



ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:
ІСТОРІЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА ФІЛОЛОГІЇ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

II Всеукраїнської науково-практичної конференції
студентів, аспірантів та молодих науковців
«СУЧАСНИЙ МАСОВОКОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОСТІР:
ІСТОРИЯ, РЕАЛІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ»

Суми, 25–26 травня 2023 р.

УДК 007 : 304 : 070

3641 **Збірник наукових праць** II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи». Суми : Сумський державний університет, 2023. 114 с.

До збірника увійшли наукові дослідження молодих науковців, аспірантів та студентів, учасників II Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців. Дослідження пов'язані з комплексною програмою науково-дослідних робіт СумДУ, безпосередньо з науковим напрямом досліджень кафедри журналістики та філології у межах теми «Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи».

Для викладачів, учителів, науковців, аспірантів, докторантів, студентів та інших зацікавлених осіб.

3641 **Collection of scientific works** of the II All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects». Sumy : Sumy State University, 2023. – 114 p.

The collection includes scientific materials of young scientists, postgraduates and students, participants of the II All-Ukrainian scientific and practical conference of students, postgraduates and young scientists. The studies are related to the comprehensive program of research works of Sumy State University, directly with the scientific direction of research of the department of journalism and philology within the framework of the topic «Contemporary mass communication space: history, realities, prospects».

For lecturers, teachers, scientists, graduate students, doctoral students, students and other interested persons.

РЕДКОЛЕГІЯ: *Володимир Садівничий*, д-р наук із соц. комунік., голова; *Ірина Жиленко*, д-р філол. наук, заст. голови; *Тетяна Ковальова*, канд. наук із соц. комунік.; *Інна Сипченко*, канд. наук із соц. комунік.; *Ярослав Яненко*, д-р наук із соц. комунік.

EDITORS: *Volodymyr Sadivnychy*, D. Sc. (Social Communications), head; *Iryna Zhylenko*, D. Sc. (Philology), deputy head; *Tetiana Kovalova*, PhD (Social Communications); *Inna Sypchenko*, PhD (Social Communications); *Yaroslav Yanenko*, D. Sc. (Social Communications).

*Матеріали друкуються в авторській редакції.
The materials are printed in the author's editorial office.*

ІЗ ВДЯЧНІСТЮ ГЕРОЯМ:

**солдатам та офіцерам Збройних Сил України,
територіальної оборони та добровольчих формувань
за можливість в умовах війни
проводити навчальний процес та займатися наукою!**

**ВІРИМО В УКРАЇНУ!
БУДУЄМО ОСВІЧЕНУ УКРАЇНУ!**

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН У РЕКЛАМІ: ОСНОВНІ СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

*Марина Москович,
магістрантка, Сумський державний університет*

У дослідженні розглядається теоретична база графічного дизайну та зміни у сучасних тенденціях, які обумовлені часом. Метою роботи стало формулювання цих тенденцій. Для цього було розглянуто рекламні кампанії Українських брендів за останні роки та виконаний аналіз, який став основою для висновків нашої роботи.

Ключові слова: графічний дизайн, дизайн реклами, рекламна комунікація, візуальний контент.

GRAPHIC DESIGN IN ADVERTISING: MAIN MODERN TRENDS

*Marina Moskovych,
Master's student, Sumy State University*

The research explores the theoretical foundation of graphic design and changes in modern trends that are influenced by time. The aim of the study was to formulate these trends. To achieve this, advertising campaigns of Ukrainian brands in recent years were examined and analyzed, which served as the basis for the conclusions of our work.

Keywords: Graphic design, advertising design, advertising communication, visual content.

Графічний дизайн відіграє важливу роль у рекламній комунікації, оскільки основним його завданням є створення візуальних матеріалів, які привертають увагу споживачів, сприяють розумінню поданої інформації. Без графічного дизайну не зможуть функціонувати більшість форматів медіа: друковані видання, веб-сайти, мобільні додатки, телевізійна реклама.

Серед завдань графічного дизайну виділяють розробку логотипів, ілюстрацій, макетів та візуального оформлення видань. Він допомагає створювати бренди та формувати імідж компаній, а також надає інформації зрозумілий та привабливий вигляд.

Актуальність дослідження полягає у тому, що тенденції у графічному дизайні постійно змінюються. Те, що було актуальним та цікавим, застаріває вже протягом декількох років. Тому графічні дизайнери перебувають у постійному пошуку цікавих та креативних рішень. А результат цієї роботи потрібно регулярно вивчати.

Метою роботи є дослідження теоретичної бази графічного дизайну, основних принципів та з'ясування сучасних тенденцій.

«Графічний дизайн – унікальне мистецтво, яке знаходиться одночасно у двох вимірах: образотворчості та проєктності (художньому й раціональному). Сьогодні воно «організує простір і час у системі комунікації, стає надкомунікацією», візуальною мовою інформаційного суспільства. Мистецтво графічного дизайну багато в чому – мистецтво одного дня, яке створює візуальний простір сучасної людини», – зазначив О. Гладун у своєму дослідженні [1, с. 46].

Дизайн – це дуже важлива складова для рекламної комунікації, оскільки саме з його допомогою створюється візуалізація рекламного повідомлення, айдентика бренду та налагоджується зв'язок зі споживачем.

О. М. Бекетова пише, що «дизайн реклами – це процес розробки та втілення рекламної ідеї у певну, найефективнішу візуальну форму за допомогою підбору та компоновання різних елементів реклами» [3, с. 5].

Рекламний дизайн базується на теорії дизайну. До неї входить: композиція, її види, закони та прийоми: колір, контраст, масштаб, пропорційність, динаміка, статика, симетрія, асиметрія та інструменти графіки. Це і є основою побудови та створення якісної рекламної комунікації.

Дизайн реклами здійснюється на основі таких принципів:

- **єдиний стиль.** Текст, графіка, заголовок, логотип вибудовуються у одну спільну композицію;
- **гармонія.** Всі елементи композиції повинні поєднуватися між собою та доповнювати один одного. Цього можна досягнути продуманим підбором взаємопов'язаних елементів. Розмір, тон та розміщення елементів рекламного повідомлення мають бути збалансовані, щоб забезпечити гармонійний вигляд зображення;
- **упорядкованість.** Рекламне повідомлення має бути розміщене таким чином, щоб воно читалося зліва направо і згори донизу. Така послідовність елементів спрямовує погляд людини у потрібному напрямку;
- **акцентність.** Ефективність реклами можна підвищити, акцентуючи увагу на певному елементі або групі, щоб вони виділялися на загальному фоні. Також використання різних кольорів та форм створює контрастність між елементами і робить їх виразнішими.

Сучасним графічним дизайнерам не обійтися без володіння навичками роботи з графічними програмами, такими як Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign тощо. Перехід графічного дизайну від малювання традиційними матеріалами на папері до проектування за допомогою комп'ютерних програм спричинив революцію у розвитку графічного дизайну і дизайну реклами у тому числі.

«Ейфорія від застосування комп'ютерних технологій на початку 1990-х відбилася у комерційних розробках, перевантажених градієнтами, контурами, тіннями, відблисками тощо. Нові технології насправді відкрили перед графічними дизайнерами широкі можливості щодо створення й обробки зображень і роботи зі шрифтами, але водночас загострили проблему унікальності дизайнерського продукту. Після етапу захоплення технічними можливостями, що дозволяли дизайнерам «гратися» із шарами, градієнтами, трансформаціями й іншими, недоступними раніше або важко досяжними ефектами, настав етап зваженого використання палітри засобів, стриманості

й мінімалізму», – пише Н. Сбітнева у роботі «Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності» [4, с. 66].

Щоб створювати візуально привабливі та зрозумілі зображення, графічні дизайнери повинні бути креативними, мати почуття стилю та не боятися експериментувати.

Проаналізувавши рекламні кампанії відомих Українських брендів, ми з'ясували основні тенденції у сучасному графічному дизайні.



Рис. 1.

1. **Гротеск.** Рівні шрифти без зарубок створюють просту й не перевантажену картинку, підвищуючи читабельність і візуальну доступність дизайну, відзначають. У тренді – велика кількість простору між символами й прямі лінії.

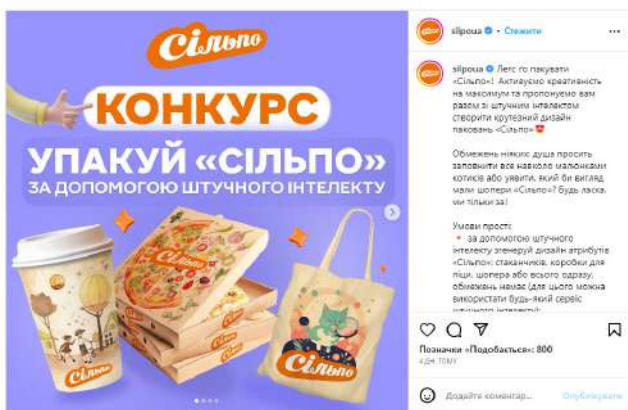


Рис. 2.

2. **Ілюстрації, створені штучним інтелектом.** Минулого року графіка, створена штучним інтелектом, різко набрала популярність, тож можна навіть не сумніватися, що цього року тренд буде набирати ще більших обертів. Цей тренд підхопила торгівельна мережа «Сільпо». На своїй сторінці в Instagram бренд оголосив конкурс, у якому треба за допомогою штучного інтелекту згенерувати дизайн фірмових стаканчиків, коробки для піци тощо.



Ребрендинг NAMU
NAMU

Crime – once a peninsula of freedom and joy. Now turned into a prison and entirely lacking in freedom under the temporarily Russian occupation. Unfortunately right now we don't have the possibility to invite you to the Ukrainian peninsula. Since 2014 Crime has been occupied by the Russian Federation. Our lovely place of freedom where you could explore noble places, enjoy unique climate, rich spiritual heritage and of course swim in the sea. Unfortunately it is not possible for us to return the right to visit Crime until its sovereignty has been returned to Ukraine. Such a visit would lead to sanctions being imposed by the Ukrainian Government – for some time you would be prohibited from visiting Ukraine. And we don't want to miss you! P.S. Rest assured that one day Crime will be Ukrainian once again and this section will become the biggest and most impressive of all!

Особлива Республіка Крим
Ukraine

Рис. 3.

Рис. 4.

3. **Виразний текст.** Контрастні та сміливі шрифти дуже ефективні у приверненні уваги. Типографіку можна використовувати, виділяючи заголовки або як елемент дизайну.



Рис. 5.

4. **Мальований стиль.** Цей стиль говорить про дружню комунікацію з клієнтом. Він є унікальним: повторити чи скопіювати такий стиль майже неможливо. Тому він може стати рисою, яка відрізняє вас від конкурентів.

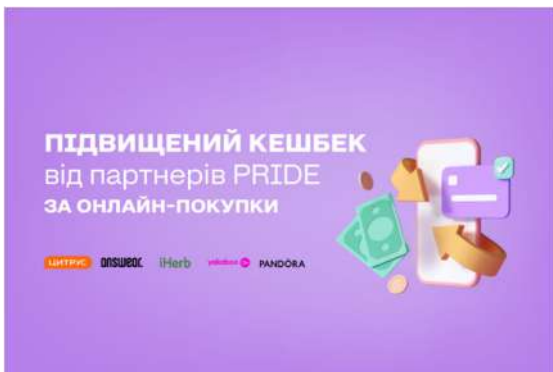


Рис. 6.

5. **3D-елементи.** Популярність використання 3D-елементів продовжує збільшуватися. Останні технологічні досягнення спростили створення високоякісних 3D-зображень. Можна внести різноманітність і додати тіні, рух, текстуру.



Рис. 7.

6. **Футуристичний дизайн.** Ефект рідкого хрому та блискучі тривимірні елементи надають динаміки та ретрофутуристичного вигляду зображенням.

Висновки. Сучасний креативний дизайн став основою якісної рекламної комунікації. Він привертає увагу і викликає інтерес споживачів, спонукає до купівлі, прискорює і збільшує продажі, формує позитивне ставлення до бренду і підсилює довіру до нього. Створюючи рекламну важливо опиратися на теорії дизайну та досліджувати сучасні тенденції. Графічний дизайн постійно розвивається. Тож потрібно залучати свою креативність та фантазію, не боятися експериментувати, щоб створити дизайн, який приверне увагу споживачів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гладун О. Д. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України. Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії. 2007. Вип. 7. С. 45–49.
2. Даниленко В. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури. Харів : ХДАДМ «Колорит», 2005. 243 с.
3. Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Дизайн реклами» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова; уклад. : Л. А. Звенігородський, А. Г. Зінченко, В. А. Голіус. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 5 с.
4. Сбітнєва Н. Тенденції розвитку сучасного графічного дизайну: повернення до рукотворності. Харків : Харківська державна академія дизайну і мистецтв, 2015. 66 с.
5. Яковлева М. Дизайн: словник-довідник. Київ : Фенікс, 2010. 384 с.
6. Banda.agency : веб-сайт. Київ. URL: <https://banda.agency/about/>
7. What Is Industrial Design? Industrial designers society of America : вебсайт. URL: <https://www.idsa.org/what-industrial-design>