

СТИЛІСТИКА В АСОЦІАТИВНІЙ ФЕШН-ІЛЮСТРАЦІЇ

Олена ХРАМОВА-БАРАНОВА,

доктор історичних наук, професор,

завідувач кафедри графічного дизайну, моди та стилю

Анастасія СТЕПАНЕНКО,

магістрант кафедри ГДМС

Черкаський державний технологічний університет

Сучасний розвиток мистецтва та дизайну відбувається в умовах активного переосмислення екологічних цінностей, що формують нові етичні та естетичні орієнтири суспільства. У цьому контексті фешн-ілюстрація перестає бути лише засобом презентації модного продукту і набуває статусу самостійного художнього висловлювання, здатного транслювати ідеї сталого розвитку та екологічної свідомості. Поняття «екологія образу» у цьому дослідженні розглядається як гармонійна взаємодія змісту, форми, кольору та фактури, що формують цілісну візуальну систему.

Актуальність теми зумовлена потребою теоретичного осмислення колірно-фактурних і стилістичних рішень асоціативної фешн-ілюстрації як інструментів формування екологічного світогляду візуальної культури.

Колірно-фактурне вирішення зображення асоціативної фешн-ілюстрації залежить від асоціативного сприйняття глядачем як окремих кольорів, так і їх поєднання, а також від фактури зображуваних предметів та фактури паперу, на якому відтворено асоціативну ілюстрацію.

Асоціації щодо сприйняття кольору можуть бути фізіологічними і емоційними. Емоції (від французького „emotion” – „хвилювання”) – це процес самостійного і ситуаційного переживання, реакція на зовнішні і внутрішні подразники, що виявляється у вигляді задоволення або не задоволення, радості, страху чи гніву. Емоції є функцією головного мозку людини. Вони властиві і вищим тваринам, але їх емоційні реакції пов’язані із захистом від ворогів, здобуванням їжі та піклуванням про потомство. Людині властиві ці емоційні функції, але, на відміну від тварин, виникнення емоцій пов’язане з дією соціальних факторів. Тому, емоції є однією з форм відображення об’єктивної дійсності суб’єктом, в якій переважає суб’єктивний характер психічних процесів [1].

Екологія образу передбачає не лише тематичне звернення до природних мотивів, а й глибинну структурну відповідність художньої мови принципам гармонії, балансу та відповідальності. У мистецькому контексті це означає відмову від надмірності, агресивної візуальності, дисгармонійних контрастів на користь вираженості, органічності та змістової цілісності.

Асоціативна фешн-ілюстрація ґрунтується на метафоричному мисленні, символічному узагальненні та інтерпретації модного образу через природні архетипи. Вона формує образ не буквально, а через систему натяків, емоційних станів і візуальних асоціацій, що дозволяє поглибити екологічний меседж.

Стилістика асоціативної фешн-ілюстрації визначається цілісністю пластичних, композиційних і колористичних рішень. Екологічна стилістика тяжіє до біоморфних форм, плавних ліній, ритмічної м’якості силуетів. Органічність композиції передбачає збалансованість простору та взаємодію позитивних і негативних площин.

Важливим напрямом є поєднання етнічних мотивів із сучасною графічною мовою, що дозволяє актуалізувати культурну пам’ять у контексті сталого розвитку. Мінімалізм, еко-експресія, органічна стилізація — це ті художні стратегії, які сприяють формуванню екологічно орієнтованого образу.

Чим більш багата емоційна пам’ять митця і чим гостріше він переживає події з оточуючого світу, тим багатші й складніші художні образи народжені ним. Будь-який предмет, стан природи, звук, слово чи запах викликають неповторні для кожної особи



кольорові асоціації. Звідси випливає, що кожен твір ілюстратора – це суб'єктивний світ переживань митця, а особливо асоціативна ілюстрація.

До емоційних асоціацій відносяться: позитивні, негативні та нейтральні.

Кольори мають об'єктивні і суб'єктивні якості сприйняття і викликають у глядача різні психічні реакції. До суб'єктивних властивостей сприйняття кольору належать: національність, традиції, стать тощо. До об'єктивних властивостей сприйняття кольору можна віднести здатність людського ока розрізняти кольори, їх чистоту, яскравість, насиченість та освітленість. Найбільш чітко прогнозованим емоційним сприйняттям відрізняються ахроматичні кольори, за допомогою яких можна спричинити як фізіологічні, так і емоційні асоціації, оскільки будь-який хроматичний колір має свій тон. Хроматичні кольори, до яких відносяться чорний, білий та нескінченна кількість світлих і темних відтінків сірого кольору. В ахроматичній, за колірною гамою, асоціативній ілюстрації сірий колір виступає тією ланкою, яка поєднує чорний і білий кольори та збагачує їх. Сіра колірна гама підкреслено нейтральна, не кидається в око, не має надмірностей і приваблює можливістю створення спокійної, в емоційному відношенні, атмосфери. Освоєння тонального співвідношення білого, чорного і сірого кольорів виховує бачення і чуття градації світлого, темного та їх контрастів.

Крім емоційного забарвлення, кожен колір має змістовне навантаження у вигляді власного символічного значення. Знання семантики кольорів відіграє значну роль у психологічному впливі асоціативної ілюстрації на глядача, оскільки відрізняється у культурі різних народів, та надає кольору значення вербального символу.

Використовуючи чорний та білий кольори, у процесі створення асоціативної ілюстрації необхідно враховувати їх семантику, тобто символічне значення. Символічне значення білого кольору є позитивним: це всіляке благо, радість, чистота, здоров'я, мир та злагода. З білим кольором пов'язані представлення про ті субстанції, з яких іде початок життя. Крім того, він властивий важливим для людини продуктам харчування – звідки і походить символічне значення білого кольору як символу блага, життя і здоров'я. У християнській релігії білий колір є кольором самого Бога, янголів та святих, тому, що білий колір запозичує своє символічне значення від світла, а світло в християнстві – це і Бог, і слово, і розум, і всіляке благо. Поряд з позитивним значенням білий колір володіє і негативним - в природі білий колір властивий для снігу, криги, білої піни морських хвиль та недоступним горним вершинам. Всі ці явища можуть бути джерелом асоціацій негативного характеру, оскільки пов'язані у свідомості з холодом, безмолвністю, відчуженням, стражданнями і смертю. В тих культурах, де забуто зміст божественного білого кольору, на перший план виступають його вище зазначені негативні риси.

Білий колір ніколи не закінчується в природних умовах, а при розповсюдженні створює безграничний простір. Крім того, білий колір переводить композицію у зважений стан та знімає з неї важкість. Членуючись на горизонтальні ділянки, силові поля, білий колір міняє свою матеріальність, внаслідок чого виникають білі поля різної енергії і сили тяжіння.

Семантика чорного кольору у більшості народів є негативною, що можна пояснити причинами фізіологічного порядку. Чорне небо й темінь, глибокі ями, печери й ущелини, все, що згоріло чи болотний бруд – усі ці природні явища викликають у глядача інтенсивний страх і огиду. Чорне не тільки поглинає енергію світла, а й людини, роблячи її зір безсилим, що само-по-собі обумовлює його небезпечність. Якщо білий колір – це колір Бога, то чорний є кольором його антипода, як протилежний білому.

Відповідаючи загальному закону амбівалентності колірної символіки, чорний колір має також і позитивне значення. Таким чином, ілюстратор здатен надавати чорному кольору конкретного звучання і символічного значення, в залежності від художнього задуму асоціативної ілюстрації.

Колірне вирішення асоціативної ілюстрації тісно взаємопов'язане з фактурою поверхонь зображуваних предметів, тому у процесі розробки колірної гами ілюстративного матеріалу необхідно враховувати вплив фактури на візуальне сприйняття зображення глядачем. Застосування такого засобу художньої виразності зображення як фактура, дозволяє

впливати на сприйняття фізико механічних властивостей зображуваних предметів чи явищ, надавати їм легкості чи важкості, об'ємного чи площинного характеру, міцності чи прозорості. Так, наприклад, груба фактура візуально зменшує розміри поверхні зображуваного предмету і робить його більш важким, міцним, а дрібна, навпаки, візуально збільшує поверхню та робить її значно легшою, тоньшою, пористою. У разі, якщо до застосування тієї чи іншої фактури поверхні зображуваного предмету додати колір, а у випадку ахроматичних кольорів - його тон, то візуальне сприйняття фактури можна або посилити, або ж нівелювати [2]. Адже колір також має власну вагу: наприклад, чорний і темно сірий візуально сприймаються більш важкими, ніж білий та світло сірий, які на їх тлі виглядають невагомими, прозорими, наповненими світлом та повітрям.

Важливе значення у побудові асоціативної ілюстрації, поряд з фактурою поверхонь зображуваних предметів, відіграють якісні ознаки паперу, на якому відтворено зображення, зокрема його фактура. Саме фактура матеріалу, з якого виготовлено друковане видання дає можливість реципієнту не лише візуально, а й кінестетично відчутти матеріальну сторону книги, як предмету об'єктивної дійсності, речі побуту.

Екологія образу в асоціативній фешн-ілюстрації формується через синтез стилістики, кольору та фактури. Колірно-фактурне рішення виступає ключовим інструментом створення екологічно орієнтованої візуальної мови. Асоціативність поглиблює зміст образу, перетворюючи фешн-ілюстрацію на засіб художнього осмислення проблем сучасності.

Таким чином, екологічна стилістика фешн-ілюстрації є не лише художнім прийомом, а концептуальною платформою формування нової естетики, що поєднує традиції, сучасні дизайнерські практики та відповідальне ставлення до навколишнього середовища.

Список використаних джерел

- 1.Роменець В. А. Психологія творчості: Навч. посібник. 2-ге вид., доп. – К.: Либідь, 2001. – 288 с
- 2.Мистецтво і дизайн у XXI столітті: конвергенція форм і сенсів: матер. Всеукр. наук.-практ. конф., 8 грудня 2022 року. / МОН України, Київ. нац. ун-т к-ри і мист; редкол.: Удріс-Бородавко Н., Болтенков А., К.: КНУКіМ, 2022. 232 с. URL: https://drive.google.com/file/d/1c-3t_JwhymUh-tzCBdynza-tIs-VkcK-/view (дата звернення: 21.02.2026)

ВПЛИВ ВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ НА ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ПРОЄКТАХ

Людмила ЯКУБОВИЧ, Ярина ТИЩЕНКО

студентки групи МД- 25

кафедра інформаційних,

мультимедійних технологій та дизайну

Черкаського державного фахового бізнес-коледжу, м. Черкаси

Науковий керівник: старший викладач Ольга ВАКУЛЕНКО

Черкаський державний фаховий бізнес-коледж, м. Черкаси

Візуальні засоби в сучасних мультимедійних проєктах виступають одним із ключових елементів формування емоційної взаємодії між цифровими продуктами та аудиторією. В наш час стрімкого розвитку цифрових технологій та зростання ролі візуальної культури, саме візуальна складова визначає перше враження, рівень залученості та глибину сприйняття інформації. Мультимедійні проєкти, які поєднують графіку, анімацію, відео та інтерактивні елементи, створюють комплексне середовище, у якому емоції користувача формуються не випадково, а як результат цілеспрямованого дизайнерського впливу. Саме тому дослідження