

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ МИСТЕЦТВ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ
НАЦІОНАЛЬНА СПІЛКА ХУДОЖНИКІВ УКРАЇНИ
СПІЛКА ДИЗАЙНЕРІВ УКРАЇНИ

Матеріали III Міжнародної науково-практичної
конференції

Актуальні проблеми сучасного дизайну

Том 2

22 квітня 2021 року

Київ 2021

УДК 7.012"312"(100)(06)
А43

Редакційна колегія:

Колосніченко М. В.	д-р техн. наук, проф., Лауреат державної премії України в галузі науки і техніки
Пашкевич К. Л.	д-р техн. наук, проф.
Кротова Т. Ф.	д-р мистецтвознавства, проф.
Остапенко Н. В.	д-р техн. наук, проф.
Колосніченко О. В.	д-р мистецтвознавства, проф.
Єжова О. В.	д-р пед. наук, проф.
Чупріна Н. В.	д-р мистецтвознавства, проф.
Колісник О.В.	д-р філ.наук, проф.
Ніколаєва Т. В.	канд. техн. наук, проф.
Сафронова О. О.	канд. техн. наук, доц.
Овчарек В. Є.	канд. техн. наук, доц.
Гула Є. П.	проф.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Київського національного
університету технологій та дизайну
(Протокол №9 від 25 травня 2021)*

А43 Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну», м. Київ, 22 квітня 2021 року. Київ: КНУТД, 2021. у 2 томах. Том 2. 388 с.
ISBN 978-617-7506-79-8

Матеріали конференції розміщено в електронному вигляді на сайті КНУТД <http://designconference.knutd.edu.ua/>



ЗМІСТ

ПЛАТФОРМА 3. СЕКЦІЯ 1.		
№	ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ У ДИЗАЙНІ	стор.
1.	KOLISNYK O., PASHUKOVA S., PRYKHODKO I., CHERNOVA P. MODERN SONGBOOKS: ART OBJECTS OF DESIGN	9
2.	STRUMINSKA T., CHUPRINA N., KUTASEVYCH V., PROKHORENKO D. COLOR AS A MEANS OF HARMONIZING THE COMPOSITION OF THE PRINTED EDITION	14
3.	БОРИСОВА С. ОСОБЛИВОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ АДВЕНТ-КАЛЕНДАРЯ ЯК ОБ'ЄКТА ДИЗАЙНУ	18
4.	ВОРОБЧУК М., СКЛЯРЕНКО Н. СТРУКТУРНЕ ФОРМОУТВОРЕННЯ КОДОВАНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У ДИЗАЙНІ ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ	22
5.	ГАНОЦЬКА О. ДИЗАЙН УПАКОВКИ ЛІМІТОВАНОЇ СЕРІЇ	26
6.	ГЛАДУН О. ЗАСОБИ ПЛАСТИЧНОЇ ВИРАЗНОСТІ СУЧАСНОГО ПЛАКАТА	30
7.	ГРИЦАЙ А., МЕЛЬНИК О. ІДЕНТИФІКАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ МІФОЛОГІЧНИХ ОБРАЗІВ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ	34
8.	ГУЛА Є., ПУГАЧОВА А., РУДЕНКО М., КИРИЛЮК М. ЖАНР ПОРТРЕТУ В СУЧАСНОМУ ПЛАКАТІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СВІДОМІСТЬ СОЦІУМУ	37
9.	ЄЖОВА О., БОЛДИРЕВА О., БАСОВА Ю. СУЧАСНИЙ ДИЗАЙН КАЛЕНДАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	42
10.	КИРИЛЛОВА И., ДУДАРЕВА Ю. ИЛЛЮСТРАЦИИ ДИЗАЙН-МАКЕТА ДЕТСКОЙ КНИГИ	46
11.	КОЛІСНИК О., КОВАЛЕНКО М., КУГАЙ Т., ОСИПЧУК М. ТВОРЧІСТЬ ПРЕДСТАВНИКІВ НАЇВНОГО МИСТЕЦТВА	49
12.	КУЦЬ Я., ДЯДЮХ-БОГАТЬКО Н., СТЕЦЬ С. ОСОБЛИВОСТІ КИРИЛИЧНИХ ГАРНІТУР У ВІТЧИЗНЯНОМУ ДИЗАЙНІ КНИГИ	53
13.	МИХАЙЛОВА Р., АЗЗААРИ А. ЦВЕТ КАК ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ И ТЕХНИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТ ВЕБ-САЙТА МУЗЕЯ ИСЛАМСКОГО ИСКУССТВА В КАИРЕ	57
14.	ОСТАПЕНКО Н., ГРОШЕВА А., АНТОНЮЖЕНКО А. СОЦІАЛЬНИЙ ПЛАКАТ ЯК КУЛЬТУРНО-ЦІННІСНИЙ ОРІЄНТИР	61
15.	ОСТАПЕНКО Н., НИЧИПОРЕНКО Є., ЛУЦКЕР Т. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ НАЦІОНАЛЬНОГО БОТАНІЧНОГО САДУ ІМЕНІ ГРИШКА	64
16.	ПАВЛУНЬ В. ДИЗАЙН КНИГИ У ТВОРЧОСТІ ОЛЕКСІЯ ЛИТВИНА У КОНТЕКСТІ ЕВОЛЮЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ КІНЦЯ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ.	67
17.	ПІСКУН О., СІДЕЙ Е. РОЗРОБКА ЗАСОБІВ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ	71
18.	ПОПОВА А., СИМАКО Д. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ ДЛЯ ГРАФИЧЕСКОГО ОФОРМЛЕНИЯ КАЛЕНДАРЯ	76



19.	ПОПОВА А., ХОНЯК Ю. КОНЦЕПЦИЯ СУВЕНИРНОЙ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ ДЛЯ НАЦИОНАЛЬНОГО АКАДЕМИЧЕСКОГО ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕАТРА ИМ. ЯКУБА КОЛАСА	79
20.	ПШИНКА Н., КРОВОТА Т. ДЕКОРАТИВНЕ ОФОРМЛЕННЯ ШЕВЧЕНКІВСЬКИХ ВИДАНЬ ДЛЯ ДІТЕЙ	83
21.	СКЛЯРЕНКО Н., КОЛОСНІЧЕНКО М. ТРАНСПОРТНА РЕКЛАМА ЯК ФОРМА ДИНАМІЧНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: РІВНІ ПРОЄКТУВАННЯ	87
22.	СКОРОБОГАТОВА О. СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАЦІЯ	91
23.	ЦІДИЛО І. ДИЗАЙН СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ	95
24.	ЧУПРИНА Н., МАЛИШ Д. ВІЗУАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ СОЦРЕАЛІЗМУ У ПЛАКАТІ УКРАЇНСЬКОЇ НАРОДНОЇ МУЗИКИ І ПІСНІ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ	98
№	ПЛАТФОРМА 3. СЕКЦІЯ 2. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ У ДИЗАЙНІ	стор.
25.	ŠUCH D. SOME MEANS AND FORMS OF VIRTUAL PRESENTATION OF DESIGN IN THE CONTEXT OF PANDEMIC SITUATION IN SLOVAKIA	102
26.	БОЛТЕНКОВ А. ПРОБЛЕМАТИКА ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ І ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬНОСТІ В СФЕРІ ДИЗАЙН- ПРОЄКТУВАННЯ	106
27.	ВАСИЛЬЄВА О., ЗАВГОРОДНЯ Я., ВАСИЛЬЄВ О., ВАСИЛЬЄВА І. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ СУЧАСНИХ АНІМАЦІЙНИХ ПЕРСОНАЖІВ	110
28.	ДЖЕВАГА Г. ВИКОРИСТАННЯ ВЕКТОРНОЇ ГРАФІКИ У ВЕБ-ДИЗАЙНІ	114
29.	ДОВЖЕНКО І., ДУБІНІНА Є., ПРАСОЛ С. ТВОРЕННЯ ВІЗУАЛЬНОГО НАРАТИВУ ЗАСОБАМИ МОУШН- ТА ВІДЕОДИЗАЙНУ	118
30.	ДОВЖЕНКО І., ТКАЧ К., СКЛЯРЕНКО В., ЧЕРНЯВСЬКИЙ Б. ЕСТЕТИКА ЧОРНО-БІЛОЇ ФОТОГРАФІЇ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ	122
31.	КОВАЛЬЧУК М., БІЛИК Д. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ЩОДЕННИКА-ПЛАНЕРА В ПРОГРАМІ ILLUSTRATOR	126
32.	КОЛОСНІЧЕНКО О., ВАСИЛЬЄВ О. КОЛІР ЯК СКЛАДОВА ДИЗАЙНУ ІНТЕРФЕЙСІВ	130
33.	МАТВІЙЧУК С., ТУРЯНИЦЯ Є.-Ю. ЗАСТОСУВАННЯ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ SURVEYMONKEY ТА PICSART ПРИ ПРОЄКТУВАННІ НОВИХ МОДЕЛЕЙ ОДЯГУ	134
34.	НІКУЛІНА А., ПІЧКА І. FASHION-ФОТОГРАФІЯ, ЯК ЗАСІБ ПЕРЕДАЧІ ВІЗУАЛЬНОГО ОБРАЗУ ЖІНОЧИХ КОЛЕКЦІЙ ОДЯГУ	137
35.	ОВЧАРЕК В., ОЛЕЙНИКОВА І., ЗАЙКА Н., ЦИБУЛЯ М., ВОЛИНЕЦЬ Т. ЕКОТРЕНД У СФЕРІ СВІТЛОДИЗАЙНУ	140
36.	ОВЧАРЕК В., СЛІТКО О., ЯВОРСЬКИЙ О., НОЩЕНКО Н. ЕКОЛОГІЧНІ ТА ВІЗУАЛЬНІ ПЕРЕВАГИ БЕЗПІЛОТНИКІВ У СТВОРЕННІ СВІТЛОВОЇ ВИСТАВИ	143



37.	ОВЧАРЕК В., ЧЕРНЯВСЬКИЙ Б. ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНСТРУМЕНТІВ WEB-ДИЗАЙНУ В ФОТОІНДУСТРІЮ	147
38.	ОВЧАРЕК В., ШТОНДА А., ДЯКОН Я., ПОТАНІН С., ЧЕРНЯВСЬКИЙ Б. РЕКЛАМНА ФОТОГРАФІЯ	151
39.	ОВЧАРЕК В., СЛІТЮК О., ОЛЕЙНИКОВА І., ЯЦЕНКО А., ПЕТРОВА О. ВИКОРИСТАННЯ 3D MAPPING У ВІЗУАЛЬНОМУ ДИЗАЙНІ	155
40.	ОЛЕЙНИКОВА І., ЗАЙКА Н., СЛІТЮК О., ІВАНОВА М. ВИКОРИСТАННЯ OLED ТЕХНОЛОГІЙ У ДИЗАЙНІ	158
41.	ОЛЕЙНИКОВА І., СЛІТЮК О., ЗАЙКА Н., ДЗІКЕВИЧ А. СТВОРЕННЯ СВІТЛОДИЗАЙНУ ДЛЯ ШОУ-МАЙДАНЧИКІВ	161
42.	Скляренко В., Глінська А., ПОТАНІН С., ЧЕРНЯВСЬКИЙ Б., ЯВОРСЬКИЙ О. СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЗАХИСТУ ДОМАШНІХ ТВАРИН	164
43.	СМАЖЕНКО В., БАТРАК В., ШАПОВАЛ А., Рожин Н. ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ КУРСУ ХУДОЖНЬОЇ ПІДГОТОВКИ В ДИЗАЙНІ	168
44.	СТОЛБОВА К. ПРИНЦИП ПРАКТИЧНОГО НАВЧАННЯ У ПІДГОТОВЦІ WEB-ДИЗАЙНЕРІВ	172
45.	ТАРАБУКО Н., АБРАМОВИЧ Н., ЕВДОКИМОВ П. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СТРАТЕГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ ВИТЕБСКОГО АВАНГАРДА	175
46.	ХИНЕВИЧ Р., ШЕЛЕМЕХА Р., Прасол С., Яворський О. ВПЛИВ ОСНОВНИХ ХАРАКТЕРИСТИК ФОТОГРАФІЇ НА КОМПОЗИЦІЙНУ ПОБУДОВУ ПОРТРЕТУ	179
47.	ЧЕРНЕНКО И., ХАСЕНЕВИЧ М. СОЗДАНИЕ ИЛЛЮСТРАЦИЙ В ПОЛИГОНАЛЬНОМ СТИЛЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В WEB-ДИЗАЙНЕ	182
48.	ЧИРЧИК С. СВІТЛОДИЗАЙН: ВІД ТЕОРІЇ ДО ПРАКТИКИ	185
49.	ЯВОРСЬКИЙ О., ПАСТАРНАК І., ЧЕРНЯВСЬКИЙ Б. ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ У ВІДЕОДИЗАЙНІ	187
№	ПЛАТФОРМА 4. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА	стор.
50.	АБИЗОВ В., БАЛАНЕНКО М. ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ ІНКЛЮЗИВНИХ ЗАКЛАДІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ	190
51.	АБИЗОВ В., БРАЖНИКОВА Ю. ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ СОЦІАЛЬНОГО ЖИТЛА	194
52.	АНТОНЕНКО І., ВИШНЕВСЬКА О., ЧВЕРКАЛЮК К., МЕЛЬНИК Є., ЧОРНЕНЬКА К. ПЕРЕТВОРЕННЯ КОЛИШНІХ ПРОМИСЛОВИХ ОБ'ЄКТІВ НА АРТ-КЛАСТЕРИ	198
53.	БАРБАШ М. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТВОРЕННЯ ДИЗАЙН-ПРОЕКТУ ПРИ АВТОМАТИЗОВАНОМУ ПРОЕКТУВАННІ	202
54.	БУЛГАКОВА Т., ГАВРИЛЬЄВА Т. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ БІБЛІОТЕКИ ДЛЯ ДІТЕЙ	205



55.	БУЛГАКОВА Т., ОКОНЧУК А., БУТУКОВА Н. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ РЕСТОРАНУ	209
56.	БУЛГАКОВА Т., ЧЕРКАШИНА А., ПРЕПЕЛИЦЯ В. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ФОРМУВАННІ ІНТЕР'ЄРУ МЕДИЧНИХ УСТАНОВ	212
57.	БУРЛАК Г., ВІЛІНСЬКА Л., КРАВЧУК Ю. АРХІТЕКТУРНЕ ОСВІТЛЕННЯ КУЛЬТОВИХ БУДІВЕЛЬ МІСТА ОДЕСИ	216
58.	БУХАРІНА І., СКЛЯРЕНКО Н. ЕКОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД У ПРОЄКТУВАННІ КІНОТЕАТРІВ	218
59.	ГЛАДЧУК М. ТЕХНОЛОГІЧНО-КОНСТРУКТИВНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ОБ'ЄКТІВ ЗІ ЗМІННОЮ ГЕОМЕТРІЄЮ В ДИЗАЙНІ ГРОМАДСЬКОГО СЕРЕДОВИЩА	221
60.	ГНАТЮК Л., ФЕДОРОВА Ю. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ПРОЄКТУВАННІ ДИЗАЙНУ ЯХТ-КЛУБІВ	225
61.	ГУЦУЛ Т., ШТАНЬКО Г. ГЕОІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ АРХІТЕКТУРИ	229
62.	КИСІЛЬ С. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПУ БАГАТОВАРІАНТНОСТІ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРІВ ЦИВІЛЬНИХ БУДІВЕЛЬ	233
63.	КОСЕНКО Д., ВОЛИНЕЦЬ Т. ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ МЕБЛЕВИХ ВИРОБІВ	237
64.	КРАВЕЦЬ В., ІГНАТЬЄВА Н., ТИМОФЄЄВА Н. ФУНКЦІЇ КОЛОРИСТИКИ В ДИЗАЙНІ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА	241
65.	МИХАЙЛОВА Р., ВИШНЕВСЬКА О., РИШКЕВИЧ Н., ПІГОЛЬ А., КІДАЛОВА А. НАВЧАННЯ ФАХІВЦІВ З ДИЗАЙНУ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ЯПОНСЬКИЙ СТИЛЬ В ІНТЕР'ЄРІ»	245
66.	МИХАЙЛОВА Р., ШЕВЧУК Н. ДИЗАЙН ІНТЕР'ЄРУ СУЧАСНИХ АНТИКАФЕ	249
67.	ПАВЛЕНКО В., ЗАВАЦЬКИЙ С., САВЧЕНКО О. ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙН-СЕРЕДОВИЩА ІСТОРИЧНОГО ЦЕНТРУ БАТУРИНА ЗАСОБАМИ МОНУМЕНТАЛЬНО-ДЕКОРАТИВНОГО МИСТЕЦТВА	253
68.	ПОЛЯКОВА О., ПРИХОДЬКО К. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВІРТУАЛЬНИХ ЕКСПОЗИЦІЙ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ COVID-19	257
69.	ПОПОВА І. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СКЕТЧИНГУ В ДИЗАЙНІ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА	262
70.	САВЧЕНКО О., ГАВРИК О., ГЕТМАНСЬКИЙ В., БІЛЯВСЬКА П. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА У МІСТІ	266
71.	САМУТИНА Н., ВОЙТОВИЧ В. ДИЗАЙН ВНУТРІНЬОГО ПРОСТРАНСТВА ШКОЛЬНОГО МУЗЕЯ	270
72.	САФРОНОВА О., ПЕРЕТЯТЬКО Д., РИШКЕВИЧ Н., ЛОГВИНЮК А., ЧОРНЕНЬКА К. ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ СУЧАСНИХ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ	274
73.	САФРОНОВА О., САФРОНОВ В. ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ МЕТОДОЛОГІЇ ДИЗАЙНУ СЕРЕДОВИЩА	278



74.	САФРОНОВА О., АНТОНЕНКО І., ШАПОШНІКОВА Д., МАНАХ К., ТЕСЕНЧУК С. ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ ПАЛАТ ПІСЛЯПОЛОГОВОГО ПЕРЕБУВАННЯ СУЧАСНИХ ПОЛОГОВИХ БУДИНКІВ	282
75.	ТВОРОНОВИЧ І., КАЩЕНКО О. ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННЯ КОВОРКІНГІВ	286
76.	ХАРАБОРСЬКА Ю., СУХОВЕЦЬКА І. ОСОБЛИВОСТІ ПОЄДНАННЯ В ІНТЕР'ЄРАХ ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ ТВОРЧИХ ТА СПОЖИВЧИХ ПРОЦЕСІВ	290
77.	ШМЕЛЬОВА О., САФРОНОВА О. КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ ТА ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНУ ОСВІТНЬОГО ПРОСТОРУ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ МИСТЕЦЬКОГО СПРЯМУВАННЯ	293
№	ПЛАТФОРМА 5. ПІДПРИЄМНИЦЬКІ АСПЕКТИ ДИЗАЙН-ДІЯЛЬНОСТІ	стор.
78.	BULGARU V., GHELBET A., GHEORGHITĂ M., SCRIPCENCO A., POPA O., CANGEA-DIGOLEAN S. DEVELOPING ENTREPRENEURIAL SKILLS FOR STUDENTS THROUGH THE COLLABORATIVE APPROACH BETWEEN ACADEMIA AND ECONOMICS	297
79.	DUBRIVNA A. ONLINE TEACHING IN THE DESIGN EDUCATION SYSTEM	301
80.	PASHKEVICH K., LIU J., KHURANA K., KASS B., PROTSYK B. ARTISTIC MEANS OF DECORATIVE FINISHING OF MEN'S CLOTHING IN THE COLLECTIONS OF DESIGNERS OF THE 21 st CENTURY	305
81.	АСОЕВ М. Ш., МУХИБУЛЛОВЕВ Н. М, ХУЧАМКУЛОВА Х. ВЛИЯНИЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ В АРХИТЕКТУРНОМ ДИЗАЙНЕ И СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛАХ	309
82.	БЛІНОВА І. КОМПОЗИЦІЙНИЙ АНАЛІЗ АРХИТЕКТУРНИХ ОБ'ЄКТІВ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ КОНСТРУКТИВНИХ НАВИЧОК ДИЗАЙНЕРІВ ІНТЕР'ЄРУ	313
83.	БОРИСОВ Ю. ПЕРСПЕКТИВИ ДІЯЛЬНОСТІ СПІЛКИ ДИЗАЙНЕРІВ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	317
84.	БОРЩЕВСЬКА Н., НОС О. РОЗВИТОК ЦИФРОВОГО МИСТЕЦТВА ЯК СУЧАСНОГО СПОСОБУ МОНЕТИЗАЦІЇ МИСТЕЦТВА ТА ЗАХИСТУ АВТОРСЬКИХ ПРАВ	320
85.	ГРИГОРОВА Л. ВИКОРИСТАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ ДО ПРОЄКТНО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	324
86.	ДЕЩИЦЯ Ю. ВИМОГИ ДО РОЗРОБЛЕННЯ НАВЧАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ ВИКОРИСТАННЯ ЗАСОБІВ КОМП'ЮТЕРНОГО ПРОЕКТУВАННЯ МАЙБУТНІМИ ГРАФІЧНИМИ ДИЗАЙНЕРАМИ	328
87.	ДИЛЬШОДОВА Г. НАРОДНЫЕ ПРАЗДНИКИ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ	331
88.	ДУБОВА-СТРАШЕВСЬКА М. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В КОНТЕКСТІ МИСТЕЦЬКОЇ ТА ДИЗАЙН-ОСВІТИ ЧАСОВОГО КОНТИНУУМУ 20-ИХ РОКІВ ХХІ СТ.	335



89.	КАНТАРОВСЬКИЙ Ю., ЦУНДЕР О. ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ В СФЕРІ ДИЗАЙНУ	339
90.	КАСЬЯНЕНКО К. ФОРМАЛЬНО-СИМВОЛІЧНИЙ РИСУНОК У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЗВО	343
91.	КОСТЕНЕВИЧ Е., ХАСЕНЕВИЧ М. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КАК НЕОТЪЕМЛИМАЯ ЧАСТЬ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	347
92.	МИХАЙЛОВА Р., САВІЦЬКА О. ВІДАЛ САССУН: НОВАЦІЇ ТА ТВОРЧА СПАДЩИНА	351
93.	ПОНОМАРЕНКО І., БАЛАНДЮК А. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК ОСНОВА КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КОМПАНІЇ	355
94.	ПРИХОДЬКО-КОНОНЕНКО І., МАТВЄЄВА А., БЕЛОУСОВ Х. АНАЛІЗ РИНКУ МАС-МАРКЕТУ ТА ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ПРИКРАС	358
95.	ФРОЛОВ І., РЕМЕНЄВА Т., ЯКОВЛЄВ М., ШОХИСН Н., КОЛОСНІЧЕНКО М. БРЕНДИНГ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ МОДНОГО ОДЯГУ	361
96.	ХУДЖАМКУЛОВ Х. К., АСОЕВ М. Ш., МУХИБУЛЛОВ Н. М. ТЕХНИКА И КУЛЬТУРА КАК ЭСТЕТИЧЕСКАЯ ОСНОВА ДИЗАЙНА	365
97.	ЧЕПЕЛЮК О., ЗІНЧЕНКО А. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ВІЗУАЛЬНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПРИ ФОРМУВАННІ НАВЧАЛЬНОГО КОНТЕНТУ	368
98.	КУРЦЕВА О. ТИПОЛОГІЯ ОСВІТНІХ САЙТІВ	371
99.	СМИКАЛО К., ЄФІМЧУК Г., ЗАКОРА О. СТІЙКІСТЬ ОДЯГУ ДЛЯ КОНЦЕПЦІЇ ФЕШН-ІНДУСТРІЇ	375
100.	РОШКА-ЧЕБАН Д., АРБУЗ-СПАТАРЬ О. ДЕКОРАТИВНА ЖИВОПИСЬ ПО СТЕКЛУ КАК МЕТОД ВАЛОРИЗАЦИИ МОЛДАВСКОЙ ТРАДИЦИОННОЙ ВЫШИВКИ	379
101.	ХІЕ ZHUOZHAO MINIMALISM AS A KEY TREND OF FASHION INDUSTRY IN RECENT YEARS	382
102.	ЧИСТІКОВ О. ОРНАМЕНТ ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРОТВОРЧОСТІ	386

Відповідальність за зміст, точність поданих фактів, цитат, цифр і прізвищ несуть автори матеріалів. Редколегія може не поділяти світоглядних переконань авторів.



УДК 655.1:791.6

ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІГРАФІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ У ВІДЕОДИЗАЙНІ

ЯВОРСЬКИЙ Олександр, ПАСТАРНАК Ірина, ЧЕРНЯВСЬКИЙ Богдан
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
pastaarnak@gmail.com

Проаналізовано сутність видавництва та визначено його основні функції. Охарактеризовано відеодизайн з точки зору творчої області та зазначені його види діяльності. Зафіксовано структуру роботи над кінопродуктом – напрямом відеодизайну. В ході дослідження проаналізовано сутність та елементи антуражу, як важливої частини предпродакшену, що впливає на кінцевий результат відеопродукту. Виявлено взаємозв'язок видавництва та відеодизайну – результати представлені схематично та у вигляді ілюстрацій.

Ключові слова: відеодизайн, відеопродукт, антураж, видавництво, продакшн.

ВСТУП

Сучасний інформаційний світ диктує правила активного розвитку медіасфери, частиною якої є відеопродукт. Відеодизайн відносно нова галузь наукового дослідження, оскільки сам термін з'явився нещодавно. В свою чергу, розробка медіапродукту складається з наступних етапів роботи: предпродакшену, продакшену та постпродакшену. На етапах продакшену активну роль можуть приймати різні сфери виробництва та послуг. Саме тому, враховуючи, що відеодизайн – це складова графічного дизайну, цікавим та актуальним є факт його взаємодії з видавництвом – сферою виробництва видавничої продукції та суміжних послуг.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження зв'язку видавництва та відеодизайну та визначення їх ролей у даних відносинах. Для досягнення поставленої мети необхідно:

- дослідити визначення поняття «видавництво» та «відеодизайн»;
- визначити специфіку поліграфічної продукції та продуктів відеодизайну;
- виявити, на яких етапах розробки відеопродукту використовується продукція видавництва.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Видавництво – це спеціалізоване підприємство, що створене у відповідно-належній організаційно-правовій формі. Головним видом діяльності даних установ є підготовка і випуск видавничої продукції. Видавництва



фокусуються на різних видах випуску матеріалу: текстових, електронних, картографічних, нотних та мистецьких видань [1, 2].

В свою чергу, відеодизайн – це творча область екранного та сценічного мистецтва. Він займається деякими видами діяльності: створення та інтеграція фільмів, інтеграція анімованої графіки, прямі трансляції з камер в області театру, опери, танців, показів мод, концертів та інших живих заходів.

Відеодизайн – це відносно нова область сценічного мистецтва. Раніше відповідальність за відеодизайн часто брав на себе художник-постановник або дизайнер по світлу [3]. В кіно структура роботи відеодизайну складається з предпродакшену, продакшену та постпродакшену.

На перший погляд, видавництво і відеодизайн – галузі, які взагалі не перетинаються. Проте, якщо проаналізувати відеодизайн, як продакшн, буде виявлено, що для створення якісного продукту дуже часто необхідний антураж. Антураж – це оточення, середовище, навколишня обстановка. Зазвичай антураж використовуються в наступних видах мистецтва – літературі, кіно, а також в оформленні та дизайні приміщень [4]. Іншими словами, антураж – це ті елементи декору, які створюють настрій живої локації під час зйомок на майданчику: меблі, світло, картини, декор та інше.

Для створення антуражу використовують плакати, календарі, картини, графіті, газети, журнали, підручники, оголошення, в залежності від локації, яку необхідно створити на моменті предпродакшену для знімального процесу (рис. 1). Саме в цьому активно допомагає видавництво.

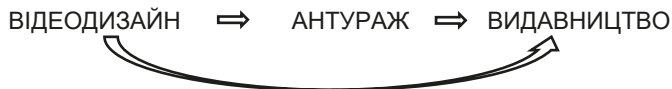


Рис. 1. Використання різних видів видань у відеодизайні



Також для презентації відеодизайну необхідна рекламна продукція: рекламні стенди, вивіски, рекламні плакати різного формату, промо-стійки.

Таким чином, автором була розроблена схема взаємозв'язку видавництва та відеодизайну:



Дана схема демонструє наступне:

1. Для створення якісного результату, відеодизайн потребує використання антуражу.
2. Для виготовлення друкованих видів антуражу необхідне видавництво.
3. Взаємозв'язок видавництва та відеодизайну не завжди полягає тільки в антуражі. Існує і прямий шлях роботи через випадки, коли необхідна рекламна продукція готового відеоматеріалу.

ВИСНОВКИ

Видавництво займає важливу роль у відеодизайні, оскільки допомагає на етапах створення та реалізації відеопродукту. В першому випадку, видавництво бере на себе обов'язки в створенні антуражу – видавничої продукції для знімальної площадки у вигляді плакатів, постерів, календарів тощо для створення відповідної декорації. В другому випадку, видавництво приймає участь у PR-компанії відеопродукту в ролі партнера, який розробляє дизайн рекламної продукції для кіно, анімованої графіки, театру, опери, танців, показів мод, концертів, як складових відеодизайну.

ЛІТЕРАТУРА

1. Видавництво. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Видавництво>.
2. Видавництва України. *Видавництва України*. URL: <https://sites.google.com/site/vidavnictvaukraieniborovska/vidavnictva-ukraieni>.
3. Видео дизайн – Video design. QWE. URL: https://ru.qwe.wiki/wiki/Video_design (дата звернення: 27.11.2020).
4. Антураж. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Антураж>.

YAVORSKYI O., PASTARNAK I., CHERNIAVSKYI B. USE OF POLYGRAPHIC PRODUCTS IN VIDEO DESIGN

The essence of the publishing house is analyzed and its main functions are determined. The video design from the point of view of creative area is characterized and its kinds of activity are specified. The structure of work on the film product – the direction of video design is fixed. The study analyzes the essence and elements of the entourage, as an important part of the pre-production, which affects the final result of the video product. The relationship between publishing and video design is revealed – the results are presented schematically and in the form of illustrations.

Key words: video design, video product, entourage, publishing house, production