

II ВСЕУКРАЇНЬСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ

«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ ТА МИСТЕЦТВІ»

Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»

**ХУДОЖНЬО-ГРАФІЧНИЙ
ФАКУЛЬТЕТ**

24-25 КВІТНЯ 2025 Р.
м. Одеса, Україна



Міністерство освіти і науки України

**Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
художньо-графічний факультет
кафедра професійної освіти та дизайну**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**II ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ**

**«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ
ТА МИСТЕЦТВІ»**

24-25 квітня 2025 р.

Одеса, 2025

УДК: 378:[37+7]:001.895
Ш87

Рекомендовано до друку Вченою радою Державного закладу
«Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського» (протокол № 16 від 29.05.2025 р.)

Рецензенти:

Бредньова Віра Петрівна, кандидат технічних наук, професор кафедри
нарисної геометрії та інженерної графіки Одеської державної академії
будівництва та архітектури;

Бартєнєва Ірина Олександрівна, кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри педагогіки Державного закладу «Південноукраїнський
національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Інноватика в освіті, дизайні та мистецтві : матеріали II Всеукраїнської
науково-практичної конференції з міжнародною участю, м. Одеса, 24-25 квітня
2025 року. Одеса: Університет Ушинського, 2025. 194 с.

До збірника увійшли матеріали II Всеукраїнської науково-практичної
конференції «Інноватика і освіті, дизайні та мистецтві», яка відбувалася у
Державному закладі «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського» 24-25 квітня 2025 року.

Матеріали конференції відображають науково-дослідницькі та
методико-орієнтовані підходи та сучасні тенденції, щодо використання
різноманітних інновацій, актуальних проблем в освіті, дизайні та мистецтві в
контексті сьогодення.

Збірник призначений для науковців (докторанти, аспіранти,
магістранти), здобувачів вітчизняних та зарубіжних закладів вищої освіти,
педагогічних працівників різних типів закладів освіти, художників,
дизайнерів, представників творчих спілок, арт-ринку.

Відповідальність за дотримання вимог академічної доброчесності в
текстах доповідей несуть їх автори.

© Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського», 2025
© Колектив авторів, 2025

Топал А. В., Богайчук Л. Р. ІННОВАЦІЙНІ ТЕКСТУРИ У СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ	149
Усов В. В., Шкатуляк Н. М. STEAM – ІННОВАЦІЯ У ПІДГОТОВЦІ ДИЗАЙНЕРІВ	152

СЕКЦІЯ 3. ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ ТА ДИЗАЙНІ

Величко Д. О. СИНТЕЗ ТРАДИЦІЙНИХ І ЦИФРОВИХ ТЕХНІК У СУЧАСНОМУ МИСТЕЦТВІ	155
Григоренко В. А., Лісогор А. В. ПРОЄКТУВАННЯ АРТ-ПРОСТОРУ ВИСТАВКОВОГО СТЕНДУ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЕСТЕТИЧНОГО ІМІДЖУ	158
Ду Дзіні ПРОФЕСІОГЕНЕЗ СУЧАСНОГО ВЧИТЕЛЯ МИСТЕЦТВА: ІННОВАЦІЙНІ КООРДИНАТИ	162
Куртока В. М., Штайнер Т. В. UPCYCLING ЯК ХУДОЖНІЙ МЕТОД У СТВОРЕННІ КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ КОЛЕКЦІЇ ОДЯГУ	165
Мірошніченко О. В., Величко Д. О. КОЛОРИТ ЯК ОСНОВА ТВОРЧОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТИ, МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ ТА ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНОГО КОНТЕКСТУ	169
Спасскова О. П. ОГАСТЕС П'ЮДЖИН – ПРОВІСНИК ДИЗАЙНУ, ЩО ВИПЕРЕДИВ СВІЙ ЧАС	173
Страутман Л. Л. ЦИФРОВА МОДА ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ВІЗУАЛЬНОГО САМОВИРАЖЕННЯ: ВІД ВІРТУАЛЬНОГО ОДЯГУ ДО МЕТАВСЕСВІТІВ	177
Телих Є. О., Лісогор А. В. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ В ДИЗАЙНІ РЕКЛАМНОГО ПОСТМАТЕРІАЛУ ДЛЯ АУДИТОРІЇ	181
Телих О. О., Штайнер Т. В. ДИЗАЙН-МАКЕТ ОБКЛАДИНКИ ЖУРНАЛУ ЯК ПРОДОВЖЕННЯ СЦЕНІЧНОГО ОБРАЗУ	185
Shtainer T. MEDIA ART AND DIGITAL DESIGN IN CREATING VARIETY POP PERFORMANCE	189

ЦИФРОВА МОДА ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ВІЗУАЛЬНОГО САМОВИРАЖЕННЯ: ВІД ВІРТУАЛЬНОГО ОДЯГУ ДО МЕТАВСЕСВІТІВ

Страутман Лінда Леонідівна

*викладач-стажер кафедри професійної освіти та дизайну
Державного закладу «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», м. Одеса, Україна*

Ключові слова: цифрова мода, віртуальний одяг, метавсесвіт, NFT, fashion-дизайн, візуальна культура, інновації.

У XXI столітті мода виходить за межі матеріального світу. Поява цифрової моди є відповіддю на виклики глобалізації, екологічної кризи та діджиталізації культури. Цифровий одяг перестає бути лише візуалізацією для дизайнерських проєктів – він набуває значення самостійного артефакту, що функціонує у цифрових середовищах: соціальних мережах, онлайн-іграх, AR/VR-просторах та метавсесвітах. Це породжує новий напрям мистецтва і дизайну, який поєднує моду, технології та візуальну культуру в інноваційній формі самовираження.

Цифрова мода (digital fashion) – це форма модного дизайну, яка створюється, демонструється та функціонує у віртуальному середовищі без фізичної репрезентації. Уперше широке зацікавлення до цього явища виникло з поширенням платформ Snapchat, Instagram, TikTok та 3D-рендерінгу. Ключовими гравцями у сфері цифрової моди стали бренди The Fabricant, DressX, Auroboros, Tribute Brand, що пропонують віртуальні колекції, які купуються, «носяться» онлайн і навіть продаються як NFT [1; 2].

Поява цифрової моди тісно пов'язана з розвитком метавсесвітів – віртуальних світів, де користувачі можуть створювати аватари, купувати віртуальні речі та будувати цифрову ідентичність. У таких просторах одяг відіграє нову роль: він є не лише прикрасою, але й маркером статусу, смаку, ідеології [3].

Цифрова мода відмовляється від обмежень фізичного світу. У віртуальному середовищі не існує гравітації, матеріальних витрат, технічних меж – лише креативність митця. Саме тому цифровий одяг часто вражає футуристичними формами, анімованими текстурами, світловими ефектами. Наприклад, бренди Auroboros або Republique

використовують біонічні, абстрактні силуети, які неможливо реалізувати у фізичній формі [10].

Цифрова естетика стає способом експериментування з ідентичністю. Замість слідування масовим тенденціям, користувач може обирати унікальні образи, що відображають внутрішній стан, фантазії, або належність до певної субкультури.

Віртуальний одяг може бути не лише способом самовираження, а й активом. Завдяки блокчейн-технологіям елементи цифрового гардеробу можна реалізовувати як NFT – невзаємозамінні токени. Кожен цифровий одяг має унікальний код, що гарантує право власності на нього. Це відкриває нові моделі монетизації для дизайнерів та митців, дозволяє створювати обмежені серії та забезпечує художню цінність цифрового твору [5].

Провідні бренди вже активно інтегрують NFT у свою діяльність. Наприклад, Gucci, Balenciaga, Louis Vuitton реалізували NFT-колекції у співпраці з цифровими платформами. Це створює новий ринок – ринок цифрового предметного мистецтва, де межа між модою, дизайном і технологіями стирається [7].

Метавсесвіти – такі як Decentraland, Roblox, The Sandbox – стають новими ареною для fashion-перформансів. У 2022 році відбувся перший Metaverse Fashion Week (MVFV), де провідні будинки моди представили свої колекції у віртуальних шоурумах. Відвідувачі могли приміряти вбрання на аватарах, взаємодіяти з простором, купувати цифровий одяг [9].

Це формує новий тип глядацького досвіду – інтерактивний, гейміфікований, децентралізований. Глядач більше не є пасивним споживачем: він стає активним учасником модної події, здатним модифікувати свій образ у режимі реального часу.

Цифрова мода піднімає питання соціального представництва, ідентичності, тілесності. У метавсесвітах користувач може вільно змінювати стать, вік, антропоморфність аватара, експериментувати з візуальним виглядом. Це дозволяє осмислювати і деконструювати традиційні уявлення про гендер, красу, норму [4].

Таким чином, цифрова мода є платформою для феміністичних, квір- і постколоніальних наративів. Вона відкриває простір для інклюзивності, в якому мода вже не обмежена параметрами тіла або диктатом брендів.

У контексті глобальної екологічної кризи цифрова мода розглядається як альтернатива масовому виробництву одягу.

Віртуальні колекції не потребують фізичних ресурсів, транспортування, утилізації. Вони зменшують вуглецевий слід і кількість відходів [6].

Це відповідає концепції сталого розвитку та підтримує ідеї циркулярної економіки. Проте критики зауважують, що NFT і метавсесвіти потребують значних обчислювальних потужностей, що теж має вплив на довкілля. Отже, цифрова мода повинна балансувати між інноваційністю і відповідальністю.

Сучасна система художньої освіти має адаптуватися до нових викликів. Підготовка фахівців у сфері цифрової моди вимагає знань у 3D-моделюванні, програмуванні, графічному дизайні, VR/AR-технологіях, аналізі даних. Інститути, як-от London College of Fashion або Parsons School of Design, вже пропонують програми зі спеціалізацією у digital fashion [8].

В Україні також зростає зацікавленість у цій сфері. З'являються перші курси, майстер-класи, стартапи, пов'язані з цифровим дизайном одягу, що відкриває нові можливості для українських дизайнерів на глобальному ринку.

Цифрова мода – це не лише технологічне нововведення, а новий культурний феномен. Вона поєднує мистецтво, дизайн, інженерію, філософію й активізм. Її розвиток сприятиме переосмисленню ролі моди в суспільстві, розширенню меж творчого вираження та формуванню нових професій у креативній економіці.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Тимошенко О., Мисюк А., Коцюбівська К., Хрущ С. Особливості процесів диджиталізації у фешн-індустрії. *Цифрова платформа: інформаційні технології в соціокультурній сфері*. 2021. Т.4, №1. С.18–30. URL: <https://infotech-soccult.knukim.edu.ua/article/view/236943>
2. Черевач В. Цифрова мода: основні чинники виникнення та соціокультурне значення. *Питання культурології*. 2023. № 42. С. 307–315. URL: <https://issues-culture-knukim.pp.ua/article/view/293804>
3. Baldo, A. Virtual Dress and Identity in the Metaverse. *Journal of Digital Culture*. 2022. №3. Pp. 45–59. URL: <https://jdculture.org/articles/virtual-dress-metaverse>
4. Boichuk, Y. Gender Fluidity in Virtual Fashion Environments. *Art&Tech Journal*. 2023. №1. Pp. 22–35.

5. Branter, D. NFT and the Ownership of Virtual Clothes. *Fashion Theory*. 2021. № 5. Pp. 30–42. URL: <https://fashiontheory.net/articles/nft-virtual-clothes>
6. Greenpeace. Digital Fashion and Sustainability. Berlin, 2022. 72 p. URL: <https://greenpeace.org/digital-fashion-sustainability>
7. Jones, L. Luxury and Blockchain: The New Era of Digital Haute Couture. Paris: ModeLab Editions, 2022. 204 p.
8. London College of Fashion. Digital Fashion Courses. URL: <https://www.arts.ac.uk>
9. MVFW 2022 Review // Decentraland.org. URL: <https://decentraland.org/blog/>
10. Rissanen, T. Fashion Thinking in the Post-Material Age. *International Journal of Fashion Design*. 2022. Vol. 10(2). Pp. 101–113. URL: <https://ijfd.org/articles/fashion-thinking-postmaterial>