

розвиток міжнародної співпраці сприяють підвищенню якості навчання та створенню конкурентоспроможних аніматорів. Подальші дослідження у цій сфері можуть бути спрямовані на адаптацію освітніх програм до новітніх тенденцій глобального ринку анімації.

Література:

1. Lasseter J. Principles of Animation: The Illusion of Life. Disney Animation Studies, 2021. 250 p.
2. Furniss G. The Animation Bible: A Practical Guide to the Art of Animating from Flipbooks to Flash. Thames & Hudson, 2018. 320 p.
3. Барабаш К. Розвиток анімації в Україні: від традицій до цифрових технологій. Київ: Видавництво ЛНУ, 2022. 215 с.
4. Wells P. Understanding Animation. Routledge, 2017. 288 p.
5. Лісовий О. Сучасні тенденції розвитку анімаційної індустрії в Україні. Наукові записки НТУУ. 2021. №15. С. 112-125.
6. Thomas B. Animation: From Pencils to Pixels. Focal Press, 2020. 304 p.
7. Pixar University and the Future of Animation Training. Harvard Business Review. 2019. №7. С. 58-65.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-504-7-50>

ПРОЄКТУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ: СУЧАСНІ НАПРЯМКИ У ДИЗАЙНЕРСЬКІЙ ПРАКТИЦІ

Токарєв Олександр Віталійович

*Заслужений діяч мистецтв України,
професор кафедри дизайну
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

У сучасному світі фірмовий стиль є не лише візуальним обличчям бренду, але й важливим інструментом для формування іміджу компанії, її позиціонування на ринку та взаємодії з потенційними клієнтами. Проектування фірмового стилю стало однією з найбільш значущих практик у сфері графічного дизайну, що потребує глибокого розуміння не лише графічних елементів, але й загальної стратегії бренду.

Однією з основних тенденцій в проектуванні фірмового стилю є орієнтація на гнучкість та адаптивність дизайну. Це дозволяє брендам зберігати єдність візуальної комунікації, але при цьому адаптувати свою ідентичність під різні платформи та контексти. За словами українського

дослідника Ольги Дмитрієвої, адаптація корпоративного стилю до сучасних умов не повинна обмежуватись лише стандартними елементами, такими як логотип чи кольорова палітра, а включати також інтерактивні й мультимедійні компоненти, що підвищують ефективність взаємодії з аудиторією [1].

У європейському контексті важливою є тенденція до використання мінімалізму та простоти в дизайні фірмового стилю. Відповідно до досліджень німецького дизайнера Ганса Шміта, простота форм та кольорів дозволяє брендам створювати більш запам'ятовувані та легкі для сприйняття візуальні образи. Він зазначає, що найуспішніші бренди XXI століття, такі як Apple або Google, орієнтуються на чіткість і лаконічність у своїх візуальних компонентах [4]. Також, в рамках європейської традиції дизайну, значну увагу приділяється еко-орієнтованим рішенням у створенні фірмового стилю, де акцент ставиться на сталість та екологічність використаних матеріалів.

В американській дизайнерській практиці помітною є тенденція до інтеграції технологічних інновацій у фірмовий стиль. Як зазначає американський дизайнер Річард Лоусон, сучасні технології дозволяють брендам створювати інтерактивні елементи фірмового стилю, що сприяють глибшій взаємодії з аудиторією, наприклад, через використання доповненої реальності чи інтерактивних мобільних додатків [2]. Впровадження технологій відкриває нові можливості для створення унікальних брендових досвідів, що дозволяють значно підвищити ефективність маркетингових кампаній.

Серед найбільших викликів у проектуванні фірмового стилю є потреба в постійній адаптації до змінюваних умов ринку та культурних контекстів. Важливим аспектом є інтеграція національних та культурних особливостей у глобальний дизайн. В Україні, наприклад, спостерігається тренд на повернення до національних символів та традицій у брендуванні, що сприяє не лише підвищенню локальної ідентичності, але й посиленню конкурентоспроможності на міжнародному ринку [3].

Для успішного проектування фірмового стилю важливо також враховувати соціокультурні тренди та прагнення до інклюзивності. Сучасні бренди часто використовують візуальні образи, які відповідають принципам соціальної відповідальності та інклюзивності, що забезпечує ширшу ідентифікацію бренду з різноманітними аудиторіями.

Проектування фірмового стилю є складним і багатогранним процесом, який вимагає інтеграції сучасних дизайнерських тенденцій, технологічних інновацій та глибокого розуміння культурних та соціальних контекстів. Українські, європейські та американські автори наголошують на важливості гнучкості, простоти та інтерактивності у

створенні корпоративних образів. Це дозволяє брендам не тільки залишатись конкурентоспроможними на ринку, але й бути соціально відповідальними та орієнтованими на різноманітні культурні та технологічні аспекти.

Література:

1. Дмитрієва О. Корпоративний стиль в умовах цифровізації: нові підходи в дизайні. Київ: Дизайн-прес, 2021. 215 с.
2. Лоусон Р. Технології в дизайні фірмового стилю: інтерактивність та доповнена реальність. Нью-Йорк: Graphica Press, 2022. 248 с.
3. Скорина А. Національні елементи в сучасному брендуванні. Київ: Графіка, 2019. 210 с.
4. Шміт Г. Мінімалізм у фірмовому стилі: історія та практика. Берлін: Дизайн Verlag, 2020. 185 с.

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-504-7-51>

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПОЛІГРАФІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА

Ямроз Леонід Станіславович

*старший викладач кафедри дизайну
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Сучасне поліграфічне виробництво переживає етап значних трансформацій завдяки інтеграції новітніх технологій, які суттєво змінюють підходи до виготовлення друкованої продукції. Інновації в поліграфії створюють нові можливості для дизайнерів, дозволяючи їм не лише реалізувати креативні ідеї, але й оптимізувати процеси виготовлення та підвищити якість кінцевого продукту.

Одною з основних тенденцій у розвитку сучасних поліграфічних технологій є впровадження цифрового друку. Як зазначає український дослідник Ірина Ковальчук, цифровий друк дозволяє значно знизити витрати на виробництво малих тиражів, що є важливим для дизайнерів, які працюють над індивідуальними проектами або обмеженими серіями продукції. Ця технологія забезпечує високу швидкість виготовлення, можливість персоналізації та гнучкість в налаштуваннях кольору та якості зображень, що стає значною перевагою в порівнянні з традиційними методами [2].