

Міністерство освіти і науки України

Луцький національний технічний університет

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет архітектури, будівництва та дизайну

(повне найменування факультету)

Кафедра архітектури та дизайну

(повне найменування кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»

ДУДЛИ ЯК СПОСІБ ДИНАМІЧНОЇ
ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ:
ІСТОРІЯ, КЛАСИФІКАЦІЯ, ДИЗАЙН-ОСОБЛИВОСТІ

спеціальність 022 Дизайн

(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Дизайн»

(назва освітньої програми)

Виконала: здобувачка вищої освіти

групи Дм - 21

НОВОСАД Тетяна Русланівна

(підпис)

Керівник:

докт. мист., доцент

СКЛЯРЕНКО Наталія Владиславівна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«15» грудня 2023 р.

Гарант освітньої програми:

канд. мист., доцент

БОНДАРЧУК Юлія Сергіївна

(підпис)

Луцьк – 2023 рік

Форма Н Н-9.01

Луцький національний технічний університет
(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет архітектури, будівництва та дизайну

Кафедра архітектури та дизайну

Ступінь вищої освіти: магістр

Галузь знань: 02 «Культура та мистецтво»

Спеціальність: 022 Дизайн

Освітня програма: «Дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри архітектури та дизайну

Оксана ПАСІЧНИК

31 вересня 2023 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

Новосад Мелані Владиславівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи Курси як спосіб ринкової брэн-коф кваліфікації: теорія, класифікація, дизайн-особливості

керівник кваліфікаційної роботи

Домб. Ігор, проф. Сидоренко Н.В.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від «17» жовтня 2023 року № 314/01-02

2. Строк подання кваліфікаційної роботи 15 грудня 2023 року

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи професія розроблення брендів та способу ринкової брэн-коф кваліфікації, теорія, класифікація, дизайн-особливості, професійні курси як спосіб ринкової брэн-коф кваліфікації

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Формування ринкової брэн-коф кваліфікації, теорія, класифікація, дизайн-особливості, професійні курси як спосіб ринкової брэн-коф кваліфікації

Варіант А. Професійні курси як спосіб ринкової брэн-коф кваліфікації

Варіант Б. Професійні курси як спосіб ринкової брэн-коф кваліфікації

Варіант В. Професійні курси як спосіб ринкової брэн-коф кваліфікації

Варіант Г. Професійні курси як спосіб ринкової брэн-коф кваліфікації

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Графічний матеріал: креслення 1:1, 1:2, 1:3, 1:4, 1:5, 1:6, 1:7, 1:8, 1:9, 1:10, 1:11, 1:12, 1:13, 1:14, 1:15, 1:16, 1:17, 1:18, 1:19, 1:20, 1:21, 1:22, 1:23, 1:24, 1:25, 1:26, 1:27, 1:28, 1:29, 1:30, 1:31, 1:32, 1:33, 1:34, 1:35, 1:36, 1:37, 1:38, 1:39, 1:40, 1:41, 1:42, 1:43, 1:44, 1:45, 1:46, 1:47, 1:48, 1:49, 1:50, 1:51, 1:52, 1:53, 1:54, 1:55, 1:56, 1:57, 1:58, 1:59, 1:60, 1:61, 1:62, 1:63, 1:64, 1:65, 1:66, 1:67, 1:68, 1:69, 1:70, 1:71, 1:72, 1:73, 1:74, 1:75, 1:76, 1:77, 1:78, 1:79, 1:80, 1:81, 1:82, 1:83, 1:84, 1:85, 1:86, 1:87, 1:88, 1:89, 1:90, 1:91, 1:92, 1:93, 1:94, 1:95, 1:96, 1:97, 1:98, 1:99, 1:100, 1:101, 1:102, 1:103, 1:104, 1:105, 1:106, 1:107, 1:108, 1:109, 1:110, 1:111, 1:112, 1:113, 1:114, 1:115, 1:116, 1:117, 1:118, 1:119, 1:120, 1:121, 1:122, 1:123, 1:124, 1:125, 1:126, 1:127, 1:128, 1:129, 1:130, 1:131, 1:132, 1:133, 1:134, 1:135, 1:136, 1:137, 1:138, 1:139, 1:140, 1:141, 1:142, 1:143, 1:144, 1:145, 1:146, 1:147, 1:148, 1:149, 1:150, 1:151, 1:152, 1:153, 1:154, 1:155, 1:156, 1:157, 1:158, 1:159, 1:160, 1:161, 1:162, 1:163, 1:164, 1:165, 1:166, 1:167, 1:168, 1:169, 1:170, 1:171, 1:172, 1:173, 1:174, 1:175, 1:176, 1:177, 1:178, 1:179, 1:180, 1:181, 1:182, 1:183, 1:184, 1:185, 1:186, 1:187, 1:188, 1:189, 1:190, 1:191, 1:192, 1:193, 1:194, 1:195, 1:196, 1:197, 1:198, 1:199, 1:200, 1:201, 1:202, 1:203, 1:204, 1:205, 1:206, 1:207, 1:208, 1:209, 1:210, 1:211, 1:212, 1:213, 1:214, 1:215, 1:216, 1:217, 1:218, 1:219, 1:220, 1:221, 1:222, 1:223, 1:224, 1:225, 1:226, 1:227, 1:228, 1:229, 1:230, 1:231, 1:232, 1:233, 1:234, 1:235, 1:236, 1:237, 1:238, 1:239, 1:240, 1:241, 1:242, 1:243, 1:244, 1:245, 1:246, 1:247, 1:248, 1:249, 1:250, 1:251, 1:252, 1:253, 1:254, 1:255, 1:256, 1:257, 1:258, 1:259, 1:260, 1:261, 1:262, 1:263, 1:264, 1:265, 1:266, 1:267, 1:268, 1:269, 1:270, 1:271, 1:272, 1:273, 1:274, 1:275, 1:276, 1:277, 1:278, 1:279, 1:280, 1:281, 1:282, 1:283, 1:284, 1:285, 1:286, 1:287, 1:288, 1:289, 1:290, 1:291, 1:292, 1:293, 1:294, 1:295, 1:296, 1:297, 1:298, 1:299, 1:300, 1:301, 1:302, 1:303, 1:304, 1:305, 1:306, 1:307, 1:308, 1:309, 1:310, 1:311, 1:312, 1:313, 1:314, 1:315, 1:316, 1:317, 1:318, 1:319, 1:320, 1:321, 1:322, 1:323, 1:324, 1:325, 1:326, 1:327, 1:328, 1:329, 1:330, 1:331, 1:332, 1:333, 1:334, 1:335, 1:336, 1:337, 1:338, 1:339, 1:340, 1:341, 1:342, 1:343, 1:344, 1:345, 1:346, 1:347, 1:348, 1:349, 1:350, 1:351, 1:352, 1:353, 1:354, 1:355, 1:356, 1:357, 1:358, 1:359, 1:360, 1:361, 1:362, 1:363, 1:364, 1:365, 1:366, 1:367, 1:368, 1:369, 1:370, 1:371, 1:372, 1:373, 1:374, 1:375, 1:376, 1:377, 1:378, 1:379, 1:380, 1:381, 1:382, 1:383, 1:384, 1:385, 1:386, 1:387, 1:388, 1:389, 1:390, 1:391, 1:392, 1:393, 1:394, 1:395, 1:396, 1:397, 1:398, 1:399, 1:400, 1:401, 1:402, 1:403, 1:404, 1:405, 1:406, 1:407, 1:408, 1:409, 1:410, 1:411, 1:412, 1:413, 1:414, 1:415, 1:416, 1:417, 1:418, 1:419, 1:420, 1:421, 1:422, 1:423, 1:424, 1:425, 1:426, 1:427, 1:428, 1:429, 1:430, 1:431, 1:432, 1:433, 1:434, 1:435, 1:436, 1:437, 1:438, 1:439, 1:440, 1:441, 1:442, 1:443, 1:444, 1:445, 1:446, 1:447, 1:448, 1:449, 1:450, 1:451, 1:452, 1:453, 1:454, 1:455, 1:456, 1:457, 1:458, 1:459, 1:460, 1:461, 1:462, 1:463, 1:464, 1:465, 1:466, 1:467, 1:468, 1:469, 1:470, 1:471, 1:472, 1:473, 1:474, 1:475, 1:476, 1:477, 1:478, 1:479, 1:480, 1:481, 1:482, 1:483, 1:484, 1:485, 1:486, 1:487, 1:488, 1:489, 1:490, 1:491, 1:492, 1:493, 1:494, 1:495, 1:496, 1:497, 1:498, 1:499, 1:500, 1:501, 1:502, 1:503, 1:504, 1:505, 1:506, 1:507, 1:508, 1:509, 1:510, 1:511, 1:512, 1:513, 1:514, 1:515, 1:516, 1:517, 1:518, 1:519, 1:520, 1:521, 1:522, 1:523, 1:524, 1:525, 1:526, 1:527, 1:528, 1:529, 1:530, 1:531, 1:532, 1:533, 1:534, 1:535, 1:536, 1:537, 1:538, 1:539, 1:540, 1:541, 1:542, 1:543, 1:544, 1:545, 1:546, 1:547, 1:548, 1:549, 1:550, 1:551, 1:552, 1:553, 1:554, 1:555, 1:556, 1:557, 1:558, 1:559, 1:560, 1:561, 1:562, 1:563, 1:564, 1:565, 1:566, 1:567, 1:568, 1:569, 1:570, 1:571, 1:572, 1:573, 1:574, 1:575, 1:576, 1:577, 1:578, 1:579, 1:580, 1:581, 1:582, 1:583, 1:584, 1:585, 1:586, 1:587, 1:588, 1:589, 1:590, 1:591, 1:592, 1:593, 1:594, 1:595, 1:596, 1:597, 1:598, 1:599, 1:600, 1:601, 1:602, 1:603, 1:604, 1:605, 1:606, 1:607, 1:608, 1:609, 1:610, 1:611, 1:612, 1:613, 1:614, 1:615, 1:616, 1:617, 1:618, 1:619, 1:620, 1:621, 1:622, 1:623, 1:624, 1:625, 1:626, 1:627, 1:628, 1:629, 1:630, 1:631, 1:632, 1:633, 1:634, 1:635, 1:636, 1:637, 1:638, 1:639, 1:640, 1:641, 1:642, 1:643, 1:644, 1:645, 1:646, 1:647, 1:648, 1:649, 1:650, 1:651, 1:652, 1:653, 1:654, 1:655, 1:656, 1:657, 1:658, 1:659, 1:660, 1:661, 1:662, 1:663, 1:664, 1:665, 1:666, 1:667, 1:668, 1:669, 1:670, 1:671, 1:672, 1:673, 1:674, 1:675, 1:676, 1:677, 1:678, 1:679, 1:680, 1:681, 1:682, 1:683, 1:684, 1:685, 1:686, 1:687, 1:688, 1:689, 1:690, 1:691, 1:692, 1:693, 1:694, 1:695, 1:696, 1:697, 1:698, 1:699, 1:700, 1:701, 1:702, 1:703, 1:704, 1:705, 1:706, 1:707, 1:708, 1:709, 1:710, 1:711, 1:712, 1:713, 1:714, 1:715, 1:716, 1:717, 1:718, 1:719, 1:720, 1:721, 1:722, 1:723, 1:724, 1:725, 1:726, 1:727, 1:728, 1:729, 1:730, 1:731, 1:732, 1:733, 1:734, 1:735, 1:736, 1:737, 1:738, 1:739, 1:740, 1:741, 1:742, 1:743, 1:744, 1:745, 1:746, 1:747, 1:748, 1:749, 1:750, 1:751, 1:752, 1:753, 1:754, 1:755, 1:756, 1:757, 1:758, 1:759, 1:760, 1:761, 1:762, 1:763, 1:764, 1:765, 1:766, 1:767, 1:768, 1:769, 1:770, 1:771, 1:772, 1:773, 1:774, 1:775, 1:776, 1:777, 1:778, 1:779, 1:780, 1:781, 1:782, 1:783, 1:784, 1:785, 1:786, 1:787, 1:788, 1:789, 1:790, 1:791, 1:792, 1:793, 1:794, 1:795, 1:796, 1:797, 1:798, 1:799, 1:800, 1:801, 1:802, 1:803, 1:804, 1:805, 1:806, 1:807, 1:808, 1:809, 1:810, 1:811, 1:812, 1:813, 1:814, 1:815, 1:816, 1:817, 1:818, 1:819, 1:820, 1:821, 1:822, 1:823, 1:824, 1:825, 1:826, 1:827, 1:828, 1:829, 1:830, 1:831, 1:832, 1:833, 1:834, 1:835, 1:836, 1:837, 1:838, 1:839, 1:840, 1:841, 1:842, 1:843, 1:844, 1:845, 1:846, 1:847, 1:848, 1:849, 1:850, 1:851, 1:852, 1:853, 1:854, 1:855, 1:856, 1:857, 1:858, 1:859, 1:860, 1:861, 1:862, 1:863, 1:864, 1:865, 1:866, 1:867, 1:868, 1:869, 1:870, 1:871, 1:872, 1:873, 1:874, 1:875, 1:876, 1:877, 1:878, 1:879, 1:880, 1:881, 1:882, 1:883, 1:884, 1:885, 1:886, 1:887, 1:888, 1:889, 1:890, 1:891, 1:892, 1:893, 1:894, 1:895, 1:896, 1:897, 1:898, 1:899, 1:900, 1:901, 1:902, 1:903, 1:904, 1:905, 1:906, 1:907, 1:908, 1:909, 1:910, 1:911, 1:912, 1:913, 1:914, 1:915, 1:916, 1:917, 1:918, 1:919, 1:920, 1:921, 1:922, 1:923, 1:924, 1:925, 1:926, 1:927, 1:928, 1:929, 1:930, 1:931, 1:932, 1:933, 1:934, 1:935, 1:936, 1:937, 1:938, 1:939, 1:940, 1:941, 1:942, 1:943, 1:944, 1:945, 1:946, 1:947, 1:948, 1:949, 1:950, 1:951, 1:952, 1:953, 1:954, 1:955, 1:956, 1:957, 1:958, 1:959, 1:960, 1:961, 1:962, 1:963, 1:964, 1:965, 1:966, 1:967, 1:968, 1:969, 1:970, 1:971, 1:972, 1:973, 1:974, 1:975, 1:976, 1:977, 1:978, 1:979, 1:980, 1:981, 1:982, 1:983, 1:984, 1:985, 1:986, 1:987, 1:988, 1:989, 1:990, 1:991, 1:992, 1:993, 1:994, 1:995, 1:996, 1:997, 1:998, 1:999, 1:1000, 1:1001, 1:1002, 1:1003, 1:1004, 1:1005, 1:1006, 1:1007, 1:1008, 1:1009, 1:1010, 1:1011, 1:1012, 1:1013, 1:1014, 1:1015, 1:1016, 1:1017, 1:1018, 1:1019, 1:1020, 1:1021, 1:1022, 1:1023, 1:1024, 1:1025, 1:1026, 1:1027, 1:1028, 1:1029, 1:1030, 1:1031, 1:1032, 1:1033, 1:1034, 1:1035, 1:1036, 1:1037, 1:1038, 1:1039, 1:1040, 1:1041, 1:1042, 1:1043, 1:1044, 1:1045, 1:1046, 1:1047, 1:1048, 1:1049, 1:1050, 1:1051, 1:1052, 1:1053, 1:1054, 1:1055, 1:1056, 1:1057, 1:1058, 1:1059, 1:1060, 1:1061, 1:1062, 1:1063, 1:1064, 1:1065, 1:1066, 1:1067, 1:1068, 1:1069, 1:1070, 1:1071, 1:1072, 1:1073, 1:1074, 1:1075, 1:1076, 1:1077, 1:1078, 1:1079, 1:1080, 1:1081, 1:1082, 1:1083, 1:1084, 1:1085, 1:1086, 1:1087, 1:1088, 1:1089, 1:1090, 1:1091, 1:1092, 1:1093, 1:1094, 1:1095, 1:1096, 1:1097, 1:1098, 1:1099, 1:1100, 1:1101, 1:1102, 1:1103, 1:1104, 1:1105, 1:1106, 1:1107, 1:1108, 1:1109, 1:1110, 1:1111, 1:1112, 1:1113, 1:1114, 1:1115, 1:1116, 1:1117, 1:1118, 1:1119, 1:1120, 1:1121, 1:1122, 1:1123, 1:1124, 1:1125, 1:1126, 1:1127, 1:1128, 1:1129, 1:1130, 1:1131, 1:1132, 1:1133, 1:1134, 1:1135, 1:1136, 1:1137, 1:1138, 1:1139, 1:1140, 1:1141, 1:1142, 1:1143, 1:1144, 1:1145, 1:1146, 1:1147, 1:1148, 1:1149, 1:1150, 1:1151, 1:1152, 1:1153, 1:1154, 1:1155, 1:1156, 1:1157, 1:1158, 1:1159, 1:1160, 1:1161, 1:1162, 1:1163, 1:1164, 1:1165, 1:1166, 1:1167, 1:1168, 1:1169, 1:1170, 1:1171, 1:1172, 1:1173, 1:1174, 1:1175, 1:1176, 1:1177, 1:1178, 1:1179, 1:1180, 1:1181, 1:1182, 1:1183, 1:1184, 1:1185, 1:1186, 1:1187, 1:1188, 1:1189, 1:1190, 1:1191, 1:1192, 1:1193, 1:1194, 1:1195, 1:1196, 1:1197, 1:1198, 1:1199, 1:1200, 1:1201, 1:1202, 1:1203, 1:1204, 1:1205, 1:1206, 1:1207, 1:1208, 1:1209, 1:1210, 1:1211, 1:1212, 1:1213, 1:1214, 1:1215, 1:1216, 1:1217, 1:1218, 1:1219, 1:1220, 1:1221, 1:1222, 1:1223, 1:1224, 1:1225, 1:1226, 1:1227, 1:1228, 1:1229, 1:1230, 1:1231, 1:1232, 1:1233, 1:1234, 1:1235, 1:1236, 1:1237, 1:1238, 1:1239, 1:1240, 1:1241, 1:1242, 1:1243, 1:1244, 1:1245, 1:1246, 1:1247, 1:1248, 1:1249, 1:1250, 1:1251, 1:1252, 1:1253, 1:1254, 1:1255, 1:1256, 1:1257, 1:1258, 1:1259, 1:1260, 1:1261, 1:1262, 1:1263, 1:1264, 1:1265, 1:1266, 1:1267, 1:1268, 1:1269, 1:1270, 1:1271, 1:1272, 1:1273, 1:1274, 1:1275, 1:1276, 1:1277, 1:1278, 1:1279, 1:1280, 1:1281, 1:1282, 1:1283, 1:1284, 1:1285, 1:1286, 1:1287, 1:1288, 1:1289, 1:1290, 1:1291, 1:1292, 1:1293, 1:1294, 1:1295, 1:1296, 1:1297, 1:1298, 1:1299, 1:1300, 1:1301, 1:1302, 1:1303, 1:1304, 1:1305, 1:1306, 1:1307, 1:1308, 1:1309, 1:1310, 1:1311, 1:1312, 1:1313, 1:1314, 1:1315, 1:1316, 1:1317, 1:1318, 1:1319, 1:1320, 1:1321, 1:1322, 1:1323, 1:1324, 1:1325, 1:1326, 1:1327, 1:1328, 1:1329, 1:1330, 1:1331, 1:1332, 1:1333, 1:1334, 1:1335, 1:1336, 1:1337, 1:1338, 1:1339, 1:1340, 1:1341, 1:1342, 1:1343, 1:1344, 1:1345, 1:1346, 1:1347, 1:1348, 1:1349, 1:1350, 1:1351, 1:1352, 1:1353, 1:1354, 1:1355, 1:1356, 1:1357, 1:1358, 1:1359, 1:1360, 1:1361, 1:1362, 1:1363, 1:1364, 1:1365, 1:1366, 1:1367, 1:1368, 1:1369, 1:1370, 1:1371, 1:1372, 1:1373, 1:1374, 1:1375, 1:1376, 1:1377, 1:1378, 1:1379, 1:1380, 1:1381, 1:1382, 1:1383, 1:1384, 1:1385, 1:1386, 1:1387, 1:1388, 1:1389, 1:1390, 1:1391, 1:1392, 1:1393, 1:1394, 1:1395, 1:1396, 1:1397, 1:1398, 1:1399, 1:1400, 1:1401, 1:1402, 1:1403, 1:1404, 1:1405, 1:1406, 1:1407, 1:1408, 1:1409, 1:1410, 1:1411, 1:1412, 1:1413, 1:1414, 1:1415, 1:1416, 1:1417, 1:1418, 1:1419, 1:1420, 1:1421, 1:1422, 1:1423, 1:1424, 1:1425, 1:1426, 1:1427, 1:1428, 1:1429, 1:1430, 1:1431, 1:1432, 1:1433, 1:1434, 1:1435, 1:1436, 1:1437, 1:1438, 1:1439, 1:1440, 1:1441, 1:1442, 1:1443, 1:1444, 1:1445, 1:1446, 1:1447, 1:1448, 1:1449, 1:1450, 1:1451, 1:1452, 1:1453, 1:1454, 1:1455, 1:1456, 1:

Традиційне чашнице мистецької організації нагородити інформації - інформаційну, а також фотокнижку

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

| Розділ | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис, дата | |
|----------|---|----------------|------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 | докт. мист., доц. Сидоренко Н.В. | | |
| Розділ 2 | докт. мист., доц. Сидоренко Н.В. | | |
| Розділ 3 | докт. мист., доц. Сидоренко Н.В. | | |

7. Дата видачі завдання 15 серпня 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| N з/п | Назва етапів науково-проектної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|---|-------------------------------|----------|
| 1. | Розділ 1. | 20.09.2023 | вик. |
| 2. | Розділ 2. | 15.10.2023 | вик. |
| 3. | Розділ 3. | 15.11.2023 | вик. |
| 5. | Формування висновків та додатків | 20.11.2023 | вик. |
| 6. | Розробка проектної частини | 24.11.2023 | вик. |
| 7. | Формування реферату | 01.12.2023 | вик. |
| 8. | Подання пояснювальної записки на інструментальну перевірку на | 07.12.2023 | вик. |
| 9. | Подання виконаного КР з відгуком | 12.12.2023 | вик. |
| 10. | Подання виконаної КР на підпис декану та відповідальному секретарю ЕК | 15.12.2023 | вик. |
| 11. | Захист кваліфікаційної роботи | 21.12.2022 | вик. |

Магістрант

Керівник кваліфікаційної роботи

Новосад Т.Р.
(прізвище та ініціали)

Сидоренко Н.В.
(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Новосад Т. Р. Дудли як спосіб динамічної візуальної комунікації: історія, класифікація, дизайн-особливості

Використання елементів дудлінгу в об'єктах поліграфії, на веб-ресурсах, в дизайні одягу та аксесуарів, брендингу та рекламі свідчить про його популярність. Легка адаптивність та відсутність чітких обмежень у створенні посилюють актуальність застосування цієї техніки.

У ході дослідження вперше здійснено комплексний аналіз дудлів способу динамічної візуальної комунікації. Розв'язано такі завдання: 1) описано етапи розвитку та історичну періодизацію дудлінгу; 2) проаналізовано види поняття дудлінг; 3) здійснено класифікацію та систематизацію дудлів; 4) визначено практичні аспекти проектування об'єктів дизайну на основі дудлів; 5) проведено аналіз комунікативних властивостей елементів дудлінгу; 6) охарактеризовано інноваційність Google Doodle в контексті сучасних візуальних комунікацій; 7) виконано дизайн-розробку наукового видання з використанням дудлів.

У розділі 1 обґрунтовано історичний аналіз етапів становлення та розвитку дудлінгу від стародавніх зразків до сучасності. Викладено підходи до трактування поняття дудлінг. Класифікація та систематизація дудлів наведена у розділі 2. Розділ 3 містить детальне дослідження практичних аспектів використання елементів дудлінгу в контексті сучасного дизайну. У розділі 4 виконано дизайн-розробку сучасного наукового видання з елементами дудлінгу. Основою розробки є використання абстрактних та тематичних дудлів для створення ідентифікаторів, інфографіки та супутніх ілюстрацій або їх доповнення.

Пояснювальна записка містить вступ, чотири розділи, висновки, список використаних джерел (45 позицій) та додатки. Обсяг наукової роботи 53 сторінок (без додатків). Додатки становлять 36 сторінки.

Ключові слова: дудлінг, унікальність, проектування, універсальність, комунікація, дудл, взаємодія, багатофункціональність, абстракція

ABSTRACT

Novosad T. Doodles as a way of dynamic visual communication: History, classification, design features

The use of doodling elements in printing facilities, on web resources, in the design of clothing and accessories, branding and advertising testifies to its popularity. Easy adaptability and the absence of clear restrictions in the creation increase the relevance of the use of this technique. In the course of the study, for the first time, a comprehensive analysis of doodles was carried out. The following tasks are solved: 1) historical periodization of doodling are described; 2) the types of the concept of doodling are analyzed; 3) classification and systematization of doodles is carried out; 4) the practical aspects of designing design objects based on doodles are determined; 5) the analysis of the communicative properties of the doodling elements is carried out; 6) the innovativeness of Google Doodle is characterized; 7) the design development of a scientific publication using doodles was carried out.

Chapter 1 provides a historical analysis of the stages of formation and development of doodling from ancient samples to the present. Approaches to the interpretation of the concept of doodling are outlined and its essence is defined. The classification and systematization of doodles is given in Chapter 2. Chapter 3 provides a detailed exploration of the practical aspects of using doodling elements in the context of modern design. Chapter 4 is a design development of a modern scientific publication with elements of doodling. The basis of the development is the use of abstract and thematic doodles to create identifiers, infographics and accompanying illustrations or to complement them.

The explanatory note contains an introduction, four sections, conclusions, a list of references (45 items) and appendices. The volume of the scientific work is 53 pages (without appendices). Appendices are 36 pages.

Keywords: doodling, uniqueness, design, universality, communication, doodle, interaction, multifunctionality, abstraction.

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 8 |
| РОЗДІЛ 1. Дудлінг: історія та сучасність | 11 |
| 1.1 Стан наукового дослідження теми..... | 11 |
| 1.2 Історія розвитку дудлінгу..... | 12 |
| 1.3 Підходи до трактування поняття «дудлінг»..... | 15 |
| 1.4 Сфери використання дудлінгу..... | 17 |
| Висновки до розділу 1 | 20 |
| РОЗДІЛ 2. Систематизація дудлінг-творчості | 22 |
| 2.1 Класифікація різновидів дудлінгу..... | 22 |
| 2.2 Функції дудлів..... | 23 |
| 2.3 Співставлення творчого процесу та результату дудлінгу..... | 26 |
| Висновки до розділу 2..... | 27 |
| РОЗДІЛ 3. Практика використання елементів дудлінгу в сучасному дизайні | 29 |
| 3.1 Концепція та образне рішення у дудлах..... | 29 |
| 3.2 Комунікативні властивості дудлів | 31 |
| 3.3 Принципи створення проєктів на основі дудлів..... | 33 |
| 3.4 Google-Doodle: в контексті сучасних візуальних комунікацій..... | 35 |
| Висновки до розділу 3..... | 38 |
| РОЗДІЛ 4. Дизайн-розробка сучасного наукового видання з елементами дудлінгу | 40 |
| 4.1 Ілюстрації як елемент сучасних візуальних комунікацій..... | 40 |
| 4.2 Концепція формотворення книги з елементами дудлінгу..... | 41 |
| 4.3 Багатофункціональність дизайн-розробки..... | 42 |
| 4.4 Композиційні особливості сучасних ілюстрацій на основі елементів дудлінгу..... | 43 |

| | |
|---|-----------|
| 4.5 Образно-стилістичне рішення розробки..... | 46 |
| Висновки до розділу 4..... | 48 |
| ВИСНОВКИ..... | 50 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 52 |
| ДОДАТКИ..... | 57 |
| ДОДАТОК А. Ілюстративний матеріал | 57 |
| ДОДАТОК Б. Таблиці та схеми | 76 |
| ДОДАТОК В. Дизайн-розробка сучасного наукового видання з елементами дудлінгу | 80 |

ВСТУП

Актуальність проблеми. У сучасному світі з інтенсивним розвитком цифрових технологій, швидким ритмом життя, наявністю широкого асортименту будь-якого продукту чи послуги поширення набувають нові технології створення реклами, елементів брендингу та загалом графічних продуктів. Дудлінг набув поширення в різних сферах: терапія та психологія, освітні процеси й навчання, бізнес та професійна діяльність, маркетинг, поліграфія, легка промисловість, мистецтво та медицина. Різноманітність дудлів в медійному просторі незліченна, проте інформація щодо їх класифікації та концепцій практичного використання – відсутня. Тому, необхідність чіткого аналізу та комплексного дослідження аспектів проектування дудлів є вагомою та актуальною.

Наукове опрацювання теми дудлінгу, як елементу візуальних комунікацій, та й дизайну в цілому, не є дослідженим. Отже, існує потреба ліквідувати такі прогалини у сучасній науці, провівши детальний аналіз дудлів: історії, класифікації та дизайн-особливостей.

Достеменно не зафіксовано точного часу появи дудлінгу, як і авторів, що запровадили цей процес. Історично сформовано, що з розвитком суспільства та технологій, всі процеси та об'єкти удосконалюються, тому варто звернути увагу на вироблення нових підходів до проектування дудлів. Значна кількість існуючих різних форм та типів елементів дудлінгу зумовлює необхідність актуальної класифікації та систематизації, а різноманітність функцій вимагає розширення видів дудлів.

Практика використання дудлів в сучасному дизайні потребує детальнішого аналізу та обґрунтування, а саме дослідження образних рішень та комунікативних властивостей елементів дудлінгу, опираючись на практичні аспекти їх використання в створенні дизайн-проектів.

Теоретичні розробки потребують перевірки на практиці. Тому для дизайнерів важливо орієнтуватись в різноманітності засобів дизайну та їх можливому впливу

на аудиторію. Дудлінг стане інструментом втілення власного досвіду та емоційної складової для унікальних креативних рішень та кращої взаємодії з аудиторією, а можливість створення, за його допомогою, тематичних ідентифікаторів та легкої у сприйнятті інфорграфіки, робить дизайн важливою складовою складних наукових тем та теоретичних праць.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження є дудли як спосіб динамічної візуальної комунікації.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є виявлення дизайн-особливостей проектування дудлів та створення дизайн-розробки наукового видання з використанням елементів дудлінгу.

Завданнями роботи є: 1) описати етапи розвитку та історичну періодизацію дудлінгу; 2) аналізувати види поняття дудлінг та виявити його сутність; 3) здійснити класифікацію та систематизацію дудлів; 4) визначити практичні аспекти проектування об'єктів дизайну на основі дудлів; 5) провести аналіз комунікативних властивостей елементів дудлінгу; 6) охарактеризувати інноваційність Google Doodle в контексті сучасних візуальних комунікацій; 7) виконати на основі дослідження дизайн-розробку наукового видання з використанням дудлів.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та результатів в ході наукового дослідження використано системний підхід, який дозволив розглянути наукові видання як простір для творчості. Порівняльно-історичний метод дав змогу простежити етапи виникнення та розвитку дудлінгу від зародження до сучасності. Також вжито практичні методи – спостереження, порівняння аналогів і прототипів наукових видань, які виявляють їх конструктивні дизайн-особливості.

Методом систематизації та узагальнення інформації складено класифікації дудлів. Художньо-графічний, ідейно-композиційний, образно-стилістичний аналізи як методи дослідження в процесі створення дизайн-розробки дають змогу

розглянути особливості проектування об'єктів на основі елементів дудлінгу в умовах сучасного дизайну та новаторства.

Для дослідження використано графічні матеріали, інтернет-ресурси, друковані видання та обстежено зразки застосування дудлінгу в проектуванні різноманітних дизайн-об'єктів.

Наукова новизна роботи. У дослідженні вперше висвітлено поетапну історію розвитку та становлення дудлінгу. Здійснено та представлено комплексну класифікацію та систематизацію дудлів. Проведено аналіз практичного використання дудлінгу в сучасному дизайні, включаючи практичні аспекти проектування. По-новому висвітлено комунікативні властивості дудлів. Проаналізовано перспективність використання дудлів в сучасному дизайні. Дизайн-розробка являє собою наукове видання з елементами дудлінгу.

Практичне значення роботи. Результати дослідження можна застосувати: 1) для наукових проєктів; 2) у сфері графічного та веб-дизайну; 3) у навчальному процесі майбутніх дизайнерів чи підвищенні кваліфікації викладачів; 4) у якості успішного прототипу в дизайні поліграфії; 5) як елемент подальших дизайн-розробок.

Апробація результатів. Результати роботи отримали апробацію на конференціях міжнародного, всеукраїнського та регіонального рівнів: 1) V Міжнародна науково-практична конференція (27 квітня 2023 року); 2) Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених та студентів (14 травня 2021 року). За результати дослідження опубліковано двоє тез [41; 45].

Структура роботи. Складовими роботи є вступ, чотири розділи, висновки, список використаних джерел (45 позицій) та додатки. Обсяг наукової роботи 53 сторінок (без додатків). Додатки становлять 36 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

Дудлінг: історія та сучасність

1.1. Стан наукового дослідження теми

Дудлінг є дуже широкою для дослідження темою, адже охоплює велику кількість сфер та аспектів життя: від психології та медицини до сучасних цифрових технологій. Наукові дослідження, присвячені дудлам як способу динамічної візуальної комунікації відсутні, проте виявлено наукові статті, книги та дослідження, які описують різноманітні важливі складові дудлінгу, а саме його вплив на людину та її психічний стан.

Значна частина досліджень присвячена саме педагогічному аспекту. Так, дослідники Scherer K. та Ekman P. вказують, що дудлінг може використовуватися для вираження емоцій, навіть коли людина не може або не хоче висловити їх словами [1]. Твердження Andrade J. про підвищення рівня уваги та концентрації й можливості покращення пам'яті завдяки заняттю дудлінгом [2] та дослідження Cherry K. про генерування нових ідей, розвиток творчого мислення та появу інноваційних рішень в процесі створення дудлів [3], актуальні і сьогодні. Це доводить впровадження процесу створення «вільних» малюнків у навчальний процес шкіл України. Дослідження, опубліковані в журналі «Applied Cognitive Psychology» в 2010 році, вказують на те, що дудлінг може покращити увагу і концентрацію під час монотонних завдань та допомогти уникнути відволікання на зовнішні подразники.

Наукові дослідження R. Perry, A. Fink та J. Prinz демонструють, що дудлінг має позитивний вплив на психологічний стан людини, зокрема, допомагає в релаксації, зниженні стресу, сприяє розслабленню та покращенню загальної психічної свідомості [4-6]. D. Padgett в своїй роботі «The use of art for the management of chronic pain» досліджує використання мистецтва дудлінгу для послаблення хронічного болю, за допомогою його впливу на психічне сприйняття

пацієнтів з хронічними захворюваннями [7]. S. Broun у своїй книзі «The Doodle Revolution» зазначає, що практичне використання дудлінгу в бізнесі сприяє збільшенню продуктивності та розуміння складних концепцій [8].

Доречно зазначити, що для аналізу залучено велику кількість праць наукового характеру, проте робіт, присвячених комплексному дослідженню дудлінгу, не виявлено. Тому необхідним є детальний аналіз історичних етапів розвитку дудлів; уточнення терміну дудлінг та здійснення класифікації й систематизації видів результату цього творчого процесу.

1.2. Історія розвитку дудлінгу

Перший етап формування дудлів розпочався ще в давнину, коли зображували жести, символи, геометричні фігури для передачі та збереження інформації. Найдавнішим прообразом дудлів вважаються печерні малюнки (рис. А.1) [9]. Лінії, крапки, відбитки рук, схематичні та спрощені зображення тварин, людей, сонця та зірок зображувались на поверхні стін скелі, за допомогою вугілля, крові, вохри або гуано кажанів.

На початку 7-го тисячоліття до н. е. на Близькому Сході та в Давній Греції елементи дудлінгу почали використовувати для оздоблення посуду, статуєток та інших керамічних виробів (рис. А.2). Популярним та впізнаваним є чорний орнамент з використанням повторюваних геометричних фігур, що є характерним для давньогрецького мистецтва (рис. А.3) [10; 11].

Наступний етап формування дудлінгу пов'язаний із досягненнями людини, розвитком ремесла, будівництва та мистецтва. Починаючи з V століття нашої ери на стінах будівель все частіше з'являються прості малюнки побутових сцен (рис. А.4), а на глиняних дощечках – геометричні фігури та символи (рис. А.5), що стало прообразом сучасного мистецтва графіті, оздоблення будинків, письменництва й друкарства.

З появою перших рукописів, широкого поширення набули дудли, створені на їх верхній або нижній частині, з метою занотувати певну інформацію. Вільні, не складні ілюстрації того часу створювались за допомогою сучасних дудлів. Одним із найяскравіших дудлерів XV століття вважають Леонардо да Вінчі (він створював нотатки у вигляді схем та легких малюнків прямо на сторінках своїх творів) (рис. А.6) [11; 12]. Поети, лікарі, митці, королівські писарі та, навіть, королівські персони малювали на сторінках рукописів (рис. А.7). Не завжди це мало логічне пояснення, адже дехто створював дудли, лише з метою позбавлення від нудьги, проте цей період став визначним у процесі формування дудлінгу, адже люди робили це усвідомлено й з певними намірами.

Третій етап розвитку дудлів припадає на епоху Ренесансу в Європі, що сприяє поширенню дудлінгу, у зв'язку з масовою появою друкованих книг, які передавались з рук у руки й кожен лишав «відмітки» після себе (рис. А.8). Рівноцінним прообразом сучасних дудлів варто вважати й ілюстрації, орнаменти, маргінальні малюнки й символи того періоду, що зустрічались на сторінках книг та рукописів (рис. А.9). Період Ренесансу відомий вишуканими творами декоративного мистецтва (вітражі, фрески, витинанки, розписи та ін.), де орнаменти та візерунки відігравали важливу роль. Сюжети із зображенням побутових сцен, людей і тварин ставали все більш деталізованими та віддалялись від звичних нам елементів дудлінгу, проте спрощені малюнки рослин, геометричні фігури, хаотичні заповнення простору кольоровими плямами та повторення символів й відбитків, можна вважати характерним виявом дудлів тієї епохи (рис. А.10) [13; 14].

Останнім і найвагомим етапом розвитку дудлінгу є період інноваційних рішень, коли дудли набувають звичної нам форми. Завдяки розповсюдженості паперу, книг, газет та журналів, дудли стали способом творчості та самовираження. Читачі створювали унікальні зразки дудлінгу, залишаючи власні коментарі, нотатки, карикатури та химерні каракулі (рис. А.11). У XIX та XX

століттях було поширене створення записних книжок та щоденників, які часто містили особисті малюнки, нотатки, схеми, ілюстровані таблиці та інші способи вираження творчості, подібні до сучасних дудлів (рис. А.12) [15, 16].

Становлення дудлінгу як самостійного мистецтва в ХХ столітті відбулося на фоні культурних та суспільних змін. Оскільки, цей період в історії мистецтва відомий різноманітністю художніх напрямків і експериментів, це створило сприятливе середовище для розвитку нових форм вираження творчості. Авангардисти та експресіоністи використовували дудли, як спосіб експерименту та прояву емоцій й ідей через мистецтво (рис. А.13; рис. А.14). Сюрреалісти знайшли в дудлінгу засіб вираження підсвідомого й несвідомого та розкриття фантазійних світів й інших реальностей (рис. А.15) Дудлінг почав набирати популярність як самостійний вид мистецтва, завдяки поп-арту, представники якого використовували масові медіа для створення й поширення власних творів [8; 16].

В середині ХХ століття було вперше доведено психотерапевтичну дію арт-терапії, що включала в себе дудлінг, як спосіб релаксації та самовираження для розвитку особистості й покращення психічного стану людини. Під час складних або нудних розмов, виступів, конференцій, люди створювали дудли, на підручних матеріалах, для заспокоєння, відпочинку. Багато американських президентів використовували цей спосіб рефлексії під час важливих зустрічей, лишаючи карикатури, візерунки та химерні малюнки на сторінках документів (рис. А.16). Герберт Гувер та Франклін Д. Рузвельт створювали переважно геометричні та абстрактні дудли, Дуайт Д. Ейзенхауер більш мальовничі та конкретні, як от власні карикатури в оточені різних обставин (біля канонерських човнів або у відпустці з дружиною), а Ліндон Б. Джонсон та Рональд Рейган надавали перевагу «мультяшним» обличчям і персонажам [8;17]. Вплив дудлів на концентрацію та розвиток пам'яті довів математик Станіслав Улам, який розробив спіраль Улама

для візуалізації простих чисел, під час беззмістовного малювання, слухаючи нудну презентацію математичної конференції (рис. А.17) [18].

З настанням ХХІ століття дудлінг уже закріпився як окремий вид мистецтва та мав своїх прихильників. Дотепер його розвиток продовжується, а дудли стають ще більш популярними та різноманітними, завдяки культурним, технологічним і суспільним тенденціям (табл. Б.1).

Розвиток дудлінгу тривав протягом багатьох століть, сфери та мета його використання змінювались, образи трансформувались, а значення та вплив на різні аспекти життя лише зміцнювались. Тому виникає потреба аналізу поняття дудлінг, за різноманітних підходів та обставин.

1.3. Підходи до трактування поняття «дудлінг»

Дудлінг – це процес створення малюнка в певній техніці, за допомогою ліній і графічних елементів [24]. Проте, залежно від контексту, трактування може змінюватись. Можна виокремити такі підходи до визначення поняття «дудлінг»: створення несвідомого зображення, спосіб релаксації та свідомо побудова композиційно узгодженого повторюваного зображення (табл. Б.3).

В XVII столітті в Європі вперше з'являється слово «doodle», яке походить від німецького «Dudeltopf», що означає «простак» або ж «дурень». Від нього походить дієслово «to doodle», що трактувалось як «шахраювати або робити дурня». Ці події призвели до поширення більш узагальненого дієслова «to doodle» в значенні «байдикувати; нічого не робити», що довгий час використовувалось для характеристики політиків-шахраїв. На півночі Сполучених Штатів Америки слово «doodle» використовували, як позначення невеликої копиці сіна. А сучасне трактування поняття «doodling» з'явилося близько 1940-х років після масштабної трансформації та розвитку дудлів, як частини мистецтва [8; 25].

Найбільш поширеним є трактування слова «doodle», як нескладний малюнок, або ж, часто вживане в повсякденних розмовах, каракулі. Дудли можуть

бути абстрактними, геометричними, анімальними, рослинними або відображати будь-який інший об'єкт, який зображується в простій формі. Ці малюнки здебільшого створюють на полях зошитів, блокнотів, сторінках книг, газет, журналів, серветках, упаковках або на інших доступних поверхнях.

Дудлінг – це техніка вільного малювання, необмеженого місцем, часом, конкретними правилами чи канонами, яка використовується у вільний час, з метою розваги або творчого процесу [8; 23; 26].

Розглядаючи дудлінг з іншої сторони, його трактують як терапевтичний інструмент для покращення психічного стану. Процес створення простих малюнків сприяє розслабленню та допомагає позбавитись розумової напруги. Дудлінг у психології є важливим аспектом рефлексії, тому його називають показником психічного стану людини. Результати досліджень показують, що малювання дудлів покращує пам'ять, концентрацію, стимулює творчі здібності, заспокоює в стресових ситуаціях та використовується, як інструмент керування гнівом й роздратуванням [4; 5; 6].

Композиційні види дудлів включають в себе різноманітні стилі та підходи до створення графічних творів та розташування елементів у них, тому, часто, зустрічається трактування поняття «дудлінг», як окремого способу створення таких композицій. Дудлінг, у значенні рапортної композиції (паттерн), це симетричне зображення, виконане із повторюваних елементів (фігур, плям, ліній, зображень предметів, рослин, тварин чи людей); у значенні зентанглу (подібний стиль малювання, проте із певними чіткими правилами та відмінностями) це заповнення форми об'єкта (контурів певної фігури, тварини, рослини або предмету) дрібними візерунками із ліній різної товщини; у значенні орнаменту це безперервна лінія для декоративного оздоблення будь чого (одяг, канцелярія, меблі, стіни будівель і подібне), виконана переважно з геометричних фігур, простих зображень рослин, тварин, людей, предметів тощо [8; 27].

Поширення різноманітних трактувань поняття «дудлінг» пояснюється розвитком та становленням дудлів, як окремої частини мистецтва, різними сферами використання та відсутністю певних чітких правил та канонів.

1.4. Сфери використання дудлінгу

Аналізуючи й досліджуючи інформацію, було виокремлено п'ять ключових аспектів становлення і розвитку дудлінгу в XXI столітті: міжнародна спільнота дудлерів (онлайн форуми та спілки в соціальних мережах), дудлінг в освіті (запровадження в навчальних закладах), комерціалізація і маркетинг (креативні зображення для реклами та брендування), інтерактивність та інновації в матеріалах і засобах (поява цифрових дудлів та їх анімація), терапевтичний дудлінг (як елемент арт-терапії) (табл. Б.2).

Завдяки розвитку цифрових технологій соціальні мережі стали чудовою платформою для популяризації дудлінгу (рис. А.18). Можливість користувачів поділитись своїми творіннями, знайти однодумців або ж навчитись новому у інших митців стимулює подальший розвиток та розповсюдження культури дудлів. Всесвітньовідомі бренди проводять різноманітні конкурси й виставки, що дає змогу дудлерам з усього світу об'єднатись для спільної творчості та обміну досвідом. Так, компанія Red Bull започаткувала щорічний міжнародний творчий конкурс «Red Bull Doodle Art», у якому студенти зі всього світу змагаються за звання кращого дудлера. Роботи світових фіналістів (по одному учаснику з кожної країни відбирають шляхом голосування) зібрані в Глобальній віртуальній галереї конкурсу, де кожен охочий може їх переглянути (рис. А.19) [19]. У 2014 році відбувся перший Всеукраїнський конкурс для школярів «Дудл для Google», що неабияк стимулював дітей та підлітків до занять та популяризації дудлінгу. За час конкурсу, було створено понад 10 тисяч різноманітних робіт, що вкотре доводить популярність та зацікавленість суспільства дудлами (рис. А.20) [20].

Дудлінг є ефективним засобом для покращення концентрації, пам'яті, творчого мислення та самовираження, тому деякі освітні заклади та педагоги використовують його, як повноцінний елемент навчальних процесів. Англійський дослідник Shaaron Ainsworth провів експеримент поміж студентів, результати якого довели, що малювання простих картинок та нотування важливої інформації у вигляді дудлів, допомагають краще розуміти й запам'ятовувати текст та складні наукові терміни (рис. А.21) [21].

Дудлінг може бути корисним інструментом практично у всіх аспектах життя та професійної діяльності. На основі аналізу статей, досліджень та маркетингових кампаній брендів було виокремлено п'ять найбільш поширених сфер використання: сфера творчості (включаючи відомі мистецькі проєкти), арт-терапія та сфера психотерапії, сфера навчання та освітніх процесів, маркетинг і реклама, сфера розваг.

Використання дудлінгу має кілька особливостей в сфері творчості та мистецтва, адже ця техніка допомагає стимулювати творчі процеси в мозку, генерувати нові ідеї й служити способом порятунку в моменти кризи, так званого вигорання. Окрім цього, це відмінний спосіб для експериментів. Дудлінг не має чітких правил та заборон, що дозволяє митцям використовувати різноманітні матеріали та інструменти, комбінувати техніки, форми й кольори для створення нових креативних проєктів. Дудли у сфері творчості – це спосіб розвитку та самовираження, незалежно від мети його використання: для особистого задоволення, створення ескізів або ж повноцінних творів мистецтва [8; 28].

Зважаючи, на нестабільну ситуацію в світі та військовий стан в Україні, здатність дудлінгу зосереджувати увагу та заспокоювати розум є надзвичайно важливою функцією. Психологи рекомендують використовувати процес створення дудлів для поглиблення розуміння свого стану та емоцій, для зниження рівня стресу та тривожності й для вираження своїх внутрішніх хвилювань без засудження чи обмежень. Також дудлінг це ефективний інструмент в груповій

терапії, що допомагає обмінюватися своїми почуттями та підтримувати один одного [6; 23].

Результати вище розглянутих досліджень дудлінгу у сфері навчання дали поштовх для активного впровадження техніки створення дудлів в освітні процеси, завдяки здатності зберігати концентрацію під час лекцій або навчальних занять та запобігати відволіканню. Спосіб конспектування інформації у вигляді візуалізації дудлами покращує розуміння та запам'ятовування навчального матеріалу, дозволяє педагогу побачити як студенти розуміють інформацію та де можуть виникати труднощі. Використання дудлінгу може зробити навчальний процес інтерактивним та сприяти створенню нових концепцій, висловленню ідей, що важко пояснити словами [1; 2; 3; 21].

Дудлінг відіграє ключову роль у створенні впізнаваних оригінальних візуальних рішень та приверненні уваги цільової аудиторії бренду. Тому дудли часто використовують в сфері маркетингу та реклами, зокрема, через простоту їх створення, для візуалізації складних концепцій та ідей, створенню тематичних графіків та схем, які спрощують інформацію та роблять її більш доступною для користувачів. Дудлінг-мистецтво легко розповсюджується в соціальних мережах та залучає нових митців до створення мемів (гумористичні зображення), відповідей або ж редизайну, що створює «вірусний» ефект швидкого поширення й впізнаваності бренду. Але основна перевага використання дудлів – це створення елемента інтерактивності на веб-сайтах, у додатках або ж інших елементах динамічних візуальних комунікацій, що дає змогу залучити нову аудиторію та зробити взаємодію із нею ще більш ефективною [8; 19; 22].

У сфері творчості та мистецтва практика дудлінгу може сприяти розвитку та вдосконаленню творчих навичок, таких як поєднання кольорів, побудова композиції. Можливість дивитися на речі з різних ракурсів – це наслідок розвиненого творчого мислення та уяви, те чого неможливо уникнути займаючись створенням дудлів. Завдяки цьому, навіть прагнення веселощів та розваг в процесі

дудлінгу дає значно більше користі ніж, просто розслаблення та насолоду від творчості. Дудлінг у сфері творчості та розваг може бути як індивідуальною формою мистецького виразу, так і частиною колективних проєктів, спільнот або інших творчих ініціатив (табл. Б.5) [8; 28].

Висновки до розділу 1

У розділі 1 розглянуто історію розвитку дудлінгу та значення поняття «дудлінг», включаючи різні підходи його трактування.

Дослідження дудлів та дудлінгу, пов'язані з наступними питаннями, які були опрацьовані низкою науковців: 1) терапевтичний ефект дудлінгу в психології (Scherer K., Ekman P., Perry R., Fink A., Prinz J., Barron D., Padgett D. та інші); 2) вплив дудлінгу на концентрацію та пам'ять (Ainsworth Sh., Cherry K., Broun S., Andrade J., Bashir B. та ін.); 3) дослідження старовинного мистецтва (Cole K., Raaflaub K., Talloen P., Poblome J., Morales N., Neader M., Kemp D. та інші); 4) роль дудлінгу в XIX та XX століттях (Sloan R., Homi T., Christoph J.).

Проаналізовані питання є дотичними до тематики дослідження та представляють фрагментарні дослідження в межах обраної теми. Праць, присвячених системному дослідженню дудлінгу, як динамічному елементу візуальних комунікацій не виявлено.

Особливості створення та значення дудлів змінювались та вдосконалювались протягом тривалого часу. Історія розвитку дудлінгу охоплює чотири етапи: період зародження елементів дудлінгу (перші символи в історії людства: наскельні малюнки, орнаменти на кераміці, глиняні таблички) (3 млн. р. тому – IV ст. до н. е.), період усвідомленого використання дудлів (зображення сцен побуту на стінах будівель; нотатки та малюнки на сторінках рукописів) (V ст. н. е. – XV ст. н. е.), період становлення дудлів, як частини мистецтва (фрески, мозаїки, ілюстрації в книгах) (XV ст. н. е. – XVIII ст. н. е.), період інноваційних рішень (багатофункціональність та універсальність дудлів: від нотаток, до способу

релаксації та арт-проектів) (XIX ст. н. е. – дотепер). Перший етап розвитку охоплює період початку існування людини, її потреби в спілкуванні та збережені інформації (відбитки рук, пальців, ніг; лінії та крапки; прості геометричні форми). Другий етап представляє дудли не лише як спосіб спілкування, але й перші спроби використання у вигляді творчості (малюнки на сторінках рукописів; розпис стін). Третій етап розвитку пов'язаний із становленням дудлінгу, як мистецтва та створенням свідомих творчих проєктів, що збереглись дотепер (маргінальні ілюстрації, фрески, розписи, орнаменти). Четвертий останній етап представляє поширення дудлінгу, не лише як виду мистецької діяльності, але й його вплив на інші сфери життя та інноваційний розвиток (нові технології створення; маркетинг; арт-терапія).

Дудлінг – це процес створення малюнка в певній техніці, за допомогою ліній і графічних елементів. Існує багато різних трактувань, тому варто виокремити такі підходи до визначення поняття «дудлінг»: створення несвідомого зображення, спосіб релаксації та свідомо побудова композиційно узгодженого повторюваного зображення. Техніка створення дудлів не має чітких правил, що призвело до поширення різноманітних варіацій їх побудови та відмінностей кожного творчого процесу, через що тема потребує додаткових досліджень.

Об'єкти дудлінгу активно використовуються в сфері творчості та мистецтва, в освіті та навчальних процесах, в бізнесі та маркетингу, в психології та науковій діяльності, а також як елементи інфографіки абсолютно в усіх сферах життя. Впровадження дудлів в систему брендингу та використання зображень з ними – на піку популярності, тому доцільно та актуально систематизувати їх з метою виявлення дизайн-особливостей.

РОЗДІЛ 2.

Систематизація дудлінг-творчості

2.1. Класифікація різновидів дудлінгу

Дудлінг можна класифікувати за безліччю параметрів, таких як стиль виконання, тематика зображення, вид використаних інструментів та матеріалів, тощо. Але визначальним є композиція дудлів, розташування елементів в просторі та взаємодія між собою.

У випадку, коли дудли розташовані вздовж уявної лінії, таким чином що одна половина відображає іншу, малюнок створено за допомогою симетричної композиції. Часто для створення зображень такого типу використовують тип рапортної композиції, де закономірним є повторювання елементів. Це сприяє створенню відчуття рівноваги та гармонії всієї картинки (рис. А.23).

Абсолютно протилежною в побудові є асиметрична композиція, назва якої говорить сама за себе: дудли не створюють чіткої симетрії, вони наче «розкидані». За рахунок такого розміщення кожна частина зображення може мати різний розмір або тематику, відбувається «поєднання непоєднуваного» (рис. А.24).

Виділення певного об'єкта або головної ідеї найчастіше здійснюють за допомогою зосередженої композиційної побудови. Елементи здебільшого розташовують навколо центральної точки чи площини або виділяють один із дудлів розміром, кольором, посиленою деталізацією (рис. А.25).

Основною ознакою динамічної композиції є впорядкування об'єктів дудлінгу в певному ритмі або послідовності для створення відчуття руху та планової лінійності. Такого ефекту можна досягти градацією елементів за кольором, розміром або деталізацією від одного краю зображення до іншого. Також використовують спосіб розташування дудлів за лініями, геометричними фігурами або спосіб нашарування, для створення ілюзії обертання чи переміщення

деталей. Поступова зміна ритму впродовж всієї ілюстрації демонструє глибину та рух дудлів (рис. А.26).

Побудова сюжетних композицій в дудлінгу передбачає створення зображення, яке розповідає певну історію або має послідовність дій чи подій. В цьому випадку важливу роль відіграють динамічні аспекти, такі як лінійність, плановість (об'єкти, що знаходяться ближче до глядача зазвичай більш промальовані, тоді як ті що далі можуть бути меншого розміру і з мінімальною кількістю деталей), наявність тексту або навіть діалогу (таким способом іноді створюють комікси). Головним правилом сюжетних дудлів є збереження балансу між деталізацією сюжету та його читабельністю (рис. А.27) [8; 30].

Змішані композиції в дудлінгу поєднують в собі різні стилі, елементи та підходи до створення малюнку. Це допомагає створити цікаве та оригінальне зображення. Особливостями побудови змішаних композицій є поєднання різних стилів творчості (абстракція, геометричні фігури, карикатура і т.д.), комбінація різних матеріалів (олівці, маркери, фарби, блискітки, цифрова графіка, текст), градація кольорів і текстур, контрастність та баланс, сюжетність. Основним каноном такого типу композиційної побудови є тематична єдність або ж центральна ідея, яка об'єднує всі елементи. Змішані композиції в дудлінгу – це процес експерименту, який втілює унікальність та творче самовираження митця.

2.2. Функції дудлів

Дудли, як елементи самостійного мистецтва, можуть мати різні функції та служити різним цілям, залежно від сфери їх використання. Для охоплення широкої аудиторії кожен бренд шукає різноманітні креативні рішення, щоб вирізнитися серед конкурентів. Дудлінг став ключовим елементом комерціалізації та маркетингу за рахунок своєї привабливості для аудиторії та можливостей використання в різних сферах бізнесу. Багато міжнародних брендів використовують дудли як елемент своїх рекламних кампаній та брендингу, щоб

створити унікальний образ та привернути увагу споживачів. Взимку 2022 року американський виробник спортивного взуття Nike підписав угоду з юним дванадцятирічним британцем, відомим в соціальних мережах як «The Doodle Boy». Співпраця з цим талановитим дудлером принесла компанії шалену популярність та прибутки (рис. А.22) [22].

Інтерактивність та інновації грають важливу роль у розвитку дудлінгу. Інтерактивність дозволяє дудлерам спілкуватися та взаємодіяти з аудиторією (створення дудлів, що реагують на дотик (або жорсткість) та в імерсивному (VR) середовищі), а інновації в матеріалах і засобах розширюють творчі можливості (тривимірні дудли, за допомогою технології 3D друку; анімовані та цифрові дудли, що дає більшу свободу в експериментах).

Терапевтичний дудлінг – це форма мистецької терапії, яка корисна для покращення психічного та емоційного стану особи. Розвиток терапевтичного дудлінгу був спричинений низкою наукових досліджень та психологічних тверджень, що дудли допомагають впоратись зі стресом, тривогою, депресією, порушенням сну, концентрації та підвищеною тривожністю [6; 7]. Психологи із Harry Nikkors створили десяти хвилинний сеанс арт-терапії онлайн, що допомагає розуміти, опрацьовувати та виражати власні емоції. За допомогою аудіо супроводу та яскравих форм, кольорів, ліній можна покращити свій емоційний стан та, навіть, надіслати малюнок на аналіз, із подальшою психологічною підтримкою [23].

Для дітей та дорослих дудли можуть бути засобом розвитку креативних навичок, уяви, моторики, візуально-просторового мислення, засобом спілкування та комунікації. Процес створення дудлів це не лише спосіб вираження думок, ідей та емоцій, а й популярний варіант відпочинку та розваги [8; 29]. Популяризація розмальовок-антистрес (збірка лінійних дудлів, які можна заповнити кольором, за допомогою кольорових олівців, фломастерів, маркерів, фарб чи за допомогою цифрової творчості) відбулася саме завдяки можливості відпочити, відволіктись

від рутинних справ та поринути у безтурботне дитинство. Сьогодні кожен може знайти ідеальну розмальовку-антистрес для себе, бо різноманіття вибору вражає. До прикладу Видавництво Старого Лева пропонує неймовірно захопливі збірки Джоанни Басфорд на будь-яку тематику: атмосферні різдвяні ілюстрації, ботанічні композиції, книга джунглів, де кожне зображення це малюнок тварини, заповнений великою кількістю дрібних елементів (рис. А.29). Книгарня «Vivat» у 2022 році видала цілу колекцію дитячих розмальовок на основі дудлів, сюжет та спрощена деталізація, яких спрямовані саме на користувачів молодшої вікової групи (рис. А.30). Для тих, кому не зручно або не подобається використовувати традиційні матеріали для творчості є безліч цифрових варіантів: онлайн ресурси із тією ж концепцією або спеціальні додатки для смартфонів та планшетів, наприклад сервіс [Coloring-for-Adults.com](https://coloring-for-adults.com) або ігри для мобільних телефонів, такі як [Ruby Coloring](#) та [Happy Color](#) (рис. А.31) [32; 33; 34].

Дудли також використовують для едукативних матеріалів, які створюються для кращого розуміння, більш детального пояснення складних концепцій або для донесення інформацію простими словами. Наприклад, всесвітньо відома програма «Scratch», основи якої спрямовані на початкове ознайомлення з основними концепціями та ідеями ІТ світу. Її середовище створено за допомогою інтерпретованої динамічно-візуальної мови програмування, яка включає в себе різноманітні дудли. У «Scratch» працюють з графічним інтерфейсом та блоками, які представляють собою різні програмні конструкції, щоб створити алгоритм дії. Кольорові блоки з текстом (назвою команд) та графічні елементи у вигляді спрощених зображень тварин і предметів виступають дудлами. А сам візуальний спосіб програмування у «Scratch» подібний до дудлінгу, де фігури, лінії та крапки розповідають певну історію або демонструють якийсь образ (рис. А.28) [31].

Проаналізувавши широкий спектр функцій об'єктів дудлінгу, доведено, що одні з них акцентують на кінцевому результаті, а інші – в основу проєктування ставлять саме процес створення таких зображень. Так, беручи до уваги

інтерактивну функцію, важливішим є створений об'єкт – логотип або символ, для посилення уваги та впізнаваності бренду. А терапевтичний ефект дудлінгу, практично не можливий, без процесу, коли людина висловлює свої думки та почуття за допомогою дудлів.

2.3 Співставлення творчого процесу та результату дудлінгу

Процес та результат є взаємозалежними компонентами та основою функціонування дудлів. Зазвичай, досягнення результату є вирішальним етапом, проте процес дудлінгу теж має важливе значення, тому все залежить від ситуації та контексту використання. Заняття творчістю та висловлення індивідуального самовираження відбувається саме в процесі дудлінгу. Часто це є несвідомою діяльністю без конкретної мети - малюючи на полях зошитів під час нудних розмов, люди створюють захопливі та унікальні дудли, отримуючи таким чином релаксаційний та терапевтичний ефект вивільнення емоцій або зняття розумової напруги.

Дудлінг сприяє розвитку креативних навичок та уяви, які можуть бути корисними в будь-яких сферах життя. Доречно зауважити про перевагу процесу створення дудлів над результатом саме в цьому випадку. Адже люди часто використовують дудлінг як засіб вільного потоку свідомості, засіб вираження емоцій та розвитку творчих здібностей.

Результатом дудлінгу є створене зображення, яке часто використовується для досягнення певних результатів. В такій ситуації результат переважає над процесом. Особливо виразно це помітно, коли дудли використовують з терапевтичною метою. Науковці Прасол Д.В. та Литвиненко І.С. у своїй праці «Проективні малюнкові методики» доводять, що графічні методики в психології (зокрема дудлінг) є високоінформативним засобом пізнання особистості, адже розшифрування таких малюнків допомагає краще зрозуміти психо-емоційний стан людини та надати їй належну допомогу [35].

Іноді результат дудлінгу використовується, як повноцінний предмет мистецтва, створений з цією метою, і в даному контексті не можливо сказати однозначно про важливість творчого процесу та результату, бо вони є рівнозначними. Художники та митці зі всього світу використовують дудли не лише як інструмент для нового витвору, але й як техніку, що приносить задоволення та стимулює нові ідеї й рішення, вже під час роботи. Так, українська художниця Катерина Свиридова спочатку малювала дудли для удосконалення навичок декоративної графіки та «розвантаження мозку» у вільний час, а згодом її хобі переросло у повноцінну роботу [36].

Взаємозв'язок між процесом та результатом у дудлінгу робить діяльність не лише творчістю, але і засобом самовираження, розвитку та комунікації. Процес створення дудлів може покращити здатність до зосередження уваги, адже не вимагає від людини фокусу на конкретній діяльності, а результат, в свою чергу, може залишитися як пам'ятка або відображення конкретного моменту, висвітлюючи емоції або ідеї, які були притаманні автору в певний період. Важливо зазначити, що і процес, і результат мають свою цінність і можуть мати різний вплив на аудиторію.

Висновки до розділу 2

У розділі 2 проведено детальний аналіз дудлінгу, здійснено систематизацію його різновидів та визначено основні функції дудлів. У результаті дослідження було виявлено, що існує шість основних видів композиційної побудови дудлів: симетрична композиція, асиметрична композиція, центрична (або зосереджена) композиція, ритмічна (динамічна) композиція, сюжетна композиція та змішаний тип композиційного рішення (табл. Б.6). Кожен із яких може використовуватись самостійно або в поєднанні між собою.

У роботі виокремлено ключові функції дудлінгу: комунікаційно-інтерактивна функція (спонукає користувачів до взаємодії та популяризації

продукту або бренду), терапевтична функція (використовується в психології для лікування психологічних та емоційних проблем), релаксаційна функція (виникає в процесі використання дудлінгу як розваги) та едукативна функція (стала відомою в результаті досліджень про вплив дудлінгу на концентрацію та пам'ять). Нестандартним варіантом використання едукативної функції дудлів є середовище для візуального програмування «Scratch».

Процес та результат є взаємозалежними компонентами та основою дудлінгу. Процес охоплює усі етапи, що відбуваються при створенні дудлів. Кінцевий результат не завжди є важливим для користувача. Шляхом аналізу та дослідження було доведено, що процес і результат дудлінгу є рівнозначними, адже їх вплив та значення, можуть змінюватися залежно від індивідуальних особливостей та мети кожної людини.

Детальне дослідження практичних аспектів використання дудлінгу в сучасному дизайні є важливим для дизайнера, оскільки обґрунтовує цілісне сприйняття дудлів в контексті життєдіяльності людини.

РОЗДІЛ 3.

Практика використання елементів дудлінгу в сучасному дизайні

3.1 Концепція та образне рішення у дудлах

Концепція дудлінгу – це ідея або підхід, що є основою мистецтва створення дудлів та визначає тематику зображення. Це може бути щось конкретне, наприклад, "природа", "космос", "мрії", або більш абстрактне, наприклад, "емоції", "переплетеність", "ритм". Іншими словами концепцією можна вважати авторський задум. Результат дудлінгу також може виражати конкретну ідею або повідомлення, наприклад важливу інформацію, яку бренд хоче донести до своєї аудиторії. Так, компанія Etsy використовує дудли, щоб краще комунікувати з користувачами та виокремлювати особливі події [37].

Багато дудлерів використовують своє оточення, досвід, почуття чи події як основу для своїх дудлів, щоб надати унікальності своїй роботі. Таким чином виникають дудли, спрямовані на передачу певної емоційної атмосфери. Вони можуть бути радісними, задумливими, таємничими або, навпаки, виражати хвилювання чи турботу. Музично-розважальний телеканал MTV, присвячений сучасній популярній музиці та молодіжній субкультурі, часто використовує в своїх промоакціях та рекламних матеріалах дудли, щоб надати їм доречний емоційний стиль та молодіжний настрій.

Варто виокремити створення дудлів, як концепцію сучасної інфографіки. Концепція дудлів в інфографіці полягає в використанні різноманітних малюнків, начерків та графічних елементів для візуалізації інформації та покращення зрозумілості контенту. Дудлінг допомагає додати креативності, легкості сприйняття та візуального інтересу до інфографічних матеріалів. Дудли є яскравими та ефективними елементами в візуалізації даних. Наприклад, графічні представлення числових значень, графіки або діаграми часто доповнюються дудлами для кращого розуміння (рис. А.32). Окрім того, що елементи дудлінгу роблять

будь-яку інфографіку цікавішою та привабливішою, вони додатково привертають та утримують увагу аудиторії, підкреслюють ідентичність та унікальність бренду, а також служать для викладення ключових інформаційних елементів або важливих моментів, які слід підкреслити.

Образи в мистецтві дудлінгу – це конкретні зображення, які створює людина. Вони можуть бути абстрактними, стилізованими або реалістичними. Образне рішення визначає, як дудл буде виглядати та як елементи взаємодіють між собою, щоб передати концепції та емоції. Вибір стилю, кольорів, форм, ліній, текстур та інших художніх елементів в процесі створення дудлів безпосередньо залежить від типу образного рішення, які поділяються на тематичні та абстрактні.

Тематичні образні рішення в дудлінгу визначають, як виглядатимуть дудли в конкретному контексті чи на конкретну тему, надаючи їм індивідуальний та виразний характер. Сюди відносяться елементи сюжетних композицій: тварини, люди, обличчя, зображення емоцій, рослини, транспорт, архітектурні споруди, зображення їжі, певних процесів та різноманітних предметів.

Чудовим прикладом тематичного образного рішення є весільний планер бренду BRIDE`S Room, наповнений дудлами, що пов'язані із атмосферою та емоційною складовою створення нової сім'ї, церемонії одруження та процесу підготування до весілля (рис. А.33). Тут дудли зображують основні атрибути цього дійства: обручки, дві руки сплетені разом, букет квітів, бутоньєрку, весільний торт, сукню нареченої, стилізований одяг, радісні обличчя та інші елементи, що допомагають передати емоції щастя та радості (зірочки, феєрверки, блискітки, сердечка і т.д.). Незалежно від обраної тематики, образні рішення такого типу є дуже впізнаваними, поширеними та легкими у виконанні.

Інший тип образних рішень в дудлінгу базується на використанні простих форм та не має такого широкого переліку елементів, як попередній. Абстрактні образні рішення в дудлах визначають стиль виразу, який не базується на конкретних об'єктах чи сюжетах, але створюється за допомогою абстрактних

форм, ліній, кольорів та композицій. Це може бути використано для передачі абстрактних ідей, емоцій чи створення вражаючих візуальних ефектів. Абстрактних дудли можуть приймати різні форми використання в залежності від контексту та мети. Часто вони є інструментом для створення впізнаваних елементів брендингу та логотипів, доповненням текстового матеріалу в соціальних мережах, брошурах, журналах та інших виданнях.

Логотип відомої британської компанії Unilever, світового лідера на ринку продуктів та товарів побутової хімії, складається із силуету літери «U», заповненого різноманітними абстрактними дудлами, що дозволяє легко відрізнити його від інших та не прив'язує символ до певної категорії чи продукту, тобто визначає універсальність його використання. Дудли розміщені хаотично, без симетрії, але об'єднані єдиним фірмовим кольором та обмежені формою (силует літери «U») (рис. А.34). Абстрактне образне рішення логотипу Unilever не піддається віднесенню до якоїсь конкретної тематики, адже тут зображено різноманітні лінії (плавні хвилясті лінії, зигзаги, дуги, спіралі), крапки та кола різного розміру, стилізовані стрілки та просто абстрактні форми, які важко характеризувати.

Приклади абстрактних образних рішень варіюються від логотипів та інтер'єрного дизайну до абстрактних ілюстрацій та візуальних елементів у сучасному мистецтві, адже багато художників та дизайнерів використовують абстракцію у своїх роботах.

3.2. Комунікативні властивості дудлів

Комунікативна функція дудлів – одна із найважливіших та найвпливовіших, адже саме ці властивості дозволяють їм ефективно спілкуватися та взаємодіяти з глядачами. Також вони використовуються для виокремлення ключових тем чи повідомлень, надаючи їм важливість та виділяючи серед іншого контенту.

Дудли індивідуальної комунікації особливо активно використовуються в онлайн-середовищі та на платформах соціальних мереж. Їх використовують для створення унікальних вітальних листів, для планування та організації, щоб зробити цей процес більш цікавим та легким для розуміння, а також для створення особистого бренду в онлайн-середовищі. Беззаперечним прикладом є популярні «емодзі» - смайлики різноманітного плану, характерні для особистих листувань в соціальних мережах. Практично кожен з нас використовує їх чи не щодня, щоб надати емоційної виразності текстовим повідомленням або підкреслити важливу інформацію (рис. А.35). Іноді емодзі стають частиною бренду: відіграють роль ключових впізнаваних елементів. Так, український дизайнер і блогер Богдан Конончук, відомий в середовищі Instagram, як «kononchuk_kk», використовує різноманітні дудли в своєму блозі, як у текстових блоках, так і для виділення об'єктів на фото (рис. А.36), а жовте серце, з переліку емодзі, стало його характерним символом, адже ідеально гармоніює з фірмовим кольором бренду.

Поширеним варіантом використання дудлів для групових комунікацій є навчальні матеріали, розміщені на веб-ресурсах. Широкого вживання це набуло в період масового дистанційного навчання, коли вчителі та викладачі почали використовувати дудли для залученості учнів і студентів, поліпшення сприйняття матеріалу та створення цікавого і неповторного навчального середовища. Лекційні матеріали часто підкріплюються концептуальними схемами, мапами понять та графіками, створення яких не обходиться без залучення дудлінгу.

Міністерство освіти і науки України в своєму проєкті «Всеукраїнська школа онлайн» активно використовують геометричні та абстрактні дудли в дизайні самої платформи та як елемент подання нового матеріалу (рис. А.37). Лінійні стилізовані зображення служать для позначення шкільних предметів та виділення кожної теми окремою ілюстрацією. Наприклад матеріали з історії України для учнів сьомого класу можна знайти за дудлом, який зображує відому архітектурну

скульптуру – пам'ятник засновникам Києва, а навчальні відео із української літератури для учнів дев'ятого класу за зображенням бандури із соняшником [38].

Щороку 7 березня відзначається День дудла. У цей день популярні особистості з найрізноманітніших сфер (музика, кіномистецтво, спорт і так далі) беруть в руки олівці, фарби, ручки та створюють унікальні дудли. Через кілька днів ці нариси продаються на аукціоні eBay, а зібрані, в результаті цього заходу кошти, відправляють на благодійність, а саме дослідження важкої хвороби епілепсії та розробки методів боротьби з нею. Також грошову підтримку отримують люди, хворі на епілепсію. Такий масовий флешмоб відбувається щороку, починаючи із березня дві тисячі четвертого року. Проте, мета цього заходу – не лише намалювати креативний красивий дудл, бо основна ціль – продаж зображення для фінансової підтримки важливих сфер життя. Таким чином, люди зі всього світу, не лише креативно проводять час та популяризують дудлінг, а й допомагають тим, хто цього потребує [39].

3.3. Принципи створення проєктів на основі дудлів

Дудли є універсальними елементами в дизайні і тому можуть бути використані в різноманітних контекстах через їхню гнучкість, творчість та простоту. Дизайн-проєкти практичного будь-якого напрямку включають в себе дудли того чи іншого типу. Наприклад, у сфері медицини їх можуть використовувати для пояснення пацієнтам медичних понять, створення схем лікування, лаконічних піктограм тощо, або ж у сфері медіа та розваг дудли часто зустрічаються в анімаціях, коміксах, іграх, телевізійних шоу для створення веселих та естетичних візуальних ефектів.

Принципи універсальності дудлів визначаються їхньою спроможністю адаптуватися та застосовуватися в різних проєктах та ситуаціях. Одним із таких є простота створення та легкість для розуміння аудиторії, що дозволяє їм бути однаково ефективними в різних контекстах та для різних вікових груп. Гнучкість

та адаптивність дудлів дозволяють їм виконувати різноманітні функції у різних сферах та сприяють масовому застосуванню, адже вони не обмежені чіткими стандартами та правилами, що і робить їх доступними та популярними для широкого кола споживачів.

Можливість легко редагувати та модифікувати будь-який об'єкт дудлінгу є важливою складовою їх універсальності в дизайн-проектах. В цьому легко переконатись ознайомившись із проектом ребрендингу айдентики польського містечка Rybnik, логотип якого складається із стилізованого сюжетного дудла: зображення щуки (символу міста) із симетрично розташованими квітковими орнаментами, розміщені у площині герба. У попередній версії логотипу всі дудли виконані лінійно, а в оновленій – всі елементи тепер площинні із контрастними чорними контурами (рис. А.38) [40].

Принцип технічної доступності дудлів включає в себе ряд засад і підходів, які забезпечують їх доступність та використання різними користувачами, незалежно від можливостей чи технічних обмежень. Наприклад використання достатнього контрасту між кольорами та розмірами, можливість розпізнавання важливих деталей забезпечують розуміння змісту зображення аудиторією з різними рівнями зору, а сучасні можливості технологічної інтеграції роблять їх доступними у різних середовищах.

Дудли виявляють універсальність в різноманітності форматів, що означає їхню здатність бути використаними та інтегрованими в різних типах технічних та не технічних середовищ, а саме традиційні способи створення та поширення (папір та подібні йому матеріали офлайн формату), формати зображень, створені в графічних редакторах, векторні файли, які дозволяють масштабувати зображення без втрати якості та використання дудлів у вигляді інтерактивних елементів, які реагують на «кліки» (наведення або натиск курсором) та переміщення.

3.4 Google-Doodle в контексті сучасних візуальних комунікацій

Креативні логотипи Google Doodle – унікальний всесвітньовідомий елемент дизайну бренду Google. Вони видозмінюються відповідно до свят в тому чи іншому регіоні, відповідно до пори року чи якоїсь визначної дати в календарі. Іноді, там навіть складно розпізнати сам напис «Google», хоча він беззаперечно там присутній.

Google Doodle привертають увагу користувачів, оскільки мають здатність заспокоїти, відволікти, налаштувати на певний настрій або ж зацікавити людину в дослідженні нової інформації для неї. Вони таким чином виконують одну із основних функцій дизайну – комунікацію з користувачами.

Першим етапом розвитку візуальної мови Google Doodle є статичні зображення-дудли із спливаючими підказками, які описували тему або святкове привітання. Візерунки з ліній, крапок, геометричних елементів створюють абстрактні зображення або мають характер начерків, зображаючи вигаданих чи реальних персонажів. Такий характер має перший дудл Google 1998 року, присвячений щорічному фестивалю Burning Man, щоб повідомити користувачів про можливість збоїв серверів (рис. А.39) [30]. Так зародилася концепція фірмових дудлів з декоративними змінами у оформленні логотипу. Основними їх характеристиками стали статичність, простота, мінімальна кількість інформації. Ці візуальні характеристики дудлів, по суті, стали обличчям компанії.

Наступним етапом розвитку Google Doodles стала розробка динамічної форми візуальних комунікацій. У цей період Google Doodles кардинально змінює форму дудла, роблячи його динамічним та інтерактивним, ускладнюючи анімацією. У січні 2010 року був створений перший анімаційний дудл, присвячений Ісааку Ньютону (рис. А.39) [30]. З того часу Google Doodle почали частіше з'являтися на головній сторінці, здобувши згодом значну популярність.

Третій етап розвитку візуальної мови Google Doodles представляє собою інтерактивну маркетингову стратегію, що використовує сутність дудлів для

означення ігрової, емоційної, спонтанної компанії, яка постійно трансформується завдяки взаємодії з користувачем. Перший інтерактивний логотип з'явився у травні 2010 року до 30-річчя аркадної гри Pac-Man (рис. А.40) [30]. Це гра в Pac-Man на логотипі Google також імітувала звуки оригінальної гри. Таким чином, візуальна мова Google Doodles набуває інтерактивності, з'являються гіперпосилання, дозволяючи користувачу здійснити пошук за темою дудла. У зв'язку з цим динамічні візуальні комунікації перетворюються на інструмент організації масових комунікацій.

Логоморфізм або ж рідинні логотипи, так Луїза Е. Елалі та її однодумці із Бременського університету (Німеччина), називають Google Doodle. Результатом їх дослідження є твердження, що Google Doodle не забавка, а чудовий інструмент, що допомагає компанії побудувати глибший і більш особистий зв'язок з її користувачами. Науковці виокремили, що саме за допомогою Doodle, компанія Google ідентифікує себе із користувачами та аналізує за їх допомогою зацікавленість у відвідуванні певних сайтів.

У 2010 році на просторах веб-ресурсів з'явилася візуалізація Google Doodle, за період 1998-2009 р., автора Джеремі Дугласа. За словами автора кожна версія логотипу була проаналізована за допомогою програмного забезпечення, щоб отримати ряд візуальних характеристик. Основну систему відмінностей та змін Джеремі Дуглас описує як «Гаусівський розподіл» (мінливість усіх типів даних, що притаманні природничим та соціальним наукам). Однак, з плином часу, кількість модифікацій логотипу, в порівнянні з оригінальним дизайном, значно зросла.

Компанія «Google» створила власний архів дудлів, де можна переглянути абсолютно усі створені ними Google Doodle, від найпершого до найсучаснішого.

Google Doodle – це зображення, анімації й прості ігри, що створені на основі логотипу компанії «Google» та з'являються на головній сторінці пошуку. Концепція фірмових дудлів зародилась випадково у 1998 році, навіть, ще до

заснування самої компанії «Google». Засновники Google хотіли повідомити користувачам про свою відсутність та участь у фестивалі Burning Man, тому розмістили контурне зображення позаду другої літери «o» в слові Google. Основною метою було веселим чином символізувати, що засновників немає на робочому місці, але це стало першим кроком у створенні декоративних змін оформлення логотипу компанії чи не щодня.

Перший Google Doodle був відносно простим, мінімалістичним та не мав за мету донесення важливої інформації. Силует радісної людини символізував відпочинок та вихідні, а розміщення його на задньому плані й уявна літера «X», що проглядається за положенням рук та ніг, натякають на відсутність працівників (рис. А.39). Пізніше був створений другий дудл до дня взяття Бастилії (рис.А.40), але користувачам настільки сподобалась ідея Google Doodle, що з того часу вони з'являлись на головній сторінці Google все частіше й частіше. Спочатку дудли стосувались лише найвідоміших свят, та згодом, здобувши шалену популярність, почали охоплювати широкий спектр подій – від днів народжень відомих людей до річниці появи страв та понять.

Команда Google створила понад 5000 дудлів для домашніх сторінок в усьому світі. Google Doodle створює група працівників, яких називають дублерами. Проаналізувавши Google Doodle можна дійти висновку, що їх варто поділяти за трьома видами: картинки зі статичними зображеннями, анімації, де здійснюються переміщення елементів та інтерактивні ігри, базовим функціоналом яких є натискання або дотик.

Іншим етапом поділу на групи є спосіб створення та наявність елементів. До прикладу: лінійні, де окрім основного логотипу Google використовуються лише лінії різних товщин, форм та кольорів, площинні, що являють собою дудли складені із фігур та інших простих площині та сюжетні або ж антропоморфні, де активно використовуються персонажі людей, тварин або вигаданих істот та проглядається якась дія або простір, в якому вони знаходяться (табл. Б.7).

За інформацією знайденою на веб-ресурсах, варто зазначити, що основними функціями Google Doodle є тісна комунікація з користувачами, ідентифікація бренду Google та загальні функції дудлів, а саме: релаксаційна, відволікаюча, пізнавальна, ігрова, координуюча та стимулююча. За допомогою переглядів чи процесу гри Google Doodle людина може відпочити, надихнутись на створення чогось нового, краще сконцентруватись на певному завданні, перемкнувши свою увагу, покращити пам'ять, що доведено науково, або ж просто отримати естетичну насолоду.

Google Doodle – не просто креативні зображення, це інноваційний метод брендингу, що будує тісний взаємозв'язок компанії з користувачами, допомагає у розвитку та покращенні продуктів Google, тим самим збільшує економічний прибуток компанії. Google Doodle є потужним інструментом для взаємодії з глобальною аудиторією, який залучає та надихає користувачів по всьому світу. Інтерактивні та творчі дудли відображають не тільки подію чи свято, але й креативність та інновації в передових технологіях світу.

Використання Google Doodle є перспективним напрямком розвитку, адже дудли дозволяють звернути увагу користувачів на різноманітні теми та події, тим самим сприяючи підвищенню свідомості про них. Подальший розвиток цього напрямку охопить абсолютно усі сфери життя та бізнесу та матиме неабиякий успіх за рахунок можливості дудлів ефективно комунікувати з користувачами [29; 30; 41].

Висновки до розділу 3

У розділі 3 було окреслено практичні способи використання елементів дудлінгу в сучасному дизайні.

Досліджено авторський задум, як основу дудлів та різні підходи їх створення. Результатом дослідження є твердження, що існує дві ключові концепції дудлінгу, які активно використовуються в сучасних дизайн-проектах, а саме:

концепція, спрямована на вираження емоцій та почуттів і практично всі види інфографіки (як у онлайн середовищі, так і офлайн ресурси). Особливо популярними ці концепції є при створенні різноманітної реклами (банери, каталоги, постери, сувенірна продукція), навчальних або інформаційних матеріалів та елементів брендингу.

Доведено, що образи в дудлінгу поділяються на тематичні та абстрактні. Використання першого типу образів (тематичні) актуальне для особистих потреб користувачів (запрошення, листівки, планери тощо), створення простих ілюстрацій та розважального контенту (розмальовки-антистрес, інтерактивні ігри, карикатури і так далі). Абстрактні образні рішення, в свою чергу, мають необмежену широту використання (від елементів дизайну інтер'єру, логотипів до дрібних деталей онлайн та офлайн інфографіки), завдяки своїй простоті, адаптивності та легкості у створенні (табл. Б.8).

В ході дослідження було виділено три типи комунікативних властивостей дудлів, які можуть охоплювати різну кількість користувачів: індивідуальні, групові та масові (табл. Б.4). Проаналізувавши принципи створення проєктів на основі дудлів, виокремлено чотири основних принципи універсальності в дизайні елементів дудлінгу: простота, здатність легко адаптуватися; технічна доступність та різноманітність форматів.

Розкрито, що Google Doodle є сильним інструментом в контексті сучасних візуальних комунікацій. Було проаналізовано й класифіковано понад пів тисячі існуючих Google Doodle. Класифікація відбувалась у два етапи: за динамічністю зображення (або її відсутністю) та способом творення дудлів (наявністю різних типів елементів).

Популярність використання елементів дудлінгу в сучасному дизайні пояснюється їх широкою можливістю комунікації із аудиторією. Універсальність дудлів у різних формах дозволяє їм бути ефективним засобом самовираження та спілкування в різних контекстах життя.

РОЗДІЛ 4.

Дизайн-розробка сучасного наукового видання з елементами дудлінгу

4.1 Ілюстрації як елемент сучасних візуальних комунікацій

Візуальна комунікація – це процес передачі інформації або будь-яких даних за допомогою графіки, а не тексту чи аудіо. Згідно, з дослідженнями, опублікованими в *Journal of English Language Teaching and Learning*, не менше п'ятдесяти відсотків користувачів надають перевагу візуальному контенту, пояснюючи це тим, що так ефективніше освоюють матеріал і краще фокусуються, ніж на звичайному текстовому полі [42].

Пояснення словесної інформації наочними прикладами, кресленнями, схемами та різноманітними зображеннями називається ілюстрацією. У більш вузькому контексті, ілюстрація – це вид творчості, пов'язаний з мистецькою інтерпретацією тексту. Термін походить від латинського слова «*Illustratio*», що означає «освітлення» або «наочне зображення».

Ілюстрації в сучасних візуальних комунікаціях відіграють ключову роль і стали невід'ємною частиною дизайну, медіа та маркетингових стратегій, адже здатні легко викликати певні емоції у користувача або створити потрібну атмосферу, допомагають зробити інформацію цікавою та привабливою, легко сприймаються аудиторією та викликають взаємодію, можуть пришвидшувати навігацію та структурувати інформацію.

Ілюстрації та дудли – це взаємопов'язані та взаємозалежні інструменти візуального мистецтва, які мають спільну комунікативну функцію. Об'єднавшись, вони створюють унікальні неформальні зображення, розширюючи межі виразності та вплив на аудиторію. Існує кілька способів як дудли можуть використані в книгах – традиційному джерелі розміщення ілюстрацій: виразні заголовки та заголовні літери, індивідуальна система прикмет та розміток, цілісна окрема ілюстрація певної сцени чи елемента, елементи персоналізації персонажів,

заповнення пустого простору, створення тематичних чи інтерактивних елементів. Використання дудлів як ілюстрацій створює унікальний дизайн, як обкладинки книги, так і її сторінок, підвищуючи візуальну привабливість продукту. У наукових виданнях елементи дудлінгу служать способом привертання уваги, акцентом, за допомогою якого створюють тематичні ідентифікатори та інфографіку, що значно полегшує процес сприйняття та вивчення складної інформації. Тому використання дудлів в наукових працях є актуальним та дієвим способом комунікації з читачами та сучасним інструментом для творчого вираження ідей чи концепцій, які є предметом наукового дослідження [43].

4.2 Концепція формотворення книги з елементами дудлінгу

Наукове видання розробляється для широкого кола науковців, дизайнерів, мистецтвознавців, викладачів, студентів, аспірантів, а також усіх, хто цікавиться дизайном візуальних комунікацій.

Назва книги «Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку» є загальною та чітко окреслює тему праці. У монографії розкрито актуальні підходи проектування динамічних візуальних комунікацій, систематизацію їх форм та використання в сучасному дизайні

У процесі пошуку концепції формотворення було вирішено використовувати основним видом ілюстрації фото, як спосіб детальної передачі інформації, та дудли, як тематичні й інтерактивні елементи, і як спосіб заповнення простору. Тематичні дудли відповідають змісту книги: ілюструють ключові концепції та поняття, які розгортаються в тексті. Інтерактивні спрямовані на комунікацію та зацікавленість читачів. Стилізовані QR-коди, як один із видів інтерактивних дудлів, заохочують користувачів до взаємодії із додатковим контентом – відео-матеріалом, який дає змогу детальніше ознайомитись з поданою інформацією. Спосіб заповнення простору за допомогою елементів дудлінгу використано при проектуванні дизайну форзаців та шмуцтитулів, де

кожен дудл є своєрідним продовженням фото-ілюстрацій, створюючи динамічний ефект руху елементів по сторінках.

4.3. Багатофункціональність дизайн-розробки

Наукове видання «Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку» як дизайн-об'єкт функціонально забезпечує споживчі потреби та мету проектування видання. Використані засоби художньої виразності діють та впливають на органи сприйняття (аналізатори) людини (споживача). Книга, її текстове та графічне наповнення, художньо-образні рішення виконують перелік функцій: інформаційну, ідентифікаційну, пізнавальну, інтерактивну, естетичну, психоемоційну та комунікативну.

Інформаційна функція надає користувачам дані про видавництво, автора, зовнішній вигляд, зміст та призначення видання. Основна мета цієї функції – забезпечити доступ до актуальної та авторитетної інформації для аудиторії.

Ідентифікаційна – подає, поширює та відрізняє з-поміж інших поліграфічних примірників інформацію про видавництво та авторів записника. Унікальність дизайн-оформлення з використанням дудлів є визначальним елементом, що виділяється, і робить зміст продукту більш запам'ятовуваним.

Пізнавальна функція служить інструментом для навчання та передачі інформації, сприяє пізнавальному процесу та забезпечує зв'язок між видавництвом, ілюстратором, автором та споживачем.

Інтерактивна – залучає читача до активного вивчення матеріалу, виступає додатковим елементом привернення уваги та зацікавленості, за допомогою динамічних елементів візуальної комунікації спрощує розуміння складних концепцій та робить інформацію більш доступною широкому колу користувачів. Використання QR-кодів у монографії посилює інтерактивну функцію, адже вони є важливим способом взаємодії з аудиторією та можливістю доступу до додаткових матеріалів для поглибленого вивчення теми видання.

Естетичну функцію забезпечує наявність ілюстрацій, елементів дудлінгу та гармонійно структуровані й розміщені таблиці та схеми. Окрім естетично приємного вигляду, вони можуть візуально доповнювати або продовжувати інформацію, ілюструвати ключові концепції.

Використання дудлів в дизайн-розробці тягне за собою вплив на психологічний стан та емоції аудиторії. Здатність елементів дудлінгу викликати певні емоції та асоціації, сприяти запам'ятовуванню інформації, служити так званими «візуальними паузами» (створення певного ритму читання, коли дудли дозволяють перепочити, зупинити потік тексту та налаштуватись на подальшу роботу) забезпечують психо-емоційну функцію.

Комунікативна функція тісно пов'язана з інтерактивною, адже виявляє собою взаємодію з аудиторією. Вона включає в себе спілкування між читачами, що полегшує сприйняття та порівняння результатів досліджень, процес рецензування, який покращує якісний вибір та експертну оцінку матеріалів і сприяє розповсюдженню наукових знань серед ширшої громадськості. Комунікативна функція наукових видань відіграє ключову роль у взаємодії та співпраці вчених та сприяє розвитку наукової спільноти.

4.4. Композиційні особливості сучасних ілюстрацій на основі елементів дудлінгу

Наукове видання «Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку» містить такі основні складові частини, як обкладинка (рис. В.1), форзаци (рис. В.2), шмуцтитули (рис. В.3; рис. В.4; рис. В.5; рис. В.6; рис. В.7; рис. В.8) та сторінки з текстовим та ілюстративним наповненням.

Обкладинка являє собою лист щільного паперу або картону, наклеєний поверх корінця книги для захисту та реалізації інформаційний і рекламних функцій. Було виконано кілька пошукових варіантів обкладинки (рис. В.9).

Передня частина обраної концепції обкладинки складається з однотонного темно-бордового фону на якому розташовано чотири квадрати із заокругленими кутами, які символізують чотири типи візуальних динамічних комунікацій. В нижньому куті, кожного з квадратів, на тлі змістовно-гармонійних фото, розташовано тематичний ідентифікатор – дудл, що відповідає певному напрямку візуальних комунікацій. Назва наукового видання «Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку» є гармонійно закомпонованою шрифтовою композицією. Використання молочного відтінку для забарвлення літер додає контрастності загальному вигляду та сприяє кращій читабельності. Усі елементи, окрім зазначення автора та слова «монографія», розміщено по центру. Понад половину задньої частини обкладинки займає фото-ілюстрація, з розташованим поверх, в лівому куті, інтерактивним елементом – QR-кодом, перейшовши за яким, можна детально ознайомитись з історією появи даного зображення. Невеличкий дудл в центрі QR-коду вказує про належність даної рекламної кампанії до типу природничих динамічно-візуальних комунікацій (далі - ДВК). В нижній частині наведено інформацію про автора книги, ідентичного кольору, як і назва на передній частині обкладинки. Текстовий блок є гармонійною читабельною композицією. На перетині верхньої (фото) та нижньої (шрифтова композиція на темно-бордовому тлі) частин розташовано зображення автора в кольоровому обрамленні, яке збігається із забарвленням фону (рис. В.10).

Форзац – це розворот між обкладинкою та сторінками друкованого видання, який виконує функцію з'єднання. На обох розворотах форзаців зображено послідовність дій заходу, що присвячений антропосоціальним ДВК: кімнату із стінами та наповненням білого кольору, яку поступово обклеюють різнокольоровими паперовими кружечками. Перша частина демонструє перехід та контрастні зміни: від первинного вигляду приміщення до появи перших яскравих елементів. На другому розвороті форзацу, за допомогою фото, показано ту ж кімнату після певного проміжку часу та заповнення кольоровими деталями. У

другій частині цього форзацу зображено результат заходу та його огляд зацікавленими глядачами. Ідентично, на обох форзацах, дудли, в даному випадку кольорові кружечки різного розміру, доповнюють наявні зображення, наче виходять із самих фото та хаотично розходяться по пустій площині сторінок. Також, на кожному із розворотів, розташовано QR-код для доступу до відеоматеріалу з даної теми (рис. В.11).

Титульна сторінка видання подібна до обкладинки. Шрифтова композиція є ідентичною, але зі зміненим забарвленням – використано темно-бордовий колір. Під нею, в один ряд, розміщено чотири ідентифікатори типів ДВК, такого ж кольору. Вгорі та внизу сторінки розміщено бібліографічну інформацію, пов'язану з назвою видавництва, даними про автора, містом та роком видання (рис. В.12).

Блок сторінок розділений на три тематичні розділи, перший з яких має назву «Візуальні комунікації: шлях від статички до динаміки», другий – «Інтегральна сутність динамічних візуальних комунікацій» та третій – «Основи інтегрального проектування візуальних комунікацій для сталого розвитку». Перед передмовою, вступом, перед кожним із розділів та післямовою розміщено шмуцтитули. Всього їх шість. Шмуцтитул – це окрема сторінка, яка містить назву заголовків частини, розділу або глави, часто оздоблена ілюстраціями. Кожен із створених шмуцтитулів містить фото-ілюстрації, короткий опис, назву та QR-код, який є посиланням на відеоматеріал, прикладів використання різних типів ДВК.

Перший шмуцтитул характерно складається із п'яти послідовних зображень процесу та одного прямокутника (такого ж розміру, як і всі фото) білого кольору, на якому розташований текстовий блок та QR-код, із відповідним ідентифікатором по центру. Всі елементи розміщені чітко по центру, в один ряд, вертикально, із однаковою відстанню між ними, а простір навколо заповнений дудлами. Тло однієї з сторін шмуцтитулу має забарвлення білого кольору, іншої – темно-бордового. Композиційна побудова решти шмуцтитулів є ідентичною, змінюються

лише приклади використання ДВК, фотоілюстрації їх процесу, текстовий опис та кількість й образи дудлів (рис. В.3; рис. В.4; рис. В.5; рис. В.6; рис. В.7; рис. В.8).

Важливу роль для сприйняття книги відіграють сторінки. Усі сторінки за інформаційним та ілюстративним наповненням несуть інфографічний характер. Засобами вираження цих сторінок є елементи дудлінгу, таблиці та схеми (рис. В.13).

Остання сторінка монографії є продовженням титульної, композиція якої складається цілком із текстових блоків. Тут міститься інформація про видавництво, авторів, редакторів, бібліографічні дані та назва наукового видання: «Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку» - характерного темно-бордового кольору (рис. В.14).

4.5. Образно-стилістичне рішення розробки

Основою розробки є фотоілюстрації прикладів використання різних типів ДВК та доповнення їх тематичними та абстрактними образами дудлів. Ілюстративне наповнення сторінок складається з фотографій та інфографіки. Кожен, із шести, шмуцтитулів має свій сюжет, притаманний темі конкретного дослідження.

На першому шмуцтитулі представлено процес створення візуальних образів за допомогою струмопровідних ниток. Простір навколо зображень заповнений лінійними та площинними дудлами: суцільні та штрихові лінії з градієнтним забарвленням жовто-сірого та жовто-синього кольору і цілісні та контурні кружечки, такого ж забарвлення. Прообразом ліній, є нитки, що зображені на фото, а кружечки, в свою чергу, є графічним втіленням жовтих плям світла, яке випромінюють маленькі лампочки. Різні типи дудлів іноді перетинаються між собою для досягнення унікального візуального ефекту та естетично привабливого вигляду сторінок (рис. В.3).

Другий шмуцтитул показує етапи всесвітнього екологічного проекту «Basia Irland», а саме історію книг, вирізаних із льоду та наповнених текстом із насіння рослин. Тут розміщено тематичні дудли у вигляді насінин, які доповнюють сюжет, наче розлітаючись по сторінках, виходячи із льодяної книги. Дудли-насіння створено двох типів: площинні (заповнені зеленим або жовтим кольором) та лінійні. Штрихові лінії зелено-жовтого кольору, що стають прозорими в своєму закінченні, символізують рядки тексту із книги та течію (хвилі) води (рис. В.4).

На третьому шмуцтитулі показано процес створення спортивного взуття на гігантському білборді у формі екстремального в'язання в форматі реального часу. Зображення доповнені абстрактними дулами: овалами зеленого та білого кольору, прообразом яких стали деталі кросівка на фото, та тонкими лініями, з потовщенням посередині, жовто-зеленого кольору, які є сюжетним продовженням шнурівки взуття і простягаються уздовж обох частин шмуцтитула, об'єднуючи таким чином всю композицію (рис. В.5).

Білборд із живих бактерій представлено на четвертому шмуцтитулі. Простір заповнено абстрактними та тематичними дудлами. Абстрактні – це овали із загостреними кутами, блакитного, червоного та різних відтінків коричневого забарвлення, які сюжетно продовжують зображення та утворюють лінії, так званий шлях переміщення та розмноження бактерій. В хаотичному порядку, поверх цих ліній та зображень, розміщено тематичні дудли червоного кольору, які шляхом накладення один на одного, символізують образ червоних колоніальних бактерій – акцентних яскравих плям на білборді (рис. В.6).

Добірка фотоілюстрацій на п'ятому шмуцтитулі демонструє етапи проекту книги-дерева «Mi Pará Estuvo en la Selva». Тематичні дудли у вигляді стилізованих лінійних листочків та дерев світло-зеленого кольору показують життєвий цикл дерева від насінини до кінцевого етапу. Геометрична фігура «коло» за допомогою різних розмірів та забарвлень зеленого відтінку (від світло-

зеленого до темно-зеленого) символізує насіння рослин, розміщене у сторінках книги проєкту «Mi Papá Estuvo en la Selva» (рис. В.7).

Шостий шмуцтитул містить ряд зображень із сюжетного відео про особливості поштової доставки, яке виконане у стилі поп-ар. На білому тлі першої частини шмуцтитула розміщено абстрактні дудли у вигляді ліній різної товщини, які є сюжетним продовженням доріг на представлених фото. Забарвлення ліній збігається із їх початковою точкою на фото, відповідно сірий, жовто-зелений та блакитний кольори. Утворено уявну траєкторію руху за допомогою використання сюжетного дудла у вигляді стилізованого паперового літачка темно-синього забарвлення. На другій частині шмуцтитула використано ту ж ідею з продовженням доріг з додаванням ліній світло-коричневого кольору (рис. В.8).

Використання композицій з елементами дудлінгу в наукових виданнях є доцільним рішенням, оскільки дудли є яскравими та цікавими елементами, які привертають увагу читачів; використовуються для візуалізації ключових понять або тематики статей, роблячи складний науковий матеріал більш доступним; допомагають створити гармонійне візуальне сприйняття видання; в переважній більшості є інтерактивними, дозволяючи читачам взаємодіяти з матеріалом та досліджувати додаткові ресурси та є чудовим інструментом, щоб додати оригінальності та індивідуальності дизайну наукового видання.

Однак важливо зазначити, що використання дудлів має бути обґрунтованим та відповідати основним цілям та аудиторії видання.

Висновки до розділу 4

У розділі 4 досліджено взаємозв'язок та взаємозалежність ілюстрацій та елементів дудлінгу, як інструментів візуальної комунікації. Доведено, що їх взаємодія підвищує комунікацію з аудиторією та естетичну складову продукту.

На основі наукового дослідження здійснено дизайн-розробку обкладинки, форзаців, титульної сторінки та шмуцтитулів наукового видання «Візуальні комунікації: шлях від статички до динаміки».

Досліджено багатофункціональність дизайн-розробки та детально обґрунтовано наявність інформаційної, ідентифікаційної, пізнавальної, інтерактивної, естетичної, психоемоційної та комунікативної функцій.

Композиційною особливістю створення сучасних ілюстрацій на основі елементів дудлінгу є спосіб заповнення вільного простору та сюжетне продовження за допомогою стилізації.

Концепція проектування дизайн рішень базується на використанні інфографіки, інтерактивних елементів та фотоілюстрацій. Авторський задум виконано на достатньо високому рівні за функціональними, композиційними та графічними ознаками.

Графічне наповнення монографії підпорядковане ідеї, що базується на використанні простих елементів дудлінгу, виконаних за допомогою таких комп'ютерних програм: Adobe Illustrator CC, Corel Draw, InDesign та Adobe Photoshop. Усі створенні образи, що представлені в розробці, є виразними, завершеними та повністю відповідають змісту наукового видання.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі магістра проведено дослідження дудлів як способу динамічної візуальної комунікації та створено дизайн-розробку сучасного наукового видання з елементами дудлінгу. Зроблено наступні висновки:

1. Історія розвитку дудлінгу охоплює чотири етапи: період зародження елементів дудлінгу (перші символи в історії людства: наскельні малюнки, орнаменти на кераміці, глиняні таблички) (3 млн. р. тому – IV ст. до н. е.), період усвідомленого використання дудлів (зображення сцен побуту на стінах будівель; нотатки та малюнки на сторінках рукописів) (V ст. н. е. – XV ст. н. е.), період становлення дудлів, як частини мистецтва (фрески, мозаїки, ілюстрації в книгах) (XV ст. н. е. – XVIII ст. н. е.), період інноваційних рішень (багатофункціональність та універсальність дудлів: від нотаток, до способу релаксації та арт-проектів) (XIX ст. н. е. – дотепер).
2. Дудлінг – це процес створення малюнка в певній техніці, за допомогою ліній і графічних елементів, якому не притаманні усталені чіткі правила.
3. У дослідженні запропоновано систематизацію різновидів дудлінгу – існує шість основних видів композиційної побудови дудлів: симетрична композиція, асиметрична композиція, центрична (або зосереджена) композиція, ритмічна (динамічна) композиція, сюжетна композиція та змішаний тип композиційного рішення.
4. Виокремлено ключові функції дудлінгу: комунікаційно-інтерактивна, терапевтична, релаксаційна та едукативна функції. Процес та результат є взаємозалежними компонентами та основою дудлінгу.
5. Досліджено різні підходи у дудлінгу: концепція використання тематичних сюжетних дудлів, спрямованих викликати емоції й асоціації та інфографічна концепція. Доведено, що образи в дудлінгу поділяються на тематичні та абстрактні.

6. Вперше досліджено принципи створення проєктів на основі дудлів, виокремлено чотири основних принципи універсальності в дизайні елементів дудлінгу: простота сприйняття, легка адаптивність, технічна необмеженість та різноманітність форматів.
7. Розкрито, що Google Doodle є сильним інструментом в контексті сучасних візуальних комунікацій. Проаналізовано й класифіковано типи Google Doodle за динамічністю зображення та способом творення дудлів.
8. На основі дослідження виконано дизайн-розробку обкладинки, форзаців, титульної сторінки та шмуцтитулів наукового видання «Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку : монографія». В основі розробки використано тематичні та абстрактні образи дудлів, які є сюжетним продовженням фотоілюстрацій. Авторська стилістика базується на використанні елементів дудлінгу.
9. В результаті розробки оригінал-макету виявлено, що усі образи та графічні елементи чітко створені у відповідності до тематики видання. Дана дизайн-розробка наукового видання може бути адаптована для будь-якої книги чи іншого продукту поліграфії.
10. Наукове дослідження дудлів як способу динамічної візуальної комунікації є важливим внеском для подальшого розвитку графічного дизайну, та створює підґрунтя для реалізації потенціалу українського дизайну в цілому на світовому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Emotion as a process: Function, origin and regulation. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/053901882021004004> (дата звернення: 03.09.2023)
2. What does doodling do? URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/acp.1561> (дата звернення: 03.09.2023)
3. Parental stress and child behavior: Transactional patterns during early life. URL: <https://psycnet.apa.org/record/2019-42406-001> (дата звернення: 04.09.2023)
4. Doodling your way out of a cognitive rut: A case report of guided mindful doodling in psychotherapy. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15401383.2016.1219123> (дата звернення: 05.09.2023)
5. Doodle me this, doodle me that: How structured ambiguity completes figures drawn from memory. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21625318/> (дата звернення: 05.09.2023)
6. Doodling and the default network of the brain. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0956797613485870> (дата звернення: 05.09.2023)
7. The use of art for the management of chronic pain. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/12790273/> (дата звернення: 07.09.2023)
8. Broun S. The Doodle Revolution: Unlock the Power to Think Differently. URL: <https://www.sunnibrown.com/books> (дата звернення: 08.09.2023)
9. Clottes J., Chauvet J. M. The Dawn of Art: The Chauvet Cave. The Oldest Known Paintings in the World. URL: <https://cmc.marmot.org/Record/.b10704632> (дата звернення: 11.09.2023)

10. Dynamics of Production in the Ancient Near East. URL: https://www.google.com.ua/books/edition/Dynamics_of_Production_in_the_Ancient_Ne/Jd88DQAAQBAJ?hl=uk&gbpv=0 (дата звернення: 06.09.2023)
11. Papers on Special Techniques in Athenian Vases. URL: https://www.google.com.ua/books/edition/Papers_on_Special_Techniques_in_Athenian/aFzllQT5PxcC?hl=uk&gbpv=0 (дата звернення: 07.09.2023)
12. Творчість і теоретичні праці Леонардо да Вінчі. URL: <http://estetica.etica.in.ua/tvorchist-i-teoretichni-pratsi-leonardo-da-vinchi/> (дата звернення: 12.09.2023)
13. Renaissance Art: A Very Short Introduction, Geraldine a Johnson. URL: https://www.academia.edu/30182802/Renaissance_Art_A_Very_Short_Introduction_Geraldine_a_Johnson (дата звернення: 13.09.2023)
14. Corpus des notes marginales de Voltaire 1-9, et Notes et écrits marginaux conservés. URL: <https://web.archive.org/web/20210414191411/https://www.voltaire.ox.ac.uk/publication/corpus-des-notes-marginales-de-voltaire-1-9-et-notes-et-%C3%A9crits-marginaux-conserv%C3%A9s-hors-de-la/> (дата звернення: 13.09.2023)
15. The Delightful Doodles and Hidden Scribbles on the Backs of Artworks. URL: <https://www.atlasobscura.com/articles/hidden-doodles-behind-art> (дата звертання: 15.09.2023)
16. Thedoodlechallenge. URL: <https://www.thedoodlechallenge.com/origins-of-the-doodle> (дата звернення: 15.09.2023)
17. All the Presidents' Doodles. URL: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2006/09/all-the-presidents-doodles/305115/> (дата звернення: 17.09.2023)

18. Mathematical Games, Martin Gardner. URL: <https://www.scientificamerican.com/article/mathematical-games-1964-03/>
(дата звернення: 15.09.2023)
19. Red Bull Doodle Art. URL: <https://www.redbull.com/ua-uk/events/red-bull-doodle-art> (дата звернення: 17.09.2023)
20. Дудл для Google. URL: <https://ukraine.googleblog.com/2014/02/google.html>
(дата звернення: 17.09.2023)
21. Експеримент Shaaron Ainsworth . URL: <https://www.livescience.com/15747-doodling-science-education.html> (дата звернення: 08.09.2023)
22. The Doodle Boy. URL: <https://www.thedoodleboy.com/blogs/news> (дата звернення: 05.09.2023)
23. Онлайн сеанс арт-терапії дудлами. URL: <https://www.happyhikkups.com/story-doodle> (дата звернення: 16.09.2023)
24. Що таке дудлінг? URL: <https://zkan.com.ua/sho/shho-take-dudling.html>
(дата звертання: 19.09.2023)
25. Doodle. URL: <https://www.dictionary.com/browse/doodling> (дата звернення: 21.09.2023)
26. Інтерв'ю Sunny Brown. URL: <https://edition.cnn.com/2011/09/01/opinion/brown-creativity-doodles> (дата звернення: 21.09.2023)
27. Все про дудлінг та зентанг. URL: https://gryaznovan.blogspot.com/2017/08/blog-post_42.html (дата звернення: 03.09.2023)
28. Дудлінг, як новий тренд мистецтва. URL: <https://gwaramedia.com/novyj-trend-mystecztva-karakuli/> (дата звернення: 28.09.2023)

29. Інтерв'ю керівника Google Doodle. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/vert_cap/2016/05/160427_vert_cap_meet_the_man_behind_googles_doodles_vp (дата звернення: 15.10.2023)
30. Галерея Google Doodle. URL: <https://www.google.com/doodles?hl=uk> (дата звернення: 17.10.2023)
31. Scratch. URL: <https://scratch.mit.edu/studios/25851255> (дата звернення: 21.10.2023)
32. ВСЛ: розмальовки-антистрес. URL: <https://book24.ua/ua/product/rizdvo-dzhoanni/> (дата звернення: 01.11.2023)
33. Vivat: Дитячі розмальовки-антистрес. URL: <https://vivat-book.com.ua/rozmalovka-antistres-tvorcha-nasoloda.html> (дата звернення: 01.11.2023)
34. Розмальовки-антистрес для смартфонів. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.pixel.art.coloring.color.number&hl=uk&gl=US> (дата звернення: 01.11.2023)
35. Литвиненко І.С., Прасол Д.В. Проективні малюнкові методики: Методичний посібник. – Миколаїв: Вид-во «Арнекс», 2015. – 160 с.
36. Інтерв'ю художниці К. Свиридової. URL: <https://gwaramedia.com/novyj-trend-mystecztva-karakuli/> (дата звернення: 03.11.2023)
37. Etsy. URL: <https://www.etsy.com/about> (дата звернення: 05.11.2023)
38. Всеукраїнська школа онлайн. URL: <https://lms.e-school.net.ua/> (дата звернення: 15.11.2023)
39. Doodle Day. URL: <https://daytoday.ua/podiya/den-dudla/> (дата звернення: 15.11.2023)
40. Редизайн логотипу Rybnik. URL: <https://designtalk.club/rebrendyng-mista-duzhe-tsikavyj-kejs-iz-polshhi/> (дата звернення: 17.11.2023)
41. Скляренко Н., Новосад Т., Колосніченко М. Візуально-комунікативні практики Google Doodles: композиційні трансформації. Актуальні

- проблеми сучасного дизайну. Збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 27 квітня 2023 року: у 2 томах. Київ: КНУТД, 2023. Том 1. 403 с. С.108-111.
<http://designconference.knutd.edu.ua/>
42. Дослідження Journal of English Language Teaching and Learning. URL: <https://jim.teknokrat.ac.id/index.php/english-language-teaching/article/view/1817> (дата звернення: 20.11.2023)
43. Пушкар О.І., Андрющенко Т.Ю. Ілюстрування : навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.051501 "Видавничо-поліграфічна справа" – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 128 с.
44. Склярєнко Н. В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2023. 484 с.
45. Воробчук М., Новосад Т. Особливості використання об'єктів антистрес в процесі створення бренду та ребрендингу. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів «Традиції та новації в дизайні», м. Луцьк, 14 травня 2021 року. Луцьк: ЛНТУ, 2021. С.56-59.

ДОДАТОК А
Ілюстративний матеріал

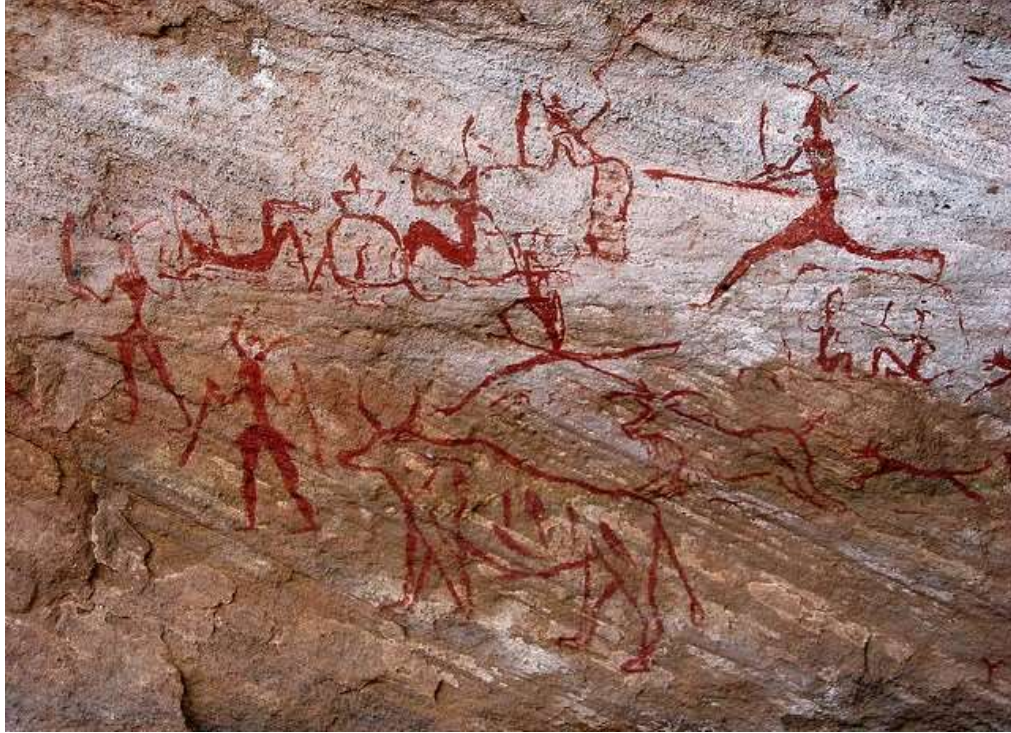


Рисунок А.1. Печерні малюнки



Рисунок А.2. Кераміка з орнаментами Близького Сходу (7 тисячоліття до н.е.)



Рисунок А.3. Давньогрецька кераміка



Рисунок А.4. Давньоримські розписи на стінах



Рисунок А.5. Стародавні глиняні таблички з символами



Рисунок А.6. Відцифрована копія сторінок блокноту Леонардо Да Вінчі



Рисунок А.7. Лист паперу із дудлами королеви Прусії (бл. 1795 р)



Рисунок А.10. Давні вітражі з елементами дудлінгу



Рисунок А.11. Карикатури на сторінках газет



Рисунок А.14. Приклад мистецтва експресіонізму



Рисунок А.15. Зразок культури сюрреалізму

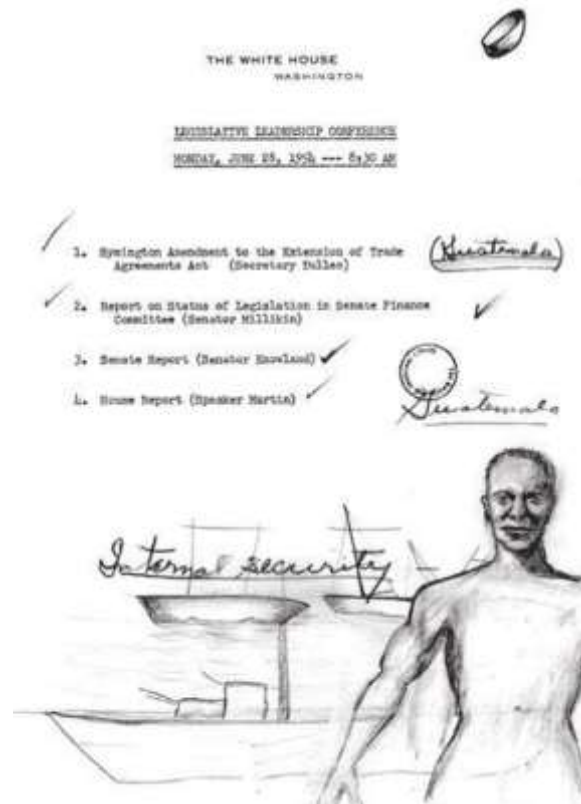


Рисунок А.16. Президентський дудл Білого Дому

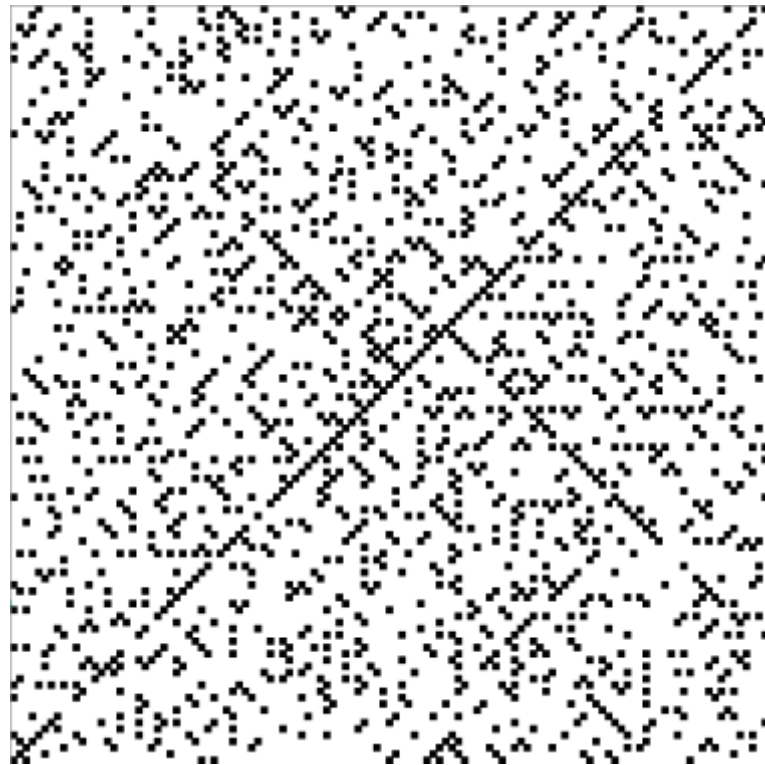


Рисунок А.17. Спіраль Улама



Рисунок А.18. Приклад поширення дудлів в соцмережах



Рисунок А.19. Конкурсна робота Red Bull Doodle Art



Рисунок А.20. Конкурсна робота «Дудл для Google»

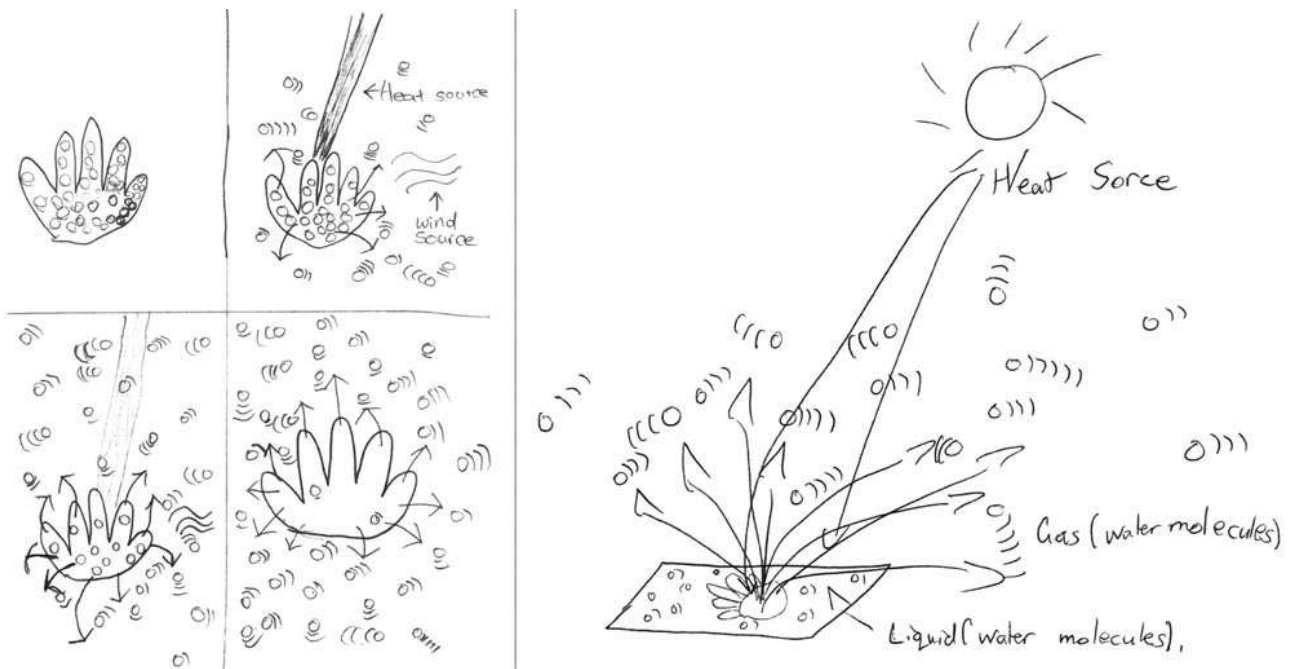


Рисунок А.21. Дослідження Shaaron Ainsworth



Рисунок А.22. Юний британський дудлер, який співпрацює із Nike



Рисунок А.23. Побудова композицій в дудлінгу. Симетрична композиція



Рисунок А.24. Побудова композицій в дудлінгу. Асиметрична композиція



Рисунок. А.25. Побудова композицій в дудлінгу. Зосереджена композиція



Рисунок. А.26. Побудова композицій в дудлінгу. Приклад ритмічної композиції



Рисунок А.27. Побудова композицій в дудлінгу. Сюжетна композиція

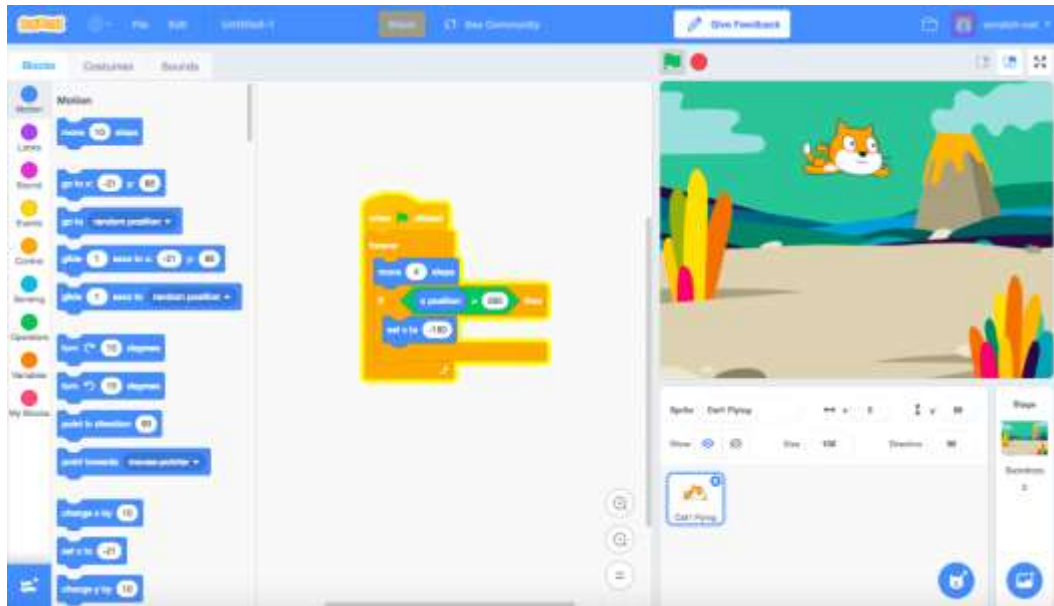


Рисунок А.28. Scratch

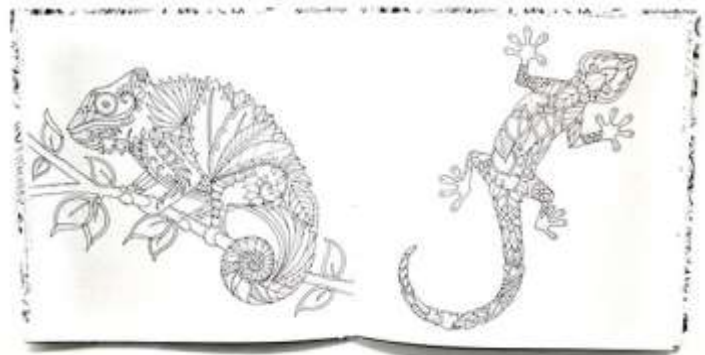


Рисунок А.29. Збірки розмальовок-антистрес Джоанни Басфорд



Рисунок А.30. Розмальовки-антистрес для дітей видавництва «Vivat»

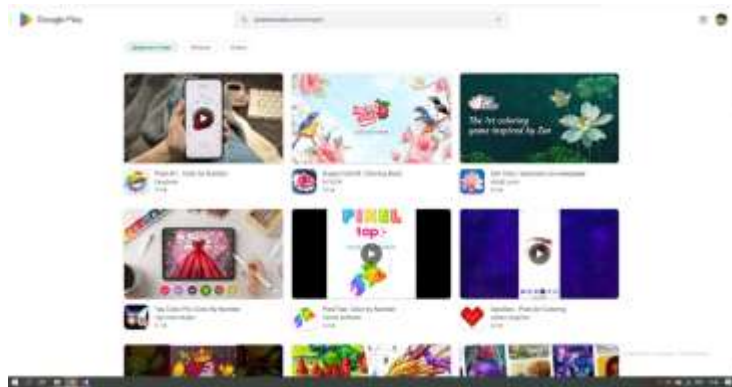


Рисунок А.31. Цифрові розмальовки-антистрес у вигляді гри для планшету або смартфона

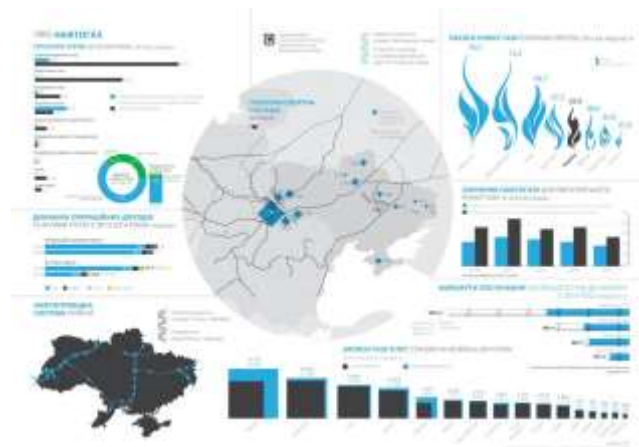


Рисунок А.32. Використання дудлів у візуалізації даних



Рисунок А.35. Смайлики-емодзі



Рисунок А.36. Використання дудлів та емодзі, як елементів брендингу, українським дизайнером Богданом Конончуком

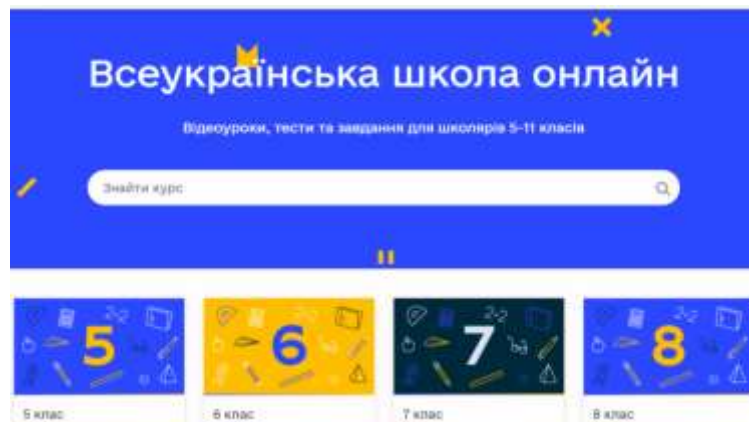


Рисунок А.37. Використання дудлів у дизайні платформи «Всеукраїнська школа онлайн»



Рисунок А.38. Приклад ребрендингу логотипу з використанням дудлів

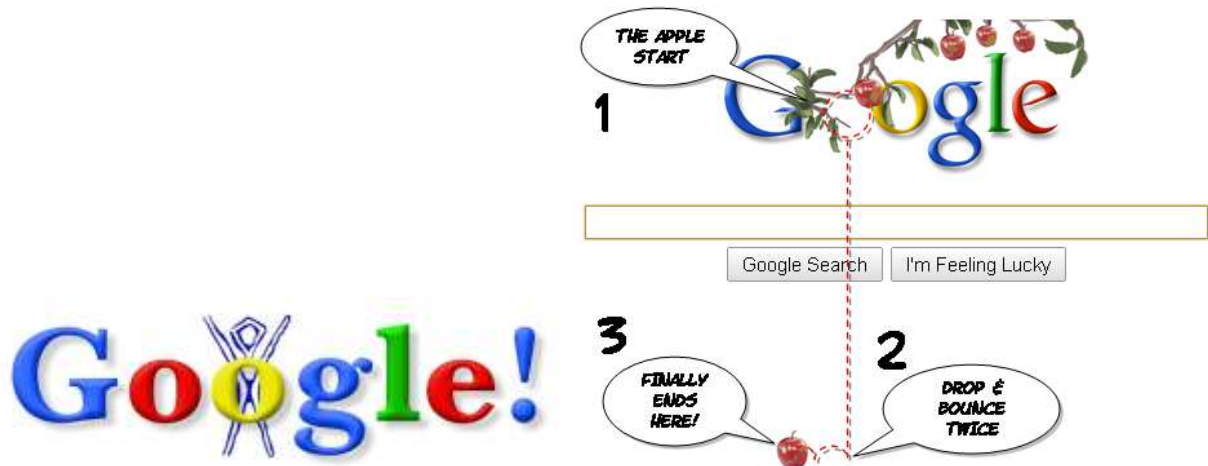


Рисунок А.39. Перший створений Google Doodle та перший анімований Google Doodle



Рисунок А.40. Google Doodle до дня взяття Бастилії та перший інтерактивний дудл присвячений аркадній грі Pac-Man

ДОДАТОК Б

Таблиці та схеми

Таблиця Б.1

Історія розвитку дудлінгу



Таблиця Б.2

Аспекти становлення і розвитку дудлінгу в XIX столітті

| Ключові аспекти становлення і розвитку дудлінгу в XIX столітті | | |
|--|---|---|
| 1 | Міжнародна спільнота дуд/юрів | Можливість поділитися своїми дудлами з світом, прийняти участь у конкурсах, перевести досвід у інше мистецтво. |
| 2 | Дудлінг в освітніх процесах | Запровадження дудлінгу в навчальні та освітні процеси з метою покращення концентрації та самонавчання учнів (зокрема під час навчання дудлінгу в школах/університетах). |
| 3 | Комерціалізація дудлінгу та використання в маркетингу | Створення унікального креативного рішення для рекламних компаній та елементів брендингу, використовуючи дудлінг. |
| 4 | Інтерактивність та інновації в матеріалах і засобах створення | Можливість створити інтерактивні, анімовані, цифрові, віртуальні, не обмежені розміром та дудлінгові засобами дудлінгу. |
| 5 | Терапевтичний дудлінг | Розвиток дудлінгу як елементу арт-терапії. |

Таблиця Б.3

Підходи до трактування поняття «дудлінг»



Таблиця Б.4

Типи комунікативних властивостей дудлів



Таблиця Б.5

Сфери використання елементів дудлінгу



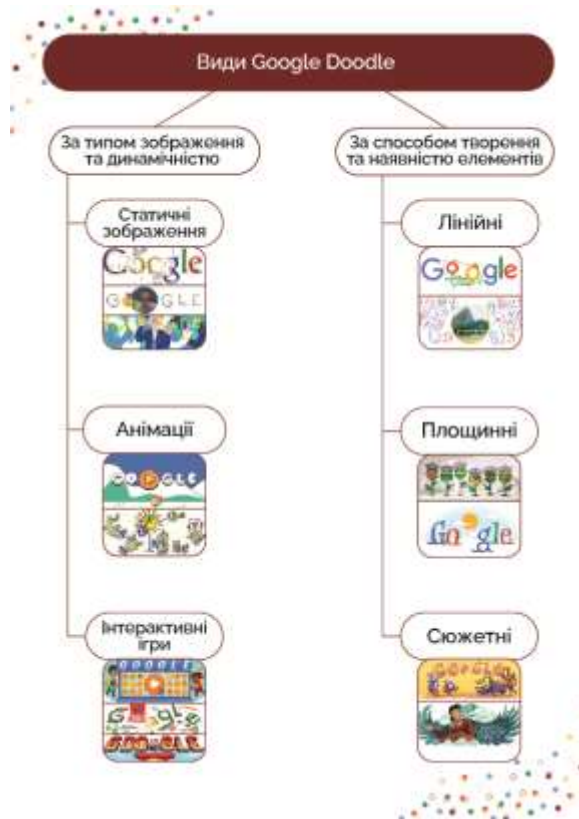
Таблиця Б.6

Види композиційної побудови



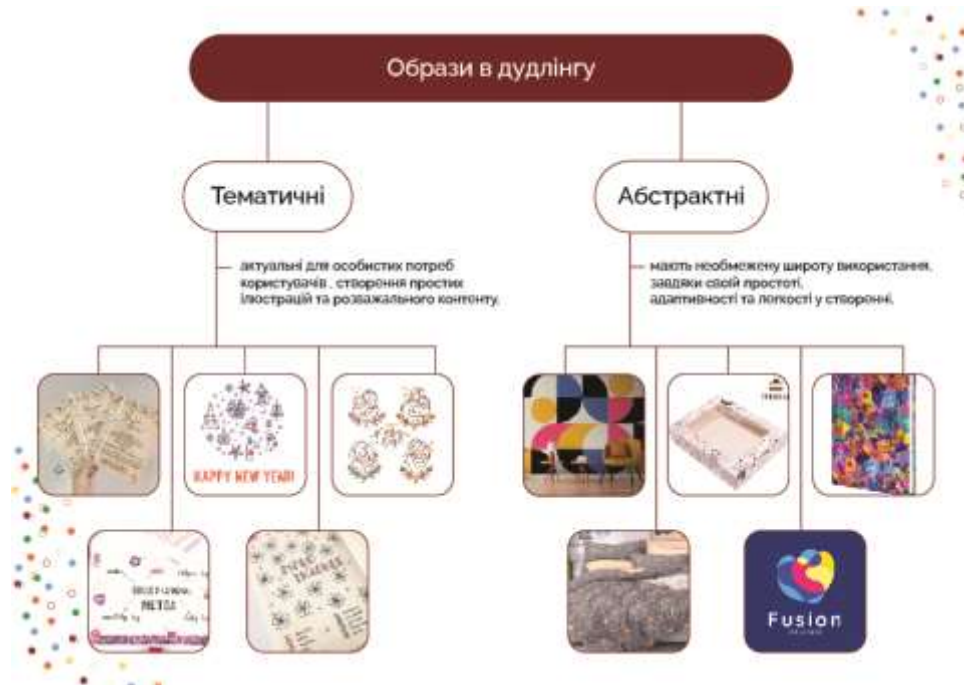
Таблиця Б.7

Види Google Doodle



Таблиця Б.8

Типи образів в дудлінгу



ДОДАТОК В

Дизайн-розробка сучасного наукового видання з елементами дудлінгу

ЗАВДАННЯ НА ДИЗАЙН-РОЗРОБКУ СУЧАСНОГО НАУКОВОГО ВИДАННЯ З ЕЛЕМЕНТАМИ ДУДЛІНГУ

1. Призначення та галузь застосування: наукове видання призначене для ознайомлення та вивчення навчального матеріалу студентами вищих навчальних закладів.

2. Умова для розробки: завдання на кваліфікаційну роботу для здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти.

3. Мета розробки: авторський пошук образного графічного рішення ілюстрування та дизайну сучасного наукового видання.

4. Джерела: інформаційні джерела, аналоги та прототипи, які обумовлюють проєктування.

5. Вимоги до розробки об'єктів проєктування:

- *склад об'єкта і вимоги до його складових частин:* обкладинка або палітурка; форзаци; титульний аркуш; шмуцтитули; графічне наповнення сторінок; елементи інфографіки.

- *конструктивно-технологічне забезпечення:* базується на єдиній системі домовленостей щодо виконання робіт та якості дизайну;

- *ергономічні вимоги:* відповідність гігієнічним факторам (використання екологічно чистих матеріалів), фізіологічним факторам та іншим ергономічним стандартам;

- *вимоги естетики:* забезпечуються системою композиції як основним методом проєктування;

- *патентна чистота:* розробка нова, але не претендує на патентування.

- *вимоги до категорії якості:* найвищі.

6. Специфічні вимоги: вносити зміни в проєкт у процесі виконання робіт.

7. Характер та стадії розробки: нова розробка на основі проведеного аналізу аналогів і прототипів з виконанням усіх стадій проектного процесу за методикою кафедри архітектури та дизайну ЛНТУ, стадії розробки – наукове дослідження, формулювання концепції формотворення, пошукові ескізи, затвердження остаточного варіанту розробки, комп'ютерна візуалізація наукового видання.

8. Композиційні елементи та види робіт, що підлягають розробці:

- виконання комп'ютерного варіанту макету;
- пояснювальна документація;
- демонстраційне графічне рішення.

9. Перелік документів і художньо-графічних матеріалів, що передаються замовнику:

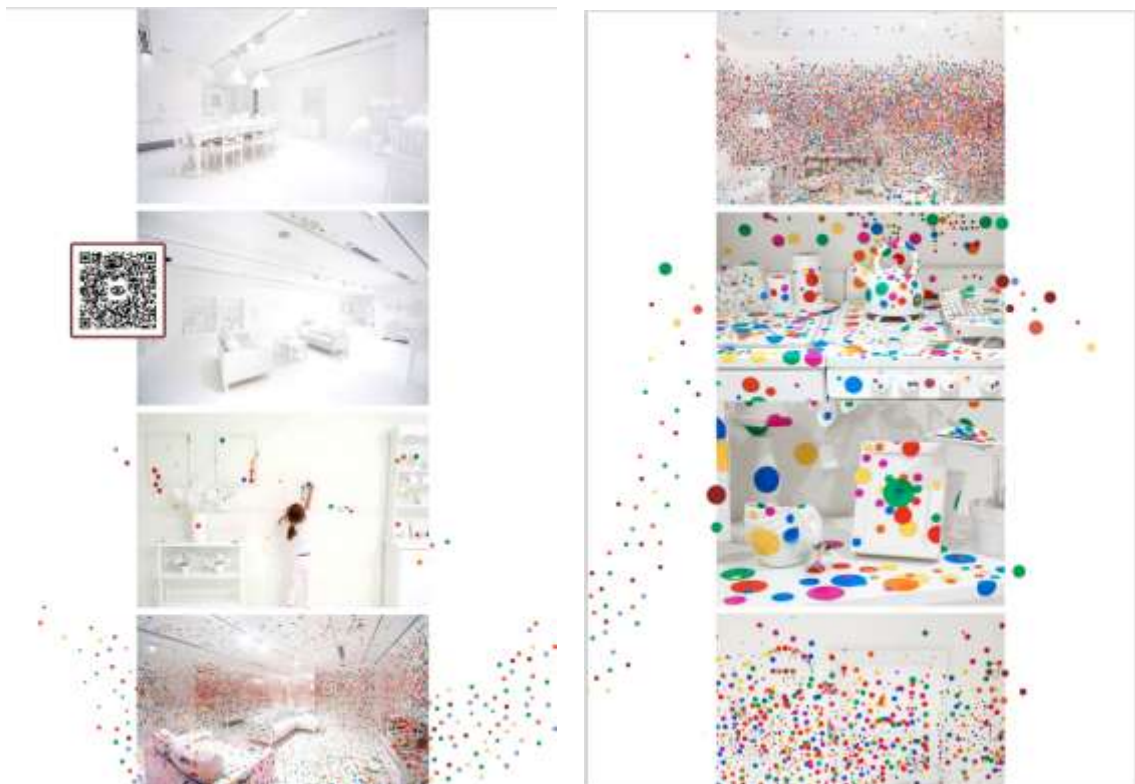
- результати розробки художньо-графічних матеріалів;
- дослідний матеріал.

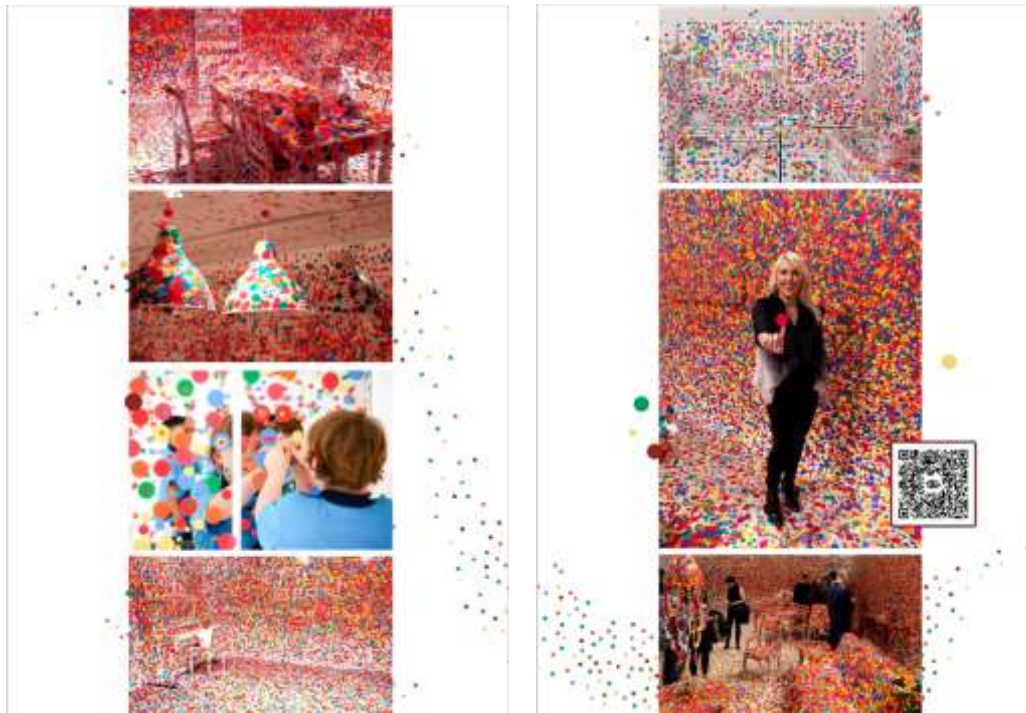
10. Порядок контролю та приймання: згідно з вимогами методики проектування та за домовленістю сторін.

Здобувач _____ (Новосад Т.А.)
Керівник кваліфікаційної роботи _____ (Салеханов К.В.)



Рисунок В.1. Обкладинка наукового видання «Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку»





2

Рисунок В.2. Форзаци монографії: 1 – перший форзац; 2 – другий форзац



Рисунок В.3. Перший шмуцтитул



Рисунок В.4. Другий шмуцтитул



Рисунок В.5. Третій шмуцтитул



Рисунок В.6. Четвертый шмуцтитул



Рисунок В.7. П'ятий шмуцтитул



Рисунок В.8. Шостий шмуктитул



1

2

Рисунок В.9. Пошукові варіанти обкладинки



Рисунок В.10. Особливості композиції задньої частини обкладинки



Рисунок В.11. Композиційне розміщення QR-кодів на форзацах



Рисунок В.12. Титульна сторінка видання

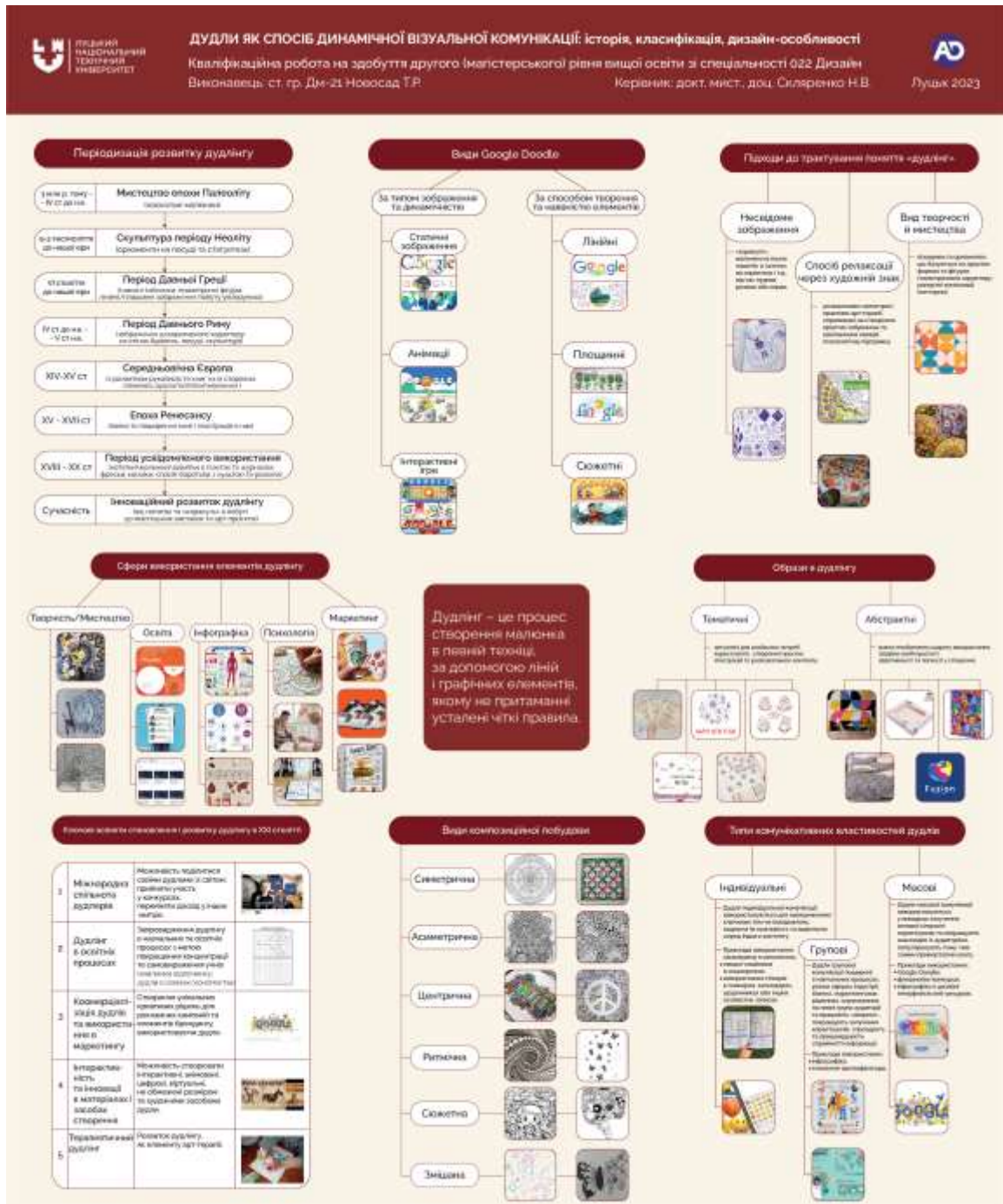


Рисунок В.15. Планшет демонстраційної графіки 1

ДИЗАЙН-РОЗРОБКА НАУКОВОГО ВИДАННЯ «ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ В ДИЗАЙНІ: ДИНАМІЧНІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»



Рисунок В.16. Планшет демонстраційної графіки 2

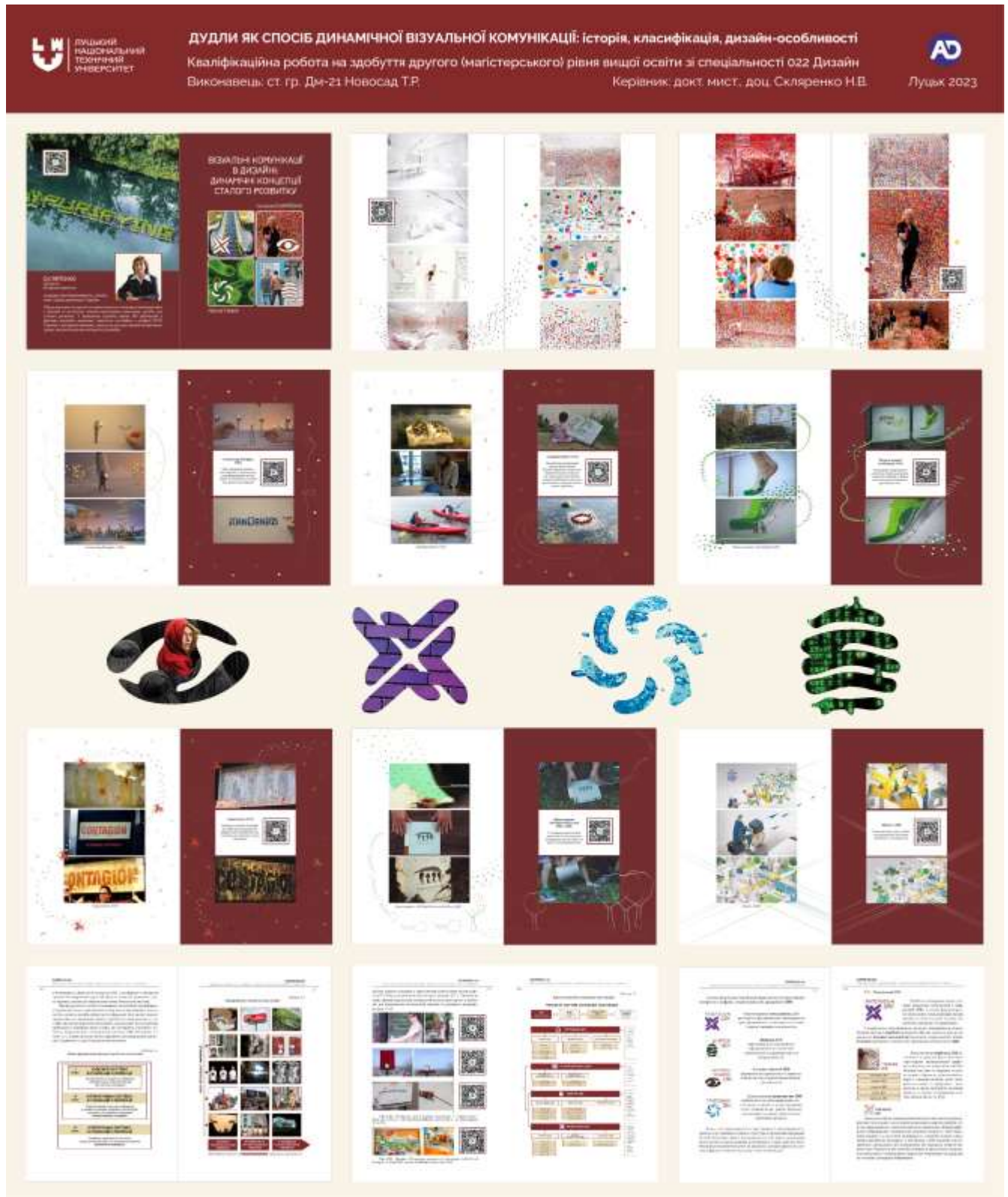


Рисунок В.17. Планшет демонстраційної графіки 3



Рисунок В.18. Планшет демонстраційної графіки (загальний вигляд)