МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ



ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В ДИЗАЙНІ

Методичні вказівки до практичних занять
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
освітньої програми «Дизайн»
галузі знань 02 Культура і мистецтво
спеціальності 022 Дизайн
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2024

УДК 7.012:001.89 (07)

Голова вченої ради факультету архітектури, будівництва та дизайну _____О. АНДРІЙЧУК

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозитарій ЛНТУ
Директор бібліотеки _____ Н. ПОЛІЩУК

Рекомендовано до видання вченою радою факультету архітектури, будівництва та дизайну ЛНТУ,
протокол № 9 від «14» травня 2024 року.

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ, протокол № 13 від «7» травня 2024 року.
Завідувач кафедри АД _____О. ПАСІЧНИК

Укладач: _____ Н. СКЛЯРЕНКО, доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ.

Рецензент: _____ О. ПАСІЧНИК, канд. архітектури, доцент, завідувач кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ.

Відповідальний за випуск: _____ О. ПАСІЧНИК, завідувач кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ.

Візуальні комунікації в дизайні [Текст] : Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми «Дизайн» галузі знань 02 Культура та мистецтво спеціальності 022 Дизайн денної та заочної форм навчання / уклад. Н.В. Скляренко. – Луцьк : ЛНТУ, 2024. – 40 с.

Методичні вказівки містять рекомендації щодо виконання практичних завдань, спрямованих на формування навичок проєктування візуально-комунікативних систем. Матеріал методичних вказівок забезпечує поєднання теоретичних знань із практичними вміннями, сприяє розвитку креативного мислення, візуальної грамотності та здатності до аналітичного осмислення дизайнерських рішень.

© Скляренко Н.В., 2024

ЗМІСТ

ВСТУП 4

Модуль 1
Змістовий модуль 1. Візуальні комунікації як складова візуальної культури 6
Практичне заняття 1. Ментальна карта як техніка візуалізації інформації 6
Практичне заняття 2. Принципи візуалізації інформації: інфографіка..... 12
Практичне заняття 3. Динамічна айдентика: теоретичні та практичні аспекти проектування 17

Модуль 2
Змістовий модуль 2. Художньо-проєктна сутність візуальних комунікацій 21
Практичне заняття 4. Графічні динамічні візуальні комунікації 21
Практичне заняття 5. Цифрові візуальні комунікації 25
Практичне заняття 6. Антропосоціальні візуальні комунікації 29
Практичне заняття 7. Біологічні та зелені візуальні комунікації 33

ЛІТЕРАТУРА 38
ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ 39

ВСТУП

Дисципліна «Візуальні комунікації в дизайні» посідає ключове місце у професійній підготовці майбутніх дизайнерів, оскільки саме через систему візуальних повідомлень здійснюється взаємодія між людиною, культурою та середовищем. Сучасний дизайн розглядається не лише як процес створення естетично привабливих форм, але передусім як інструмент соціальної комунікації, що формує цінності, світогляд і поведінкові моделі суспільства. У цьому контексті візуальні комунікації виступають універсальною мовою передавання змісту, емоцій і знань, поєднуючи логіку, образність і технологічні можливості сучасного медіапростору.

Актуальність вивчення дисципліни зумовлена глобальними змінами у сфері інформаційних технологій, мультимедійних практик і культурної динаміки. Візуальна інформація сьогодні є основною формою сприйняття світу, оскільки понад 80% даних людина отримує через зоровий канал. Тому дизайн візуальних комунікацій повинен враховувати закономірності візуального мислення, психологію сприйняття, принципи семіотики, колористики та типографіки. Осмислення цих процесів у межах практичних завдань формує у здобувачів здатність не лише створювати графічні продукти, а й керувати комунікаційним змістом, перетворюючи візуальні образи на носії смислів і соціальних ідей.

Методичні вказівки до практичних робіт розроблені з метою забезпечення цілісного опанування студентами теоретичних засад і практичних методів візуалізації інформації. Вони орієнтовані на формування професійних компетентностей у сферах візуального аналізу, композиційного мислення, графічного моделювання, цифрової комунікації та творчої самореалізації.

Вивчення дисципліни «Візуальні комунікації в дизайні» передбачають набуття здобувачем наступних програмних результатів навчання:

ПРН 1. Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах

ПРН 2. Розробляти науково-обґрунтовану концепцію для розв’язання фахової проблеми

ПРН 3. Обирати певну модель поведінки при спілкуванні з представниками інших професійних груп різного рівня.

ПРН 6. Формувати проектні складові у межах проектних

концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності.

ПРН 7. Критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну.

ПРН 9. Застосовувати методику концептуального проектування та здійснювати процес проектування з урахуванням сучасних технологій і конструктивних вирішень, а також функціональних та естетичних вимог до об'єкта дизайну.

ПРН 11. Визначати естетичні проблеми дизайнерських шкіл та напрямків з урахуванням генезису сучасного художнього процесу в дизайні; мати синтетичне уявлення щодо історії формування сучасної візуальної культури

ПРН 18. Використовувати концепції сталого розвитку у проєктуванні візуально-комунікативного простору; впроваджувати екологічно-орієнтовані та соціально-комунікативні підходи в процесі проєктно-творчої діяльності.

ПРН 19. Використовувати динамічні системи візуальних комунікацій у проєктуванні.

Кожна тема практичної роботи поєднує аналітичний, експериментальний і творчий компоненти, спрямовані на розвиток здатності проектувати ефективні візуальні системи у відповідності до функціонального, естетичного й етичного контекстів.

Особливу увагу приділено питанням сталого розвитку, екологічного мислення, антропоцентризму та інтеграції новітніх цифрових технологій. Це відповідає сучасним тенденціям гуманізації дизайну, який орієнтується на людину як центральний елемент комунікаційного процесу. Таким чином, дані методичні вказівки спрямовані не лише на формування технічних навичок, а й на розвиток критичного, емоційно-ціннісного та креативного мислення, необхідного для створення інтегрованих візуальних комунікацій нового покоління.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 1.
Ментальна карта як техніка візуалізації інформації

Мета:

Сформувати у студентів уміння застосовувати ментальну карту як інструмент візуалізації, систематизації та креативного опрацювання інформації у процесі дизайнерської діяльності; розвинути навички аналітичного та асоціативного мислення, здатність структурувати складні поняття, ідеї чи проєктні завдання у вигляді графічної моделі, що сприяє ефективній комунікації та пошуку оригінальних дизайн-рішень.

Загальна інформація.

Ментальна карта (англ. mind map) - це графічна техніка структурування, аналізу та подання інформації, яка базується на принципах асоціативного мислення, візуальної організації знань і когнітивної психології. Вона дозволяє представити складні концепції, процеси чи ідеї у вигляді схеми, де ключове поняття розташоване в центрі, а пов'язані з ним поняття розгалужуються радіально, утворюючи ієрархічну структуру.

З позицій дизайну та візуальних комунікацій, ментальна карта виступає не лише способом фіксації інформації, а й інструментом креативного мислення. Її ефективність полягає в тому, що вона поєднує вербальний і візуальний способи мислення: текстові елементи супроводжуються символами, кольорами, лініями, іконками, що активізує роботу асоціативної пам'яті та стимулює генерацію нових ідей. Такі карти використовуються для планування дизайнерських проєктів, аналізу завдань, формування композиційних рішень, побудови брендової айдентики чи розроблення інформаційної структури вебсайту.

Метод ментального картування ґрунтується на принципах, запропонованих британським психологом Тоні Б'юзеном, який вважав, що візуалізація інформації у формі деревоподібної схеми відповідає природі людського мислення. Візуальна структура карти відображає нелінійність процесу сприйняття - людина мислить не послідовно, а за мережевим принципом, утворюючи асоціативні зв'язки між поняттями. Тому побудова ментальної карти допомагає не лише запам'ятовувати матеріал, а й вибудовувати логічні та образні зв'язки між елементами інформації.

У сучасному дизайні ментальні карти активно застосовуються як засіб:

– візуальної організації знань (аналіз тенденцій, формотворчих принципів, колористики, шрифтів);

– планування проєктної діяльності (етапи створення, цілі, ресурси, стейкхолдери);

– розроблення творчих концепцій (бренд, кампанія, айдентика, візуальна стратегія);

– підтримки колективного дизайну (спільна робота над ідеєю через онлайн-платформи типу Miro, MindMeister, Lucidchart).

Таким чином, ментальна карта - це універсальний інструмент візуального мислення, який сприяє ефективному опрацюванню інформації, підвищує креативність і структурованість проєктного процесу. Вона є важливою складовою сучасної дизайнерської методології, що поєднує аналітичний і художньо-образний підходи до створення візуального контенту.

Ментальні карти – це техніка візуалізації інформації. Застосування ментальних карт дуже різноманітні – наприклад, їх можна використовувати для того, щоб розібратися в новій для себе темі, згенерувати і записати ідеї, зафіксувати, зрозуміти і запам'ятати зміст книги або тексту, підготуватися до ухвалення рішення.

Етапи створення ментальної карти:

- Візьміть аркуш паперу і напишіть в центрі одним словом головну тему, якій присвячена карта. Укладіть її в замкнутий контур.
- Від центральної теми малюйте гілки і розташовуйте на них ключові слова, які з нею пов'язані.
- Продовжуйте розширювати карту, додаючи до вже намальованих гілок додаткові гілки з ключовими словами, поки тема не буде вичерпана.

Правила створення ментальних карт.

Техніка здається інтуїтивно зрозумілою, проте приведені нижче правила допомагають істотно підвищити її ефективність.

- Пишіть одне слово на одній гілці. Такий підхід значно економить час і місце і сприяє кращій читабельності карти. Це спочатку здається незвичним, може виникнути побоювання, що забудуться інші слова. Насправді не забудуться, якщо вибрати в якості ключових слів найбільш характерні, яскраві, такі, що запам'ятовуються.

- Розташовуйте лист горизонтально – таку карту зручніше читати.
- Пишіть ключові слова друкарськими буквами, чорним кольором, як можна ясніше і чіткіше.
- Ключові слова розміщуйте прямо на лініях, що відображають їх взаємозв'язок. Не укладайте їх в які-небудь рамки. Пишіть на кожній лінії тільки одне ключове слово.
- Довжина лінії має дорівнювати довжині слова – не робіть лінії довше за слова. Не переривайте ліній.
- Використайте різні кольори для основних гілок, щоб вони не зливалися візуально.
- Варіюйте розмір букв в написах і товщину гілок залежно від міри віддаленості від головної теми.
- Розташовуйте гілки рівномірно – не залишайте порожнього місця і не розміщувати гілки занадто щільно.
- Використовуйте малюнки і символи (як мінімум – для центральної теми, краще – для усіх основних гілок).
- Якщо ви малюєте складну карту, є сенс спочатку накидати мініатюрну карту з основними гілками, щоб визначити структуру майбутньої карти, оскільки вибір основних гілок впливає на організацію і читабельність карти.

Ментальні карти – це спосіб запису, альтернативний по відношенню до тексту, списків і схем (наприклад, «дерев» або діаграм зв'язків). Головна відмінність ментальних карт від інших способів візуалізації передусім у тому, що ментальні карти активують пам'ять. Списки, суцільний текст, дерева і схеми одноманітні. Ментальні карти, навпаки, використовують усі можливі способи, щоб активувати сприйняття за допомогою різноманітності: різна товщина ліній, різні кольори гілок, точно вибрані ключові слова, які особисто для вас є значимими, використання образів і символів. Техніка ментальних карт допомагає не лише організувати і упорядкувати інформацію, але і краще сприйняти, зрозуміти, запам'ятати і асоціювати її.

Ментальні карти використовують:

- Самоосвіта. Вивчення будь-якого матеріалу може йти швидше, якщо фіксувати основні думки у формі ментальної карти. Навіть якщо ви просто читаєте книгу, зробіть ментальну карту і ви побачите, наскільки це зручний спосіб осмислити прочитане (не кажучи вже про те, що ця карта може вам дуже згодитися, якщо ви згодом захочете швидко освіжити в пам'яті зміст книги).

- Генерування ідей. Напишіть завдання в центрі і розташовуйте на гілках ідеї або асоціації, від них – наступні асоціації, увесь час ставлячи собі питання, як це може вирішити ваше завдання.
- Пізнання нових галузей. Напишіть нову тему, у якій ще не розібралися, в середині ментальної карти і розташовуйте на гілках, що виходять з центру, усе, що до неї належить. Коли карта стане великою і хаотичною, перемальовуйте її, використовуючи декілька основних гілок як структурних.
- Презентація інформації у змістовній формі. Для більшої наочності, наприклад в ході презентацій, або для себе самого (наприклад, щоб не забути щось важливе під час виступу) використовуються ментальні карти.

Рекомендації до створення ментальної карти:

Намагайтеся отримувати задоволення від самого процесу малювання ментальної карти. Зробіть свою карту красивою, адже для цього адже треба зовсім небагато – акуратний текст, рівні лінії тієї ж довжини, що і ключові слова, різні кольори для гілок, щоб вони не плуталися між собою, найпростіші малюнки-символи, що означають важливі для вас моменти. Міра «краси» може варіюватися залежно від завдання, проте не шкодуйте часу, особливо на початку освоєння техніки. Після певної практики його йтиме зовсім небагато.

Цікавий момент в ментальних картах – те, що вони є не лише засобом наочного представлення процесу нашого мислення, але і одночасно його діагностикою. Сама форма карти, її візуальний вигляд свідчить про ставлення до теми, про те, наскільки зрозумілі її окремі аспекти (представлені основними гілками), про спосіб сприйняття цієї інформації.

Рекомендуємо розпочати з малювання ментальних карт руками. Для початківців здається швидше і легше скористатися комп'ютерними програмами, але це не дає ні навичок самого «майндмнппінгу», ні корисного ефекту організації власного мислення в процесі цього.

Програма для побудови ментальних карт ніколи не дозволить вам намалювати неправильно закомпоновану карту, і це насправді проблема, тому що, думаючи за вас, вона позбавляє вас можливості діагностувати своє мислення. Завдяки малюванню руками можна наочно побачити, як і наскільки ефективно організовано мислення з обраної теми.

Принципи побудови ментальних карт:

В основі створення ментальної карти лежить декілька принципів:

- Асоціативність (ментальна карта активує сприйняття і пам'ять на основі утворення низки асоціацій).
- Структурованість (чіткість і логічність сприйняття матеріалу на карті покращує усвідомлення теми).
- Системність (аналіз намальованої карти виявляє зв'язки між окремими елементами теми та полегшує їх синтез).
- Ідея ментальних карт ґрунтується на схожості між зображенням процесу мислення за допомогою ментальної карти і облаштуванням людського мозку: по-перше, ментальна карта має, як і нейрон, радіальну структуру, по-друге, думки на фізичному рівні відображаються як «дерева» біохімічних імпульсів.

Завдання: створити ментальну карту для власного об'єкту дослідження.

Етапи виконання завдання:

1. Вибір художнього образу як основи ментальної карти.
2. Формування зв'язків між словами-асоціаціями.
3. Визначення загальної композиції та структури ментальної карти.
4. Робота над символічним зображенням використаних понять.
5. Художньо-стилістичне та колористичне рішення ментальної карти (ескізування).
6. Формат 297×420, ватман, довільна техніка виконання.

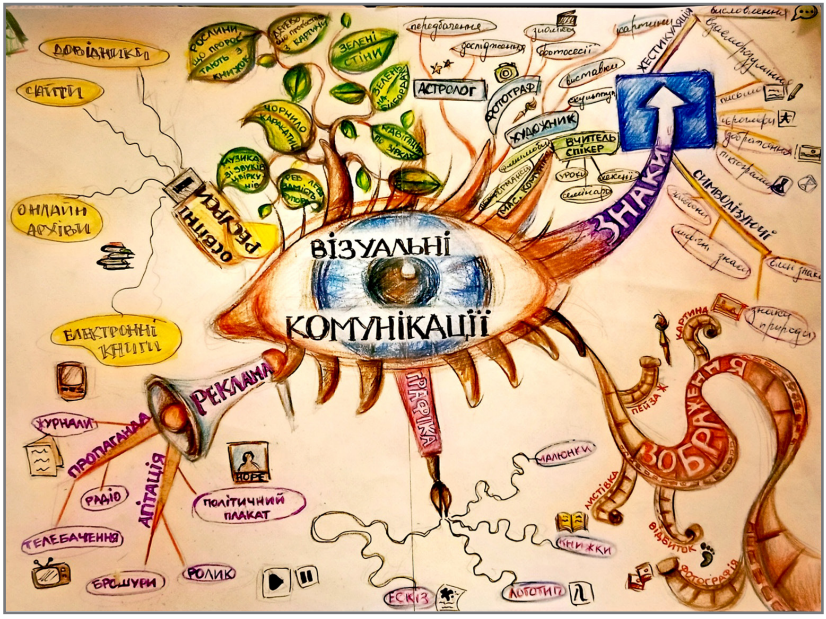
Особливості оцінювання роботи:

Критерій	Ваговий коефіцієнт, %	Характеристика
1. Креативність і професійність виконання практичного завдання	70%	Оригінальність ідей, доцільність вибору художніх засобів
2. Якість оформлення	30%	Естетичне подання матеріалу, відповідність формату

Виконання практичного завдання оцінюється в ***100 балів***

Зразок виконання завдання:





ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 2.
Принципи візуалізації інформації: інфографіка

Мета:

Сформувати у студентів знання про основні принципи візуалізації інформації та особливості створення інфографіки як інструменту ефективної комунікації; розвинути вміння аналізувати, структурувати та перетворювати текстову або статистичну інформацію у візуальну форму за допомогою графічних засобів дизайну, забезпечуючи її зрозумілість, логічність та естетичну виразність.

Загальна інформація.

Інфографіка - це форма візуальної комунікації, що поєднує текст, графіку, діаграми, піктограми, кольори та структуру з метою передавання складної інформації у наочній, доступній і лаконічній формі. Вона дозволяє не лише подати факти, дані чи статистику, а й сформувати у глядача цілісне розуміння явища через логічну композицію, візуальні акценти та семантичну виразність. У дизайні інфографіка виступає потужним засобом узагальнення, переконання і навчання, тому її розуміння є необхідною складовою професійної підготовки майбутніх дизайнерів.

Основою створення якісної інфографіки є принципи візуалізації інформації, що визначають ефективність комунікаційного процесу. До них належать:

- ясність та структурність - інформація має бути організована логічно, з чітким виділенням головного й допоміжного;
- економність виражальних засобів - кожен елемент має функціональне навантаження, відсутні зайві деталі;
- візуальна ієрархія - використання розмірів, кольору, контрасту, ритму для підкреслення важливості елементів;
- читабельність і доступність - спрощення складних даних, застосування символів, піктограм, інтерактивних або динамічних форматів;
- естетичність та узгодженість стилю - поєднання точності подачі даних із художньою виразністю та стилістичною цілісністю.

Інфографіка виконує декілька ключових функцій: пояснювальну (передає логічні зв'язки), аналітичну (допомагає порівнювати показники), комунікативну (забезпечує взаєморозуміння між автором і реципієнтом) та естетичну (формує привабливий і переконливий візуальний образ). У контексті дизайнерської освіти вона виступає також навчальним інструментом розвитку візуальної грамотності, здатності

працювати з великими масивами даних і трансформувати їх у зручні для сприйняття візуальні моделі.

У сучасному інформаційному середовищі інфографіка використовується у багатьох сферах (журналістиці, освіті, рекламі, науці, культурних комунікаціях, брендингу). Вона стає важливим компонентом UX/UI-дизайну, веб-комунікацій, презентацій, соціальних кампаній. Для дизайнерів опанування принципів інфографіки означає не лише засвоєння технічних прийомів побудови графічних форм, але й розвиток аналітичного мислення, уміння узагальнювати складні системи знань у чіткі візуальні наративи.

Інфографіка як форма візуальної комунікації поділяється на кілька основних видів залежно від способу подання інформації, мети її використання та структури візуальних елементів. Кожен вид має свої закономірності композиції, специфіку роботи з даними та функціональне призначення у процесі дизайну.

1. Статистична інфографіка

Цей тип використовується для подання кількісних даних (чисел, відсотків, порівнянь). Основні елементи: діаграми, гістограми, графіки, схеми пропорцій. Такі візуалізації покликані зробити статистику зрозумілою та наочною, підкреслити тенденції або співвідношення між показниками.

2. Аналітична (порівняльна) інфографіка

Спрямована на демонстрацію подібностей і відмінностей між об'єктами, процесами або явищами. Використовуються таблиці, схеми порівняння, інтерактивні графічні блоки. Основне завдання - показати структуру або динаміку змін через зіставлення візуальних параметрів.

3. Процесна (послідовна) інфографіка

Пояснює певний алгоритм, інструкцію, послідовність дій чи етапів процесу. Це поширений тип у навчальних матеріалах, технічній документації, екологічних або соціальних проєктах. Основою є логічна лінія або стрілкова структура, що показує напрям руху інформації.

4. Ієрархічна інфографіка

Візуалізує структури, системи або рівні підпорядкування. Часто використовується у вигляді дерев, пірамід або блок-схем. Її мета - показати співвідношення частин цілого, від загального до конкретного.

5. Картографічна інфографіка

Використовує карти, схеми простору, діаграми розташування об'єктів. Ефективна для географічних, соціокультурних чи урбаністичних проєктів. Дизайнер працює з просторовими координатами, масштабом і символічними маркерами.

6. Таймлайн (хронологічна інфографіка)

Цей вид інфографіки має особливе значення у візуалізації часових процесів. Таймлайн (timeline) - це лінійна або нелінійна графічна форма представлення подій у хронологічному порядку, що дозволяє чітко відстежувати послідовність змін, етапи розвитку чи історію явища.

У дизайні таймлайн використовується для:

- подання історії бренду або етапів реалізації проєкту;
- відображення еволюції певного стилю, напряму або технології;
- демонстрації життєвого циклу продукту;
- візуалізації навчальних, наукових або культурних подій у часі.

Структурні особливості таймлайну:

1. Центральна вісь (лінія часу) є композиційною основою, до якої під'єднуються візуальні маркери — точки, піктограми, дати, короткі тексти або зображення;
2. Важливу роль відіграють колірні акценти, ритм та візуальна ієрархія, що допомагають орієнтуватися у часовій послідовності;
3. Формат може бути горизонтальним (зручний для коротких проміжків часу) або вертикальним (для тривалих історичних періодів);
4. Сучасні таймлайни можуть бути інтерактивними, поєднувати анімацію, звук або гіперпосилання, що посилює динамічність подання інформації.

Перевага таймлайну полягає у здатності поєднати часову логіку з візуальною структурою, що забезпечує цілісне сприйняття розвитку подій. Для дизайнерів створення таймлайну — це можливість тренувати навички композиційної побудови, мінімізації тексту, узгодження змісту з формою та візуального узагальнення даних.

Отже, таймлайн - це не лише вид інфографіки, а й ефективний метод візуального мислення, який поєднує аналітику, креативність і графічну виразність, допомагаючи перетворювати абстрактну часову інформацію на зрозумілу, логічну і художньо цілісну візуальну форму.

Завдання: створити інфографіку у вигляді тайм-лайну для власного об'єкту дослідження.

Етапи виконання завдання:

1. Збір та систематизація інформації.
2. Пошук образу для створення інфографіки.
3. Робота над композиційною структурою тайм-лайну, що складається з умовного набору елементів.

4. Визначення переліку основних історичних етапів трансформації візуальної форми.
5. Художньо-композиційне опрацювання візуальної інформації (ескізування).
6. Формат 297×420, ватман, довільна техніка виконання.

Особливості оцінювання роботи:

Критерій	Ваговий коефіцієнт, %	Характеристика
1. Креативність і професійність виконання практичного завдання	70%	Оригінальність ідей, доцільність вибору художніх засобів
2. Якість оформлення	30%	Естетичне подання матеріалу, відповідність формату

Виконання практичного завдання оцінюється в ***100 балів***

Зразок виконання завдання:




Практична робота 2. Принципи візуалізації інформації: інфографіка
ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ЩОДЕННИКІВ
Стародавній світ
Найдавнішим відомим щоденником є «Щоденник Мерера», давньоєгипетський бортовий журнал, автор якого описав транспортування вапняку з Тури до Гізи
Відродження
З цієї епохи люди почали викладати власні думки, а не хроніки. Одним із ранніх збережених прикладів є анонімний Journal d'un bourgeois de Paris.
Сучасність
З популяризацією мобільних додатків для iOS і Android стали доступними програми для ведення щоденників
Середньовіччя
Щоденник Абу Алі ібн аль-Банни 11 століття є найраніших із відомих, упорядкованих у порядку дат, а також дуже схожим на сучасні щоденники.
XX століття
Коли доступ до Інтернету став загальнодоступним, багато людей почали вести у ньому хроніку свого життя. Вважається, що першим онлайн-щоденником був «Відкритий щоденник» Клаудіо Піньханеса
Виконала: ст. гр. Дм-11 Міскевич Ольга. Викладач: проф. Скляренко Н.В.


Практична робота № 2: Принципи візуалізації інформації. Інфографіка
РОЗВИТОК ДИТЯЧОЇ КНИГИ
Ранні міфи та легенди
Середньовіччя та казки для народу (V-XV ст.
Сучасна дитяча література (кінець XX – XXI ст.)
Відродження та друк книг (XV-XVII ст.)
XX століття - Класика дитячої літератури
Золота епоха дитячої літератури (XIX ст.)
Лише 43,4% дітей у Великій Британії відзначили, що їм подобається читати. Це найнижчий показник за майже 20 років.
Тільки 28% дітей читають щодня у 2023 році, що відображає тенденцію низького щоденного читання вже кілька років поспіль.
Близько 80-85% дитячих книг купують у друкованому форматі, а 15-20% — у цифровому (електронні книги та аудіокниги).
Близько 8,6% дітей не мають власних книг удома. Це особливо стосується дітей з малозабезпечених сімей.
Виконала: ст. гр. Дм-11, Пушкарна Соня
Перевірила: проф. Скляренко. Н.В.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 3.
Динамічна айдентика: теоретичні та практичні аспекти проектування

Мета:

Сформувати у студентів знання про концепцію динамічної айдентики та принципи її проєктування; розвинути вміння створювати варіативні, адаптивні та анімовані елементи візуальної ідентифікації бренду з урахуванням контексту медіа, композиційної логіки, ритму й руху; сформувати навички поєднання теоретичних засад айдентики з практичними прийомами цифрового дизайну для розроблення сучасної гнучкої системи візуальної комунікації.

Загальна інформація.

Тема динамічної айдентики (або гнучкої ідентичності бренду) належить до сучасного напряму візуального дизайну, що поєднує естетику руху, варіативність графічних форм і комунікативну адаптивність. На відміну від традиційної статичної айдентики, яка базується на сталому логотипі, кольоровій палітрі та композиційних правилах, динамічна айдентика передбачає систему змінних елементів, здатних трансформуватися залежно від контексту, платформи, цільової аудиторії чи середовища функціонування бренду.

Теоретичні аспекти динамічної айдентики пов'язані з розвитком концепції motion identity та generative design у XXI столітті. Її поява зумовлена цифровізацією комунікаційного простору, інтерактивністю медіа та переходом брендів від статичної репрезентації до живої взаємодії з користувачем. Теоретичною основою є ідеї адаптивності, системності, багаторівневої комунікації, семіотики рухомого зображення та принципів кіберестетики. Динамічна айдентика виступає як візуальна метафора мінливості сучасного світу, у якому бренди стають не просто маркерами ідентичності, а комунікативними системами, здатними до еволюції.

У межах теоретичного аналізу визначаються такі ключові принципи побудови динамічної айдентики:

- варіативність - логотип або графічна система може змінювати форму, колір, пропорції, але зберігати впізнаваність;
- модульність - айдентика будується як набір взаємопов'язаних елементів (патерни, шрифти, піктограми), що утворюють систему;
- контекстуальність - адаптація візуальної мови до платформи (друк, веб, мобільні інтерфейси, просторові інсталяції);

- рух і час - інтеграція анімаційних принципів, кінетичних переходів і алгоритмічних змін;
- інтерактивність - можливість користувача впливати на зовнішній вигляд айдентики через цифрові медіа.

Практичні аспекти проєктування динамічної айдентики вимагають від дизайнера системного мислення, знання принципів анімації, композиції у русі, кольорокодування та програмної генерації візуальних варіантів. Процес створення включає:

1. Концептуальний етап — визначення основної ідеї бренду, його семантичного ядра, метафори, що стане джерелом динаміки.
2. Формотворчий етап — розробка варіативних графічних модулів, створення системи правил їх трансформації.
3. Тестування та адаптація — перевірка айдентики в різних медіа: цифрових, друкованих, середовищних, а також у рухомих форматах (відео, веб-анімація, AR/VR).

Важливу роль відіграють програмні засоби, що дозволяють створювати динамічні системи — After Effects, Blender, Figma Motion, TouchDesigner, Processing, p5.js, а також параметричні графічні середовища, що реалізують принципи generative identity.

Практичне значення теми полягає у формуванні здатності дизайнера мислити системно та адаптивно: не створювати фіксований знак, а розробляти візуальну екосистему, яка живе, реагує та розвивається. Це особливо актуально для культурних, технологічних і соціальних брендів, що комунікують через цифрові медіа, де рух і варіативність стали нормою сприйняття.

Отже, динамічна айдентика - це нова парадигма візуальної ідентифікації, що поєднує принципи гнучкості, інтерактивності та візуального ритму. Її опанування дозволяє дизайнеру створювати не просто логотип, а живу систему візуальної комунікації, яка відображає характер, емоції та еволюцію бренду у сучасному динамічному середовищі.

Завдання: розробити динамічну айдентику для власного об’єкту дослідження.

Етапи виконання завдання:

1. Пошук концепції формотворення айдентики.
2. Вибір способу проектування, що найбільш задовольняє вимогам концепції.

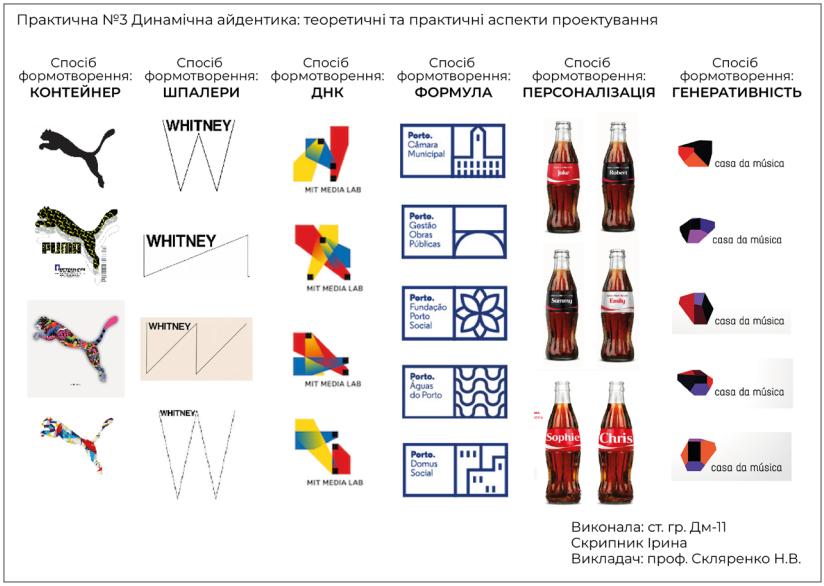
3. Композиційне опрацювання структурних елементів.
4. Графічне представлення варіантів візуалізації елементів (ескізування).
5. Формат 297×420, ватман, довільна техніка виконання.

Особливості оцінювання роботи:

Критерій	Ваговий коефіцієнт, %	Характеристика
1. Креативність і професійність виконання практичного завдання	70%	Оригінальність ідей, доцільність вибору художніх засобів
2. Якість оформлення	30%	Естетичне подання матеріалу, відповідність формату

Виконання практичного завдання оцінюється в ***100 балів***

Зразок виконання завдання:



Практичне заняття 3. Динамічна айдентика: теоретичні та практичні аспекти проектування

	КОНТЕЙНЕР	ШПАЛЕРИ	ДНК	ФОРМУЛА	ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ	ГЕНЕРАТИВНІСТЬ
ТАКТИЛЬНІ ДВК						
СМАКОВІ ДВК						
ОЛЬФАКТОРНІ ДВК						
ЗВУКОВІ ДВК						
КОМБІНОВАНІ ДВК						

Виконала: ст. гр. Дм-11 Міскевич Ольга. Викладач: проф. Скляренко Н.В.

Практична робота №3. Динамічна айдентика: теоретичні та практичні аспекти проектування



Виконала: ст. гр. Дм-11 Пушкарна Соня Викладач: проф. Скляренко Н.В.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 4.
Графічні динамічні візуальні комунікації

Мета:

Сформувати у студентів знання про принципи створення графічних динамічних візуальних комунікацій та їх роль у сучасному дизайн-середовищі; розвинути вміння поєднувати графічні засоби виразності з елементами руху, ритму та часу для формування емоційно виразних і функціонально ефективних комунікативних рішень; навчити застосовувати цифрові інструменти для розроблення анімованих і інтерактивних графічних об'єктів у системі візуальної комунікації.

Загальна інформація.

Тема «Графічні динамічні візуальні комунікації» охоплює сучасний напрям розвитку дизайну, у якому ключову роль відіграє рух, час і зміна форми як засіб передачі інформації, емоцій та ідентичності. У сучасному дизайні поліграфічна продукція перестала бути суто статичною, вона активно інтегрує принципи динамічної візуальної комунікації, тобто створює враження руху, зміни, інтерактивності навіть у фізичному форматі. Такі рішення базуються на синтезі графічного дизайну, інженерії паперу, оптичних ефектів і принципів емоційного залучення користувача.

Одним із найяскравіших прикладів є поп-ап видання - об'ємні книги або каталоги, у яких площинне зображення трансформується в просторову структуру під час відкривання сторінки. Такий механізм створює ефект реального руху, глибини та «оживлення» зображення. Поп-ап як форма динамічної поліграфії поєднує конструктивне мислення дизайнера з художньою виразністю, перетворюючи процес читання чи перегляду на інтерактивну подію. Він особливо ефективний у проєктуванні дитячих книжок, рекламних буклетів, презентаційних каталогів, артбуків і сувенірних видань.

Крім поп-ап, до динамічних графічних поліграфічних засобів належать:

- Фліпбуки (flip books) - мініатюрні видання, що створюють ілюзію анімації при швидкому перегортанні сторінок;
- Трансформаційні видання - об'єкти з рухомими елементами (вкладки, віконця, слайдери, розкладні модулі), які активізують читача та підсилюють інформаційне повідомлення;

- Оптичні конструкції - дизайн із використанням лентикулярних ефектів, що змінюють зображення при різному куті зору, створюючи ефект глибини або руху;
- Кінетичні обкладинки — поліграфічні елементи, які реагують на дотик, освітлення або рух (завдяки використанню спеціальних матеріалів і друкарських технологій).

Теоретично такі рішення спираються на поняття візуальної динаміки, інтерактивності та тактильного дизайну. У поліграфічному контексті динаміка не обмежується анімацією — вона виражається через рух руки, зорове сприйняття і фізичну взаємодію з об'єктом, що є формою комунікації між дизайнером і користувачем. Таким чином, друкована динаміка стає еквівалентом мультимедійної, але реалізується через матеріальність і конструкцію.

У практичному вимірі створення динамічних поліграфічних комунікацій потребує володіння принципами паперової інженерії, ергономіки, кольоропсихології, оптичних ілюзій і поєднання дизайнерської творчості з технологічною точністю. Завдяки цьому динамічні видання стають не лише носіями інформації, а й арт-об'єктами, що стимулюють емоційний досвід та взаємодію.

Отже, графічні динамічні візуальні комунікації у поліграфічному дизайні - це напрям, який розширює традиційні межі друку, поєднуючи візуальну графіку з рухом, простором і тактильністю. Такі проєкти створюють нову якість сприйняття друкованого продукту — від споглядання до активної участі, перетворюючи видання на інтерактивний медіаоб'єкт.

Дизайнер працює не лише з формою, кольором і шрифтом, але й з часовими параметрами - тривалістю, швидкістю, затримкою, синхронністю елементів.

У контексті сучасних візуальних стратегій динамічні комунікації забезпечують перевагу в емоційному залученні аудиторії. Вони дозволяють розширити межі графічного дизайну: від площинного зображення до багатовимірного досвіду, що включає рух, звук, простір і час. У цифровому середовищі такі засоби стають невід'ємною частиною брендингу, візуальної реклами, соціальних медіа, вебінтерфейсів, виставкових інсталяцій та медіаарту.

Отже, графічні динамічні візуальні комунікації є синтезом дизайну, кінематографічної мови та інтерактивних технологій. Їх вивчення

формує у майбутніх дизайнерів здатність мислити не лише статично, а в часовому вимірі, створювати комунікаційні системи, що «оживають» у взаємодії з користувачем, зберігаючи при цьому художню цілісність, функціональність і змістову глибину.

Завдання: розробити концептуальне рішення календаря з можливостями образної та морфологічної трансформації згідно власного об'єкту дослідження.

Етапи виконання завдання:

1. Пошук концепції проектування календаря з елементами динаміки.
2. Розробка архітектонічної будови, що найбільш задовольняє вимогам концепції.
3. Вибір напрямків комунікації зі споживачем.
4. Композиційне опрацювання структурних елементів із врахуванням їх образної та морфологічної трансформації.
5. Візуалізація етапів трансформації календаря (ескізування).
6. Формат 297×420, ватман, довільна техніка виконання.

Особливості оцінювання роботи:

Критерій	Ваговий коефіцієнт, %	Характеристика
1. Креативність і професійність виконання практичного завдання	70%	Оригінальність ідей, доцільність вибору художніх засобів
2. Якість оформлення	30%	Естетичне подання матеріалу, відповідність формату

Виконання практичного завдання оцінюється в ***100 балів***

Зразок виконання завдання:

Практична робота №4. Графічні динамічні візуальні комунікації

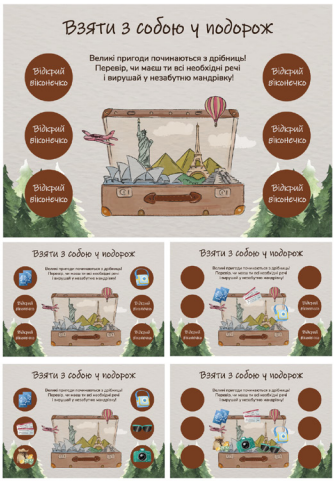




Виконала: ст. гр. Дм-11 Пушкарна Соня
Викладач: проф. Скляренко Н.В.

Практичне заняття 4. Графічні динамічні візуальні комунікації.





Виконала: ст. гр. Дм-11 Міскевич Ольга. Викладач: проф. Скляренко Н.В.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 5.
Цифрові візуальні комунікації

Мета:

Сформувати у студентів знання про особливості створення цифрових візуальних комунікацій та їх роль у сучасному інформаційному середовищі; розвинути вміння використовувати цифрові інструменти та мультимедійні технології для розроблення інтерактивних і динамічних візуальних повідомлень; сформувати навички проєктування графічних елементів, що поєднують естетичну виразність, технологічну інноваційність та ефективність комунікації у цифрових медіа.

Загальна інформація.

Тема «Цифрові візуальні комунікації» розкриває сучасні підходи до створення та передачі інформації в умовах цифрового середовища, де основними засобами комунікації виступають мультимедійні, інтерактивні та візуально-графічні елементи. На відміну від традиційних форм, цифрові комунікації передбачають динамічність, інтерактивність, персоналізацію та багатоканальність, що зумовлює новий рівень сприйняття та взаємодії користувача з інформацією.

Теоретичний аспект теми ґрунтується на розумінні цифрових візуальних комунікацій як процесу обміну візуально закодованою інформацією за допомогою електронних медіа — інтернет-платформ, соціальних мереж, мобільних додатків, інтерактивних інтерфейсів, цифрової реклами. Центральним елементом таких комунікацій є зображення в русі, відео, інтерактивна графіка, 3D-візуалізація, віртуальна та доповнена реальність (VR/AR), які дозволяють створювати не лише повідомлення, а цілі комунікативні середовища.

Серед ключових принципів цифрових візуальних комунікацій виділяють:

- мультимедійність - поєднання графіки, тексту, відео, звуку та інтерактивних елементів;
- інтерактивність - можливість користувача впливати на зміст, темп і форму подання інформації;
- адаптивність - підлаштування візуального контенту під різні пристрої та формати екранів;
- персоналізація - створення візуальних повідомлень, орієнтованих на конкретного споживача або аудиторію;
- динамічність і варіативність - здатність інформаційного контенту оновлюватися, змінюватися в реальному часі.

Практичний аспект теми полягає у використанні цифрових інструментів для розроблення візуальних комунікацій: програм Adobe After Effects, Figma, Blender, TouchDesigner, Unreal Engine, Cinema 4D, Canva Pro, Midjourney тощо. Вони дозволяють дизайнерам створювати анімаційні заставки, інтерактивні інтерфейси, соціальні банери, відеопрезентації, візуальні сторітелінги, що поєднують графіку з технологією.

Особливе значення цифрові візуальні комунікації мають у брендингу, рекламі, освіті, культурних і соціальних проєктах, де вони стають інструментом залучення, навчання та впливу. З розвитком штучного інтелекту, генеративного дизайну, VR/AR-технологій відбувається зсув від пасивного сприйняття інформації до емерсивного досвіду, коли користувач занурюється у візуальне середовище та стає учасником комунікаційного процесу.

Отже, цифрові візуальні комунікації формують нову парадигму дизайну, у якій важливим є не лише створення зображення, а побудова інтерактивного простору спілкування. Вони об'єднують мистецтво, технологію й аналітику, перетворюючи дизайн на гнучку систему візуального мислення, що функціонує у швидкозмінному інформаційному просторі XXI століття.

Завдання: розробити алгоритм візуалізації інтерфейсу інформаційного терміналу в контексті власного об'єкту дослідження.

Етапи виконання завдання:

1. Пошук концепції проектування інтерфейсу інформаційного терміналу.
2. Збір інформації та дослідження обраної послуги чи продукту.
3. Визначення сценарію користувача (функції інтерфейсу).
4. Розробка структури інтерфейсу.
5. Композиційне опрацювання функціоналу та розташування елементів (ескізування).
6. Визначення стилістики інтерфейсу, взаємодія різних функціональних частин між собою.
7. Розмір екрана інтерфейсу 1920 × 1080 пікселів (або пропорційно у мм). Кількість візуалізацій – 8.
8. Формат 297×420, ватман, довільна техніка виконання.

Особливості оцінювання роботи:

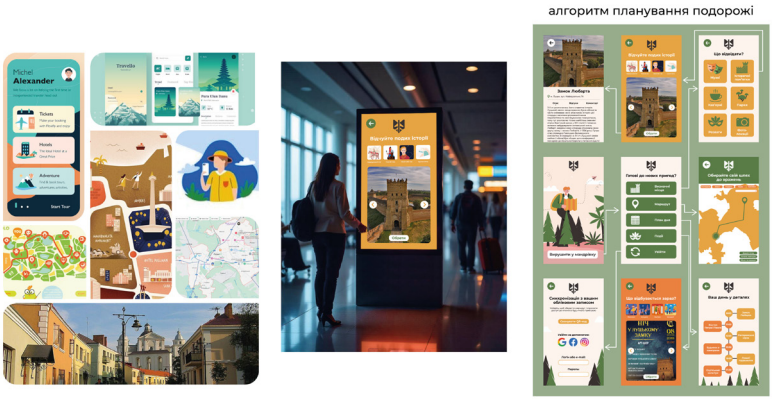
Критерій	Ваговий коефіцієнт, %	Характеристика
1. Креативність і професійність виконання практичного завдання	70%	Оригінальність ідей, доцільність вибору художніх засобів
2. Якість оформлення	30%	Естетичне подання матеріалу, відповідність формату

Виконання практичного завдання оцінюється в ***100 балів***

Зразок виконання завдання:

Практичне заняття 5. Цифрові візуальні комунікації

Проєктування інтерфейсу інформаційного терміналу



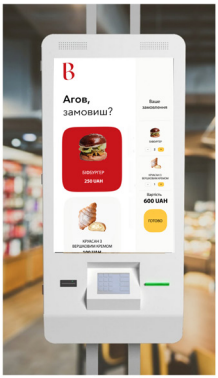
Виконала: ст. гр. Дм-11 Міскевич Ольга. Викладач: проф. Скляренко Н.В.

Зразок виконання завдання:

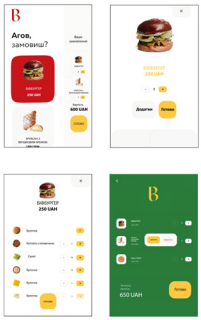
Практична робота № 5. Цифрові візуальні комунікації

Проектування інтерфейсу інформаційного терміналу



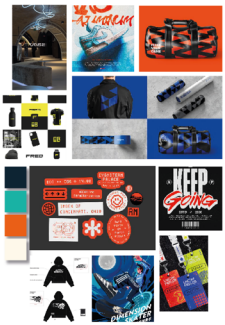


алгоритм створення замовлення



Виконав: ст. гр. Дм-11 Семеген Степан
Викладач: проф. Скляренко Н.В.

Практична №5 Цифрові візуальні комунікації





алгоритм пакетів
тренування/ознайомлення з програмами



Виконала: ст. гр. Дм-11
Скрипник Ірина
Викладач: проф. Скляренко Н.В.

ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 6.
Антропосоціальні візуальні комунікації

Мета:

Сформувати у студентів знання про сутність антропосоціальних візуальних комунікацій як форми відображення взаємодії людини, суспільства та середовища у візуальному дизайні; розвинути вміння аналізувати соціально-культурні контексти й трансформувати їх у графічні образи, здатні викликати емоційну реакцію, сприяти емпатії та соціальній відповідальності; навчити застосовувати візуальні засоби для створення комунікацій, орієнтованих на людину, її цінності, поведінку та соціальну взаємодію.

Загальна інформація.

Антропосоціальні візуальні комунікації охоплюють широкий спектр форм взаємодії між людиною, суспільством і візуальним середовищем, у якому дизайн виступає не лише як естетичний інструмент, а як механізм соціальної співтворчості. Особливу увагу в межах цієї теми заслуговують творчо-колективні візуальні комунікації, що поєднують дизайнерське мислення, культурну ідентичність і спільну участь у створенні візуального контенту.

Основні напрями дослідження антропосоціальних візуальних комунікацій включають:

- вивчення візуальних кодів, що формують соціальні наративи (рекламні кампанії, соціальні плакати, публічні інтерфейси, вулична графіка);
- аналіз етичних і психологічних аспектів впливу візуальної інформації на людину;
- дослідження ролі дизайну у формуванні соціальної відповідальності, екологічної свідомості, інклюзивності, толерантності;
- розроблення комунікацій, орієнтованих на людину (human-centered design), де ключовим є емпатійне розуміння аудиторії та соціального контексту.

Теоретично така взаємодія базується на ідеях participatory design, co-creation та community-based design, які розглядають процес візуальної комунікації як колективне конструювання смислів. Відправною точкою є людина — носій емоцій, досвіду, соціальних ролей, а кінцевим результатом стає спільний візуальний продукт, у якому поєднуються різні погляди, культурні коди та форми самовираження.

Колективна творчість у візуальних комунікаціях реалізується через різні медіаформати:

- соціальні та громадські проєкти (мурали, вуличні інсталяції, екологічні плакати, кампанії солідарності);
- візуальні лабораторії, воркшопи та дизайн-хаки, де студенти, митці та представники спільнот спільно розробляють комунікативні рішення;
- інтерактивні платформи та цифрові простори (digital co-creation), де глядач стає активним учасником створення зображення (наприклад, через AR/VR або колективні онлайн-виставки).

Практичний вимір теми полягає у тому, що дизайнер виступає не лише творцем, а модератором комунікаційного процесу, який координує групову творчість і забезпечує візуальну узгодженість спільного результату. Колективна взаємодія дозволяє розкрити різні соціокультурні точки зору, активізувати почуття приналежності до спільноти, створити середовище довіри та взаєморозуміння.

У творчо-колективних візуальних комунікаціях особливе значення мають інклюзивність, діалогічність і культурна емпатія. Через візуальні засоби дизайнери сприяють залученню різних соціальних груп до спільного осмислення проблем - екологічних, гендерних, культурних, освітніх. Така співтворчість перетворює візуальну комунікацію на соціальний акт, який формує позитивні цінності, зміцнює спільноти й розвиває громадянську свідомість.

Таким чином, творчо-колективні антропосоціальні візуальні комунікації - це не лише засіб передачі інформації, а інструмент соціальної інтеграції та культурного діалогу, де кожен учасник процесу виступає співтворцем спільного візуального простору. Їх вивчення формує у майбутніх дизайнерів здатність працювати у мультикультурних командах, координувати творчі процеси та мислити дизайн як спільну гуманістичну практику.

Завдання: розробити концепцію творчо-колективних візуальних комунікацій та реалізувати командний проєкт (по можливості, в контексті власного об'єкту дослідження).

Етапи виконання завдання:

1. Пошук концепції проектування.
2. Збір інформації та дослідження обраної проблеми.
3. Визначення сценарію колективних взаємодій.

4. Розробка композиційної структури (ескізування).
5. Формат 297×420, ватман, довільна техніка виконання.

Особливості оцінювання роботи:

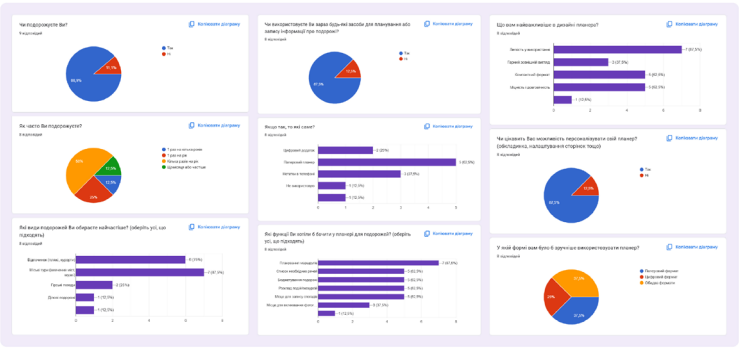
Критерій	Ваговий коефіцієнт, %	Характеристика
1. Креативність і професійність виконання практичного завдання	70%	Оригінальність ідей, доцільність вибору художніх засобів
2. Якість оформлення	30%	Естетичне подання матеріалу, відповідність формату

Виконання практичного завдання оцінюється в ***100 балів***

Зразок виконання завдання:

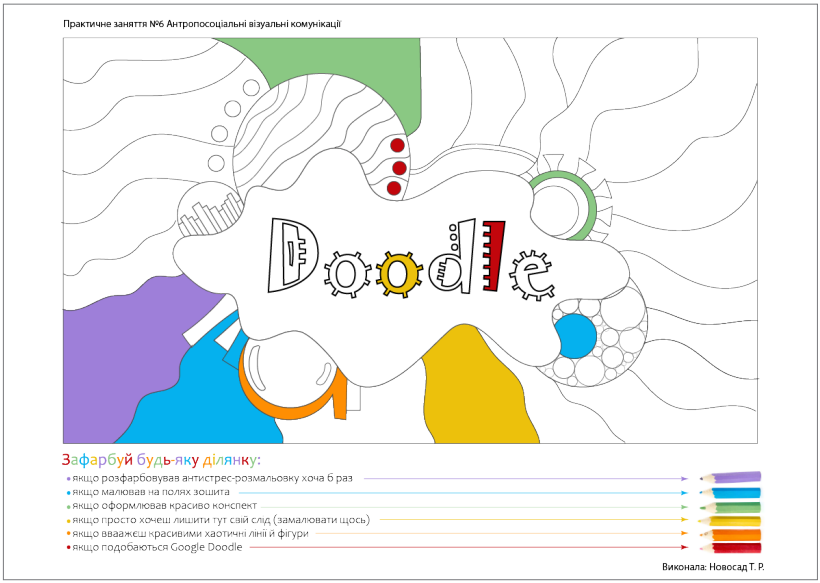
Практичне заняття 6. Антропосоціальні візуальні комунікації

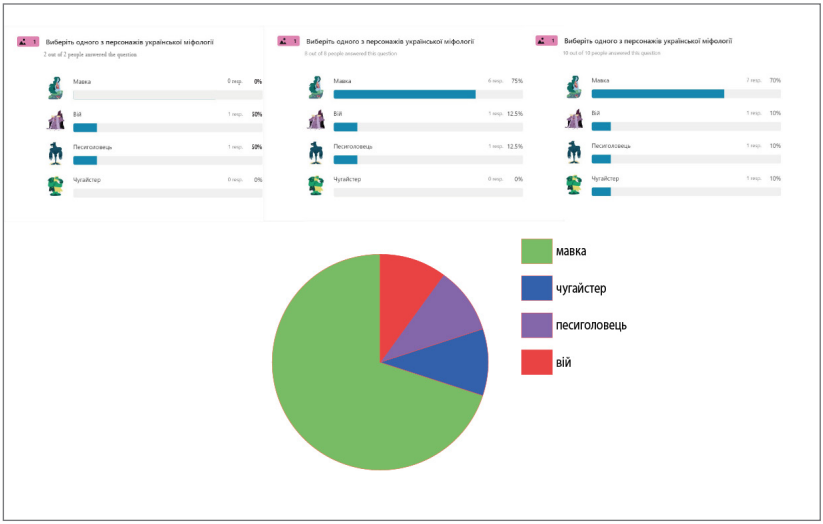
У рамках дослідження потреб мандрівників було проведено опитування серед 9 респондентів.
Воно стосувалось планеру для подорожей — його функцій, дизайну, формату та особливостей використання



Виконала: ст. гр. Дм-11 Міскевич Ольга. Викладач: проф. Скляренко Н.В.

Зразок виконання завдання:





ПРАКТИЧНЕ ЗАНЯТТЯ 7.
Біологічні та зелені візуальні комунікації

Мета:

Сформувати у студентів знання про сутність біологічних та зелених візуальних комунікацій як напрямів екодизайну, що поєднують природні форми, живі системи й екологічно орієнтовані принципи візуалізації; розвинути вміння використовувати біоміметичні та екоестетичні підходи у створенні графічних образів, здатних формувати екологічну свідомість і гармонійні взаємини між людиною та природним середовищем; навчити застосовувати візуальні засоби для проєктування дизайну, який відображає концепцію сталого розвитку та екологічного мислення.

Загальна інформація.

Тема «Біологічні та зелені візуальні комунікації» охоплює новітній напрям у сучасному дизайні, який поєднує принципи екологічної свідомості, біоінспірованого формотворення та візуальної етики. Ця тематика ґрунтується на ідеї, що візуальна культура має не лише інформувати або прикрашати середовище, а й формувати екологічне мислення, підтримувати сталий розвиток і сприяти збереженню природних ресурсів.

Біологічні візуальні комунікації спираються на закономірності природних структур, ритмів і систем. Дизайнер, аналізуючи органічні форми, процеси росту, симетрію, текстури чи кольори, використовує їх як метафори для створення гармонійних, природовідповідних графічних рішень. Такий підхід не є лише стилістичним — він виражає прагнення до органічної єдності людини і природи. У цьому контексті біоміметика та біодизайн стають важливими джерелами натхнення: природа розглядається як навчальна система, у якій закладені рішення для екологічного майбутнього.

Зелені візуальні комунікації - це форма екологічно спрямованого дизайну, що пропагує цінності сталого розвитку через образ, колір, форму, матеріал та символіку. Вони спрямовані на виховання екологічної культури, формування відповідальної поведінки, підтримку ініціатив зі збереження довкілля. Візуальні комунікації цього типу використовуються у соціальній рекламі, еко-кампаніях, пакуванні, міському дизайні, інформаційних системах для «зелених» просторів і культурних подій.

З позиції сталого розвитку, ця тема набуває особливої актуальності. Сучасні екологічні кризи - кліматичні зміни, виснаження ресурсів, забруднення середовища - потребують не лише технологічних, а й

візуально-комунікативних рішень, здатних змінювати поведінку людей через усвідомлення та естетику. Візуальні комунікації можуть виступати інструментом екоосвіти, соціального впливу та формування культури споживання, де дизайн стає мовою відповідальності.

Ключові напрями реалізації біологічних і зелених візуальних комунікацій:

- розроблення візуальних систем, що популяризують принципи циркулярної економіки, ресайклінгу, енергоефективності;
- використання природних кольорових палітр, текстур, форм, що асоціюються з гармонією, рівновагою і життям;
- створення друкованих і цифрових продуктів із мінімальним впливом на довкілля (еко-матеріали, мінімалістичний дизайн, відповідальні технології виробництва);
- розроблення соціальних і культурних проєктів, що підкреслюють важливість біорізноманіття, чистого довкілля та усвідомленого споживання.

Біологічні та зелені візуальні комунікації виступають одним із ключових інструментів реалізації принципів сталого розвитку у візуальному дизайні. Вони формують нову естетику відповідальності - поєднання емоційної виразності, природної гармонії та екологічної етики. Через візуальну мову дизайн не лише відображає екологічні проблеми, а й пропонує шляхи їх подолання, перетворюючи комунікацію на активний чинник сталих змін у свідомості людини та суспільства.

Завдання: ррозробити концепцію візуальних комунікацій з рослинними та/або біологічними компонентами в контексті власного об'єкту дослідження

Етапи виконання завдання:

1. Пошук концепції.
2. Системне дослідження обраної проблеми.
3. Визначення особливостей візуалізації життєвого циклу рослинного та або біологічного компоненту.
4. Розробка композиційної структури.
5. Візуалізація етапів природної трансформації (ескізування).
6. Формат 297×420, ватман, довільна техніка виконання.

Особливості оцінювання роботи:

Критерій	Ваговий коефіцієнт, %	Характеристика
1. Креативність і професійність виконання практичного завдання	70%	Оригінальність ідей, доцільність вибору художніх засобів
2. Якість оформлення	30%	Естетичне подання матеріалу, відповідність формату

Виконання практичного завдання оцінюється в ***100 балів***

Зразок виконання завдання:





Книга-дерево «Mi Papá Estuvo en la Selva», Аргентина, 2015



Візитна картка з насінням



Плакати, які можна відчути, проєкт Take a green break, MSC Innovation and Entrepreneurship, HEC Paris, Париж, 2022



Папір з насінням, що проростає

ЛІТЕРАТУРА

1. Скляренко Н. В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2023. 484 с.
2. Skliarenko N.V., Gryshchenko I.M., Kolosnichenko M.V. Symmetry in the Visual Communication Design: Methods of Dynamic Image Construction. *Art and design.* 2021. №3(15). С. 9–20
3. Skliarenko N. V. Section 9. Dynamic Visual Communication: The Historical Transformations and Modernity Challenges. *Challenges and prospects of the interaction between culture, science and arts in the modern context* : Scientific monograph. Riga, Latvia : "Baltija Publishing". 2022. P. 167-188. DOI: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-206-7-9
4. Skliarenko, N., Didukh, A., Rainysh, V., Kolosnichenko, O., Chuprina, N. From waste to usefulness: packaging design as a by-product. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics.* 2021. Vol. 16 (5). P. 487-494. DOI: https://doi.org/10.18280/ijdne.160502
5. Vorobchuk M., Skliarenko N. Artistic Language of Coded Information: the Principles of Visual Communication Signals Design. *New Design Ideas.* 2022. Vol. 6, No.1, 40-50. URL: https://jomardpublishing.com/UploadFiles/Files/journals/NDI/V6N1/Vorobchuk_Skliarenko.pdf
6. Скляренко Н. В., Колосніченко М. В. Динамічне проєктування поліграфічної продукції: способи трансформації художнього образу. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*: монографія / М. В. Колосніченко та ін. Київ: КНУТД, 2022. 226 с. С. 35-58.
7. Скляренко Н., Романюк О. Рослинні еко-компоненти у дизайні динамічних візуальних комунікацій: методи інтеграції. *Актуальні питання гуманітарних наук*: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика». 2021. Вип. 44. Том 3. С. 30-36. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/44-3-5
8. Скляренко Н.В. Антропосоціальні дизайн-системи (за матеріалами інноваційної реклами). *Теорія та практика дизайну*: зб. наук. пр. Мистецтвознавство. 2015. Вип. 7. С. 240-248. DOI: https://doi.org/10.18372/2415-8151.7.10258

9. Скляренко Н.В. Біологічні дизайн-системи зовнішньої реклами: еко-тенденції використання. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку.* 2015. Вип. 21. Т. 2. Рівне: РДГУ, 2015. С. 42-46.
10. Buchanan R. Systems Thinking and Design Thinking: The Search for Principles in the World We Are Making. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*. 2019. Vol. 5(2). P. 85-104. DOI: https://doi.org/10.1016/j.sheji.2019.04.001
11. Ceschin F., Gaziulusoy İ. Design for Sustainability. A Multi-level Framework from Products to Socio-technical Systems. New York, NY, Routledge, 2020.
12. Friendly M., Wainer H. A History of Data Visualization and Graphic Communication Cambridge, MA: Harvard University Press, 2021. 320 p.
13. Kleon A. Steal Like an Artist. New York, N.Y.: Workman Publishing, 2012.
14. Мигаль С.П., Дида І.А., Казанцева Т.Є. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища: навч. посіб. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. 228 с.

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Освітня платформа Prometheus: онлайн-курс «Критичне мислення в українському контексті». URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/ukrainian-context-critical-thinking/
2. Освітня платформа VUM online: онлайн-курс «Бібліотеки у досягненні Цілей сталого розвитку». URL: https://vumonline.ua/course/libraries-in-achieving-sustainable-development-goals/
3. Освітня платформа Prometheus: онлайн-курс «Візуалізація даних». URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/data-visualization/
4. Освітня платформа Prometheus: онлайн-курс «Цифрові комунікації в глобальному просторі». URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/digital-communications-global/
5. Освітня платформа Education.ua: онлайн-курс «Інфографіка». URL: https://education.ua/courses/48974/
6. Освітня платформа Unschools: онлайн-курс «Systems Thinking Course». URL: https://unschools.co/course/systems-thinking/
7. Освітня платформа Rewilding Academy онлайн-курс «Introduction to Systems Thinking» (Rewilding Academy). URL: https://rewilding.academy/courses/introduction-to-systems-thinking/

Візуальні комунікації в дизайні [Текст] : Методичні вказівки до практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти освітньої програми «Дизайн» галузі знань 02 Культура та мистецтво спеціальності 022 Дизайн денної та заочної форм навчання / уклад. Н.В. Скляренко. – Луцьк : ЛНТУ, 2024. – 40 с.

Комп'ютерний набір Н.В. Скляренко
Редактор Н.В. Скляренко

Підп. до друку «__»_____2024 р. Формат 60х84/16. Папір офс.
Гарн. Таймс. Ум. друк. арк. 2,07.
Тираж 50 прим.

Інформаційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – ІВВ ЛНТУ