

У підсумку всього вищесказаного можна впевнено сказати, що генеративний дизайн є не лише короткостроковою візуальною тенденцією, а логічним, об'єктивним та неминучим етапом у розвитку глобальної ідентичності бренду в часи зростаючої глобалізації та прискореного розвитку технологій штучного інтелекту.

Цей новий метод дозволяє мати більш гнучкі, динамічні та високо персоналізовані візуальні системи, ніж будь-коли раніше. Він заохочує відповідати сучасному, постійно змінюваному світу. Тим не менш, повне та ефективне застосування генеративних технологій на практиці є можливим лише за умови компетентної інтеграції потужних обчислювальних можливостей комп'ютерних алгоритмів з глибоким емоційним, стратегічним мисленням від людського творця. Майбутнє успішного брендингу буде знайдено у взаємодії з сучасними технологіями, саме тому, що це те місце, де нові генеративні можливості та глибока людська емпатія зливаються в цьому надзвичайно тонкому перехресті.

Список використаних джерел

1. Van Nes, I. (2012). Dynamic Identities: How to Create a Living Brand. BIS Publishers.
2. Bohnacker, H., Gross, B., Laub, J., & Lazzaroni, C. (2012). Generative Design: Visualize, Program, and Create with Processing. Princeton Architectural Press.
3. McCormack, J., Bown, O., Dorin, A., McCabe, J., Monro, G., & Whitelaw, M. (2014). Ten questions concerning generative computer art. Leonardo, 47(2), 135-141.
4. Manovich, L. (2013). Software Takes Command. Bloomsbury Academic.
5. Pelta, R. (2023). The Impact of Artificial Intelligence on Brand Identity and Graphic Design. Journal of Design Thinking, 4(1), 45-58.

СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ: ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ

Леся ТАРАХТІЙ,

викладач кафедри Графічного дизайну, моди та стилю

Вероніка КУЛИК,

студентка кафедри ГДМС

Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

Сучасна людина змушена обробляти великі обсяги даних, що часто призводить до ризику «потонути» в інформаційному морі або стати жертвою маніпуляцій. Саме тому медіаграмотність, як здатність критично аналізувати та створювати медіатексти, стає важливою компетенцією для збереження особистості [1]. Соціальний плакат у цій системі виступає не лише як джерело інформації, а й як засіб навчання, що допомагає розпізнавати фейки чи дбати про кібербезпеку.

Ефективність плаката як інструменту медіаграмотності ґрунтується на психологічних особливостях сприйняття. Люди схильні більше довіряти тому, що викликає у них співпереживання або подив. Використовуючи контрастні кольори, незвичні ракурси чи символи, дизайнер створює емоційний «якір». Це допомагає людині не просто отримати інформацію, а відчувати її. У контексті медіаграмотності це працює як тренажер для мозку: коли ми бачимо візуальну метафору, мимоволі починаємо її розшифровувати, і цей процес аналізу є першим кроком до критичного мислення [5, с. 39]. Тематичне розмаїття соціальних плакатів можна розділити на групи, кожна з яких використовує специфічні графічні засоби для впливу на свідомість. Плакати, що попереджають про небезпеки (залежності, катастрофи, тероризм), часто використовують темну кольорову гаму, контрастні комбінації та елементи залякування для виклику шокowego стану. Натомість плакати, що стверджують моральні норми та цінності (мир, сім'я, екологія), зазвичай базуються на світлих, яскравих

кольорах та статичній композиції, створюючи атмосферу надії та оптимізму. Третя група – заклики до активності – використовує динамічні композиції та мотивуючі гасла для стимулювання громадянської позиції. Такий поділ дозволяє дизайнерам ефективно застосовувати методи психологічного впливу, такі як навіювання, переконання, ідентифікація та стереотипізація [5, с. 36].

Засоби графічного дизайну, такі як метафора чи гіпербола, наочно показують глядачеві, що будь-яке повідомлення в медіа є сконструйованим продуктом. Наприклад, плакат, де телевизор чи смартфон зображені як гачок для риболовлі, миттєво пояснює суть клікбейту без зайвих пояснень. Таке використання «плакатів-афоризмів», де глибока узагальнена думка виражена в лаконічній та влучній формі, змушує глядача замислитися та самостійно дійти висновків [4, с. 146]. «Плакати-афоризми» демонструють, як через вибір шрифту, обрізку фотографії чи маніпуляцію кольором можна змінити зміст новини, допомагаючи бачити реальну суть інформаційних повідомлень. Це прямо корелює з цілями медіаосвіти, яка прагне розвинути в людини критичне бачення та здатність інтерпретувати приховані цінності медіаповідомлень [1].

Одним із головних принципів медіаграмотності є розуміння того, що будь-який медіапродукт є сконструйованою реальністю, а не її прямим віддзеркаленням. Графічний дизайн соціального плаката наочно демонструє цей процес через використання метафор, символів та специфічних композиційних рішень. Метафора як інтелектуальна якість плаката дозволяє передавати складні ідеї через відчужені об'єкти, надаючи роботам глибини та символічного значення. Символи в дизайні плаката еволюціонували до максимального спрощення та уніфікації, що дозволяє їм миттєво зчитуватися аудиторією на підсвідомому рівні [4, с. 146-148].

Соціальний плакат допомагає глядачеві зрозуміти, що медіа не лише надають інформацію, а й транслюють певну ідеологію та рекламують певні способи життя. За допомогою поєднання тексту (слогану) та візуального образу створюється новий сенс, який може виступати як прямий заклик до дії або як інструмент формування громадської думки. У контексті України, де ЗМІ часто є заангажованими та виконують роль інструментів пропаганди, здатність плаката доносити правдиву інформацію та контролювати політичні процеси стає життєво необхідною для формування свідомої особистості громадян [3, с. 269]. Застосування соціальних плакатів з використанням афоризмів та спрощення форм можна побачити в численних кампаніях з інформаційної гігієни. В Україні це стає життєво необхідним, адже плакати, що викривають ворожу пропаганду чи пояснюють різницю між фактом і судженням, допомагають суспільству тримати стрій в інформаційній війні. Коли складні політичні процеси пояснюються через прості графічні знаки, це робить громадян більш стійкими до маніпуляцій та допомагає зберігати здоровий глузд [2].

Яскравим прикладом поєднання лаконічної графіки та змістовного меседжу є серія робіт студентки кафедри Графічного дизайну, моди та стилю Чупрун Діани, виконані під керівництвом викладача Вікторії Кудревич, присвячена екологічним наслідкам війни. На одному з таких плакатів зображено стилізовану голову перегузні на тлі вибуху. Текст на плакаті «Через російське вторгнення страждають червонокнижні тварини» виконує роль сучасного афоризму-застереження. На іншому плакаті із серії зображено стилізований силует дельфіна, що опинився у зоні впливу підводного човна агресора з таким же влучним і чітким афоризмом-застереженням. Медіаграмотність – це також здатність розпізнавати приховані загрози тощо.



Рис. 1. Робота Діани Чупрун, студентки кафедри Графічного дизайну, моди та стилю, група Дз-21. Серія соціальних плакатів. 2024 р. Керівник Вікторія Кудрєвич, викладач кафедри ГДМС

Процес цифровізації вносить суттєві корективи у форму та зміст плакатного мистецтва. Сучасний електронний плакат стає динамічним інструментом, що поєднує графіку, анімацію та інтерактивні функції, адаптуючись до потреб соціальних мереж та Інтернет-технологій. Це особливо актуально для молодіжного покоління, якому притаманне кліпове мислення [2]. Медіаосвіта через дизайн плакатів допомагає молодим людям усвідомити відповідальність за свій цифровий слід та репутацію в мережі. Використання гумору та мемів в соціальному плакаті дозволяє знизити пафос та створити позитивний емоційний фон, що є ефективним методом комунікації з молодіжною аудиторією, за умови дотримання етичних меж [4, с. 149].

Отже, соціальний плакат, створений засобами сучасного графічного дизайну, є незамінним елементом візуальної культури та дієвим інструментом медіаграмотності. Він поєднує раціональні стратегії (логічні аргументи, факти) з емоційними (метафори, символи, колористика), що дозволяє не лише інформувати суспільство, а й спонукати його до усвідомлених змін. В умовах глобальних викликів та інформаційних воєн плакат виконує функцію «четвертої влади», контролюючи політиків та надаючи суспільству орієнтири для збереження національної ідентичності та соціальної згуртованості. Творче відчуття автора, його художня майстерність та відповідальний підхід до використання образних засобів визначають успіх плаката як засобу формування критично мислячої та медіаграмотної особистості.

Список використаних джерел

1. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. — Київ: Центр Вільної Преси, 2014. — С. 8-13;

2. Базелюк О. В. Теоретичні аспекти використання цифрових інструментів у професійній діяльності викладачів закладів вищої освіти // Професійна інноватика : наук. журн. 2023. Вип. 11. С. 1-3.
 3. Уварова Т. І., Степанова Г. І. Медіаграмотність як пріоритетна компетенція в сучасній освіті // Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету : зб. наук. пр. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2019. Вип. 32. С. 268-270.
 4. Грищенко В. Художні засоби виразності в плакатному дизайні як ефективні інструменти комунікації з реципієнтом // Актуальні питання гуманітарних наук : міжвуз. зб. наук. пр. молодих учених Дрогобицького держ. пед. ун-ту ім. І. Франка. 2024. Вип. 82. Ч. 1. С. 145-150.
- Сосницький Ю. Семіотичний аналіз візуальних образів сучасного соціального українського плаката // Ukrainian Cultural Studies : наук. журн. 2024. № 2 (15). С. 36-39.

ХУДОЖНІ ТА ТЕХНІЧНІ АСПЕКТИ 3D МОДЕЛЮВАННЯ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Олександр ТИМОШЕНКО

Студент групи 2ГД-24

кафедри інформаційних,

мультимедійних технологій та дизайну

Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, м. Черкаси

Науковий керівник: викладач Манзенко І.В.

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

У сучасному світі 3D-технології займають одне з провідних місць у розвитку цифрового середовища, науки та виробництва. Під 3D-технологіями зазвичай розуміють процес створення тривимірних об'єктів за допомогою спеціалізованих програм для моделювання, що дозволяють не лише відтворювати існуючі об'єкти, але й створювати нові, раніше не реалізовані форми [1, с. 15]. Важливою особливістю таких технологій є можливість одночасно працювати як з віртуальними моделями, так і з їх фізичними аналогами завдяки 3D-друку [3, с. 45-46].

Актуальність теми зумовлена тим, що у сучасних умовах цифровізації суспільства значно зростає потреба у швидкому, точному та наочному представленні ідей, що робить 3D-технології незамінним інструментом у багатьох сферах діяльності [5].

3D-технології відкривають перед людиною широкі можливості у створенні як віртуального контенту, так і матеріальних об'єктів [1, с. 18-20]. Вони активно використовуються у сферах віртуальної та доповненої реальності, де дозволяють створювати інтерактивні середовища, максимально наближені до реального світу [5].

Крім того, ці технології застосовуються у проектуванні складних конструкцій, архітектурних споруд та різноманітних технічних виробів [4, с. 125]. Завдяки 3D-моделюванню можна візуалізувати об'єкти, які ще не існують у реальності, що значно полегшує процес планування та прийняття рішень. Таким чином, 3D стає універсальним інструментом, який поєднує креативність і точні розрахунки [2, с. 35].

Особливо вагоме значення 3D-технології мають у сфері виробництва та інженерії [3, с. 52-54]. Використання тривимірного моделювання дозволяє значно спростити процес проектування виробів, здійснювати точні розрахунки та перевіряти функціональність майбутніх деталей ще до їх фізичного виготовлення [1, с. 25]. Це, у свою чергу, допомагає мінімізувати кількість помилок, зменшити витрати матеріалів і скоротити час на розробку продукту [3, с. 55]. Також завдяки 3D-друку з'являється можливість швидкого створення