

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

ДИЗАЙН-МАКЕТ ОБКЛАДИНКИ ЖУРНАЛУ ЯК ПРОДОВЖЕННЯ СЦЕНІЧНОГО ОБРАЗУ

Телих Олівія Олександрівна

*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
художньо-графічного факультету*

*Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К.Д. Ушинського», м. Одеса, Україна*

Штайнер Тетяна Віталіївна

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

Ключові слова: дизайн обкладинки, сценічний образ, візуальна комунікація, семіотика, графічний дизайн, Adobe Photoshop, публічний імідж.

У сучасному світі, де візуальна комунікація відіграє ключову роль, обкладинка журналу перетворюється не лише на засіб привернення уваги, а й на потужний інструмент передачі ідентичності та емоційного настрою. Особливо актуальним це є у сфері шоу-бізнесу, де сценічний образ артиста є результатом ретельної роботи над стилем, харизмою та візуальним представленням. У цьому контексті дизайн-макет обкладинки журналу виступає продовженням сценічного образу, підкреслюючи його унікальність і створюючи цілісне враження для аудиторії.

Наукове осмислення візуальної комунікації у сфері дизайну підтверджує, що обкладинка журналу є першим кроком до встановлення контакту з потенційною аудиторією. Вона формує первинне враження, спонукає до ознайомлення зі змістом і, в результаті, впливає на сприйняття бренду загалом. Згідно з дослідженнями, візуальні елементи обкладинки можуть суттєво змінювати очікування та ставлення читача до контенту [8, с. 4-7].

Семіотичний аналіз обкладинок дозволяє глибше зрозуміти механізми візуальної комунікації, розкриваючи, як колір, типографіка та композиція транслюють певні смисли й емоції [7, с. 88-92]. Такий підхід сприяє розкриттю взаємозв'язку між візуальною мовою

обкладинки та концептуальним наповненням сценічного образу артиста.

Сценічний образ формується шляхом інтеграції стилю, поведінки, костюму та інших візуальних елементів, які разом створюють впізнавану візуальну ідентичність. Він є результатом стратегічного та креативного планування, спрямованого на формування емоційного зв'язку з глядачем. Як зазначає Гуревич, візуальна культура артиста відіграє ключову роль у конструюванні його образу в медіапросторі [2, с. 102–104].

Дизайн обкладинки, що передає сценічний образ, має бути узгодженим з його загальною візуальною ідентичністю: кольорова палітра, стиль фотографії, типографіка та інші елементи дизайну мають сприяти розкриттю характеру артиста. Мельник підкреслює, що візуальна комунікація у мистецтві є потужним засобом іміджевого впливу, особливо у поєднанні з медійними каналами [4, с. 76-78].

Науковці Грінченко І. В. (2022) та Кобилянська Л. М. (2021) акцентують на значущості візуальних кодів і символіки як складових персонального бренду артиста [1; 3]. Грінченко досліджує взаємозв'язок між сценічним образом та візуальним контентом, тоді як Кобилянська аналізує емоційний потенціал графічного дизайну в музичному середовищі.

Створення якісного дизайн-макету обкладинки потребує професійного використання спеціалізованого програмного забезпечення – Adobe Photoshop, InDesign, Illustrator. Ці програми забезпечують високу точність, контроль над візуальними компонентами та гнучкість у творчому процесі.

У цифрову епоху особливо важливо адаптувати дизайн обкладинок для різноманітних платформ – смартфонів, планшетів, соціальних мереж. Це вимагає оптимізації роздільної здатності, формату та інтерактивних елементів для забезпечення зручного перегляду [5].

Обкладинка, яка інтегрує сценічний образ артиста, стає елементом його публічного іміджу. Вона може посилювати ключові риси, формувати асоціації та впливати на сприйняття. Як зауважує Lavin [9, с. 53-55], візуальні елементи функціонують як маркери інтерпретації, що визначають тон спілкування з аудиторією.

Історія графічного дизайну містить численні приклади вдалого візуального відображення сценічних образів. Зокрема, обкладинки

Vogue неодноразово поєднували модний стиль із виразною індивідуальністю зірок [6, с. 10–12].

В українському культурному просторі спостерігається активна взаємодія сценічного образу з візуальним дизайном на обкладинках альбомів, журналів, промо-матеріалів:

- Джамала – її сценічна айдентика поєднує етнічні мотиви та футуристичну стилістику. Обкладинки альбомів «Крила» та «Поклик» вирізняються орнаментальними елементами, стилізованими під витинанку або вишивку.

- MONATIK – використовує яскраву палітру, динамічну типографіку та абстрактні форми для візуального підсилення ідеї руху та енергії.

- ONUKA – в дизайні її обкладинок домінують мінімалізм, геометрія, білий простір та стилізовані фольклорні орнаменти, що втілюють синтез традицій і технологій.

- ALYONA ALYONA – її візуальний стиль базується на поєднанні стріт-арту, молодіжної естетики та іронії. Обкладинки підкреслюють індивідуальність і контркультурну спрямованість образу.

- BLACKPINK – південнокорейський гурт, який слугує прикладом глобальної візуальної стратегії. Їхній стиль на обкладинках (для Elle, Vogue, Harper's Bazaar) поєднує гламурну естетику, street fashion і футуризм. Особливим є використання фірмових кольорів – чорного й рожевого – які стали частиною візуальної ідентичності гурту. Дизайнери активно застосовують шрифтографіку, колажні техніки та естетику hi-fashion, що створює впізнавану та ефектну візуальну платформу.

Ці приклади доводять: обкладинка – це не лише графічне оформлення, а складова концептуальної комунікації, що формує цілісне художнє повідомлення [2, с. 104].

Отже, дизайн-макет обкладинки виконує роль візуального наративу, що не лише відображає, а й транслює зміст сценічного образу до цільової аудиторії. Завдяки цьому формується естетична цілісність бренду артиста, що зміцнює його позиції у культурному та медіа-просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грінченко І. В. Візуальні коди в сценічному дизайні: сучасні тенденції. *Мистецтвознавчі записки*. 2022. № 41. С. 45–49.

2. Гуревич П. С. Візуальна культура та ідентичність у медіа-дизайні. Київ : НаУКМА, 2021. С. 102–104.
3. Кобилянська Л. М. Емоційна складова графічного дизайну у музичних медіа. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2021. № 1. С. 56–60.
4. Мельник Т. В. Імідж і візуальна комунікація в сучасному мистецтві. Харків : ХДАДМ, 2020. С. 76–78.
5. AIGA. Digital Publishing Guidelines. American Institute of Graphic Arts. 2020. URL: <https://www.aiga.org/>
6. BYU ScholarsArchive. A Semiotic Analysis of Vogue Magazine Covers. 2023. Pp. 10–12.
7. Ghaniabadi, S. Visual Analysis of Magazine Covers. *International Journal of Linguistics*. 2015. Pp. 88–92.
8. Jahanian, A., Khot, R. A., & Isbister, K. Automatic Design of Colors for Magazine Covers. Purdue University. 2013. Pp. 4–7.
9. Lavin, M. *Graphic Design Theory: Readings from the Field*. New York: Princeton Architectural Press. 2011. Pp. 53–55.