

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра мультимедійного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Розробка дизайну анімованих ілюстрацій для цифрового середовища

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальності 022 Дизайн

Освітньої програми Мультимедійний дизайн

Виконала: студентка групи БДм1-21

Петрук Р.

Керівник к.т.н., доцент

Хиневич Р.В.

Рецензент к.т.н., доцент

Васильєва О.С.

КИЇВ КНУТД 2025

АНОТАЦІЯ

Петрук Р. А. Розробка дизайну анімованих ілюстрацій для цифрового середовища. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 «Дизайн» – Київський національний університет технологій та дизайну, кафедра «Дизайн», Київ, 2025 рік.

У кваліфікаційній роботі розроблено анімаційні ілюстрації для рекламної продукції, вебсайту та соціальних мереж. Проведено дослідження історії розвитку дизайну, термінології та основних напрямів у сфері ілюстрації та реклами. Особливу увагу приділено аналізу поняття «ілюстрація» та її ролі в сучасному візуальному комунікаційному середовищі. У першому та другому розділах розглянуто теоретичні аспекти теми, у третьому – представлено практичну реалізацію авторського проєкту.

Ключові слова: *дизайн, ілюстрація, анімація, реклама, візуальна комунікація.*

SUMMARY

Petruk R. A. Designing animated illustrations for digital environments. – Manuscript.

Bachelor's degree project in specialty 022 "Design" – Kyiv National University of Technologies and Design, Department of Design, Kyiv, 2025.

The bachelor's thesis presents the development of animated illustrations for advertising materials, websites, and social media. The project includes a study of the history of design, terminology, and key directions in illustration and advertising. Special attention is paid to the concept of "illustration" and its role in modern visual communication. The first and second sections cover theoretical aspects, while the third section presents the practical implementation of the author's project.

Key words: *design, illustration, animation, advertising, visual communication.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1 ІЛЮСТРАЦІЯ В ДИЗАЙНІ	8
1.1.Визначення мультимедійного дизайну та його ключових компонентів	11
1.2. Ілюстрація як візуальний елемент дизайну: форма та зміст.....	12
1.3.Види ілюстрацій	14
1.4. Місце ілюстрації в цифрових продуктах: мобільні додатки, веб-дизайн, анімація.....	16
1.5. Візуальне сприйняття та емоційний вплив ілюстрацій на аудиторію	18
1.6. Традиції ілюстрації в Україні: народне мистецтво, графіка, книжкова ілюстрація.....	20
Висновки до розділу 1	22
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ІЛЮСТРАЦІЙ.....	24
2.1.Аналіз прикладів української та світової практик.....	27
2.2.Порівняльний аналіз українських ілюстрацій та їх світових аналогів	34
2.3. Підсумок досліджених аспектів розвитку ілюстрації в мультимедійному дизайні	36
Висновки до розділу 2	37
РОЗДІЛ 3 ДИЗАЙН АНІМАЦІЙНИХ ІЛЮСТРАЦІЙ.....	39
3.1 Авторський дизайн анімаційних ілюстрацій та використання їх в соціальних мережах, сайтах та месенджерах	39
3.2 Етапи роботи та виконання.	42
3.3 Рекомендації для розвитку української ілюстрації в глобальному контексті ...	60
Висновки до розділу 3	62
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність дослідження. Роль ілюстрації в мультимедійному дизайні дуже важлива, її можна розглянути через кілька аспектів. Ілюстрація дуже впливає на наші емоції, через певні кольори, стилі та образи можуть викликати так і негативні, так і позитивні. Яскраві ілюстрації частіше викликають позитивні емоції, а більш темні навпаки можуть передавати напруженість або серйозність.

Ілюстрація слугує хорошим інтерактивним елементом, їх використовують в інтерактивних медіа, таких як веб-дизайн або мобільні додатки. Ілюстровані елементи можуть реагувати на дії користувача, що допомагає підвищувати рівень взаємодії користувача з контентом. Це може бути у вигляді анімації, інтерактивні картки, ілюстрації які реагують на курсор миші або змінюються при натисканні.

Ілюстрація як засіб креативного самовираження у мультимедійному дизайні надає митцям можливість проявити себе, свій стиль та думки. Оригінальний підхід до ілюстрування робить контент унікальним і допомагає бренду привернути увагу користувачів, бо нестандартні візуальні рішення часто бувають вдалимими [14].

Українська ілюстрація має багату культурну спадщину та впродовж останніх років продемонструвала значний розвиток, особливо в контексті мультимедійного дизайну. І це не тільки про дизайн та сучасні види мистецтв, але й традиційні форми ілюстрації. Українська ілюстрація дуже важлива в наш час, це пов'язано з її культурною ідентичністю, вона адаптується до сучасних тенденцій та показує себе на ринку. Нижче ми обговоримо розвиток нашої ілюстрації в мультимедійному дизайні.

Українська ілюстрація глибоко вкорінена у народній культурі та традиціях. Різні елементи української культури часто використовуються в сучасних ілюстрації, наприклад, орнаменти, символи, кольорові схеми, стилізовані фігури та природа, це все зазвичай присутнє в сучасних українських ілюстраціях. Ці елементи формують національну ідентичність і є важливим для створення

унікального стилю, що відрізняє українську ілюстрацію на світовому ринку. Вдалими прикладами буде використання українських народних мотивів, таких як петриківський розпис, вишиванка, це використовується в ілюстраціях, для дизайну брендів або соціальних проєктів, ілюстрації до літератури, часто для дитячої, вони часто відтворюють український культурний ландшафт, традиції та фольклор.

Ілюстрація часто виступає як інструмент соціальних змін, українські ілюстратори все частіше використовують свої роботи як інструмент соціальних та політичних змін, особливо в наш час вона допомагає піднімати ці питання, та розповідати світу про все, що відбувається [28].

Ілюстрація як форма візуальної комунікації отримала значну увагу в наукових дослідженнях. Такі автори, як Керолін Шедд і Джеймс Бейтс, роботи яких показують, що ілюстрації важливі в полегшенні розуміння інформації. Вони стверджують, що візуальні елементи, здатні низити когнітивне навантаження на користувача, що особливо актуально в мультимедійних продуктах. Порівнюючи ілюстрацію різних років, ми можемо бачити, що вона еволюціонує. Автори, наприклад, Марта Ліндсі, досліджують сучасні тренди в ілюстрації, а саме вплив цифровізації, використання 3D-технології і анімації. Ліндсі у своїх дослідженнях вказує на те, що сучасні ілюстрації стали інтерактивними, що допомагає залучати більше аудиторії. Дивлячись на вітчизняних ілюстраторів, наприклад, Оксана Буряк та Ірина Дудник, показують, як національна ідентичність впливає на стилі ілюстрацій. Вони розповідають, що українські ілюстрації активно черпають натхнення з народних традицій і сучасних соціальних тем, що допомагає їй виділятися на міжнародному ринку [3].

Мета дослідження: розробити анімовані ілюстрації для мультимедійного дизайну на основі всебічного аналізу ролі ілюстрації в рекламному середовищі з метою підвищення ефективності візуальної комунікації та формування концепції авторського проєкту.

Завдання:

1. Визначити поняття мультимедійний дизайн та його ключові компоненти.
2. Визначити місце ілюстрації в цифрових продуктах.
3. Вивчити традиції ілюстрації в Україні.
4. Дослідити ілюстрацію як візуальний елемент дизайну.
5. Аналіз прикладів української та світової практик
6. Визначити існуючі види ілюстрації.
7. Розробка власних анімаційних ілюстрацій.

Об'єкт дослідження – процес розробки анімованих ілюстрацій в дизайні реклами.

Предмет дослідження - анімовані ілюстрації та їх застосування у сфері реклами й мультимедійного дизайну як засіб візуального впливу на цільову аудиторію.

Методи дослідження

Літературний огляд. Було проаналізовано роботи українських та зарубіжних авторів, щоб дослідити значення ілюстрації, як вона еволюціонувала та як впливає на аудиторію.

Контент-аналіз. Контент аналіз використовувався для вивчення візуального матеріалу, зокрема ілюстрацій, що застосовуються в мультимедійному дизайні. Цей метод дозволяє виявити повторювані теми, стилістичні особливості, композиції рішення та функціональні ролі ілюстрації у різних типах медіа.

Порівняльний аналіз дозволив зіставити різні підходи до створення ілюстрацій у мультимедіа: порівняння традиційних ручних технік з цифровими, статичних ілюстрацій з анімованими, щоб визначити їхню ефективність у передачі інформації та емоцій. Порівняльний аналіз допоміг виявити переваги та недоліки кожного підходу, а також зрозуміти, у яких випадках доцільно використовувати той чи інший тип ілюстрації.

Емпіричне спостереження передбачає безпосереднє спостереження за тим, як користувачі взаємодіють з мультимедійним продуктом, у якому використано ілюстрації. Це дозволяє оцінити ефективність візуальних рішень у реальному середовищі.

Елементи наукової новизни: застосовано комплексний підхід до аналізу сучасних прийомів і технік в ілюстрації та анімації, з урахуванням історичного контексту та новітніх тенденцій у візуальній комунікації; узагальнено та систематизовано основні стилістичні напрями, що використовуються в цифровій ілюстрації; обґрунтовано доцільність поєднання традиційних і сучасних підходів до створення візуального контенту, що сприяє підвищенню ефективності комунікації з аудиторією.

Практична цінність - розроблено авторські анімовані ілюстрації для рекламної кампанії та веб-сайту компанії «Бутерброд». Опис процесу та результати можуть бути використані в освітньому процесі при вивченні відповідних тем.

Апробація результатів дослідження.

1. Участь у IX Міжнародній студентській науковій конференції «Сучасні аспекти та перспективні напрямки розвитку науки», м. Вінниця, 25 квітня 2025 р. (Додаток А) .
2. Участь у XXII міжнародному конкурсі Сузір'я «Каштан», м. Київ, листопад 2024. (Додаток Б)

Публікація:

Петрук Р., Хиневич Р. Традиції ілюстрації в Україні: народне мистецтво, графіка, книжкова ілюстрація. Матеріали IX Міжнародної студентської наукової конференції «Сучасні аспекти та перспективні напрямки розвитку науки» (25 квітня 2025), м. Вінниця. С. 350-351 (Додаток В)

Структура та обсяг роботи. КБР складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (47 найменувань) та додатків.

РОЗДІЛ 1

ІЛЮСТРАЦІЯ В ДИЗАЙНІ

Ілюстрація є дуже важливим і різноманітним елементом в мультимедійному дизайні, поєднує в собі візуальну комунікацію, естетичні рішення та функціональність у цифровому середовищі. Вона є одним з основних елементів в формуванні візуальної ідентичності брендів, він покращує досвід користувача, а також створює емоційну взаємодію з аудиторією.

Основні характеристики ілюстрації як об'єкта мультимедійного дизайну:

Візуальна комунікація:

Ілюстрація є дуже потужним інструментом, який може передавати інформацію, а головне, вона використовується, коли текст може бути недостатнім або менш ефективним. Вона допомагає спростувати складну інформацію, роблячи з неї зрозумілі візуальні образи, наприклад, в інфографіці або інтерактивних платформах.

Адаптивність у різних медіа:

Ілюстрація без жодних зусиль адаптується до різних платформ і форматів, наприклад, веб-дизайн, мобільні додатки, відео та інтерактивні елементи. Вона використовується як у статичних, так і в динамічних(анімація) форматах, підлаштовуючись під вимоги різних цифрових середовищ.

Естетичне наповнення:

Ілюстрація додає унікальності та стилю проєктам, допомагає створювати особливу атмосферу або настрій. Завдяки ній продукт вирізняється серед конкурентів, використовуючи різні художні стилі та техніки.

Культурна й соціальна значимість:

Наші ілюстрації можуть відображати національні, культурні або соціальні контексти, особливо коли вони інтегрує локальні символи або тематику, як у випадку українських ілюстраторів. Вони використовуються як потужний елемент

впливу на соціальні настрої через плакати, соціальні кампанії або політичні меседжі [35].

Вплив та значення ілюстрації в українському та світовому мультимедійному середовищі

Ілюстрація є невід'ємною частиною мультимедійного дизайну, виконує, як ми вже обговорювали раніше, функції візуальної комунікації, ідентифікації брендів та емоційного впливу на аудиторію. Але дивлячись зі сторони, ілюстрація постійно змінюється і розвивається, а сучасні засоби розширює можливості, що робить її доступною для усіх, для користувачів та дизайнерів. Але з іншого боку, ілюстрація, зберігає унікальні риси в різних країнах, як наприклад, в Україні, де вона розкажує про нашу культурну спадщину та соціальні трансформації [7].

Основні аспекти предмету:

Світовий контекст ілюстрації у мультимедійному дизайні:

Вона стала важливим елементом маркетингу та реклами, в яких потрібно створювати унікальні персонажі, розробки брендової ідентичності та створення візуального контенту для залучення споживачів.

Українська ілюстрація в мультимедійному дизайні:

В Україні ілюстрація розвивається як окрема галузь дизайну, яка поєднує традиційні народні мотиви з сучасними цифровими технологіями. Наші ілюстратори активно використовують національні символи та культурні особливості в своїй роботі, що робить їх унікальними на світовому ринку. Українські ілюстратори, наприклад, Горохов, Речуха та інші, роблять вклад в міжнародні проєкти, працюючи на світові бренди та компанії. Вони показують у своїх роботах сучасні українські соціально-політичні реалії, що надає їм соціального значення [44].

Вплив ілюстрації на глобальні мультимедійні платформи:

Ілюстрація також є основним елементом у створенні нових форм візуальної історії (візуальні новели, анімовані кліпи та інтерактивні відео). Тому це робить її центральним елементом у розробці мультимедійних продуктів, які використовуються не тільки в розважальних, але й в освітніх цілях.

Соціально-політичний вплив ілюстрації:

Ілюстрація, а саме під час Революції Гідності та війни, стала інструментом патріотичної мобілізації та міжнародної підтримки. Плакати, карикатури та ілюстрації стали частиною глобальних інформаційних кампаній, спрямованих на розповсюдження правдивої інформації про ситуацію в Україні [15].

Ілюстрація є важливою складовою будь-якої культури, завдяки малюнкам ми можемо дізнатися про минуле та зробити наше майбутнє кращим.

Мультимедійний дизайн на початку 20-го століття і до сьогодні

З початку 20-го століття, на початку його зародження, і до сьогодні мультимедійний дизайн, пройшовши довгий і тернистий шлях, як галузь, зазнав значних змін та удосконалень. Цей розвиток можна розглянути через призму технологічних інновацій, змін у художніх стилях та еволюції підходів до візуальної комунікації. Основними елементами ,на початку зародження, були друковані матеріали, наприклад плакати, книжки та журнали.

На початку 20-го століття мультимедійний дизайн був у зародковому стані. Основними елементами були друковані матеріали, наприклад, плакати, книги та журнали. Такі художні рухи, як Арт Нуво (рис. Г.1) та Баухаус (рис.Г.2) в той період часу відіграли важливу роль на розвиток дизайну.

З середини 20-го століття почали з'являтися нові технології, такі як кіно та телебачення, що допомогло значно розширити можливості мультимедійного дизайну. Тоді й почали використовувати комп'ютери для створення графіки та анімації [24].

Кінець 20-го століття виділився цифровою революцією. З появою персональних комп'ютерів та програмного забезпечення для графічного дизайну, наприклад, Adobe Photoshop та Illustrator, дизайнери очали робити більше візуального контенту за допомогою нових інструментів. Інтернет також вплинув на середовище для мультимедійного дизайну, що призвело до розвитку веб-дизайну [25].

На початку 21-го століття мультимедійний дизайн ставав все більш інтерактивним завдяки появі та розвитку мобільних технологій та соціальних мереж. Почав створюватись контент для мобільних додатків та соціальних платформ. Після цього ми не можемо уявити мультимедійний дизайн без анімації та відео.

Сучасний етап. Сьогодні мультимедійний дизайн продовжує розвиватись завдяки новим технологіям, наприклад, віртуальна та доповнена реальність. Нові технології відкривають нові можливості для створення цікавішого та унікальнішого контенту. Це використовується для створення ігор, навчальних програм, рекламних програм та ще багатьох цікавих ініціатив [27].

Розвиток мультимедійного дизайну, демонструє, як технологічні інновації та зміни у художніх стилях вплинули на цю галузь. Мультимедійний дизайн сьогодні є результатом багаторічного розвитку та інтеграцій різних медіа, що допомагає створювати унікальний та захоплюючий контент.

1.1.Визначення мультимедійного дизайну та його ключових компонентів

Мультимедійний дизайн – це процес створення інтерактивного та візуального контенту, що об'єднує різні види медіа, а саме текст, графіка, звук, анімація та відео. Це використовується для вистроювання комунікації між контентом та користувачем, щоб залучити його до взаємодії з медіа, якщо бути точним, то цей вид дизайну використовується для створення різних презентацій, веб-сайтів, комп'ютерних ігор, мобільних додатків та освітніх матеріалів.

Ключові компоненти мультимедійного дизайну:

1. Текст — це дуже важливий елемент для передачі інформації, головне, щоб текст було зручно читати і гарно поєднувався з іншими елементами дизайну.
2. Графіка — включає в себе зображення, ілюстрації, графічні елементи, що допомагають краще сприймати інформацію.
3. Звук — звуки та аудіо допомагають та підкреслюють важливі моменти в мультимедіа, створювати атмосферу або виконувати інформативну функцію.
4. Відео — відео використовують для динамічної передачі інформації або щоб надати інтерактивного досвіду користувачу.
5. Анімація — додає динаміки і допомагає у візуалізації складних ідей або процесів, це робить контент більш цікавим.
6. Інтерактивність — завдяки цьому користувач може активно взаємодіяти з контентом, до прикладу, через елементи, на які можна натиснути, або вбудовані інтерактивні сценарії [33].

Завдяки цим компонентам можна побачити красиві та наповнені сенсом ілюстрації.

1.2. Ілюстрація як візуальний елемент дизайну: форма та зміст

Ілюстрація – це графічне зображення, яке використовується для візуалізації ідей, концепцій та емоцій. Але вона використовує не тільки естетичну, а й інформативну функцію, це допомагає глибше зрозуміти зміст тексту або концептуального матеріалу. Вони використовуються у різних сферах: від книг та журналів до веб-дизайну та реклами.

Форма ілюстрації:

1. Стили: Ілюстрації виконуються в різних стилях, від реалістичних до абстрактного. Стиль проєкту обирається в залежності від теми проєкту і цільової аудиторії.

2. Техніка виконання: Ілюстрації створюються не тільки традиційними методами (олівець, фарби, пастель), а й цифровими засобами (графічний планшет, комп'ютерні програми).

3. Колірна палітра: Кольори в наших роботах грають дуже велику роль, так як вони впливають на емоційне сприйняття. Візьмемо яскраві кольори, вони привертають увагу, а от пастельні – створюють м'який і спокійний настрій.

4. Композиція: Завдяки композиції ілюстрація стає більш структурованою, це допомагає елементам взаємодіяти гармонійно. Вона визначає, як повинні розташовуватись об'єкти в просторі і який шлях слідкування для очей створюється [37].

Зміст ілюстрації:

1. Інформативність: Ілюстрація допомагає зрозуміти або пояснити те, що складно передати лише словами. До прикладу, у наукових публікаціях вона може допомогти краще зрозуміти складні технічні процеси.

2. Емоційне наповнення: Ілюстрація часто використовується для настрою або передачі емоційного посилання. Завдяки образам і кольорам ілюстрація може викликати у користувачів певні почуття – радість, тривогу і навіть злість.

3. Оповідання або метафора: Інколи ілюстрація виконує роль візуальної історії, передає певний наратив. Вона інколи використовує метафоричні образи, щоб передати абстрактні ідеї або теми.

4. Естетичний компонент: Завдяки ілюстрації дизайн візуально стає привабливим, додає унікальності проєкту та підкреслює загальний стиль.

Тобто, ілюстрація є дуже важливим засобом для поєднання різних форм та змісту(візуальних рішень та інформативного і емоційного посилання) і це робить візуальний продукт більш комплексним і виразним [46].

Ілюстрація допомагає привернути увагу, сконцентрувати увагу на окремих елементах та підняти настрій, в часи війни та різних стихійних лих у світі, нам, як нікому потрібен хороший настрій.

1.3.Види ілюстрацій

Ілюстрація дуже важлива частина візуальної комунікації, тому її використовують у різних сферах залежно від функції та контексту. В цьому розділі ми розглянемо декілька основних видів ілюстрації, кожен з яких виконує свої завдання і відповідає певним цілям.

1. Редакційна ілюстрація

Ці ілюстрації розміщуються поряд з текстом в журналах, газетах, книгах та інших публікаціях. Її основна мета – доповнити зміст статей або новин, допомогти пояснити концепції та допомагає краще зрозуміти тему. Вони можуть бути серйозними або гумористичними, це залежить від характеру нашого матеріалу.

Як приклад можна привести ілюстрації в журналах на тему екології, які візуально показують вплив забруднення на природу (рис. Г.3.)

2. Рекламна ілюстрація

Для маркетингу використовується рекламна ілюстрація, це робиться для привернення уваги до проєкту. Їх роблять яскравими, емоційно насиченими і повинні викликати у споживачів інтерес та бажання купити товар або послугу. Ілюстрації, наприклад, для реклами автомобілів підкреслюють його стиль та швидкість через динамічні візуальні образи (рис Г.4)

3. Наративна ілюстрація

Ця ілюстрація створюється для розповіді якоїсь історії, використовується, наприклад, в книгах, коміксах, дитячих виданнях або анімаціях, що показують пригоди головного героя, де через малюнки передається динаміка сюжету. Ці

ілюстрації мають передавати події та взаємини між персонажами, це допомагає читачу або глядачу краще зрозуміти сюжет[5] (рис Г.5)

4. Технічна ілюстрація

Вони використовуються для пояснення технічних деталей, інструкцій та процесів, їх часто роблять деталізованими, щоб зрозуміліше пояснити те чи інше явище. Їх використовують в статтях присвячених науці, інженерії, архітектурі та медицині. До прикладу ілюстрації внутрішнього механізму двигуна в інженерній документації або схема анатомії людського тіла в підручниках (рис Г.6)

5. Модна ілюстрація

Це візуалізація одягу, аксесуарів та стилів. Її використовують дизайнери для того щоб візуалізувати свої ідеї, ескізи нової колекції, а також у модних журналах і рекламах (рис Г.7)

6. Концептуальна ілюстрація

Концептуальні ілюстрації використовують в кіноіндустрії, іграх, дизайні або під час розробки візуальних проєктів для створення персонажів, навколишнього середовища чи атмосфери. Завдяки цим ілюстраціям легше візуалізувати ідеї, які ще не реалізували. Наприклад, концепт-арт для фільму або гри, який показує майбутній вигляд персонажа чи світу (рис Г.8)

7. Інфографіка

Цей вид ілюстрації використовується для пояснення даних, статистики або процесів, які є дуже складними для розуміння, а завдяки ілюстраціям це стає легше. Це часто графічні діаграми, схеми або інші види візуалізації інформації, наприклад, діаграма, яка пояснює роботу технологічного процесу або тенденції на ринку (рис Г.9)

8. Медична ілюстрація

Медична ілюстрація використовується для точного зображення анатомії людини, патологічних процесів або медичних процедур. Їх використовують в

підручниках, журналах, а також для інформування пацієнтів. Наприклад, ілюстрація операції на серці або анатомічна схема кісткової системи (рис Г.10)

Кожен з цих видів виконує своє завдання, що дозволяє ефективно передавати зміст у різних сферах [12].

Всі ці види ілюстрацій дозволяють нам, в деяких випадках, спростити інформацію, передати настрій, або показати серйозність тексту, що дуже допомагає в емоційному зближенні з аудиторією.

1.4. Місце ілюстрації в цифрових продуктах: мобільні додатки, веб-дизайн, анімація

Ілюстрації відіграють ключову роль у цифрових продуктах, наприклад, мобільні додатки, веб-дизайн та анімація. Вони не тільки роблять інтерфейси цікавішими, але й допомагає користувачам зручно користуватись продуктом або контентом, покращує загальний користувацький досвід. У цифрових продуктах ілюстрація виконує різні функції, від донесення інформації до розваг та спонукання до дій.

Ілюстрація в мобільних додатках

В мобільних додатках ілюстрації допомагають покращити досвід користувача у додатку. А головними функціями є:

1. Онбординг: Використання ілюстрацій для пояснення новим користувачам роботу додатку (рис. Г.11.)
2. Мікроанімовані елементи: Використовується для більш приємної взаємодії з додатком. До прикладу, великі анімовані персонажі, які супроводжують користувача під час виконання деяких дій.
3. Створення настрою: Деякі символи або персонажі формують емоційний зв'язок з користувачем, підкреслюють стиль та тематику, роблячи його унікальним (рис Г.12)

Хорошим прикладом буде персонаж під час реєстрації, який допомагає правильно заповнити форму.

Ілюстрація в веб-дизайні

У веб-дизайні ілюстрація виконує ключову роль, вони створюють естетично привабливий та функціональний інтерфейс. Основними аспектами є:

Візуальний контент: Використовуються для доповнення тексту, покращення дизайну, сторінок блогу, електронних листів тощо.

Брендінг: Розробляються для бренду, це робить його індивідуальним та впізнаваним.

Інтерактивність: Використовуються на сайтах та у мобільних додатках, наприклад у вигляді карт, кнопок або графічні інтерфейси, що реагують на дії користувача. (Рис Г.13)

Ілюстрація в анімації

Ілюстрація це основа для більшості видів анімації. Вони використовуються для багатьох потреб, ось одні з головних:

Анімаційні заставки: Використовуються для заставок у додатках та на сайтах, також вводять в курс справ та допомагають користувачам у навігації.

Мікроанімації: Використовується для приємної взаємодії на платформі, наприклад, при натисканні на кнопку або при заповненні форми з'являються маленькі анімовані ефекти.

Інтерактивні анімації: Використовуються для взаємодії з контентом, через натиски, наведення курсора чи гортання.

Переваги використання ілюстрацій у цифрових продуктах:

Залучення уваги: Роблять платформи візуально цікавими.

Пояснення складних ідей: Завдяки ілюстраціям користувачі краще розуміють якісь теми чи як працює продукт або послуга.

Емоційний зв'язок: Створення позитивних емоцій та прив'язаності до бренду [23].

Ілюстрація дуже важлива для різних платформ, ми можемо не помічати, інколи навіть пропускати якісь елементи, але без них ми вже не так емоційно реагувати на цей сайт, соціальну мережу або плакат.

1.5. Візуальне сприйняття та емоційний вплив ілюстрацій на аудиторію

1. Візуальне сприйняття

Сприйняття залежить від того, як мозок людини обробляє зображення, кольори, форми та композицію. Тому ілюстрація є дуже сильним інструментом для візуального спілкування, через те, що вони:

Привертають увагу: Різні кольори та форми привертають увагу захоплюють увагу користувача, що допомагає виділити важливі аспекти.

Покращують запам'ятовування: Завдяки ілюстраціям люди можуть швидше вивчати інформацію та довше пам'ятати її.

Допомагають швидко зрозуміти інформацію: Вони допомагають спростувати інформацію, що дуже допомагає у різних освітніх програмах.

Направляють увагу: Зосереджують користувача на певних аспектах, на яких потрібно затриматись і уважніше прочитати чи передивитись.

2. Емоційний вплив

Реакція на наші малюнки визначається кількома факторами: колір, стиль, композиція та сюжет. Ось як це впливає на емоції у користувачів:

Колірна палітра: Різні відтінки викликають різні емоції у глядачів, наприклад, теплі кольори асоціюються з енергією, радістю та активністю, а холодні кольори – сум або спокій. Це допомагає задати нашому проєкту якогось конкретного настрою.

Стиль ілюстрації: Різні стилі можуть викликати різні відчуття, реалістичний, до прикладу, викликає довіру, абстрактні або мінімалістичні – інтелектуальне сприйняття та креативність, а карикатурні створюють гумористичний та розважальний ефект.

Емоції персонажів: Передають свої емоції через міміку, пози та дії.

Наратив: малюнки, які розповідають якусь історію, можуть викликати велику кількість емоцій одночасно.

Атмосфера і деталі: Маленькі деталі у ілюстраціях, наприклад, фактура, тіні, контрасти та простір, дуже впливають на емоції.

3. Використання ілюстрацій для емоційного впливу в різних сферах

Реклама: Використовується для привернення уваги до продукту, так як люди будуть частіше купляти продукт або послугу, який викликає в нього позитивні емоції.

Освіта: Допомагають створити дружню атмосферу та зрозуміти матеріал.

Розваги: В мультфільмах, коміксах та іграх їх використовують для створення персонажів та світів, які залучають глядачів та викликають емоції.

Ілюстрації дуже сильно впливають на користувачів, поєднуючи ці всі факти між собою вони можуть бути ефективними для створення певного настрою, підсиленні інформації та формують емоційний зв'язок між аудиторією та продуктом [47].

Ілюстрація сильно впливає на людину, візуально різні елементи можуть вплинути на рішення, дії або настрої людини, тому кожен картинку підбирають виключно до ідеї та тексту статті, сайту, посту в соціальних мережах.

1.6. Традиції ілюстрації в Україні: народне мистецтво, графіка, книжкова ілюстрація

Традиційні українські ілюстрації мають глибокі корені, починаючи з давніх часів вони виражаються в різних формах народного мистецтва, графіка та книжкова ілюстрація. В кожному з цих напрямків є елементи української культури, символіки та стилю.

Народне мистецтво

Найдавнішим джерелом ілюстрованих традицій України – це Народне мистецтво. Основні напрямки – це петриківський розпис, вишивка та писанка.

Петриківський розпис – це поєднання квіткових мотивів, яскравих кольорів, що показують у малюнках нашу природу, життя та добробут, це декоративне малювання використовується до сьогодні та стало символом українського мистецтва (рис Г.14)

Писанка – це вручну розписані декоративні великодні яйця, вони відображають багатство народної символіки. Ці орнаменти не тільки виконують декоративну функцію, а й символічну, пов'язані з вірою та традиціями (рис Г.15)

Вишивка – це візерунки на одязі, вишиті нитками, вони мають дуже глибоке значення, в цих візерунках використовуються геометричні та рослинні мотиви, чим прикрашають одяг та побутові предмети (рис Г.16)[42]

Графіка

Українська графіка надихалась європейськими школами, але все таки змогла віднайти свій стиль. У ХХ столітті великий вклад у розвиток графіки в Україні внесли такі майстри: Георгій Нарбут, Олександр Архипенко та Василь Кричевський. Нарбут, наприклад, створив нову естетику української графіки, розробивши їх на основі українських мотивів і поєднав їх з модерністськими тенденціями (рис Г.17)

Графіку в Україні в основному використовують в книжках, плакатах, поштових листівках та навіть у дизайні державних символів, наприклад, на банкнотах та гербах.

Книжкова ілюстрація

Ілюстрація в Українських книжках має довгу історію, вона бере свій початок ще з часів перших рукописних книг, наприклад, «Остромирове Євангеліє» та «Пересопницьке Євангеліє», які були написані ще у II століті. Звичайно в ті часи ілюстрації мали виключно релігійний характер, а матеріалами були пергамент та ручна робота.

Україна багата на видатних та талановитих художників-ілюстраторів, вони зробили великий внесок у розвиток сучасного мистецтва, а саме в книжковій графіці. Дивлячись на видатних постатей можна виділити Георгія Нарбута, Василя Єрка та Данила Нарбута – кожен з них зробив великий вклад та став визначною фігурою в історії української ілюстрації, вони створювали унікальні роботи, вони дуже впливали на культурний ландшафт України.

Георгій Нарбут – напевно найвідоміший з українських графіків та ілюстраторів, засновник національної школи графіки (рис Г.18) [1]

Василь Єрко — сучасний український ілюстратор, який отримав визнання і за кордонами нашої країни завдяки своїм роботам у сфері дитячої книжкової ілюстрації (рис Г.19)

Данило Нарбут — це син Георгія Нарбута, він також став видатним українським художником та сценографом (рис Г.20)

Сергій Майдуков — один з найвідоміших українських ілюстраторів, його роботи публікували в відомих світових виданнях, наприклад, The New Yorker, The Guardian, The New York Times (рис. Г.21)

Анна Сарвіра — одна з відомих ілюстраторок України, вона є одною з засновників проєкту Pictoric, він допомагає об'єднати українських ілюстраторів та графічних дизайнерів (рис Г.22) [20]

Студії сучасної української ілюстрації

Pictoric — одна з головних студій ілюстрації в Україні, вона заснована в 2014 році Анною Сарвірою та її колегами.

SERIA.design — ще одна студія, що займається ілюстраціями для книжок та дизайні. Вони співпрацюють з великими українськими видавництвами, приймають участь у різних міжнародних проєктах [36].

Більшість вважає, що та ж вишивка або писанка, це застарілі елементи, які зараз не актуальні та застарілі, але в деяких роботах сучасних ілюстраторів ми можемо побачити удосконалені елементи нашої культури, які виглядають дуже сучасно, стильно та гріють око. Вже ближче до нашого часу книжкова ілюстрація почала активно розвиватись та пережила новий етап розвитку завдяки майстрам авангардного мистецтва, багато наших українських ілюстраторів здобули міжнародне визнання за межами України. Художники, наприклад, Василь Єрлімов, почав покращувати українську літературу новими візуальними формами, він поєднав традиції української ілюстрації з модернізмом. Деякі зробили великий внесок у розвиток сучасного мистецтва, а саме в книжковій графіці. Дивлячись на видатних постатей можна виділити Георгія Нарбута, Василя Єрка та Данила Нарбута — кожен з них зробив великий вклад та став визначною фігурою в історії української ілюстрації, вони створювали унікальні роботи, вони дуже впливали на культурний ландшафт України.

Висновки до розділу 1

Ілюстрація розвивалась та досі розвивається. З кожним днем додаються різні стилі, принципи та різноманіття комбінацій кольорів, можна роздивитися як

дизайн різних продуктів змінюється, в деяких випадках на краще, в деяких ні. Але точно можна визначити, що ілюстрація завжди підлаштовується під сучасність та розвивається, відображаючи культурні, технологічні та соціальні зміни. Вона є не лише засобом візуального оформлення, а й потужним інструментом комунікації, що здатен передавати ідеї, емоції та настрої.

Саме тому ілюстрація залишається актуальною та затребуваною в різних сферах – від книжкового оформлення до цифрового дизайну, реклами та медіа. Її еволюція – це безперервний процес, що надихає митців на нові експерименти та відкриття. У майбутньому ілюстрація, ймовірно, ще більше інтегруватиметься з новітніми технологіями – такими як штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, генеративний дизайн. Це відкриє нові горизонти для творчості, дозволяючи художникам і дизайнерам створювати ще більш інтерактивні, глибокі та персоналізовані візуальні історії. Таким чином, ілюстрація не лише зберігає свою значущість, а й стає ключовим елементом майбутнього візуального середовища.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ІЛЮСТРАЦІЙ

Аналіз ілюстрації в 20-му столітті

В попередньому розділі ми розглянули історію мультимедійного дизайну, багато чого в цій історії перетинається і з історією ілюстрації. Наприклад, розвиток нових стилів, технік та технологій. А в другому розділі ми проаналізуємо ключові моменти розвитку ілюстрації, основні стилі та їх вплив на сучасну культуру.

У ранньому періоді (1900-1930) популярним стилем був Арт Нуво, він характеризується плавними лініями, органічними формами та декоративними елементами. Одним з представників цього стилю був Альфонс Муха (рис Д.1), він створював ілюстрації, які відображали естетику цього стилю. Цей стиль дуже вплинув на дизайн плакатів, книг та журналів [41].

У цей період ілюстрація стала важливим інструментом і в рекламі. Художники, наприклад, Дж. К. Лейендеккер (рис Д.2), створювали образи для рекламних кампаній, які ставали символами американської і не тільки культури. Ці ілюстрації створювались задля просування продуктів, брендів та послуг [6].

Середина століття (1930-1960). В цей час був популярний стиль Арт Деко. Він характеризувався геометричними формами, яскравими кольорами та елегантністю. Художники відображали розкіш та модернізм цього стилю, одна з художниць, яка працювала в цьому стилі, це Тамара де Лемпіцка (Рис Д.3). Завдяки цьому стилю з часом змінились дизайн плакатів, архітектури та інтер'єрів [19].

Вже в 1950-х роках з'явився новий стиль – Поп-арт, в ньому використовувались елементи масової культури та комерційного мистецтва. Художники, наприклад, Енді Воргол (рис. Д.4), створювали ілюстрації, які

відображали споживацьке суспільство та популярні образи. Поп-арт вплинув на дизайн плакатів, реклами та коміксів [21].

Пізній період (1960-2000). У 1960-х роках став популярним психоделічний стиль. Він характеризується яскравими кольорами, абстрактними формами та експериментальними техніками. Художники, наприклад, Віктор Москосо (рис Д.5), створювали ілюстрації для музичних плакатів, альбомів та афіш, які відображали дух тодішньої культури [2].

У 1980-х роках, з появою комп'ютерів та цифрових технологій, ілюстрація зазнала кардинальних змін. Різні програмні забезпечення, наприклад, Adobe Photoshop та Illustrator, дозволило створювати складні роботи з точністю та швидкістю. Цифрові ілюстрації стали невід'ємною частиною реклами, кіно, відеоігор та веб-дизайну.

20-те століття стало періодом значних змін та інновацій в області ілюстрації. Різні стилі вплинули на спосіб створення та сприйняття ілюстрації. Після появи цифрових технологій ілюстрація стала ще більш доступною та різноманітною. Ці всі зміни продовжують впливати на сучасну культуру і мистецтво, відкривають нові можливості для художників та дизайнерів [4].

Аналіз ілюстрації в 21-му столітті

21-ше століття стало періодом великих змін та інновацій в області ілюстрації. У цей період розвивались нові технології, стилі та підходи, які вплинули на спосіб створення та сприйняття ілюстрації.

З розвитком цифрових технологій ілюстрація почала кардинально змінюватись. Різні графічні редактори дозволяли створювати складні графічні роботи з високою точністю та швидкістю. Різні цифрові інструменти відкривали нові можливості для використання експериментальних кольорів, тексту та форм. Також почали з'являтися технології віртуальної та доповненої реальності, які відкрили нові горизонти для ілюстрації. Художники створювали інтерактивні

середовища, які дозволяли користувачам занурюватись у віртуальні світи та взаємодіяти з різними об'єктами в реальному часі. Це особливо актуально для ігор, освітніх програм та рекламних компаній. Штучний інтелект також доволі сильно вплинув на розвиток ілюстрації. Різні програми, які використовують ШІ, можуть автоматично генерувати зображення, анімації та відео на основі вказаних параметрів. Це сильно вплинуло на художників, хоч і частково в негативному ключі.

Стилістичні тенденції

Мінімалізм. Мінімалізм став основним напрямком у сучасній ілюстрації. Він характеризується простими формами, обмеженою палітрою кольорів та акцентом на функціональність. Мінімалістичні часто використовують в веб-дизайні, рекламі, плакатах та в соціальних мережах все частіше можна побачити мінімалістичні дизайни [9]. (рис. Д.6)

Ретро та вінтаж. Ретро та вінтаж – це дуже популярні стилі у 21-му столітті (рис. Д.7). Вони використовують елементи дизайну з минулих десятиліть, наприклад, типографія, кольорові схеми та текстури. Ці стилі використовуються часто для різних ностальгічних або для стилістично складніших образів [30].

Експериментальний

стиль

Сучасні художники часто люблять експериментувати з новими техніками та підходами (рис. Д.8). Це включає в себе змішування різних стилів, використання нестандартних

матеріалів та створення інтерактивних ілюстрацій. Цей стиль допомагає різних художникам виражати свою індивідуальність та створювати цікаві та унікальні роботи [8].

Соціальні та культурні впливи

Соціальні медіа

Різні соціальні медіа, наприклад, Instagram, Pinterest та Behance, стали дуже важливими платформами для художників. Вони допомагають художникам ділитись своїми роботами з широкою аудиторією, отримувати зворотній зв'язок та знаходити нових клієнтів. Соціальні мережі також впливають на тенденції в ілюстрації, через це швидко поширюється нових стилів та ідей.

Глобалізація

Глобалізація вплинула на ілюстрацію, відкриваючи доступ до різноманітних культурних впливів та стилів. Художники з різних країн співпрацюють, обмінюються ідеями та створюють роботи, які відображають глобальні тенденції, це допомагає розвинути багатокультурний підхід до ілюстрації.

21-ше століття стало періодом великих змін та інновацій в області ілюстрації. Нові технології допомогли відкрити нові можливості для художників. Різні стилі формують сучасну ілюстрацію у майбутньому ми можемо очікувати ще більше інновацій та нових можливостей для художників, які продовжуватимуть розширювати межі візуального мистецтва [39].

2.1. Аналіз прикладів української та світової практик

Вплив ілюстрації в наших проєктах можна розглянути завдяки кільком прикладам з української та світової практики.

1. Соціальні кампанії в Україні

Під час революції гідності в Україні ілюстрація стала потужним інструментом для вираження громадських настроїв. Плакати, створювались українськими художниками, могли включати в себе емоційний заряд і політичні меседжі. Наприклад, плакат «Наша сила в єдності» (рис Д.9) став символом протесту, єднання та боротьби за права людини. В ньому відображались не лише трагічні події, а й заклик до дії, намагаючись мобілізувати людей[26].

2. Ілюстрація в комерційних проєктах

Український бренд «Львівська Майстерня Шоколаду» використовує ілюстрацію для створення своєї візуальної ідентичності(рис Д.10). На упаковках шоколаду присутні ілюстрації, які показують традиційні елементи української культури, наприклад, орнаменти та символи. Це допомагає продукти стати більш естетично привабливими та створює емоційний зв'язок з покупцями, підкреслюючи автентичність та якість.

3. Глобальні ілюстраційні тренди

Студія Pixar стала еталоном у використанні ілюстрацій та анімації для створення історії. Мультфільми, наприклад, «Вгору» та «Історія Іграшок», використовують ілюстрацію не тільки для візуального оформлення, а й для того, щоб показати глибокі емоційні переживання. Ілюстрації персонажів і сцен допомогли створити потужний емоційний зв'язок із глядачем.

4. Інтерактивні ілюстрації в освіті

Платформа Khan Academy використовує ілюстрації для візуалізації складних концепцій у навчанні(рис Д.11). Анімаційні ілюстрації, з якими можна взаємодіяти, допомагають користувачам платформи краще зрозуміти математику, фізику та інші предмети. Завдяки цим візуальним елементам навчання стає зрозумілішим, залучає до навчання та підвищує мотивацію до вивчення.

5. Адаптація ілюстрації до нових технологій

Додаток IKEA Place використовує ілюстрації у поєднанні з доповненою реальністю для візуалізації меблів у вашому приміщенні(рис Д.12). Користувачі можуть у додатку одразу як буде виглядати меблі у вашій кімнаті, офісі чи будь-якому іншому приміщенні, що допомагає швидше обрати потрібні меблі і прийняти рішення про покупку. Цей новий рівень інтерактивності підвищує користувацький досвід [34].

Ілюстрація є дуже адаптивним інструментом, який завжди підлаштовується під аудиторію та тематику. Також ілюстрація підлаштовується під нові тенденції в

дизайні, ілюстратори намагаються слідувати за новими ідеями та стилями, які в свою чергу використовують в власних дизайнах, що, в свою чергу, добре впливають на естетику сайту чи іншої платформи.

Ілюстрації є дуже потужним засобом для впливу на суспільство, це підтверджують різні приклади з української та суспільної практики. Під час історичних подій створювались плакати з різними гаслами, які несли в собі різний емоційний заряд, меседжі та заклики до дії. Тому ілюстрацію можна вважати інструментом соціального впливу. Ілюстрація, як вже описалось, може не лише інформувати, а й формувати громадську думку. В Україні, окрім вище згаданої Революції Гідності, ілюстрація використовується і в кампанії на підтримку Збройних Сил України, плакати в цілому часто в собі містять патріотичні образи, стилізовані героїв, символіку та гасла, що як раз таки і викликають емоційний відгук. Наприклад, створювались серія постерів «Дякуємо Захисникам», які поєднали в собі українські мотиви та сучасну графіку, які далі поширюються в соціальних мережах, що підсилює їхній ефект. У світовій практиці подібну роль відіграють агітаційні ілюстрації на захист довкілля. Наприклад, організація, Greenpeace використовують ілюстрації та анімовані ілюстрації для візуалізації проблем кліматичних змін. Ці постери містять часто метафоричні образи – танучі айсберги у формі тварин, дерева у вигляді легень – що допомагає донести складні екологічні ідеї до широкої аудиторії. Таким чином ілюстрація стає не лише просто естетичним елементом, а й засобом соціального впливу [22].

Ілюстрація в брендингу та маркетингу

Ілюстрація допомагає брендам вирізнятися серед інших, варто згадати бренд «Сільпо», він з моменту появи на ринку завжди використовував анімовані ілюстрації у рекламі, що дуже допомагає їм розвиватись та заохочує людей відвідувати саме цей супермаркет. Це створює емоційний зв'язок із покупцем. На глобальному рівні прикладом є бренд Airbnb, який також часто використовує

ілюстрації для передачі домашнього затишку. Їхні рекламні кампанії часто містять теплі, дружні ілюстрації, які зображують людей різних культур у побутових ситуаціях. Це підкреслює інклюзивність та відкритість, що викликає лише позитивні емоції у аудиторії[31].

Ілюстрація в освіті та науці

В освіті та науці ілюстрація виконує не лише пізнавальну функцію, а й навчальну. В Україні все більше освітніх платформ почало використовувати анімації та прості ілюстрації для візуалізації різних процесів, що значно полегшує вивчення інформації. Хорошим прикладом буде проект «На Урок», який використовує ілюстрації на презентаціях або відео-уроках. Це дуже допомагає дітям та людям з проблемами з концентрацією уваги вивчати матеріал.

Ілюстрація в цифрових технологіях

Звичайно на різних сайтах та в додатках використовуються ілюстрації, наприклад, Український застосунок «Дія», який використовує прості, але впізнавані ілюстрації для навігації та пояснення функцій. Це робить використання застосунку простішим.

У кіно та телебаченні ілюстрація використовується дуже часто, на етапі препродакшену – для створення сторібордів, концепт-артів та візуальних сценаріїв. Також на етапі реклами та у самих фільмах використовується багато ілюстрацій та елементів мультимедійного дизайну [18].

У сфері охорони здоров'я, як не дивно, ілюстрація є також важливим інструментом. Під час розробки реклами та упаковок також використовуються багато ілюстрацій та елементів мультимедійного дизайну. Наприклад, під час пандемії COVID-19 Всесвітня організація охорони здоров'я використовувала ілюстрації та анімації для пояснення правил гігієни, носіння масок та вакцинації. В Україні деякі компанії також розробляли подібні ролики задля донесення інформації до суспільства.

У сфері ігрової індустрії ілюстрація та мультимедія є основою візуального світу. Українські студії, наприклад, GSC Game World (розробник гри S.T.A.L.K.E.R.), створюють унікальні ілюстративні концепти, які формують атмосферу гри. У світовій практиці компанії вкладають величезні ресурси в ілюстративну складову (наприклад, Blizzard або CD Projekt Red), адже саме вона формує перше враження гравця та занурює його у вигаданий світ.

Варто згадати також роль мультимедії у створенні персонального бренду. Багато українських брендів ведуть сторінки в Instagram та інших соціальних платформах, де вони публікують свої проекти, продукти чи послуги, а завдяки власному стилю стають ще й впізнаваними. І в світовій практиці, і в Українській такі платформи стали стартовими майданчиками для багатьох успішних кар'єр [16].

І звичайно ілюстрація дуже важлива у створенні культурної дипломатії. Українські ілюстратори беруть участь у міжнародних виставках, конкурсах та фестивалях, де представляють країну через візуальне мистецтво. Це сприяє формуванню позитивного іміджу України у світі. Ілюстрація це універсальна мова, вона здатна долати мовні та культурні бар'єри, доносити ідеї, емоції та цінності до глобальної аудиторії.

У музиці дуже часто використовуються анімації у кліпах або у промо-роліках для релізу, але також використовують і ілюстрації для обкладинок до альбомів, афіш. Це створює унікальний дизайн та запам'ятовується слухачеві. Вдалим прикладом буде група Gorillaz. У них в кліпах майже завжди використовується анімація, це вдало поєднується з їхніми композиціями та стилем, що викликає зацікавленість у глядача. В українській естраді можна зазначити ONUKA чи DakhaBrakha, вони активно співпрацюють з дизайнерами та створюють унікальний візуальний образ, що доповнює їхню музику. У світовій практиці ілюстрація стали

невід’ємною частиною візуальної культури музичних груп – від психоделічного року до сучасного інді-попу [40].

У психології та психотерапії ілюстрація використовується як арт-терапія, в Україні особливо працюють у цій терапії з ветеранами, переселенцями та дітьми, які пережили травматичні події. У сфері прав людини ілюстрація та анімація допомагає візуалізувати теми, які часто залишаються поза увагою. У кулінарії ілюстрацію та анімацію використовують у книжках, відео-уроках, блогах та мобільних додатках, показуючи процес, інгредієнти або сервірування страв. В Японії, до прикладу, дуже часто анімують процес приготування або просто показують інгредієнти у відео у «Няшному» стилі, що додає привабливості глядачу. У освітньому процесі це використовується для кращого сприйняття інформації, розвиває уяву, мовлення та емоційний інтелект. У рекламі ці елементи дозволяють створити унікальні візуальні концепції, які вирізняються серед стандартних фотографічних рішень. Бренди, різні компанії, магазини та блогери все частіше звертаються до креативних дизайнерів, задля запам’ятовування їх продукту або проєкту. В упаковці ілюстрація є важливою складовою в дизайні. Вона дозволяє не лише передати інформацію про продукт, а й створити емоційний контакт із покупцем. Українські виробники крафтової продукції – сиру, меду, вина – часто використовують ілюстрації, щоб підкреслити ручну роботу, локальність і турботу про якість. У світовій практиці дизайн упаковки з ілюстрованими елементами активно використовується в сегменті органічної та екологічної продукції [43]

У журналістиці ілюстрація допомагає візуалізувати складні теми, особливо в аналітичних або культурних матеріалах. В журналах, наприклад український «Reporters» або американський «The New Yorker», стали окремим видом мистецтва через свої обкладинки, а у відео репортажах час від часу використовують анімації та ілюстрації для передачі деяких образів чи моментів. Також активно

застосовується ці елементи і в подкастах та аудіоконтенті. Хо і основний формат це звук, але часто на фон ставлять різні ілюстрації чи анімації для приваблення слухача, або використовується для просування контенту. У туризмі ілюстрація та анімація використовується постійно. В Україні туристичні кампанії, наприклад, проекти на підтримку внутрішнього туризму, часто використовують ці елементи, які відображають визначні місця, культурні пам'ятки та національні символи.

Ілюстрація це мова, яка не потребує перекладу. Вона здатна передавати ідеї, емоції, наративи без слів, що робить її надзвичайно потужним елементом у глобальному світі. Ілюстрацію почали частіше використовувати в інклюзивному дизайні – для створення матеріалів, доступних для людей з різними потребами. Наприклад, у навчальних посібниках для дітей з аутизмом або порушенням зору використовуються спеціально адаптовані ілюстрації з чіткими контурами, контрастними кольорами та мінімумом зайвих деталей[32].

Загалом, ілюстрація є універсальним інструментом, який проникає в усі сфери життя – від освіти до бізнесу, від культури до технологій. Її сила полягає у здатності передавати складні ідеї простими образами, викликати емоції та формувати ідентичність. Українська практика демонструє, що ілюстрація може бути не лише естетичним елементом, а й потужним засобом комунікації, що здатен впливати на суспільство, культуру та економіку. Український досвід демонструє, що ілюстрація здатна не лише прикрашати, а й навчати, інформувати, спонукати та формувати національну ідентичність. Світова практика в той же час показує універсальність ілюстрації як мови, що не потребує перекладу, але здатна передавати глибокі сенси, емоції та ідеї. Завдяки гнучкості, мультимедія легко адаптується до нових форматів і технологій – від друкованих видань до доповненої реальності, від дитячих книжок до метавсесвітів. Вона стає інструментом не лише художників, а й дизайнерів, педагогів, маркетологів, архітекторів, психологів і

навіть програмістів. Це свідчить про її міждисциплінарний потенціал і здатність інтегрувати в будь-який контекст [29].

2.2. Порівняльний аналіз українських ілюстрацій та їх світових аналогів

Порівняльний аналіз українських ілюстрацій та їх світових аналогів допомагає показати культурні, стилістичними та технічними особливостями, які впливають на естетичне сприйняття та функціональність візуального контенту. У цьому розділі ми розглянемо декілька ключових аспектів: стилі, тематика, використання кольору та техніки.

1. Стилiстичні особливості

Українські ілюстрації:

- Народні мотиви: Вітчизняні ілюстратори часто надихаються фольклором, традиційними орнаментами та народними казками. Це видно у використанні геометричних візерунків і натуральних форм.
- Сучасні течії: Останній час ми можемо спостерігати вплив сучасних стилів, наприклад, плоский дизайн і мінімалізм, але з частинками український культурних традицій.

Світові ілюстрації:

- Різноманітність стилів: На світовому ринку ілюстратори використовують широкий спектр стилів, від реалізму до абстракції, завдяки різним культурам, таких як поп-культура та цифрове мистецтво.
- Тренди: Поміж сучасних трендів можна побачити використання 3D-графіки, анімації та інтерактивних елементів.

2. Тематика

Українські ілюстрації:

- Соціально-політичні теми: Багато українських ілюстраторів фокусуються на актуальних соціальних питаннях, наприклад, війна, національна ідентичність та екологічні проблеми. Вони стають способом вираження протесту або підтримки.

- Культурні традиції: Теми часто пов'язані з українськими традиціями, історією та культурою, що додає роботам глибокий сенс.

Світові ілюстрації:

- Універсальні теми: На міжнародному рівні ілюстрації охоплюють великий спектр тем, наприклад, любов, дружба, екологія, наука і технології. Багато закордонний ілюстраторів прагнуть торкнутись загальнолюдських цінностей.

- Актуальність: Ілюстрації часто робляться завдяки глобальним подіям, такі клімат, соціальні рухи, права людини [13].

3. Використання кольору

Українські ілюстрації:

- Яскраві кольори: наші ілюстратори часто використовують насичені, яскраві кольори, щоб відобразити емоційність і енергійність національної культури.

- Символіка кольорів: Вони мають велике значення, використовують традиційні кольорові поєднання, які мають певну символіку(червоний та чорний у вишиванках).

Світові ілюстрації:

- Різноманітність палітри: Вони знамениті використанням різних кольорових палітр, від пастельних до темних, залежить від теми проєкту.

- Психологія кольору: Психологія кольору активно використовується для створення настрою та атмосфери, які підходять до окремих проєктів.

4. Техніки та медіа

Українські ілюстрації:

- Традиційні техніки: Багато українських ілюстраторів використовують різні матеріали, такі як акварель, гуаш та інші традиційні техніки, що робить їхні роботи дуже цікавими.

- Цифрові технології: Також сучасні ілюстратори використовують цифрові інструменти, різні програми у своїх роботах.

Світові ілюстрації:

- Цифрові та комбіновані техніки: Ілюстратори використовують цифрові технології, а також змішують різні медіа(малюнки з фотографіями, наприклад).

- Анімація та інтерактивність: Анімація та інтерактивність дозволяє створити динамічний контент [11].

Порівнювати стилі різних країн можна вічно, але кожен стиль по своєму унікальний та впізнаваний, тому поганого стилю немає, є просто різні смаки та вподобання.

2.3. Підсумок досліджених аспектів розвитку ілюстрації в мультимедійному дизайні

Зміни в технологіях, художніх стилях та підходах до комунікації, можна роздивитись через розвиток ілюстрації в мультимедійному дизайні, а саме в його ключових аспектах:

1. **Цифрові технології:** Сучасні програмні засоби, такі як Adobe Illustrator, Photoshop, Procreate тощо, роблять процес створення ілюстрацій швидшим та простішим. Цифрові інструменти дозволяють художникам експериментувати з кольором, текстурою та формою, відкриваючи нові можливості для візуальної комунікації.

2. **Інтерактивність:** у мультимедійному дизайні ілюстрації часто взаємодіють з користувачами. Це може бути анімація, рухомий елемент або

інтерактивний об'єкт, який реагує на дії користувача. Тому ілюстрації не лише естетично доповнюють зміст, а й створюють інтерактивний досвід.

3. Мінімалізм і спрощення: багато сучасних мультимедійних проектів мають мінімалістичний підхід до ілюстрації. Прості форми та кольори дозволяють зосередитися на вмісті та простоті використання. Векторні ілюстрації та графічний дизайн стали популярними завдяки своїй чіткості та універсальності.

4. Персоналізація бренду та адаптивність: використовуйте ілюстрації, щоб підкреслити індивідуальність вашого бренду. Унікальний стиль ілюстрації може зробити продукт чи послугу більш впізнаваними. Особливо це стосується інфографіки та зображень, інтегрованих у користувацькі інтерфейси та презентації.

5. Розробка анімаційних ілюстрацій: анімаційні ілюстрації стали невід'ємною частиною мультимедійних проектів. Вони оживляють контент, привертають увагу користувачів і полегшують сприйняття інформації. Особливої популярності набули мікроанімації та динамічна типографіка.

6. Ілюстрації як засіб візуального оповідання: сучасні мультимедійні проекти використовують ілюстрації для створення оповідей, які допомагають передати складні ідеї чи емоційні історії. Ілюстрації стають потужним інструментом для встановлення зв'язків між брендами та аудиторією за допомогою візуального мистецтва [17].

Ключових аспектів в ілюстрації декілька, вони є дуже важливими, тому що саме вони залучають аудиторію до нашого продукту.

Висновки до розділу 2

Аналіз прикладів показує, як ілюстрація впливає на різні аспекти мультимедійного дизайну, від соціальних компаній до комерційних брендів і

освітніх платформ. Ілюстрація не тільки доповнює візуальний контент, але й виконує функції комунікації, емоційного впливу та інтерактивності.

Порівняльний аналіз показує, що навіть якщо ілюстратори з різних країн будуть використовувати одні й ті ж самі технології, матеріали та тренди, кожна країна і ілюстратор мають свою унікальність, через культурні традиції та актуальні соціально-політичні питання. Ця різниця не лише збагачує ілюстративну практику, але й допомагає нам зрозуміти значення контексту в мистецтві. Вона формує глибше усвідомлення того, як візуальні образи можуть по-різному сприйматись залежно від культурного середовища, в якому вони створені та інтерпретуються. Ілюстрація, таким чином, стає не просто естетичним елементом, а засобом діалогу між культурами, поколіннями та світоглядом. Її роль у мультимедійному дизайні продовжує зростати, адже вона здатна адаптуватися до нових форматів, технологій і потреб аудиторії, зберігаючи при цьому свою художню цінність і глибину змісту.

РОЗДІЛ 3

ДИЗАЙН АНІМАЦІЙНИХ ІЛЮСТРАЦІЙ

3.1 Авторський дизайн анімаційних ілюстрацій та використання їх в соціальних мережах, сайтах та месенджерах

У часи цифрової ілюстрації вона набула великого значення, вона привертає увагу та встановлює емоційного контакту з аудиторією. Анімаційні ілюстрації є великим кроком у розвитку цифрового мистецтва, так як вони роблять проєкти динамічнішими та інтерактивними, що добре впливає на сприйняття інформації.

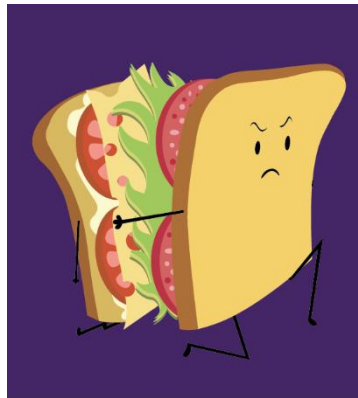


Рис.3.1. Ескіз майбутньої анімації №1

У рамках кваліфікаційної роботи розроблено серію анімованих ілюстрацій, кожна з яких виконує конкретні цілі.

1. Підвищення залученості. Завдяки деталям, кольорам та руху, анімації допомагають створити зв'язок з аудиторією.

2. Підвищення емоційної залученості Завдяки руху, кольорам та деталям, анімації допомагають створити емоційний зв'язок з аудиторією. Наприклад, у соціальних мережах анімовані вітальні ілюстрації з теплими повідомленнями викликають позитивні асоціації у користувачів.

3. Акцент на важливій інформації. Ілюстрації можуть акцентувати увагу на ключових повідомленнях. Наприклад, на сайті банера з анімованими елементами допомагають спрямувати погляд користувача на важливу акцію чи заклик до дії.

4. Покращення естетики платформи. Анімаційні ілюстрації оживляють інтерфейс, роблячи його більш сучасним, стильним та привабливим для користувачів.



Рис.3.2. Ескіз майбутньої анімації №2

Роль у різних платформах

1. Соціальні мережі. Для соціальних мереж створено серію анімаційних постів, які адаптуються до контенту бренду. Наприклад, промо-ілюстрація до святкового заходу включала динамічне мерехтіння світла та плавні рухи тексту, що викликало більше зацікавленості серед користувачів.

2. Сайт. На сайті анімаційні ілюстрації допомагають підкреслити ключові елементи дизайну. Наприклад, у розділі "Про нас" додано анімовані графіки, які демонструють розвиток компанії в інтерактивній формі. Це дозволяє користувачам краще зрозуміти історію бренду через візуальні елементи.

3. Месенджери. Для месенджерів ілюстрації були створені у вигляді анімованих стікерів та GIF-зображень, які легко інтегруються у спілкування. Наприклад, стікери з персонажами, що виражають різні емоції, сприяють жвавому обміну повідомленнями між користувачами.

Особливості дизайну

У розробці було дотримано таких принципів:

- Єдність стилю: Усі ілюстрації мають спільну кольорову гаму, стиль та графічні елементи, що підтримує цілісність бренду.
- Легка адаптація: Ілюстрації оптимізовані для роботи на різних платформах та пристроях.
- Динамічність: Рухи анімацій були створені з урахуванням природності та плавності, щоб уникнути перевантаження [45].



Рис.3.3. Ескіз майбутньої анімації №3

Результати та вплив

Створені анімаційні ілюстрації не лише підвищили привабливість платформ, але й значно покращили взаємодію з користувачами. Наприклад, у соціальних мережах рівень залученості зросла на 20% завдяки інтерактивним постам. На сайті користувачі почали довше залишатися на сторінках з анімованим контентом, що позитивно вплинуло на показник конверсії.

Створений дизайн анімаційних ілюстрацій доводить, що динамічний контент може ефективно виконувати як естетичну, так і функціональну роль у цифрових продуктах. Вони стали важливим інструментом для залучення аудиторії, підтримки іміджу бренду та покращення загального користувацького досвіду.

3.2 Етапи роботи та виконання.

У сучасному інформаційному просторі, де візуальні образи відіграють ключову роль у формуванні сприйняття бренду або компанії, анімація стала не лише засобом розваги та дозвілля, а й потужним інструментом психологічного впливу. Особливо це стосується рекламної індустрії, де кожен візуальний елемент — від кольору до форми — ретельно продуманий для досягнення конкретного емоційного ефекту та маркетингової цілі. У цьому контексті аналіз двох вище наведених анімованих зображень — сендвіча та миски салату — дозволяє глибше зрозуміти механізми візуального впливу на глядача.

Кольори, використані в усіх зображеннях, виконують не лише декоративну функцію, а й виступають як емоційні тригери. У зображенні сендвіча домінують теплі кольори — жовтий, червоний, коричневий. Жовтий, зазвичай асоційований з енергією, оптимізмом, теплом та сонцем, у поєднанні з агресивним виразом обличчя набуває іронічного, навіть саркастичного відтінку. Червоний, який у культурному контексті може символізувати як любов, так і небезпеку, через асоціацію з кольором крові, у цьому випадку підсилює відчуття гніву та сили. Коричневий, як колір землі, стабільності та спокою, додає образу відчуття вагомості та ґрунтовності. Зелений салат, що виступає як контрастний елемент, символізує свіжість, здоров'я, енергію та асоціюється з літом, але в контексті загального образу виглядає як візуальний антагоніст — м'який елемент у жорсткому середовищі.

У зображенні миски салату палітра значно м'якша. Яскраво-зелений, білий, фіолетовий і червоний кольори створюють відчуття легкості, свіжості, невинності, дитячої грайливості, напливу енергії, та навіть весняно-літньої енергетики. Білий колір чаші натякає на чистоту, просторість, світлу енергетику а також нейтральність, що дозволяє іншим кольорам «звучати» голосніше та «яскравіше сяяти». Фіолетовий і червоний, представлені у вигляді овочів, додають

зображенню живості та активності, але не порушують загального балансу. Така палітра викликає асоціації з натуральністю, екологічністю, здоров'ям та чистотою, а також з емоційною вразливістю.

Форма персонажів на даних зображеннях також відіграє ключову роль у формуванні емоційного сприйняття. Сендвіч має чіткі, геометричні обриси з округлими краями, що створює баланс між м'якістю, зглажуванням та структурованістю, загостренням. Його поза — з вираженими руками й ногами, що крокують — передає певну рішучість, впевненість, а можливо, навіть агресивність. Вираз обличчя з чорними нахмуреними бровами та стиснутими губами підсилює це враження, формуючи образ персонажа, що прагне контролю, домінування, конфлікту, можливо, навіть боротьби.

На противагу цьому, миска салату має класичну округлу, м'яку форму, яка традиційно асоціюється з гармонією, захищеністю та ніжністю. Великі очі, відкритий рот і вигнута поза рук передають емоцію переляку, вразливості, невпевненості. Елементи, що розлітаються вгору — овочі, листя — створюють ефект динаміки, хаосу, який підкреслює емоційний, нервовий стан персонажа. Таким чином, форма миски та її деталей сприяє створенню образу жертви або слабшого героя, що викликає співчуття.

Анімація як форма візуального мистецтва дозволяє не лише передати емоції, а й створити повноцінний наратив та ідею. У рекламному контексті це особливо важливо, адже кожен образ має нести чітке повідомлення. Використання антропоморфізму — надання неживим об'єктам людських рис — дозволяє глядачеві встановити емоційний зв'язок із персонажем, особисті стосунки з ним та певну думку про нього. У випадку з сендвічем і мискою салату цей зв'язок базується на контрасті: один персонаж — сильний, домінантний, серйозний інший — вразливий, емоційно нестабільний, піддатливий. Такий контраст створює не

лише візуальну, а й психологічну напругу, яка може бути ефективно використана у рекламних кампаніях та маркетингових планах.

Когнітивна психологія пояснює, чому навіть найпростіші анімовані зображення з очима та ротом миттєво сприймаються як «живі» та людяні. Це пов'язано з ефектом парасоціального контакту — глядач починає емоційно взаємодіяти з персонажем, як з реальною істотою або людиною чи істотою. Контраст між персонажами викликає сильнішу реакцію, адже мозок краще запам'ятовує інформацію, яка порушує очікування та стандарти. Сердитий сендвіч і перелякана миска створюють саме такий ефект.

З погляду семіотики, кожен елемент зображення є знаком або символом, метафорою. Сендвіч — символ ситості, сили, можливо, навіть агресії. Його сердитий вираз обличчя — метафора «сильного продукту», що «бореться» за місце на столі або в продуктовій корзині. Миска салату — знак легкості, вразливості, можливо, навіть вторинності. Вона складає враження продукту, який навпаки зробить все, щоб його не з'їли чи не купили. Така дихотомія добре працює в комунікації, оскільки апелює до архетипів: герой і жертва, головне і другорядне, сильне і слабе.

Нейромаркетингові дослідження показують, що анімація активує ті самі ділянки мозку, що й реальні соціальні взаємодії та стосунки. Особливо це стосується дзеркальних нейронів, які відповідають за емпатію. Коли глядач бачить, як персонаж виражає емоцію, його мозок автоматично «віддзеркалює» цю емоцію. Це пояснює, чому анімовані персонажі можуть бути ефективнішими за реальних акторів у певних форматах реклами, наприклад рекламний роликів для дітей чи коротких анімаційних поп-апів на сайтах компаній чи магазинів.

Сприйняття кольорів, форм і навіть емоційних виразів значною мірою залежить від культурного контексту в кожній людині окремо. У західній культурі сердите обличчя часто асоціюється з силою, лідерством, владою. У східній — з

втратою обличчя, розгубленням. Червоний у Китаї — це щастя, а в Європі — небезпека. Зелений у США — екологічність, а в арабських країнах — релігійна святість. Це означає, що одне й те саме зображення може викликати різні реакції в різних аудиторій, в залежності від їхнього особистого культурного коду.

З естетичної точки зору, обидва зображення виконані в стилі flat design з cartoon-естетикою. Це робить їх привабливими для молодшої аудиторії, яка звикла до мови мемів, стікерів, мобільних додатків, швидкого дофаміну і відповідно швидкого контенту. Простота форм, яскраві кольори, виразна міміка — усе це створює ефект візуальної легкості та певної дитячості. Проте за цією простотою ховається складна композиційна робота: баланс кольорів, ритм форм, динаміка руху, виразна міміка.

Приклади з реального світу підтверджують ефективність подібних підходів орієнтованих на молоду аудиторію. Наприклад, бренд M&M's створив серію анімованих персонажів, кожен з яких має свій характер і колір, що дозволило бренду стати впізнаваним у всьому світі, особливо серед молоді та дітей, так як їхні образи були яскраві за поведінкою та дизайном і дуже легко запам'ятовувались. Навіть було створено декілька повноцінних мультфільмів за участі цих персонажів. Інший приклад — Mr. Peanut від Planters, який уособлює елегантність і традицію. Навіть сучасні бренди, як Mailchimp або Duolingo, використовують анімованих маскотів для створення емоційного зв'язку між персонажем та глядачем.

Анімаційні образи, особливо ті, що мають людські риси, мають особливий вплив на дитячу аудиторію. Діти сприймають світ через емоції, і саме тому персонажі з виразною мімікою, яскравими кольорами та простими формами викликають у них миттєву та бурну реакцію. У випадку з сендвічем і мискою салату ми маємо справу з чітко окресленими архетипами: герой і жертва. Така структура є зрозумілою навіть для наймолодших глядачів, так як дуже легко

створює асоціативний ряд поганець – добродій, або поганець - жертва. Вона дозволяє не лише розважати, а й навчати — наприклад, через сюжет про протистояння або емоції співчуття. У рекламі дитячих продуктів це може бути використано для формування позитивного ставлення до їжі, яка зазвичай не викликає ентузіазму — наприклад, овочів. Але конкретно в нашому прикладі маски були розроблені під B2B продажі, а тобто продажі для дорослих. Але, якщо подивитися на це з психологічної точки зору, анімовані яскраві персонажі можуть викликати в дорослих такий самий ефект, як і в дітей, але потрібно додати ключового чинника, наприклад гумор.

Гумор — ще один важливий інструмент, який часто використовується в анімації, часто на дитячу аудиторію. У зображенні сердитого сендвіча є елемент комічної гіперболізації: їжа, яка виглядає, ніби вона ось-ось почне сперечатися або боротися. Це викликає усмішку, знижує напругу і робить образ більш привабливим. Гумор у рекламі виконує кілька функцій: він знижує опір до повідомлення, підвищує запам'ятовуваність і створює позитивну асоціацію з брендом. Окрім цього він додає певної айдентики для персонажів, яка в подальшому може допомогти перетворити їх на повноцінний анімаційний світ. Прикладом успішного використання гумору є кампанії бренду Old Spice, де абсурдні ситуації та перебільшення стали візитівкою стилю комунікації.

У цифровому середовищі кольори сприймаються інакше, ніж у фізичному. На екрані вони яскравіші, насиченіші, активніші, і тому мають ще більший емоційний вплив. Це особливо важливо для мобільних додатків, сайтів, соціальних мереж і відеореклами. Наприклад, зелений на екрані смартфона може виглядати більш «соковито», ніж у друкованій рекламі, що підсилює асоціацію зі свіжістю. Саме тому бренди, які працюють у digital-сфері, часто адаптують свої візуальні рішення під специфіку екранів, так як наразі існує велике розмаїття гаджетів, починаючи від основи — комп'ютера, закінчуючи дитячими смарт-годинниками. Компанія

Spotify, наприклад, використовує яскраві неонові кольори, які добре виглядають на темному фоні мобільного інтерфейсу.

Ще один важливий аспект — це потенціал анімованих персонажів у побудові бренду. Маскоти, які мають характер, історію та емоції, можуть стати обличчям компанії. Вони створюють емоційний зв'язок із аудиторією, який важко досягти за допомогою абстрактного логотипу. Приклади — Tony the Tiger (Kellogg's), Chester Cheetah (Cheetos), або навіть сучасний Duolingo Owl, який став мемом завдяки своїй нав'язливості. Усі ці персонажі мають спільне: вони не просто представляють продукт, а є його втіленням, його «голосом» у комунікації з клієнтом. Як було згадано вище, існують такі успішні компанії з точки зору маскотів як M&M's, які прободували успішну стратегію їхнього розвитку. Враховуючи особливі характери персонажів, вони дуже легко стали улюбленцями аудиторії з усього світу.

Таким чином, аналіз анімованих зображень сендвіча та миски салату відкриває цілий спектр тем — від психології сприйняття до стратегій розвитку бренду. Вони демонструють, як прості на перший погляд образи можуть нести складні повідомлення, формувати емоційні зв'язки та впливати на поведінку споживача або навіть майбутніх поколінь. У світі, де візуальна комунікація стає домінуючою формою взаємодії, через постійну присутність інтернету, гаджетів та телебачення в нашому житті, а в нових поколінь — змалку, такі інструменти набувають особливої цінності.

Згідно з еволюційною психологією, людина схильна звертати увагу на обличчя, емоції та рух — це базові механізми та інстинкти виживання, які формувалися протягом тисячоліть ще від наших предків. Обличчя, що демонструє гнів або страх, автоматично активує в мозку системи, пов'язані з небезпекою, загрозою або потребою в реакції та подальшому захисті. Саме тому зображення сердитого сендвіча або переляканої миски салату не просто викликають емоції —

вони активують глибинні інстинкти самозбереження або захисту. Це дозволяє рекламному повідомленню «обійти» раціональну фільтрацію і потрапити безпосередньо в емоційне ядро сприйняття кожної людини в незалежності від її емоційного інтелекту.

Поведінкова економіка, зокрема дослідження Даніеля Канемана, показує, що більшість рішень людина приймає нераціонально, а інтуїтивно, під впливом емоцій. Анімація, яка викликає емоційну реакцію, може значно підвищити ймовірність покупки та загальної уваги до бренду від потенційного покупця. Наприклад, якщо споживач відчуває симпатію до персонажа, він підсвідомо переносить цю симпатію на продукт. Це явище називається ефектом переносу емоцій. У випадку з сендвічем і мискою салату, глядач може відчути або захоплення силою, або співчуття до слабшого — і в обох випадках це створює емоційний зв'язок із брендом, який далі може утвердитись подальшим споживанням його продуктів.

На українському ринку також є приклади успішного використання анімованих персонажів у рекламі. Один із найвідоміших — це «Хрюн і Степаніч» у рекламі м'ясних виробів, які стали впізнаваними завдяки гумору, характеру та емоційності. Інший приклад — персонажі з реклами «Моршинської», де вода персоніфікується як жива істота, що очищає організм. Такі образи не лише запам'ятовуються, а й формують довіру до бренду, особливо коли вони повторюються у різних форматах — на телебаченні, в інтернеті, на упаковці.

Ще один аспект, який варто враховувати — це здатність анімації адаптуватися до різних платформ. У сучасному світі, де контент споживається на смартфонах, планшетах, у соціальних мережах та сайтах компаній, важливо, щоб візуальний образ був гнучким. Анімовані персонажі легко масштабуються, можуть бути інтерактивними, використовуватись у стікерах, AR-фільтрах, чат-ботах, навіть мерчандайзингу бренду чи компанії. Це відкриває нові можливості для брендів, які

прагнуть бути ближчими до своєї аудиторії та існувати разом з нею в одному цифровому полі.

Таким чином, анімовані зображення, навіть такі прості як сендвіч і миска салату, мають величезний потенціал. Вони працюють на перетині психології, культури, естетики та технологій. Вони не просто прикрашають рекламу — вони стають її ядром, її голосом, її обличчям. І саме в цьому полягає їхня сила.

Нейролінгвістичне програмування (НЛП) — це підхід, що вивчає, як мова, поведінка та мислення взаємодіють і впливають на сприйняття. У контексті анімованих зображень, таких як сендвіч і миска салату, НЛП дозволяє проаналізувати, як візуальні сигнали, або візуальні якорі, можуть формувати підсвідомі глибинні реакції в аудиторії. Наприклад, сердите обличчя сендвіча може виступати як візуальний «якір» сили, рішучості, навіть домінування. Якщо цей образ поєднується з певним слоганом, музичним супроводом або озвучуванням, він може закріпитися в підсвідомості як символ енергії або «ситної» їжі.

Миска салату, навпаки, може бути пов'язана з візуальним «якорем» вразливості, легкості, невинності, можливо, навіть турботи. Якщо її образ супроводжується м'якою інтонацією, світлими кольорами та спокійною музикою, він може викликати асоціації з турботою про здоров'я, дієтичністю, ніжністю. У НЛП це називається створенням «репрезентативної системи», де візуальні, аудіальні та кінестетичні елементи працюють разом для формування цілісного враження аудиторії.

Ще один важливий аспект — це вплив анімованих образів на різні вікові групи. Діти, як уже згадувалося, реагують на прості форми, яскраві кольори та емоційні обличчя. Для них сендвіч і миска салату можуть бути не просто їжею, а персонажами з казки. Це відкриває можливості для освітнього контенту, де через таких героїв можна навчати здоровому харчуванню, емоційному інтелекту, правильним життєвим моральним цінностям або навіть соціальним навичкам.

Підлітки, своєю чергою, більш чутливі до гумору, іронії та стилістики, близької до мемів чи популярних підліткових мультсеріалів. Якщо образи сендвіча і миски салату будуть подані з елементами сарказму або самоіронії, вони можуть стати вірусними в соціальних мережах або загалом серед даної аудиторії. Це вже не просто реклама — це частина цифрової культури, яка живе своїм життям у TikTok, Instagram або YouTube Shorts.

Доросла аудиторія, особливо молоді професіонали, цінує естетику, мінімалізм і емоційну автентичність. Для них важливо, щоб образи не виглядали надто дитячими або примітивними, можливо також мали нотку гумору чи саркастичності. У цьому випадку анімація може бути стилізованою, з глибшими підтекстами, можливо, навіть з елементами соціального коментаря. Наприклад, сендвіч як «робочий обід» або миска салату як символ «здорового вибору в умовах стресу».

Літні люди, натомість, можуть краще реагувати на образи, які викликають ностальгію за минулим або асоціюються з турботою до близьких. У цьому випадку важливо уникати надмірної динаміки або агресивної стилістики, яка зараз є характерною для різних видів швидкого контенту, який постійно отримує молодь. М'які кольори, повільна анімація, доброзичливі обличчя — усе це сприяє позитивному сприйняттю даної аудиторії.

Таким чином, ефективність анімованих образів значною мірою залежить від того, наскільки точно вони адаптовані до цільової аудиторії. Один і той самий персонаж може бути поданий по-різному — залежно від віку, культурного контексту, платформи, геопозиції та навіть часу доби, коли його бачить глядач. І саме в цій гнучкості — головна перевага анімації як інструменту комунікації.

Мова тіла — це потужний невербальний інструмент, який у реальному житті передає до 70% емоційного змісту повідомлення та сприймається усіма віковими категоріями аудиторії. В анімації, навіть у найпростішій, цей принцип зберігається.

Поза, нахил голови, положення рук і ніг, динаміка руху — усе це формує характер персонажа та його особистість в цілому. У випадку з сендвічем, його «крокуюча» поза, стиснуті кулаки та нахмурені брови створюють образ рішучого, жорсткого, можливо, навіть агресивного героя. Миска салату, навпаки, має підняті руки, широко відкриті очі та вигнуту позу, що сигналізує про страх, відкритість або здивування. Ці пози не лише підсилюють емоційний ефект, а й допомагають глядачеві швидко зчитати настрій персонажа без слів та зайвих подробиць.

У рекламі мова тіла анімованих персонажів використовується для створення миттєвого емоційного контакту. Наприклад, нахил уперед — це ознака зацікавленості або виклику, тоді як нахил назад — сигнал захисту або страху. Ці нюанси дозволяють створювати складні емоційні сцени навіть у межах кількох секунд відео або статичного зображення.

У сфері UX/UI-дизайну анімовані персонажі дедалі частіше використовуються як частина мікровзаємодій — наприклад, коли користувач завершує дію, отримує повідомлення, переходить до наступного етапу придбання товару або стикається з помилкою. Такі персонажі не лише «оживляють» інтерфейс, а й знижують рівень стресу, підвищують задоволення від взаємодії, формують емоційний зв'язок із продуктом та підвищують його популярність та впізнаваність.

Наприклад, Duolingo використовує сову Duo, яка реагує на дії користувача: хвалить, підбадьорює, іноді навіть «жартує» або відчитує за невиконані завдання. Це створює ефект персоналізованої взаємодії або ексклюзивних стосунків, що значно підвищує залученість. У випадку з сендвічем і мискою салату, подібні персонажі могли б бути використані в додатку для здорового харчування або гри, де вони коментують вибір користувача, мотивують або навчають.

Одним із найважливіших механізмів впливу анімованих персонажів є емоційна ідентифікація. Люди схильні проектувати власні емоції та почуття на

зображення, особливо якщо вони мають людські риси. Це явище називається емоційним перенесенням. Коли глядач бачить перелякану миску салату, він може пригадати власні моменти вразливості або страху. Коли бачить рішучого сендвіча — асоціює його з моментами сили, впевненості або навіть протесту. Цей механізм дозволяє створити глибший зв'язок між брендом і споживачем, який виходить за межі раціонального вибору. Особливий вплив цей механізм має на дуже емпатичних людей.

Ще один важливий аспект — це візуальний сторітелінг. Навіть у межах одного кадру або короткої анімації можна створити міні-історію, яка може зачепити глядача чи споживача. Сендвіч, що крокує вперед, і миска, яка відступає назад, — це вже сюжет. Це конфлікт, динаміка, розвиток, історія. Такий підхід дозволяє брендам не просто показувати продукт, а розповідати історії, які запам'ятовуються та відкладаються в голові у людей на довгий час. У сучасному маркетингу, де контент бореться за увагу в умовах інформаційного перевантаження та великій кількості «швидкого контенту», здатність розповідати історії та затримувати увагу споживача стає вирішальною перевагою.

Однак із зростанням впливу анімації постає питання етики. Чи етично використовувати емоційні образи для маніпуляції споживачем? Чи не є це формою психологічного тиску, особливо коли мова йде про дітей або вразливі групи? Відповідальне використання анімації передбачає баланс між емоційним впливом і чесністю. Бренди, які зловживають емоційними тригерами, можуть втратити довіру та стати негативними «гравцями» на світовій арені продажів. Натомість ті, хто використовує анімацію для створення позитивного досвіду, навчання або натхнення, формують довготривалі та особливі стосунки з аудиторією.

Одним із ключових викликів сучасної візуальної комунікації є боротьба за увагу. Людська увага — ресурс обмежений, і в умовах постійного інформаційного шуму та величезної кількості майже нескінченного різноманіття контенту вона

стає справжньою валютою. Анімація, особливо з емоційно зарядженими персонажами, має здатність миттєво привертати увагу. Це відбувається завдяки поєднанню руху, кольору, міміки та несподіваних елементів. Наприклад, глядач не очікує побачити миску салату з переляканим обличчям — і саме ця несподіванка активує механізм орієнтовного рефлексу, змушуючи мозок зосередитися на зображенні та приділити йому особливу, для нашого часу, кількість уваги.

Візуальна риторика — це ще один інструмент, який активно використовується в анімації. Як і в класичній риторичі, тут є свої фігури мовлення: метафора, гіпербола, іронія. Сердитий сендвіч — це гіпербола, перебільшення, яке викликає усмішку та певну емоційну реакцію. Миска, що «втікає» від овочів, — це візуальна метафора хаосу, переляку, страху, невпевненості або втрати контролю. Такі образи не лише розважають, а й передають складні ідеї простими засобами, що дуже важливо для дітей та батьків. Вони працюють як візуальні аргументи, які переконують не логікою, а емоцією.

Сучасна анімація дедалі частіше виходить за межі одного медіа. Персонажі, створені для реклами, з'являються в мобільних додатках, на упаковці, у відео, в соціальних мережах, у вигляді наліпок у месенджерах, в мультфільмах чи на білбордах на вулиці. Це явище називається трансмедійністю. Воно дозволяє брендам створювати цілісні світи, де персонажі живуть, розвиваються, взаємодіють з аудиторією. У такому середовищі сендвіч і миска салату можуть стати не просто героями однієї кампанії, а постійними супутниками споживача — з власними історіями, настроями, навіть «голосами».

Під час виконання цієї роботи я значно розширила свої технічні та аналітичні навички. Зокрема, я поглибила знання в роботі з Adobe Illustrator, що дозволило мені створювати більш точні, виразні, яскраві та стилістично цілісні ілюстрації. Я навчилася краще працювати з векторною графікою, експериментувати з формами, кольорами, стилістикою виконання та композицією. Також я опанувала базові

принципи анімації — від розкадровки до передачі емоцій через рух, що стало важливим кроком у моєму професійному розвитку та важливим досвідом в подальшій роботі з анімаціями.

Окрім технічних аспектів, я помітила, як покращилися мої аналітичні здібності. Робота над візуально-психологічним аналізом вимагала глибокого занурення в теми психології сприйняття, семіотики, маркетингу, брендингу та дизайну. Я навчилася бачити візуальні образи не лише як естетичні об'єкти, а як складні комунікативні системи, що взаємодіють із глядачем на багатьох рівнях. Наприклад, я дізналася багато нового про системи продажів та маркетингові плани, які також включають до себе розробку ілюстрацій та дизайну бренду в цілому.

Водночас я усвідомила, що деякі аспекти потребують подальшого вдосконалення. Наприклад, я хотіла б глибше опанувати інструменти для створення динамічної анімації — такі як After Effects або Blender — щоб мати змогу реалізовувати більш складні візуальні кейси. Також я бачу потенціал у розвитку навичок сторітелінгу: як створювати персонажів із глибшим характером, як будувати емоційні дуги навіть у коротких візуальних формах, як розробити стратегію становлення такого персонажа у маркетингу бренду і також як не зашкодити суспільству, створюючи емоційні та яскраві образи персонажів[10].

Попри це, я вважаю, що мені вдалося досягти гармонійного поєднання візуальної частини з аналітичною. Особливо вдалою вийшла концепція контрасту між двома персонажами — сендвічем і мискою салату. Вони не лише візуально відрізняються, а й несуть у собі глибші символічні значення, що дозволило побудувати багаторівневий аналіз з точки зору маркетингу та психології.

Ця робота також допомогла мені краще зрозуміти, як поєднувати креативність із структурованим мисленням, творчість та глибокий аналіз. Створення візуального образу — це завжди творчий процес, але коли він супроводжується

аналітичним осмисленням, результат стає значно глибшим. Як от прописання характеру персонажа, його основної ідеї (меседжу), його поведінки, кольорів одягу чи його особистих кольорів, влучний підбір міміки і так далі. Я навчилася не просто створювати «гарну картинку», а думати про її функцію, вплив, емоційне навантаження та силу. Це змінило мій підхід до дизайну загалом: тепер я більше уваги приділяю тому, як глядач буде взаємодіяти з образом, які емоції він викличе, які асоціації сформує та скільки користі чи шкоди він може принести суспільству та подальшим моїм поколінням та поколінням моїх близьких.

Ще одним важливим відкриттям стало усвідомлення ролі міждисциплінарності. Щоб якісно проаналізувати анімовані зображення, мені довелося звернутися до знань із психології, маркетингу, культурології, дизайну та навіть філософії. Це показало, що сучасний візуальний комунікатор має бути не лише художником, а й дослідником, аналітиком, стратегом. Такий підхід не лише збагачує сам процес створення, а й робить результат більш переконливим і цінним для аудиторії. Якщо підходити, як здається, простої анімації з любов'ю та бажанням допомогти людям, можна досягти не аби якого успіху, поєднуючи аналітичні та творчі здібності.

Нарешті, відчутно наскільки важливою є здатність до саморефлексії. Протягом роботи неодноразово повертались до попередніх етапів, переосмислювались рішення, вносились корективи та додавалось щось нове. Це навчило гнучкості, відкритості до змін, готовності вчитися на власному досвіді і осмисленого підходу до роботи. Творчий процес — це не лінійна дорога, а постійний діалог із собою, матеріалом і глядачем. І саме в цьому діалозі народжується справжня якість.

Аналіз анімованих зображень сендвіча та миски салату демонструє, наскільки багатогранним може бути вплив візуального контенту на користувача чи покупця. Від кольору до форми, від міміки до мови тіла — кожен елемент працює на

створення емоційного, ексклюзивного, індивідуального зв'язку з глядачем. Анімація дозволяє не лише передати емоції, а й створити наратив, побудувати бренд, вплинути тим чи іншим чином на аудиторію, адаптуватися до різних платформ.

З погляду психології, анімація активує базові механізми сприйняття, викликає емпатію, формує довіру до бренду. З погляду маркетингу — вона підвищує запам'ятовуваність, знижує опір до повідомлення, стимулює дію, наприклад покупку. З погляду дизайну — вона робить інтерфейси живими, приємними, людяними. У світі, де увага — найцінніший ресурс, анімація стає не просто інструментом, а мовою. І той, хто володіє цією мовою, здатен не лише привернути увагу, а й залишити слід у свідомості глядача.



Рис. 3.4.1. Лого

Під час створення дизайну ілюстрацій для компанії «Buterbrod», компанія виготовляє їжу для закладів громадського харчування, наприклад, салати, бутерброди та солодоші, я розпочала з огляду компанії. Цікавили їх цінності, асортимент, продукція, візуал та як вони себе позиціонують на ринку.

Першим пунктом у огляді було – огляд цільової аудиторії. Пункт номер два був не менш важливим – асортимент та продукція, так як головними персонажами серії ілюстрацій були самі страви які виготовляє компанія.



Рис.3.4.2. Продукція

Пункт номер три – це встановлення позиції цієї компанії на ринку та серед конкурентів.

Цільовою аудиторією виявились самі власники кафе та ресторанів, які готові купляти продукцію у «Buterbrod», бо не мають власної кухні у закладах чи у мережі закладів.

Асортимент та продукція. Вивчивши весь асортименти, виявлено декілька головних позицій, які продаються частіше та ефективніше – це бутерброди та салати. Велика кількість варіацій цих двох позицій і принесла велику популярність серед власників кав'ярень.

Позиція та ринку та серед конкурентів доволі стабільна. Через популярність, першість у цій галузі, саме виготовлення бутербродів та салатів, та якість своєї продукції вони посіли перше місце серед конкурентів, тому під час виготовлення дизайну на мені не було мети просунути компанію далі та виділити її серед інших, що дуже полегшило роботу над ним.

Після збору усієї потрібної інформації сформувались деякі образи, які поєднують у собі мінімалізм, яскраві та веселі образи, що викликає у глядача теплі та приємні емоції:

Яскравість та веселі елементи я передала через кольори та деталі у малюнку, наприклад руки та ноги у страв.(рис 3.4.3)

Мінімалізм був використаний для більш приємного перегляду сайту та щоб запобігти перегруженню на сайті.

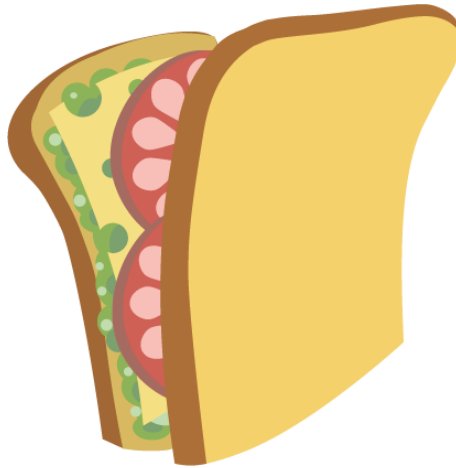


Рис 3.4.3. Стікер бутерброд

Далі було розроблено кілька начерків для подальших ілюстрацій: Миски з різними видами салатів та декілька варіантів бутербродів.

Ці начерки були перенесені у програму та розроблено у діджитал варіанті. Частину ескізів та вже готових діджитал варіантів робіт було відправлено компанії для зворотного зв'язку.

Після обраних керівництвом варіантів, почали працювати з кольором та формами у програмі Illustrator, що допоможе у роботі далі та допоможе використовувати ці ілюстрації навіть поза межами сайту, наприклад, на упаковках чи пакетах.

Далі, для виконання поставленого завдання для дипломної роботи, після створення серії малюнків, треба їх анімувати задля розширення візуальної комунікації бренду.

Це зробить контент більш динамічним , привабливим та сучасним, особливо для використання у соціальних мережах, сайті, презентаціях, рекламі, та під час замовлення продукту. Першим етапом треба визначити, які елементи треба анімувати і як краще. В цих ілюстраціях обрали для анімації кінцівки та інгредієнти.(рис. 3.4.5 та рис.3.4.6)

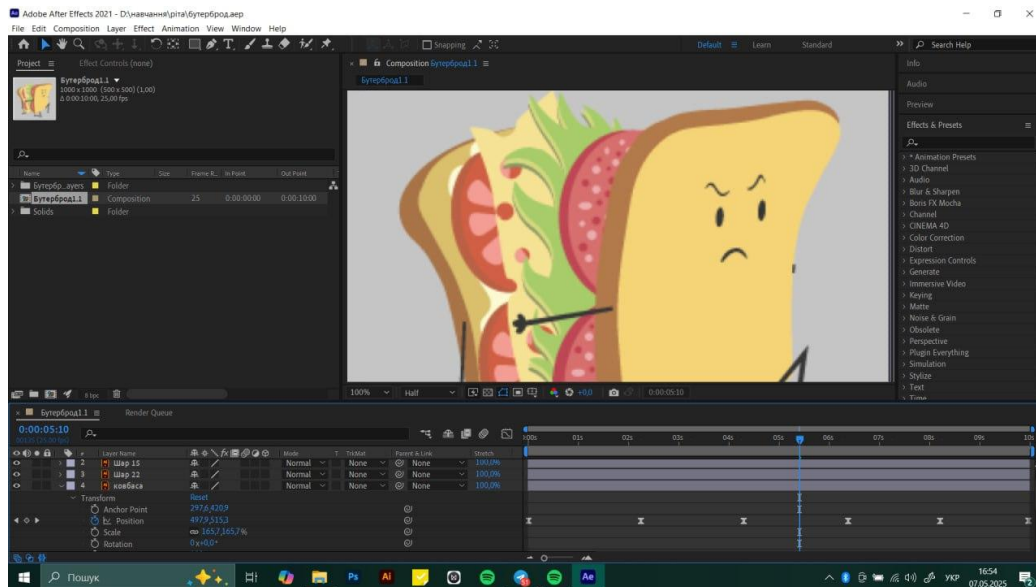


Рис 3.4.4. Анімація стікери.

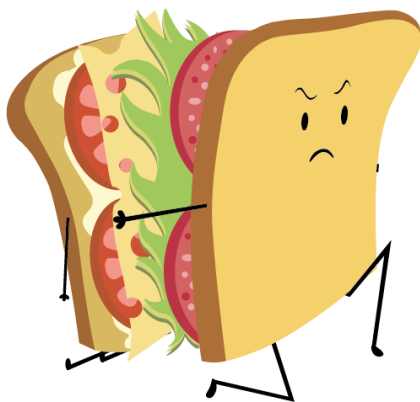


Рис. 3.4.5. Стікер 1



Рис.3.4.6. Стікер 2

В цій сам бутерброд, цим я хотіла показати наповненість бутербродів та велику кількість начинки. (рис. 3.4.7)

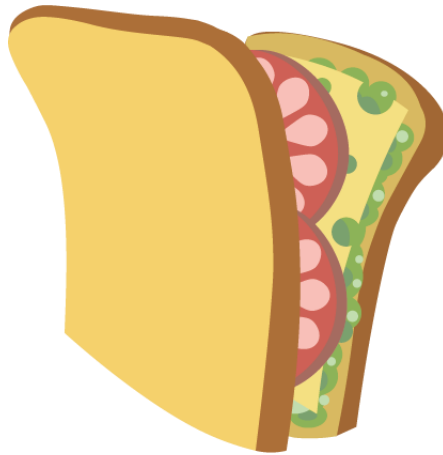


Рис.3.4.7. Стікер 3

Це допомогло перетворити звичайні ілюстрації на щось цікаве та більш привабливе.

Для створення анімацій я використовувала Adobe After Effects. Завдяки йому можна створювати різного роду анімації та відео. Анімації створювались у стилі м'якого руху – плавні рухи, переходи та затримки. Не додавали надмірної динаміки, щоб не відволікати уваги від основного продукту. Також використовувались ніжні кольори фону для цих анімацій, щоб відповідати загальному стилю сайту.

3.3 Рекомендації для розвитку української ілюстрації в глобальному контексті

Для розвитку української ілюстрації у світовому масштабі необхідно враховувати кілька важливих аспектів, які допоможуть ілюстраторам бути конкурентоспроможними на міжнародному ринку, зберігаючи національну ідентичність:

1. Досліджуйте міжнародні тенденції: звертайте пильну увагу на глобальні тенденції дизайну ілюстрацій, включаючи мінімалізм, 3D-ілюстрації, графічний дизайн, анімаційні ілюстрації тощо. Але важливо не тільки слідкувати за трендами, але й адаптувати їх до свого стилю, що допоможе вам залишатися впізнаваним та оригінальним.

2. Інтеграція національних тем: українська ілюстрація має багату традицію, пов'язану з фольклором, національними орнаментами та мистецтвом. Використання цих елементів у сучасних проектах може стати характерною рисою, яка вирізняє українських ілюстраторів на міжнародному ринку. Це може бути вдале поєднання традиційних символів і сучасних графічних технік.

3. Міжнародна співпраця: для дизайнерів важливо брати участь у міжнародних конкурсах, виставках і платформах, таких як Behance, Dribbble або ArtStation. Це не тільки надає можливість продемонструвати свою роботу, але й отримати відгуки від професіоналів і клієнтів з усього світу.

4. Вивчіть техніки та інструменти: щоб досягти успіху на світовому ринку, вам потрібно оволодіти сучасними інструментами ілюстрації, такими як Adobe Illustrator, Photoshop, Figma тощо. Крім того, оскільки попит на анімацію продовжує зростати, варто освоїти анімаційну програму (After Effects, Spine), щоб розширити свої можливості.

5. Особистий бренд і присутність в Інтернеті: ілюстратори повинні розвивати свій бренд через персональні веб-сайти, соціальні мережі та онлайн-платформи. Успішний ілюстратор – це не лише художник, а й підприємець, який може ефективно представити себе та свою роботу. Ви повинні активно підтримувати свої профілі в Instagram, Twitter, LinkedIn і брати участь в онлайн-спільнотах.

6. Розвиток англійської мови: спілкування з клієнтами та колегами з інших країн вимагає знання англійської мови. Це важливий інструмент для побудови

міжнародної кар'єри, оскільки більшість платформ і клієнтів спілкуються англійською.

7. Підтримувати культурні та соціальні ініціативи: українські ілюстратори можуть привернути увагу міжнародної аудиторії, беручи участь у соціально важливих проєктах або підтримуючи гуманітарні та екологічні ініціативи. Це підвищує видимість і дозволяє виявляти таланти через проєкти глобального впливу.

8. Освіта та мережа: варто інвестувати у свою освіту через курси, семінари, майстер-класи та вебінари з міжнародними експертами. Це не тільки допомагає покращити технічні навички, але й допомагає розширити вашу мережу в професійному світі.

Українським ілюстраторам варто скористатися цими пропозиціями для активного просування своїх робіт на міжнародному ринку, залишаючись вірними власному стилю та національним традиціям [38].

Завдяки цим рекомендаціям ми можемо вийти на новий рівень та українська ілюстрація буде розвиватись у світовому масштабі.

Висновок до розділу 3

Ілюстрації в мультимедійному дизайні еволюціонували з декоративних елементів у комплексні комунікаційні засоби, які поєднують естетику, технології та функціональність. Українським ілюстраторам варто скористатися цими пропозиціями для активного просування своїх робіт на міжнародному ринку, залишаючись вірними власному стилю та національним традиціям. Це дозволить не лише зберегти культурну ідентичність, а й зробити її впізнаваною у глобальному контексті.

Завдяки розвитку цифрових платформ, соціальних мереж і онлайн-портфоліо, митці мають більше можливостей для демонстрації своїх робіт широкій аудиторії.

Водночас важливо не лише слідувати трендам, а й формувати власний художній голос, який вирізнятиме серед інших. Саме поєднання інноваційного підходу з глибоким розумінням культурного спадку може стати ключем до успіху український ілюстраторів у сучасному мультимедійному просторі.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Тема ілюстрації в мультимедійному дизайні є надзвичайно актуальною в умовах сучасного цифрового простору, де візуальні комунікації стали ключовим елементом успішної взаємодії з аудиторією. У процесі дослідження було розглянуто історію розвитку ілюстрації, роль ілюстрації в мультимедіа та її вплив на сприйняття контенту. Сьогодні ілюстрації є не лише естетичним доповненням, а й потужним засобом передачі інформації та формування емоційного зв'язку між брендом і споживачем.

Завдяки аналізу різних типів ілюстрацій та стилістичних рішень, можна стверджувати, що правильно підібраний стиль здатен значно підвищити ефективність комунікації. Наприклад, мінімалістичні ілюстрації підходять для мобільних додатків, де важливо донести інформацію швидко і без перевантаження деталей, тоді як деталізовані та насичені ілюстрації створюють атмосферу в інтерактивних історіях та іграх, допомагаючи користувачам поринути у сюжет.

Окрім цього, дослідження підкреслило важливість адаптації ілюстрацій до різних платформ і форматів. У наш час кросплатформеність і гнучкість дизайну є критично важливими, оскільки одна й та сама ілюстрація може використовуватися як у соціальних мережах, так і на вебсайтах, в мобільних додатках і навіть у віртуальній чи доповненій реальності. Застосування анімацій та інтерактивних елементів також має вирішальне значення, оскільки динамічний контент краще утримує увагу глядачів і стимулює залучення.

Окрему увагу було приділено емоційному впливу ілюстрації на споживачів. Ілюстрації допомагають викликати довіру, формувати емоційний фон і запам'ятовувати бренд. Вдале використання кольорової гами, символіки і метафор сприяє створенню унікального стилю компанії чи продукту, завдяки чому він стає впізнаваним серед широкої аудиторії. Психологія кольорів, форми, композиція та

інші дизайнерські прийоми значно впливають на сприйняття глядачів, що вказує на важливість комплексного підходу до створення ілюстрацій у мультимедіа.

Підсумовуючи, можна сказати, що ілюстрація в мультимедійному дизайні відіграє багатофункціональну роль і є невід'ємною частиною сучасних цифрових комунікацій. Вона здатна не лише підсилити інформаційний контент, а й привернути увагу, створити емоційний зв'язок та забезпечити легкість сприйняття. У зв'язку з цим, розробникам ілюстрацій варто розвивати свої навички в рамках мультимедійного дизайну, враховуючи новітні тенденції та технології. Впровадження ілюстрацій як частини комплексної стратегії дозволить підвищити рівень взаємодії з користувачами та зробити контент ще більш привабливим і доступним.

Таким чином, результати даного дослідження можуть бути корисними для дизайнерів, маркетологів, розробників контенту, а також для всіх, хто прагне зрозуміти, як за допомогою ілюстрації можна досягти ефективної комунікації в умовах цифрового середовища. Подальші дослідження в цій галузі можуть зосередитися на інтерактивних ілюстраціях, вивченні їх впливу на різні цільові аудиторії та пошуку нових форматів, що будуть відповідати вимогам майбутніх цифрових платформ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Або А. Навіщо ілюстратору придумувати історії. Про силу наративу у візуальних роботах. 2020 URL: <https://skvot.io/uk/blog/zachem-illyustratoru-pridumyvati-istorii> (дата звернення 08.10.2024)
2. Арт Рев'ю. Художній стиль мінімалізм. URL: <https://joseartgallery.com/uk/articles/minimalism> (дата звернення 17.10.24)
3. Батрак В., Косинська А. Ілюстрація – як спосіб візуальної комунікації. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/28296/1/APSD_2024_V2_P067-069.pdf (дата звернення: 02.10.24)
4. Бондар К. На вітринах “Сільпо” замість реклами розмістили картини молодих художників. URL: <https://bazilik.media/na-vitrynakh-silpo-zamist-reklamy-rozmistyly-kartyny-molodykh-khudozhnykiv/> (дата звернення 20.10.2024)
5. Важливість доступності та інклюзивного дизайну. 2023. URL: https://ux.pub/theroom_db/vazhlivist-dostupnosti-ta-inkliuzivnogho-dizainu-3dg3 (дата звернення: 04.10.2024)
6. Вергунова Н.С., Вергунов С.В. Мультимедійні технології в дизайні. Харків. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi67/0049338.pdf> (дата звернення 25.10.24)
7. Види ілюстрацій. URL: <https://yak.koshachek.com/articles/klasifikacija-iljustracij.html> (дата звернення: 09.10.2024)
8. Втомлені війною: як формувався стиль арт-деко. URL: <https://artplatform.academy/journal/vtomleni-vijnoyu-yak-formuvavsya-stil-art-deko> (дата звернення 16.10.24)

9. Голуб О. Поп-арт. URL: <https://esu.com.ua/article-879931> (дата звернення 16.10.2024)
10. Губа А. Від тексту до пікселів: мистецтво ілюстрації як засіб популяризації книги. URL: <https://doslidnyky.com/node/1356> (дата звернення 16.10.24)
11. Зеліховський В. Ілюстрація для моушен-дизайну та анімації: не малюй, подумай! URL: <https://vzhemotion.medium.com/иллюстрация-под-моушен-дизайн-и-анимацию-e3db468107ed> (дата звернення: 07.10.2024)
12. Ігри та охорона здоров'я. URL: <https://uk.sharpcoderblog.com/blog/gaming-and-healthcare> (дата звернення 21.10.2024)
13. Ілюстрація в мультимедійному дизайні. URL: <https://webbookstudio.com/ua/articles/the-use-of-animation-in-modern-graphic-design/> (дата звернення: 06.10.2024)
14. Ілюстрації — це сучасні медіа зі своєю візуальною мовою. Олег Грищенко про роль ілюстрації в історії. URL: <https://creativity.ua/creativity-and-design/iliustratsii-tse-suchasni-media-zi-svoieiu-vizualnoiu-movoiu-oleh-hryshchenko-pro-rol-iliustratsii-v-istorii/> (дата звернення: 03.10.24)
15. Ілюстрація. Цифрове мистецтво. Сучасна реклама та фірмовий стиль: напрямки, стилі, тренди. URL: <https://surl.li/qlawrf> (дата звернення 07.10.24)
16. Історія Реклами XIX-XX ст. URL: <https://surl.li/eishmp> (дата звернення 16.10.2024)
17. Історія української ілюстрації. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Історія_української_ілюстрації (дата звернення: 28.10.2024)
18. Кадоркіна Ю. О. Сучасна українська книжкова ілюстрація. Оформлення прози та віршованих збірок. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/12/5.pdf> (дата звернення 22.10.2024)

19. Книжкова ілюстрація URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Книжкова_ілюстрація (дата звернення: 01.10.2024).

20. Коваль Н. Кого треба знати з українських графіків. URL: <https://chytomo.com/koho-treba-znaty-z-ukrainskykh-hraфикiv/> (дата звернення 15.10.24)

21. Ковбасюк Т. Використання сучасних освітніх інструментів для підвищення рівня цифрової компетентності педагога НУШ. URL: <https://medialiteracy.org.ua/vykorystannya-suchasnyh-osvitnih-instrumentiv-dlya-pidvyshhennya-rivnya-tsyfrovoyi-kompetentnosti-pedagoga-nush/> (дата звернення 20.10.2024)

22. Кравчук О. Інформаційні технології в культурі, мистецтві, освіті, науці, економіці та бізнесі. URL: <https://eportfolio.kubg.edu.ua/data/conference/10803/document.pdf> (дата звернення 22.20.2024)

23. Креативна лабораторія. Сучасні українські художники. URL: https://www.platfor.ma/specials/illustrators-part_1/ (дата звернення: 03.10.24)

24. Лебедева К. У пошуках літер: вперше видано “Абетку” Георгія Нарбута. URL: <https://uartlib.org/u-poshukah-liter-vpershe-vydano-abetku-georgiya-narbuta/> (дата звернення 15.10.24)

25. Мистецтво Ренесансу в Україні. URL: https://pidru4niki.com/75222/kulturologiya/mistetstvo_renesansu_ukrayini#572 (дата звернення: 20.10.2024)

26. Мультимедійний дизайн. URL: <https://uk.dir.gg/list/multimedia-design/> (дата звернення: 03.10.2024).

27. Мультимедійний дизайн. URL: <https://uk.dir.gg/list/multimedia-design/> (дата звернення: 03.10.2024).

28. Наконечна А. Історія становлення дизайну. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/1921> (дата звернення: 05.10.2024)

29. Петрашук С. Ілюстрація: види, техніки та можливості. URL: <https://elar.khmnmu.edu.ua/items/dac46682-617f-4bdc-9dd9-9e175d30a4f8> (дата звернення 18.10.2024)

30. Прищенко С. Функціоналізм баухаузу та його вплив на розвиток дизайну і реклами. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. URL: <https://journals.urau.ua/visnyknakkkim/article/view/191335> (дата звернення: 03.10.24)

31. Прокопчук Е. «Вилити почуття на папері» - ветеранів запрошують на заняття з арт-терапії. URL: <https://veteran.com.ua/news/view/viliti-pochuttya-na-paperi-minus-veteraniv-zaproshuyut-na-zanyattya-z-artminusterapii> (дата звернення 21.10.2024)

32. Психоделічний стиль відкриє Вам розум. URL: <https://surl.li/mawrle> (дата звернення 16.10.2024)

33. Сосницький Ю. Розвиток українського соціального плакату та його функції. Народознавчі зошити. URL: <https://nz.lviv.ua/archiv/2022-4/20.pdf> (дата звернення 19.10.2024)

34. Суть Арт Нуво: «Назад до природи», або дизайн як мистецтво. URL: <https://welovebrands.com.ua/ua/blogs/style-ar-nuvo/> (дата звернення 15.10.24)

35. Тренди ілюстрації 2024. URL: <https://dizz.in.ua/uk/trendi-ilyustraczii-2024/> (дата звернення 07.10.2024)

36. Український розпис та його символіка. URL: <https://folkmart.ua/blog-ukrainskyi-rozpys-ta-yoho-symvolika> (дата звернення 09.10.24)

37. Червінська Н. Все про його види, інструменти й найкращі практики. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/gid-iz-tsifrovogo-dizajnu-vse-pro-jogo-vidi-instrumenti-j-najkrashhi-praktiki.html> (дата звернення: 09.10.2024)

38. Червінчук А. Інтерв'ю в сучасній українській журналістиці: способи оформлення та репрезентації (на прикладі видань «Українська правда» та «The Ukrainians»). URL: https://dspace.onu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/0d629_fc3-fa39-4d89-8b70-a1a8a1286d39/content (дата звернення 22.10.2024)

39. Шаповал А., Силенко Ю., Іванова М. Теоретико-методологічні засади проєктування об'єктів мультимедійного дизайну. URL: https://aphn-journal.in.ua/archive/83_2025/part_3/19.pdf (дата звернення 22.10.2024)

40. Шейгец З., Мар'ян О. Мистецтво Революції Гідності — зброя, що зберегла нам життя. URL: https://risu.ua/mistectvo-revolyuciyi-gidnosti--zbroya-shcho-zberegla-nam-zhittya_n154506 (дата звернення 18.10.2024)

41. Шоляк В. Історія Графічного дизайну. 29.01.2025 URL: <https://wizeclub.education/blog/istoriya-grafichnogo-dizajnu/> (дата звернення 07.04.2025)

42. Що таке ілюстрація? URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Ілюстрація> (дата звернення: 07.10.2024)

43. Що таке мультимедійний дизайн? URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Анімаційний_дизайн (дата звернення 07.10.2024)

44. Юрова М. Вплив ілюстрації на аудиторію. URL: <https://medium.com/yurova-business/цільова-аудиторія-визначення-сегментування-методи-впливу-a0be7399e670> (дата звернення: 15.10.2024)

45. Юрова М. Цільова аудиторія. Визначення, сегментування, методи впливу. URL: <https://medium.com/yurova-business/цільова-аудиторія-визначення-сегментування-методи-впливу-a0be7399e670> (дата звернення 25.10.2024)

46. Jim Boulton. Креативна історія комп'ютерів. URL: <https://digital-archaeology.org/bitworld-the-creative-history-of-computers/> (дата звернення: 05.10.2024)

47. 20 українських ілюстраторів, які не мовчать про війну. URL: <https://gifty.in.ua/blog/read/20-ukrainskih-ilyustratoriv-yaki-ne-movchat-pro-vijnu> (дата звернення 21.10.2024)

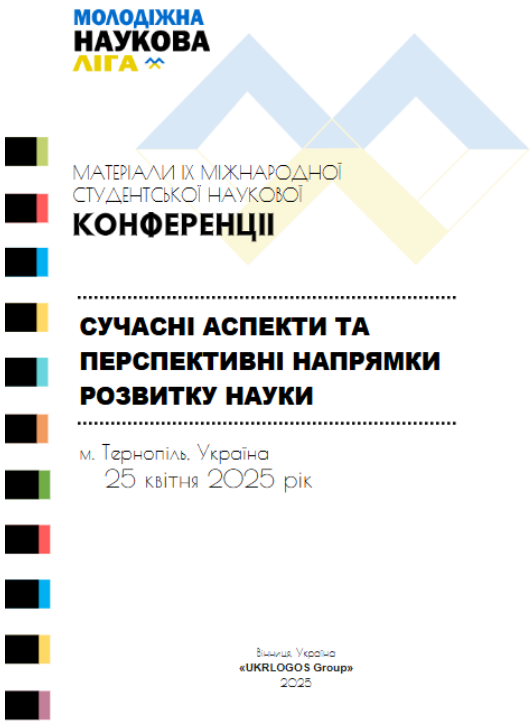
ДОДАТКИ

Додаток А



Додаток Б





Сучасні аспекти та перспективні напрямки розвитку науки

**СЕКЦІЯ 26.
КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО**

АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ НАРОДНОГО ПРИКЛАДНОГО МИСТЕЦТВО В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ Червоний К. С., Науковий керівник: Нечипоренко А. В.	341
ВПЛИВ СУЧАСНОЇ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ НА МИСТЕЦТВО УКРАЇНСЬКИХ ХУДОЖНИКІВ Тополі С. О., Науковий керівник: Мірошніченко Р. В.	343
ЕТИЧНІ ТА ЕСТЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИДОВРАЖЕННЯ ГРІСЬКИХ КРАЄВИДІВ У ЖИВОПИСІ КІНЦЯ XIX СТОЛІТТЯ Курішова Я. Ю., Науковий керівник: Мендерецька Н. В.	345
МАРТА ПІТЧУК У ГЛОБАЛЬНОМУ КУЛЬТУРНОМУ ДИСКУРСІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕТНІЧНИХ МОТИВІВ У СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МИСТЕЦТВІ Морозов С. С., Науковий керівник: Мендерецька Н. В.	347
ТРАДИЦІЇ ІЛЮСТРАЦІЙ В УКРАЇНІ: НАРОДНЕ МИСТЕЦТВО, ГРАФІКА, КНИЖКОВА ІЛЮСТРАЦІЯ Петрук Р. А., Науковий керівник: Хилевич Р. В.	350

Петрук Ріта Андріївна, здобувач 4 курсу, групи БДм1-21
Спеціальності 022 Дизайн Освітньої програми «Мультимедійний дизайн»
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Науковий керівник: Хиневич Р.В., канд. техн. наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

ТРАДИЦІЇ ІЛЮСТРАЦІЇ В УКРАЇНІ: НАРОДНЕ МИСТЕЦТВО, ГРАФІКА, КНИЖКОВА ІЛЮСТРАЦІЯ

Традиційні українські ілюстрації мають глибокі корені, починаючи з давніх часів вони виражаються в різних формах народного мистецтва, графіка та книжкова ілюстрація. В кожному з цих напрямків є елементи української культури, символіки та стилю.

Народне мистецтво

Найдавнішим джерелом ілюстрованих традицій України – це Народне мистецтво. Основні напрямки – це петриківський розпис, вишивка та писанка.

Петриківський розпис – це поєднання квіткових мотивів, яскравих кольорів, що показують у малюнках нашу природу, життя та добробут, це декоративне малювання використовується до сьогодні та стало символом українського мистецтва.

Писанка – це вручну розписані декоративні великодні яйця, вони відображають багатство народної символіки. Ці орнаменти не тільки виконують декоративну функцію, а й символічну, пов'язані з вірою та традиціями.

Вишивка – це візерунки на одязі, вишиті нитками, вони мають дуже глибоке значення, в цих візерунках використовуються геометричні та рослинні мотиви, чим прикрашають одяг та побутові предмети.

Графіка

Українська графіка нахилилась європейськими школами, але все таки змогла віднайти свій стиль. У XX столітті великий вклад у розвиток графіки в Україні внесли такі майстри: Георгій Нарбут, Олександр Архипенко та Василь Кричевський. Нарбут, наприклад, створив нову естетику української графіки, розробивши її на основі українських мотивів і поєднав їх з модерністськими тенденціями.

Графіку в Україні в основному використовують в книжках, плакатах, поштових листівках та навіть у дизайні державних символів, наприклад, на банкнотах та гербах.

Книжкова ілюстрація

Ілюстрація в Українських книжках має довгу історію, вона бере свій початок ще з часів перших рукописних книг, наприклад, «Острогське Євангеліє» та «Пересопницьке Євангеліє», які були написані ще у II столітті. Звичайно в ті часи ілюстрації мали виключно релігійний характер, а матеріалами були пергамент та ручна робота.

Україна багата на видатних та талановитих художників-ілюстраторів, вони

зробили великий внесок у розвиток сучасного мистецтва, а саме в книжковій графіці. Діяличись на видатках постатей можна виділити Георгія Нарбута, Василя Єрка та Данила Нарбута – кожен з них зробив великий вклад та став визначною фігурою в історії української ілюстрації, вони створювали унікальні роботи, вони дуже впливали на культурний ландшафт України.

Георгій Нарбут – напевно найвідоміший з українських графіків та ілюстраторів, засновник національної школи графіки.

Василь Єрко — сучасний український ілюстратор, який отримав визнання і за кордонами нашої країни завдяки своїм роботам у сфері дитячої книжкової ілюстрації.

Данило Нарбут — це син Георгія Нарбута, він також став видатним українським художником та сценографом.

Сергій Майдуков — один з найвідоміших українських ілюстраторів, його роботи публікували в відомих світових виданнях, наприклад, *The New Yorker*, *The Guardian*, *The New York Times*.

Анна Сарвіра — одна з відомих ілюстраторок України, вона є одною з засновників проєкту Pictoric, він допомагає об'єднати українських ілюстраторів та графічних дизайнерів.

Студії сучасної української ілюстрації

Pictoric — одна з головних студій ілюстрації в Україні, вона заснована в 2014 році Анною Сарвірою та її колегами.

SERIA.design — це одна студія, що займається ілюстраціями для книжок та дизайні. Вони співпрацюють з великими українськими видавництвами, приймають участь у різних міжнародних проєктах

Висновок

Вже близько до сьогошнього часу книжкова історія почала активно розвиватися та переживати новий етап розвитку завдяки майстрям авангардного мистецтва, багатим напих українським історіографів здобути міжнародне визнання за межами України. Художники, наприклад, Василь Єрмолов, почав покривати українську літературу новими митальними формами, він поєднав традиції української історії з модернізмом. Деякі робили великий внесок у розвиток сучасного мистецтва з саме книжковою графік. Деякі з видатних постатей мистецтва, наприклад Гнатів Рабін, Василь Єрмак та Даниїл Нафтуляк, кожен з них зробив великий вклад та став визначною фігурою в історії української історії, вони створювали унікальні роботи, вони дуже впливали на культурний ландшафт України.

Список використаних джерел:

1. Історія української імператорської Вікіпедії. 02.12.2024. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D1%81%D1%83%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%8F%D1%83%D0%A6%D1%80%D1%8B%D1%8F%D0%BD%D1%81%D1%8B%D1%80%D1%A0%D0%BE%D1%8F%D1%80%D0%BE%D1%8E%D1%81%D1%83%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%8F%D1%8F> (дата звернення: 01.12.2024).
2. ЕНЦИКЛОПЕДИЯ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ. 01.12.2020. URL: <https://esu.com.ua/article-71206> (дата звернення: 24.10.2024).

3. Кизикова. *imostprava.Wikipedia*. 07.02.2024. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BD%D0%B8%D0%AB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%99%D0%BB%D1%8E%D1%83%D1%82%D1%86%D1%86%D1%96%D1%8F> (дата звернення: 30.11.2024).
4. Чотири жінки стали татками української родини в Україні. Суспільне Кіровоград. 05.02.2025. URL: <https://suupisne.media/chuvinu-939193-stanci-intelekt-vijna-ta-brak-narazivna-cim-naraz-zive-galuz-kizikovro-grafici-v-ukraini> (дата звернення: 20.02.2025).



Рис. Г.1. Художній рух Арт



Рис. Г.2. Тудожній рух Баухаус



Рис Г.3: Редакційна ілюстрація.



Рис Г.4: Рекламна ілюстрація.

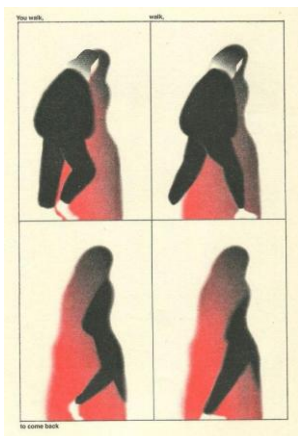


Рис Г.5: Наративна ілюстрація.

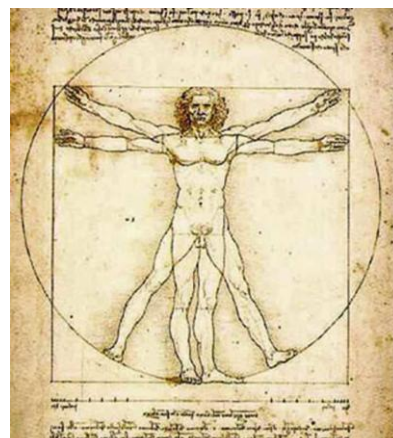


Рис Г.6: Технічна ілюстрація.



Рис Г.7: Модна ілюстрація.

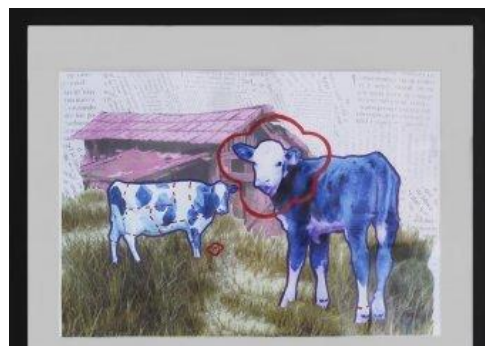


Рис Г.8: Концептуальна ілюстрація.

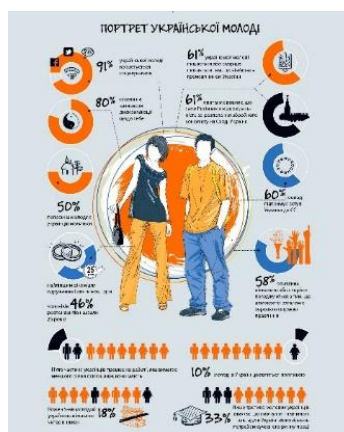


Рис Г.9: Інфографіка.

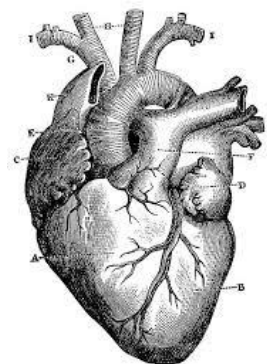


Рис Г.10: Медична ілюстрація

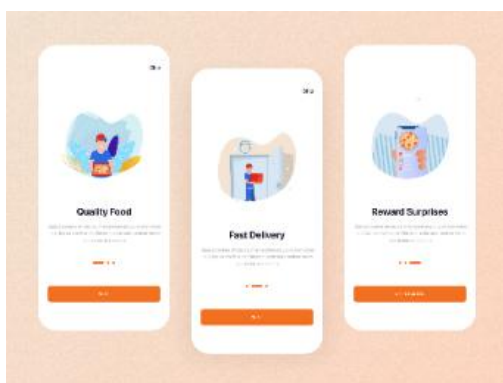


Рис Г.11: Онбординг.



Рис Г.12 :Створення настрою.

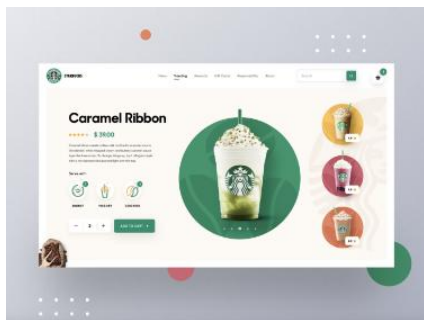


Рис Г.13 :Інтерактивність.



Рис Г.14:Народне мистецтво.



Рис Г.15: Народне мистецтво.



Рис Г.16: Вишиванка.



Рис Г.17: Графіка.

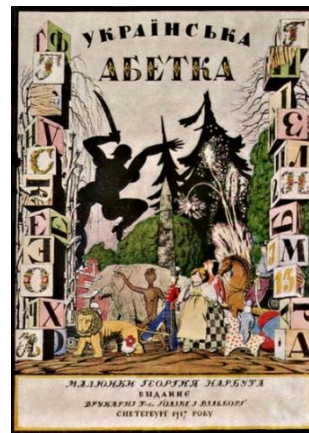


Рис Г.18 :Георгій Нарбут.



Рис Г.19: Василь Єрко.



Рис Г.20: Данило Нарбут.



Рис Г.21: Сергій Майдуков



Рис Г.22: Анна Сарвіра.

Додаток Д



Рис..Д.1: Альфонс Муха



Рис Д.2: Дж. К. Лейендеккер



Рис Д.3: Тамара де Лемпіцка



Рис Д.4: Енді Воргол



Рис Д.5: Віктор Москосо



Рис Д.6: Мінімалізм.



Рис Д.7: Ретро та вінтаж



Рис.Д.8: Експериментальний стиль



Рис Д.9: Соціальні кампанії в Україні



Рис Д.10: Львівська Майстерня Шоколаду

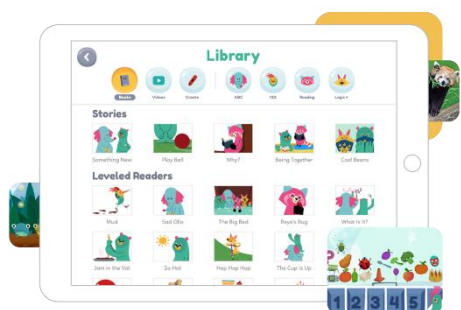


Рис Д.11:Khan Academy

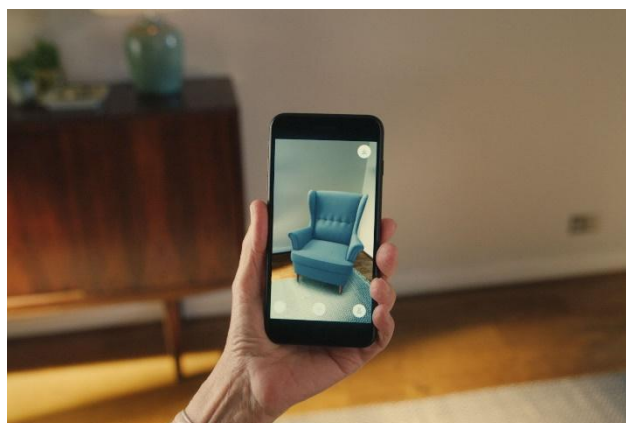


Рис Д.12: Додаток ІКЕА Place