>

РОЗВИТОК ПРОЄКТНОГО МИСЛЕННЯ У МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ЧЕРЕЗ ВИРІШЕННЯ ЗАВДАНЬ З НАРИСНОЇ ГЕОМЕТРІЇ

Захаров Володимир Ігорович

викладач кафедри дизайну

Міжнародний гуманітарний університет

м. Одеса, Україна

Проектне мислення є важливою складовою професійної підготовки майбутніх дизайнерів, оскільки воно сприяє розвитку критичного мислення, креативності та здатності до комплексного аналізу й вирішення задач. Одним із ефективних способів формування проектного мислення є інтеграція завдань з нарисної геометрії у навчальний процес. Нарисна геометрія, як дисципліна, що вивчає способи відображення просторових об'єктів на площині, надає студентам основи для розуміння просторових відносин та створення проєктів, що відповідають реальним вимогам.

Нарисна геометрія, як основа технічного дизайну, має особливу значущість у формуванні у студентів дизайнерських навичок. Ця дисципліна дозволяє студентам розвивати здатність до тривимірного уявлення об'єктів, що є важливою умовою для роботи з архітектурними та промисловими проєктами. За словами українського науковця Віктора