

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ, МОДИ ТА СТИЛЮ

Навчально-методичний посібник з дисципліни
«Інноваційні практики графічного дизайну»
для здобувачів освітнього ступеня «магістр»
спеціальності В2 «Дизайн»

Галузь знань: В Культура, мистецтво та гуманітарні науки
усіх форм навчання ОПП Графічний дизайн
[Електронний ресурс]

Черкаси

2026

УДК

*Затверджено вченою радою ФГТ,
протокол № 6 від 12.02.2026 р.,
згідно з рішенням кафедри ГДМС,
протокол №10 від 12.01.2026 р.*

Упорядники: Касьян Т.К., заслужений художник України, к.пед.н., доцент кафедри ГДМС ЧДТУ; Борисов Ю.Б., к.і.н., доцент кафедри ГДМС ЧДТУ; Гладкова І.П. старший викладач кафедри ГДМС, Галицька О.В. старший викладач кафедри ГДМС.

Рецензент: Храмова-Баранова О.Л., завідувач кафедри ГДМС, д.і.н., професор кафедри ГДМС, ЧДТУ

Навчально-методичний посібник з дисципліни «Інноваційні практики графічного дизайну» для здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності «Дизайн» (освітня програма «Графічний дизайн») усіх форм навчання. [Електронний ресурс] / [упоряд. Т.К.Касьян, Ю.Б.Борисов, І.П.Гладкова, О.В.Галицька]; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2026 32 с.

Методичні рекомендації до лабораторних завдань передбачають підвищення рівня організації та якості вивчення дисципліни «Інноваційні практики графічного дизайну», що є важливим етапом перевірки знань та вмінь і оцінки підготовки фахівця спеціальності В2 «Дизайн» ОПП Графічний дизайн.

УДК

Навчальне електронне видання
комбінованого використання

Навчально-методичний посібник

з дисципліни «Інноваційні практики графічного дизайну» для здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності «ДИЗАЙН» галузь знань: культура, мистецтво та гуманітарні науки, усіх форм навчання ОПП Графічний дизайн.
[Електронний ресурс]

**Упорядники: Касьян Тетяна Костянтинівна;
Борисов Юрій Борисович; Гладкова Ірина Павлівна;
Галицька Олена Валеріївна**
В авторській редакції

ЗМІСТ

Вступ.....	5
1. Програма навчальної дисципліни.....	7
2. Основні терміни і поняття з дисципліни «Інноваційні практики графічного дизайну» за ОП «Графічний дизайн».....	8
2.1. Таблиця термінів з прикладами застосування.....	18
2.2. Таблиця термінів із реальними кейсами застосування.....	21
3. Особливості розробки і проведення лабораторних завдань з дисципліни «Інноваційні практики графічного дизайну» за ОП «Графічний дизайн».....	24
4. Захист авторського права.....	25
5. Оцінювання якості знань студентів.....	27
Рекомендована література.....	28
Додатки.....	29

ВСТУП

Метою викладання навчальної дисципліни «Інноваційні практики графічного дизайну» полягає у формуванні у студентів художньо-проектного мислення в галузі інноваційних практик графічного дизайну, розвитку власного творчого потенціалу, а також, більш глибокого осмислювання ролі інноваційних практик в контексті сучасних соціокультурних і технологічних змін.

Основним завданням вивчення дисципліни є: формування вмінь застосовувати знання про сучасні художні рухи для створення власних проектів та розвиток здатності до інтерпретації сучасного мистецтва, роботи з новими техніками, а також комбінування традиційних та новітніх методів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні **знати:**

- концептуальне проектування об'єктів дизайну з урахуванням функціональних, технічних, технологічних, екологічних та естетичних вимог графічного дизайну;
- проведення проектного аналізу усіх впливових чинників і складових проектування та формування авторської концепції проекту;
- як забезпечити захист інтелектуальної власності на твори образотворчого мистецтва та дизайну;
- застосовування практиці дизайну виражальні художньо-пластичні можливості різних видів матеріалів, інноваційних методів і технологій.
- як вести ефективну економічну діяльність у сфері дизайну.
- як створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).

Результати навчання полягають у наступному:

- Розробляти, формувати та контролювати основні етапи виконання проекту.
- Здійснювати перед-проектний аналіз із урахуванням усіх вагомих чинників, що впливають на об'єкт проектування; формулювати авторську концепцію проекту.
- Представляти концептуальне вирішення об'єктів дизайну засобами новітніх технологій, застосовувати прийоми графічної подачі при розв'язанні художньо-проектних завдань (за спеціалізацією Графічний дизайн).
- Застосовувати широкий спектр інструментарію комп'ютерних програм для створення віртуального простору, інтерактивних видань, використовувати WEB-технології, технології створення анімації як допоміжного засобу для вирішення дизайнерських задач.
- Формувати дизайн-маркетингову стратегію позиціонування та просування продуктів дизайну (товарів і послуг) на внутрішньому та глобальному ринках.

Забезпечення навчально-методичним матеріалом.

Навчальний матеріал, який містить у собі дисципліна, ґрунтується на численних літературних джерелах, архівно-історичних документах тощо. Лабораторний матеріал супроводжується демонстрацією програм, проспектів, каталогів, фото зображень тощо.

Послідовність викладення матеріалу.

Послідовність викладення матеріалу зумовлена необхідністю ознайомлення студентів насамперед з термінологією та набуття творчих навичок студентами з інноваційних практик графічного дизайну. Протягом вивчення навчального курсу «Інноваційні практики графічного дизайну» студент навчається абстрактно мислити, розвивається творча уява і отримує навички виконувати живописні композиції на професійному рівні, використовувати прийоми і закони композиції у творчих завданнях.

Навчання і якісна підготовка майбутніх дизайнерів-графіків значною мірою залежить від глибини опанування знаннями та навичками побудови форми, творення образу та опанування інноваційними практиками. В загальній системі підготовки спеціалістів високої кваліфікації з графічного дизайну, навчальний курс «Інноваційні практики графічного дизайну» є важливим, як один із засобів придбання студентами широких професійних навичок, що сприяє зростанню креативного мислення та розширенню мистецьких знань.

Навчальна дисципліна «Інноваційні практики графічного дизайну» за структурно-логічною схемою підготовки студентів вищеназваного напрямку продовжує формування комплексу знань студентів, поглиблюючи основні положення, що були викладені в основних предметах спеціалізації «Дизайн».

Взаємодія курсу «Інноваційні практики графічного дизайну» з іншими дисциплінами.

Навчальний курс «Інноваційні практики графічного дизайну» спирається на дисципліну «Концептуальне проектування в графічному дизайні», а також впливає на дисципліну «Інформаційний дизайн».

1. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.

Змістовий модуль №1

МОНОТИПІЯ

Тема 1. У техніці «монотипія» створити ескіз

Зміст теми: Створення унікального відбитка з гладкої поверхні, який не має точних повторень, для майбутнього дизайнерського твору. Поетапне виконання.

Змістовий модуль №2

УПАКОВКА ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БРЕНДУ

Тема 2 Застосувати елементи монотипії у створенні макапу упаковки для українського виробника (наприкл.: Золотоніська парфумерно-косметична фабрика «Злата», Квітковий бутик...)

Зміст теми: Візуалізувати дизайнерський об'єкт упаковки, що демонструє його структуру, композицію та принципи розміщення елементів до етапу остаточної реалізації, з метою перевірки пропорцій, ієрархії інформації, типографіки, кольорових рішень і загальної візуальної логіки.

Тема 3 Виконання макапу в матеріалі

Зміст теми: Макет може бути статичним або інтерактивним, виконаним у паперовій чи цифровій формі, який слугуватиме інструментом комунікації між дизайнером, замовником та виробничими спеціалістами.

2. ОСНОВНІ ТЕРМІНИ І ПОНЯТТЯ З ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНІ ПРАКТИКИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ» ЗА ОП «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН»

Монотипія

Монотипія – це різновид друкованої графіки, художня техніка створення зображення шляхом одноразового відбитка з гладкої поверхні (скла, металу, пластику, акрилу, дзеркала тощо) на папір або інший носій.

На відміну від більшості друкарських технік, монотипія не передбачає тиражування: кожен відбиток є унікальним і неповторним. Саме ця властивість зближує монотипію з живописом і експериментальними практиками сучасного мистецтва. Монотипія є технікою, що поєднує друк, живопис і спонтанність художнього жесту, надаючи широкі можливості для творчого дослідження. Монотипія цінується за спонтанність, експериментальність і неможливість точного повторення, що робить її актуальною як у навчальному процесі, так і в сучасному мистецькому та дизайнерському контексті.

Основні характеристики монотипії

- **Унікальність результату** — неможливість створення ідентичних копій.
- **Поєднання живописного і графічного підходів** — використання плям, ліній, фактур.
- **Процесуальність** — важливу роль відіграє випадковість і неконтрольовані ефекти.
- **Експериментальність** — техніка допускає вільне трактування матеріалів і способів нанесення фарби.

Технічними особливостями є:

- нанесення фарби безпосередньо на друкарську поверхню з подальшим притисканням паперу;
- або перенесення зображення з поверхні на папір після малювання зворотним способом.

Використовуються гуаш, акрил, олійні фарби, типографські фарби, а також комбіновані матеріали.

Монотипія широко застосовується:

- у станковій графіці та сучасному мистецтві;
- у навчальних практиках для розвитку композиційного мислення;
- у графічному дизайні як джерело унікальних текстур, фонових рішень, патернів;
- у міждисциплінарних та експериментальних проєктах.

Види монотипії – це різновиди графічної техніки унікального відбитка, що відрізняються способом нанесення фарби, характером друкарської основи та художнім результатом. Усі види монотипії об'єднує принцип створення одного неповторного відбитка.

1. Класична (живописна) монотипія

Фарба наноситься безпосередньо на гладку поверхню (скло, метал, пластик), після чого здійснюється притиск паперу. Зображення має м'який,

живописний характер, з плавними переходами тону та кольору. Часто використовується у станковій графіці.

2. Лінійна монотипія

Малюнок створюється шляхом проведення ліній на зворотному боці паперу, покладеного на пофарбовану поверхню. Відбиток вирізняється графічністю, чіткістю контурів і лаконізмом форми.

3. Негативна монотипія

Зображення формується не додаванням фарби, а її зняттям з основи (ганчіркою, пензлем, паличкою). У результаті виникають світлі форми на темному тлі, з виразним тональним контрастом.

4. Позитивна монотипія

Фарба наноситься лише на ті ділянки, які мають бути надруковані. Такий спосіб дає більш контрольований і структурований результат, близький до малюнка.

5. Кольорова монотипія

Виконується з використанням кількох кольорів фарби одночасно. Може поєднувати живописні та графічні елементи, створювати складні колористичні ефекти.

6. Шарова монотипія

Зображення формується шляхом послідовного нанесення кількох шарів фарби та багаторазового друкування. Хоча кожен відбиток залишається унікальним, техніка дозволяє досягати складної фактури та глибини.

7. Монотипія з фактурами

Перед друком у фарбу вводяться різні матеріали або предмети (тканина, листя, нитки, папір), які залишають фактурний слід. Цей різновид часто використовується в експериментальних і міждисциплінарних практиках.

8. Комбінована монотипія

Поєднання монотипії з іншими графічними чи живописними техніками: малюнком, колажем, аквареллю, пастеллю. Дає широкі можливості для авторської інтерпретації.

Інноваційні підходи в дизайні

Інноваційна практика – комплекс методів, технік і технологій, спрямованих на створення нових або значно вдосконалених графічних рішень. Включає експериментальні підходи, інтеграцію цифрових інструментів, міждисциплінарність та нові формати взаємодії з аудиторією.

Інноваційний процес – системний підхід до розробки дизайн-продукту, який охоплює пошук ідей, їх реалізацію, тестування, інтеграцію нових технологій і подальшу адаптацію до потреб ринку або користувача.

Дизайн-мислення – методологія розв'язання проблем, що базується на глибокому розумінні потреб користувача. Включає етапи емпатії, формулювання завдання, генерування ідей, прототипування та тестування.

Креативні індустрії – сукупність сфер діяльності, спрямованих на виробництво інтелектуальної, художньої та культурної продукції, яка має економічну цінність та інноваційний потенціал.

Цифрові технології та нові медіа

Цифровий дизайн – галузь графічного дизайну, що охоплює створення візуальних рішень із використанням цифрових інструментів, програмного забезпечення та інтерактивних платформ. Включає статичну та динамічну графіку, інтерфейси, мультимедіа.

Інтерактивність – властивість візуального продукту змінюватися або реагувати на дії користувача чи зовнішні фактори. Виявляється у вебдизайні, мобільних застосунках, інтерактивних інсталяціях.

Мультимедійний контент – комплексний інформаційний продукт, у якому поєднано графіку, текст, відео, звук, анімацію. Використовується для створення більш глибоких і багаторівневих комунікацій.

UX (User Experience) дизайн – проектування користувацького досвіду, що включає аналіз поведінки, потреб і цілей користувача для створення зручних, логічних та ефективних систем взаємодії.

UI (User Interface) дизайн – проектування візуального вигляду інтерфейсу: композиції, стилю, типографіки, іконографії та графічних елементів, які забезпечують зручність і швидкість сприйняття.

Кросплатформеність – здатність графічного продукту зберігати функціональні та естетичні характеристики у різних середовищах (смартфон, планшет, ПК, VR-платформи тощо).

Нові формати графічного вираження

Motion design (динамічна графіка) – напрям графічного дизайну, що поєднує статичні зображення з рухом, перетворюючи композицію у часову послідовність. Використовується в рекламі, заставках, відеокліпах, інтерфейсах.

Генеративний дизайн – метод створення візуальних рішень за участю алгоритмів, що автоматично генерують форми на основі правил, даних або випадковості. Часто передбачає застосування штучного інтелекту.

Параметричний дизайн – проектування, засноване на змінних параметрах, що визначають структуру та форму об'єкта. Дозволяє створювати складні системи з високим рівнем варіативності.

VR-графіка (Virtual Reality) – візуальні рішення, що створюють повністю штучний тривимірний простір, у якому користувач може взаємодіяти з об'єктами у реальному часі.

AR-графіка (Augmented Reality) – графіка, що накладається на реальний простір через камеру або спеціальні пристрої, розширюючи або доповнюючи фізичну реальність.

Імерсивний дизайн – створення візуального середовища, яке забезпечує ефект занурення та формує повноцінний досвід взаємодії у просторі.

Технології штучного інтелекту в дизайні

AI-дизайн – сфера застосування засобів штучного інтелекту для аналізу даних, генерації зображень, автоматизації процесів проектування та створення нових форм графічної комунікації.

Машинне навчання – метод, що дозволяє системам автоматично вдосконалювати результати на основі аналізу даних без програмування чітких правил.

Нейромережі – алгоритмічні моделі, здатні розпізнавати та генерувати візуальні структури, тексти, композиції за принципом наслідування людського мислення.

Алгоритмічна графіка – візуальні рішення, створені за допомогою математичних алгоритмів, коду або програмних скриптів. Включає генеративні та параметричні методи.

Етичний, екологічний та соціальний виміри

Сталий дизайн – підхід, орієнтований на створення продуктів з урахуванням довговічності, екологічних впливів, економії ресурсів та відповідального ставлення до довкілля.

Етичний дизайн – проектування, що враховує моральні та соціальні наслідки візуальних комунікацій, включно з чесністю, інклюзивністю, недискримінаційністю та прозорістю.

Екологічна візуальна комунікація – графічні рішення, спрямовані на інформування та підвищення екологічної свідомості, формування відповідальної поведінки та популяризацію екологічних практик.

Соціально ангажований дизайн – проекти, орієнтовані на соціальні проблеми та спрямовані на формування громадської думки, підтримку реформ та ініціювання суспільних змін.

Постмедіальні та гібридні практики

Інтермедійність – поєднання різних видів медіа (аналогових, цифрових, звукових, текстових) у межах одного проекту з метою створення складних комунікаційних систем.

Гібридні медіапрактики – використання технологій і методів різних медіа в єдиній творчій системі, що розширює межі традиційного графічного дизайну.

Постмедіальний підхід – діяльність у контексті, де значення носія відходить на другий план, а ключовим стає зміст, ідея або взаємодія з аудиторією, незалежно від медіума.

Процесуальний дизайн – підхід, у якому важливою є не лише кінцева форма продукту, а й сам процес створення – його етапи, методи та трансформації.

Проектні процеси і методологія

Бриф – офіційний документ, що містить основні вимоги, цілі, функції, аудиторію та технічні параметри проекту. Формує рамки для подальшого проектування.

Прототипування – створення попередніх моделей або макетів, які дозволяють перевірити концепцію, функціональність та візуальну логіку рішень.

Ітеративний дизайн – метод розробки, що передбачає циклічне тестування та вдосконалення продукту на основі отриманих результатів.

Артдирекшн – творче та концептуальне керівництво проектом, що визначає загальний стиль, настрій, композиційну логіку та візуальну ідентичність.

Дизайн-стратегія – комплексне планування принципів, візуальної системи, цілей і засобів комунікації, що визначають розвиток бренду, кампанії або продукту.

Візуальні комунікації

Ідентика (brand identity) – це цілісна система візуальних, вербальних і сенсових елементів, за допомогою яких бренд формує власний образ, відрізняється від конкурентів і виступає впізнаваним у комунікаціях. Вона охоплює графічні складові (логотип, колірна палітра, типографіка, графічні модулі, стиль ілюстрацій, патерни), тональність комунікацій, правила використання візуальної мови та загальну концепцію представлення бренду в різних медіа.

Функція ідентики полягає у створенні стабільного та послідовного сприйняття бренду, що допомагає формувати довіру, емоційний зв'язок з аудиторією та чітку асоціативну систему.

Ключові компоненти ідентики:

Логотип – головний графічний символ бренду.

Колірна система – підбирається відповідно до цінностей і характеру бренду.

Типографіка – гарнітури, стилі та їхні правила використання.

Візуальні модулі – патерни, ілюстрації, піктограми, фотографічний стиль.

Тональність комунікацій – мовна та емоційна манера.

Гайдлайн/brandbook – документ, що регламентує використання всіх елементів.

Приклади з реальних кейсів

Airbnb – Rebrand 2014 (Wolff Olins)

– Створено символ *Bélo* – універсальний знак приналежності та гостинності.

– Візуальна система побудована на м'яких формах, теплих кольорах та модульності, що легко адаптується для вебу й мобільних застосунків.

– Ідентика стала основою для масштабної глобальної комунікаційної платформи.

Uber – Rebrand 2018 (Wolff Olins)

– В основу покладена концепція «простоти та універсальності».

– Чорно-біла система, строга типографіка й мінімалістичний підхід дозволили бренду виглядати технологічно та глобально.

– Ідентика легко масштабується для безлічі цифрових інтерфейсів.

Київстар – оновлення айдентики 2023

– Оновлено логотип, розширено колірну палітру, впроваджено динамічні графічні модулі на основі зірки.

– Нова система дозволила адаптувати бренд до мультимедійних платформ і покращити впізнаваність у цифровому середовищі.

Spotify – уніфікація айдентики (Collins)

– Застосовано яскраву кольорову систему та характерні градієнтні переходи.

– Візуальні рішення спрямовані на комунікацію енергії музики й персоналізованого досвіду.

– Графічні елементи легко масштабується під плейлісти, подкасти та маркетингові кампанії.

Тайпдизайн – це галузь графічного дизайну, що займається створенням, розробленням і вдосконаленням шрифтів як цілісних систем графічних знаків. Він охоплює процес формування візуальної логіки абетки, проектування окремих гліфів, визначення пропорцій, кернінгу, інтерліньяжу, побудови альтернативних знаків, а також оптимізації шрифту для різних цифрових і друкованих середовищ.

Тайпдизайн поєднує художні принципи (естетика, характер, пластика форми) та інженерно-технологічні аспекти (читабельність, рендеринг, стандарти OpenType, варіативність шрифтів).

Основні складові тайпдизайну:

Концепція шрифту: стиль, емоційний характер, жанрова належність (гротеск, антиква, дислейр, рукописний тощо).

Побудова гліфів: форма знаків, модульність, ритм, товщина штрихів, оптичні компенсації.

Шрифтові набори: базова латиниця/кирилиця, розширені набори, спеціальні символи, лігатури.

Технічні параметри: кернінг, метрики, хінтинг, варіативні параметри (weight, width, slant).

Тестування й оптимізація: адаптація для вебу, мобільних екранних DPI, друкованих носіїв.

Приклади застосування

- Розроблення фірмового шрифту для бренду.
- Створення акцидентного шрифту для рекламної кампанії.
- Оптимізація шрифту для читання на малих екранах.
- Розробка варіативного шрифту для динамічної айдентики.

Приклади з реальних кейсів

1. Google – шрифт Google Sans (2018)

- Створений для уніфікації всієї айдентики Google.
- Оптимізований для цифрових інтерфейсів, має чітку геометричну основу та відкриті форми для кращої читабельності.
- Використовується у всіх продуктах Google та в рекламних кампаніях.

2. Apple – San Francisco (2015, in-house)

- Спеціально розроблений системний шрифт для екосистеми Apple.
- Має варіанти для малих екранів (*SF Compact*) та великих (*SF Pro*).
- Став одним з найяскравіших прикладів типографічної системності в UX/UI.

3. Airbnb – Cereal (2018, Dalton Maag)

- Універсальний фірмовий шрифт бренду з акцентом на дружній і сучасній пластиці.
- Має розширені набори для багатомовної підтримки.
- Формує характерний вигляд брендівих інтерфейсів та комунікацій.

4. «Нова пошта» – оновлення шрифтової системи (Banda, 2022)

- Створено власний геометричний гротеск NP Sans, адаптований до української кирилиці.
- Шрифт став основою сучасної та впізнаваної візуальної мови бренду.

- Забезпечує чіткість на digital-носіях та в навігації офлайн-відділень.

Інфографіка – це спосіб подання даних, процесів або складної інформації у візуальній формі з метою полегшення сприйняття, порівняння та аналітичного осмислення. Вона поєднує графічні елементи (пиктограми, діаграми, схеми, карти, візуальні метафори) з текстовими поясненнями, утворюючи структуру, у якій інформація подається логічно, лаконічно та зрозуміло.

Основна мета інфографіки – зробити складні дані доступними та інтуїтивно читабельними для широкої аудиторії, незалежно від рівня підготовки.

Ключові характеристики інфографіки

- *Структурованість*: чітка ієрархія, логічні блоки, акценти.
- *Візуальна економія*: мінімум зайвих деталей, пріоритет ключових даних.
- *Аналітичність*: візуалізація взаємозв'язків, динаміки, пропорцій.
- *Узгоджена типографіка*: виразні заголовки, оптимальний розмір тексту, зрозумілі підписи.
- *Уніфіковані пиктограми та модулі*: повторюваність візуальної мови.
- *Адаптивність*: можливість використання у друці, вебі, мобільних інтерфейсах, презентаціях.

Типи інфографіки

- *Статистична* (діаграми, гістограми, порівняння).
- *Процесна* (алгоритми, блок-схеми, roadmap).
- *Хронологічна* (таймлайни подій або етапів).
- *Пояснювальна* (візуальні інструкції, схеми конструкцій).
- *Географічна* (карти, heat maps).
- *Комбінована* (поєднання кількох типів у єдиній структурі).

Приклади застосування

- Навчальні матеріали, візуальні лекції, науково-популярні статті.
- Комунікаційні матеріали організацій, звітність, аналітика.
- Соціальні кампанії, популяризація важливої інформації (безпека, екологія).
- Маркетинг, продуктова аналітика, UX-дизайн.
- Офортлення постів у соцмережах, редакційні матеріали.

Реальні кейси інфографіки

1. The New York Times – візуалізація COVID-19 (2020–2022)

- Створено інтерактивні карти поширення, динаміку захворюваності та прогнозні моделі.
- Використано анімовані графіки, порівняння та зрозумілу кольорову систему.
- Проєкт став еталоном медійної інфографіки.

2. National Geographic – науково-популярні інфографіки

- Журнал формує цілі розвороти, присвячені природним явищам, екології, археології.
- Використовується комбінована інфографіка: карти + схеми + фотоінтеграція.

– Відомі проекти: міграція тварин, геологічні процеси, структура космічних об'єктів.

3. «Українська правда» / «Тексти» – дата-візуалізація виборів та воєнних подій

– Інтерактивні мапи захоплення територій, хронології подій, статистика.

– Застосовується стилістика мінімалістичної аналітики та відкриті дані.

– Проекти неодноразово відзначалися міжнародними нагородами Data Journalism Awards.

4. Міністерство цифрової трансформації – проєкт «Дія»

– Стандартизовані інформаційні блоки та інструктивні міні-інфографіки у застосунку.

– Прості піктограми, чітка типографіка, кольорові акценти для статусів.

– Інфографічні підходи у поєднанні з UX-патернами.

Візуальний нарратив – це спосіб передавання змісту, історії або ідей через послідовність зображень, графічних елементів, композиційних рішень та візуальних акцентів. Він базується на принципах сторітелінгу, але реалізується переважно невербальними засобами – через форму, колір, ритм, символіку, сюжетну динаміку, кадрування та взаємодію образів у просторі.

Візуальний нарратив може бути лінійним (із чіткою послідовністю кадрів), нелінійним (багатошаровим, інтерактивним), фрагментарним або асоціативним, але завжди спрямований на формування смислової дії та емоційного відгуку.

Ключові характеристики візуального нарративу

– *Послідовність*: кадри або візуальні блоки вибудовують логіку розвитку подій.

– *Композиція*: взаєморозташування об'єктів формує смислові зв'язки.

– *Символіка*: форми, кольори та образи створюють додатковий рівень значень.

– *Пластика руху*: відчуття динаміки через лінії, ритм, повтори, напрямки.

– *Емоційність*: передавання атмосфери, настрою, напруги або контрастів.

– *Узгодженість стилю*: єдина візуальна мова на всіх етапах оповіді.

Форми реалізації візуального нарративу

– Ілюстративні серії, комікси, графічні новели.

– Інформаційно-графічні історії у медіа.

– Візуальні концепції брендів та рекламні кампанії.

– Мультимедійні презентації, motion-дизайн.

– Інтерактивні вебсторітелінги.

– Музейні та виставкові інсталяції.

Приклади застосування

– Побудова сюжетної лінії у брендингу.

– Передавання складних понять через метафоричні образи.

- Створення наративних анімацій у проморолику.
- Візуалізація соціальних історій у журналістиці.
- Освітні мультимедійні проєкти.

Реальні кейси візуального наративу

1. *The Guardian* – інтерактивна історія «Firestorm» (2013)

- Вебсторітелінг про масштабні пожежі в Австралії.
- Поєднано відео, фото, графіку, типографіку та текстові фрагменти.
- Користувач проживає історію, рухаючись крізь інтерактивні епізоди.

2. *Apple* – рекламні ролики «Shot on iPhone»

- Візуальний наратив будується на реальних історіях людей.
- Використовується послідовність кадрів, що створює атмосферу та емоційне залучення.

- Мова мінімальна – основний зміст передають образи.

3. *Nike* - кампанія «Dream Crazy» (Wieden+Kennedy)

- Наратив розкривається через серію емоційних візуальних фрагментів про спортсменів.

- Акцент на драматургії: конфлікт → подолання → перемога.

- Кадри вибудовані за принципами кіномови, що формує сильну емоційну дію.

4. *Музей Голодомору* – мультимедійна експозиція «Знати, щоб жити»

- Використано світло, звук, фотографії, інфографіку та відеофрагменти.

- Формується складний багаторівневий наратив, який поєднує історичний матеріал та особисті історії.

- Інтерактивні зони дозволяють відвідувачам взаємодіяти з окремими сюжетами.

5. *Project «Snowfall»* – *The New York Times* (2012)

- Один із перших знакових мультимедійних сторітелінгів.
- Деталізовані графічні сцени, 3D-моделі, відео, картографія.
- Візуальний наратив підсилює драматичність історії про лавину.

Семіотика дизайну – це напрям дослідження та практики у графічному дизайні, що вивчає, як знаки, символи та візуальні коди формують значення, інтерпретуються аудиторією та впливають на комунікацію. Вона базується на семіотиці як теорії знакових систем (Ч. Пірс, Ф. де Соссюр, Р. Барт) і аналізує, як будь-який елемент дизайну – форма, колір, композиція, шрифт, піктограма, зображення – виконує роль знака та створює смислові зв'язки.

Семіотика дизайну розглядає не лише *що* бачить користувач, але й *як* він це інтерпретує, які культурні, контекстуальні чи емоційні значення включаються при сприйнятті.

Основні поняття в семіотиці дизайну

- *Знак* – одиниця інформації, що передає певне значення (піктограма, символ, колір тощо).

- *Значення (signified)* – поняття, яке асоціюється з знаком.

- *Позначник (signifier)* – фізична форма знака, видимий образ.

- *Ікона* – знак, що нагадує об'єкт (фотографія, ілюстрація предмета).

- *Індекс* – знак, що вказує на зв'язок (стрілка, слід, симптом).
- *Символ* – знак, значення якого формується культурною домовленістю (хрест, серце, логотип бренду).
- *Код* – система правил, за якими інтерпретуються знаки (культурний, соціальний, технічний).
- *Кодування та декодування* – процес створення дизайнером смислу та його зчитування користувачем.

Функції семіотики в дизайні

- Формування зрозумілих візуальних повідомлень.
- Створення культурно релевантних символів.
- Забезпечення однозначності навігації та інтерфейсів.
- Побудова емоційних та асоціативних образів бренду.
- Аналіз візуальної мови у комунікації, рекламі, UX/UI.

Приклади застосування

- Проектування піктограм, дорожніх знаків, інтерфейсної навігації.
- Розроблення логотипів і брендівих символів.
- Інтерпретація кольорів у різних культурах при створенні айдентики.
- Побудова рекламних метафор і візуальних алегорій.
- Створення іконографічних систем у цифрових продуктах.

Реальні кейси семіотики дизайну

1. Іконки Google Material Design

- Вся система побудована на чітких семіотичних принципах: іконки є *іконами* та частково *індексами*, з інтуїтивно зрозумілим значенням.
- Користувач зчитує функцію за формою, не потребує додаткових пояснень.

2. Логотип FedEx (Lindon Leader)

- У негативному просторі між літерами *E* та *x* закладена стрілка – індекс, що символізує рух і швидкість.
- Це семіотичний прийом прихованого значення, який підсилює брендівий образ.

3. Піктограми Олімпійських ігор (Токіо 1964, Мюнхен 1972, Токіо 2020)

- Кожен набір побудований на універсальних знакових системах: іконічних та символічних формах.
- Проекти стали світовими стандартами семіотики в інформаційному дизайні.

4. Система навігації метро у Лондоні (Harry Beck, 1931)

- Карта метро перетворена на абстрактну систему *символів*, де кольори та лінії відображають маршрути, а не географічні пропорції.
- Це приклад семіотичного переосмислення складної інформації.

5. Apple – дизайн UX-ікон у iOS

- Іконографія комбінує символічні та іконічні форми, що забезпечує інтуїтивність інтерфейсу без потреби в навчанні.
- Семіотичні коди (колір → статус, форма → функція) працюють на рівні універсальних асоціацій.

2.1. ТАБЛИЦЯ ТЕРМІНІВ З ПРИКЛАДАМИ ЗАСТОСУВАННЯ

1. Інноваційні підходи

Термін	Розширене визначення	Приклад застосування
Інноваційна практика	Метод або технологія, що радикально покращує або змінює спосіб створення графічних рішень.	Використання нейромереж у розробці варіантів айдентики для швидкого генеративного пошуку.
Дизайн-мислення	Методологія вирішення проблем через емпатію, прототипування та тестування.	Проведення інтерв'ю з аудиторією перед створенням мобільного застосунку для визначення ключових потреб користувачів.
Креативні індустрії	Сектор економіки, що ґрунтується на творчих ідейних продуктах.	Дизайн-проекти для культурних установ, фестивалів, цифрових платформ або рекламних агенцій.

2. Цифрові технології та середовища

Термін	Розширене визначення	Приклад застосування
Цифровий дизайн	Створення графіки та інтерфейсів із використанням цифрових технологій	Розробка веббанерів, адаптивних інтерфейсів, промосторінок
UX-дизайн	Проектування зручного досвіду користувача, аналіз потреб і поведінки	Створення прототипу мобільної програми з тестуванням сценаріїв навігації
UI-дизайн	Створення візуальної мови інтерфейсу	Розробка системи іконок, кнопок, сіток і стилів для вебплатформи
Інтерактивність	Реакція продукту на дії користувача	Промосторінка з ефектами прокручування, що змінюють композицію
Мультимедійний контент	Поєднання графіки, тексту, відео і звуку в єдиному продукті	Розробка мультимедійної презентації для бренду чи виставки

3. Нові формати графічного вираження

Термін	Розширене визначення	Приклад застосування
Motion design	Графіка, що включає рух, анімацію та часову композицію	Створення рекламної відеозаставки або анімованого логотипу
Генеративний дизайн	Формування зображень алгоритмами чи AI за заданими правилами	Генерація патернів для брендбука на основі даних про аудиторію
Параметричний дизайн	Проектування за змінними параметрами, що визначають форму	Автоматичне створення постерів серії, де параметр «звук» визначає композицію та колір
VR-графіка	Візуальні рішення у віртуальному середовищі	Створення VR-експозиції для музею або артпавільйону
AR-графіка	Графіка, що доповнює реальний простір	AR-фільтри для брендів у соцмережах, доповнені плакати

Імерсивний дизайн	Створення середовищ із ефектом занурення	Інтерактивна виставкова інсталяція з аудіовізуальними реакціями
-------------------	--	---

4. Штучний інтелект та алгоритмічні методи

Термін	Розширене визначення	Приклад застосування
AI-дизайн	Застосування штучного інтелекту у процесі створення графіки	Генерація варіантів постерів або референсів для moodboard
Машинне навчання	Технологія, що дозволяє системам удосконалюватися на основі даних	Використання ML для автоматичного сортування зображень за стилістикою
Нейромережі	Алгоритми, які імітують роботу мозку та створюють складні візуальні форми	Генерація ілюстрацій на основі текстових описів
Алгоритмічна графіка	Зображення, створені за допомогою математичних алгоритмів або коду	Програмований постер із динамічною композицією, що змінюється з часом

5. Етичні, екологічні та соціальні виміри

Термін	Розширене визначення	Приклад застосування
Сталий дизайн	Проектування з урахуванням екологічних і соціальних аспектів	Використання екологічних матеріалів у друці або екологічної тематики у комунікаціях
Етичний дизайн	Комунікації, що не порушують принципів чесності та інклюзивності	Розробка візуальних матеріалів із доступними кольорами та шрифтами
Екологічна візуальна комунікація	Візуальні рішення, спрямовані на підвищення екологічної свідомості	Інфографіка про переробку відходів
Соціально ангажований дизайн	Проекти, спрямовані на суспільні зміни	Плакати соціальної реклами щодо безпеки, прав людини, інклюзії

6. Гібридні та постмедіальні практики

Термін	Розширене визначення	Приклад застосування
Інтермедійність	Поєднання різних медіа в одному проєкті	Виставка, що об'єднує відео, друковану графіку та інтерактив.
Гібридні медіапрактики	Синтез цифрових і аналогових технік	Перемальовування цифрових генерацій вручну для створення гібридної серії постерів
Постмедіальний підхід	Відхід від жорсткої прив'язки до медіума	Проект, що існує одночасно як інсталяція, сайт і друкований каталог
Процесуальний дизайн	Орієнтація на процес створення, а не лише результат	Фіксація етапів творчого процесу як окремої частини проєкту (відео, схеми, графічні логи)

7. Проєктні методи та документація

Термін	Розширене визначення	Приклад застосування
---------------	-----------------------------	-----------------------------

Бриф	Документ із вимогами, цілями та критеріями проєкту	Підготовка технічного завдання для створення айдентики бренду
Прототипування	Розробка модельних рішень для тестування концепцій	Створення інтерактивного прототипу мобільного застосунку у Figma
Ітеративний дизайн	Кілька циклів покращення продукту	Послідовне тестування UI з корекціями після кожного фідбеку
Артдирекшн	Керівництво творчою і візуальною частиною проєкту	Формування стилістичного напрямку рекламної кампанії
Дизайн-стратегія	Системне планування візуальної комунікації	Розробка довгострокової концепції айдентики для великого бренду

2.2. ТАБЛИЦЯ ТЕРМІНІВ ІЗ РЕАЛЬНИМИ КЕЙСАМИ ЗАСТОСУВАННЯ

1. Інноваційні підходи

Термін	Приклад професійного застосування	Реальний кейс
Інноваційна практика	Використання AI для генерування візуальних варіантів у брендингу	Coca-Cola (2023) – кампанія <i>Create Real Magic</i> , де візуальні матеріали створювалися за допомогою генеративного ШІ
Дизайн-мислення	Проектування інтерфейсів на основі глибинного аналізу потреб	Airbnb Rebrand – компанія сформувала новий підхід до користувацького досвіду, застосувавши дизайн-мислення у всіх етапах сервісу
Креативні індустрії	Комунікації для культурних подій, фестивалів, платформ	OFFF Festival Barcelona – постійні експериментальні графічні айдентики, створені міжнародними дизайнерами

2. Цифрові технології та середовища

Термін	Приклад професійного застосування	Реальний кейс
Цифровий дизайн	Адаптивні сайти та промосторінки	Apple.com – один із найстабільніших прикладів цифрового дизайну з високою увагою до UI/UX
UX-дизайн	Аналіз користувацьких сценаріїв	Spotify UX – персоналізовані рекомендації та інтерфейс, створений на основі постійного тестування.
UI-дизайн	Розробка інтерактивних елементів інтерфейсу	Google Material Design – стандартизована система UI, що стала індустріальним орієнтиром.
Інтерактивність	Реактивні візуальні ефекти на сайтах	The Space Museum Web VR – сайт з інтерактивним 3D-переміщенням по простору.
Мультимедійний контент	Поєднання графіки, анімації та відео	New York Times Digital Stories – мультимедійні довгі історії, де графіка і відео інтегровані в єдину наративну систему

3. Нові формати графічного вираження

Термін	Приклад професійного застосування	Реальний кейс
Motion design	Анімовані логотипи, титри, мемфізика брендів	Netflix Identity Animation – характерна анімація intro як частина бренд-образу
Генеративний дизайн	Зображення, створені алгоритмами	MIT Media Lab Rebrand (Pentagram) – айдентика, де логотип генерується алгоритмічно під кожного підрозділа

Параметричний дизайн	Візуальні системи, побудовані за змінними параметрами	Nike Generative Posters – постери, створені на основі параметрів руху спортсменів
VR-графіка	Створення віртуальних виставок	The British Museum VR Tour – повноцінний VR-нарратив із графічними елементами та інфографікою
AR-графіка	Збагачення реального середовища візуальним шаром	IKEA Place App – розміщення меблів у реальному просторі через AR
Імерсивний дизайн	Створення системи повного занурення	TeamLab Borderless (Tokio) – інтерактивні мультимедійні простори, що реагують на рух глядача

4. Штучний інтелект та алгоритмічні методи

Термін	Приклад професійного застосування	Реальний кейс
AI-дизайн	Генерація референсів, композицій, основних візуальних рішень	Warner Music x AI – створення візуалів до музичних релізів за допомогою генеративних моделей
Машинне навчання	Автоматичний аналіз великих наборів даних зображень	Google Photos – групування зображень за візуальними характеристиками
Нейромережі	Генерація ілюстрацій і текстур	DALL·E, Midjourney – інструменти, активно застосовувані дизайнерами у процесі пошуку образів
Алгоритмічна графіка	Візуальні системи, створені кодом	Processing Community – численні артпроекти, де графіка створюється за допомогою програмування

5. Етичні, екологічні та соціально орієнтовані практики

Термін	Приклад професійного застосування	Реальний кейс
Сталий дизайн	Візуальні системи з мінімальним екологічним слідом	Fifty Feedback Posters – друкована серія з використанням екопаперу та природних фарб
Етичний дизайн	Недискримінаційні, доступні комунікації	Microsoft Inclusive Design Toolkit – стандарти, спрямовані на інклюзію та доступність для всіх користувачів
Екологічна комунікація	Візуальна підтримка екотем	Greenpeace Visual Campaigns – постери, інфографіка, соціальні повідомлення щодо захисту природи
Соціально ангажований дизайн	Проекти, що реагують на суспільні проблеми	Poster for Tomorrow – міжнародна платформа, де дизайнери створюють роботи на соціально важливі теми

6. Гібридні та постмедіальні практики

Термін	Приклад професійного застосування	Реальний кейс
Інтермедійність	Проекти, що поєднують відео, графіку та інтерактив	Refik Anadol Projects – цифрові артінсталяції, що поєднують дані, анімацію і просторові медіа

Гібридні медіапрактики	Поєднання аналогової та цифрової графіки	Stefan Sagmeister x Jessica Walsh – гібридні плакати з ручною роботою та цифровими ефектами
Постмедіальний підхід	Проекти, не прив'язані до одного носія	Biennale di Venezia (візуальні комунікації) – поєднання друкованих, цифрових і просторових рішень
Процесуальний дизайн	Акти створення стають частиною фінального продукту	IDEO Lab Projects – документування процесу як ключової частини дизайн-рішення

7. Проектні методи та документація

Термін	Приклад професійного застосування	Реальний кейс
Бриф	Систематизація вимог перед початком проекту	Pentagram Projects – студія працює на основі детальних брифів з аналізом контексту
Прототипування	Тестові моделі для перевірки ідей	Figma Community – велика кількість прототипів інтерфейсів, створених дизайнерами для публічних проектів
Ітеративний дизайн	Багатоетапне тестування та вдосконалення	Instagram UI Evolution – інтерфейс змінювався десятки разів через UX-тестування
Артдирекшн	Концептуальне керівництво візуальною частиною	Apple Creative Direction – послідовна система візуального мінімалізму у всіх рекламних матеріалах
Дизайн-стратегія	Планування візуальної ідентичності як довгострокової системи	City of Melbourne Rebrand – складна структура айдентики, побудована як масштабована стратегія комунікацій

3. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ І ПРОВЕДЕННЯ ЛАБОРАТОРНИХ ЗАВДАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНІ ПРАКТИКИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ» ЗА ОП «ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН».

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ №1 УПАКОВКА ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БРЕНДУ

Тема 1. У техніці «монотипія» створити ескіз.

Зміст теми:

На форматі А3 створити унікальний відбиток з гладкої поверхні, який не має точних повторень (монотипія) для майбутнього дизайнерського твору.

Змістовий модуль №2

Тема 2. Застосувати елементи монотипії у створенні макапу упаковки для українського виробника (наприкл.: Золотоніська парфумерно-косметична фабрика «Злата», Квітковий бутик...).

Зміст теми:

Візуалізувати дизайнерський об'єкт упаковки, що демонструє його структуру, композицію та принципи розміщення елементів до етапу остаточної реалізації, з метою перевірки пропорцій, ієрархії інформації, типографіки, кольорових рішень і загальної візуальної логіки.

Тема 3. Виконання макапу в матеріалі.

Зміст теми:

Макет може бути статичним або інтерактивним, виконаним у паперовій чи цифровій формі, який слугуватиме інструментом комунікації між дизайнером, замовником та виробничими спеціалістами.

4. ЗАХИСТ АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Авторське право належить до прав, захист яких гарантується Конституцією України і Законом України «Про авторське право і суміжні права». Об'єкти захисту відповідно до Закону можна умовно розподілити на дві основні групи: твори науки та твори мистецтва, з обов'язковою умовою, що вони мають бути виражені в об'єктивній формі, безпосередньо пов'язаній з можливістю його відтворення.

Для виникнення і здійснення авторського права не вимагається реєстрація, або дотримання якої небусть іншої формальності. Достатньо проставити на об'єкті знак охорони авторського права, що складається з трьох елементів: латинської літери «с» в колі ©, імені власника авторського права і року створення об'єкта.

Основна мета нанесення знаку – інформувати третіх осіб, що цей об'єкт охороняється і це спрощує процес доведення провини порушника, якщо подібне стається.

Аналогічне значення має також державна реєстрація прав автора на об'єкт, яка здійснюється лише за бажанням правовласника, факт реєстрації може бути корисним у разі розв'язання спору про авторство на об'єкт, або незаконне його використання.

Законне використання об'єкта іншими особами (користувачами) здійснюється на підставі авторського договору. Договірна форма забезпечує реалізацію і охорону як особистих, так і майнових прав автора. В цьому випадку автор, або інший власник авторських прав, передає за авторським договором виняткове право використовувати об'єкт з зазначенням засобу, терміну та території на які передається право, розмір винагороди і порядок визначення розміру винагороди, а також інші умови, які сторони вважають істотними.

Умови авторського договору, що обмежують автора у створенні у майбутньому творів на певну тему, або в певній галузі – не дійсні.

Типові форми окремих авторських договорів не мають нормативного характеру і є для учасників майбутнього договору рекомендованими зразками.

Найпоширенішими договорами про використання об'єкта є Договір художнього замовлення та Договір на використання в промисловості творів декоративно-прикладного мистецтва.

Перший, з зазначених, визначає відносини, пов'язані зі створенням об'єкта образотворчого мистецтва з метою його публічного показу.

Предметом договору є різноманітні твори образотворчого мистецтва, які створюються автором на замовлення організації або приватних осіб і стають їх власністю.

Власники придбаних об'єктів вправі розпоряджатися ними на свій розсуд, дотримуючись законодавства про авторське право.

Другий договір – Договір на використання в промисловості творів декоративно-прикладного мистецтва призначений для врегулювання питань, що виникають у зв'язку з тиражуванням в промисловості оригінального об'єкта.

Договори укладаються за умов якщо автор є позаштатним художником

підприємства, в іншому випадку діє правило, що власником авторського права є роботодавець автора. В цьому випадку автор об'єкта має право тільки на зазначення його автором в договорі і на отримання винагороди, розмір якої є предметом обговорення з роботодавцем. Така ситуація трактується в законодавстві, як службовий твір. В цьому випадку автор отримує винагороду як за створення об'єкта, прийнятого для використання, так і за подальше його тиражування, залежно від обсягу використання.

Типові договори можна знайти на сайті «thedok.com.ua»

5. ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Поточний контроль успішності проводиться викладачем на поточних заняттях, безпосередньо в ході вивчення дисципліни з метою систематичної перевірки розуміння та засвоєння навчального матеріалу. Методи поточного контролю, що застосовуються при вивченні дисципліни «Інноваційні практики графічного дизайну»: практичний контроль (в ході виконання практичних робіт) та спостереження як метод контролю.

Підсумковий контроль успішності здійснюється шляхом проведення перегляду, під час якого на розгляд комісії виставляються виконані семестрові завдання. Оцінка навчальних досягнень студентів здійснюється за національною системою та ECTS.

Критерії оцінювання

Вид навчальної роботи	Кількість балів <i>максимум</i>
Змістовий модуль № 1	
Виконання аудиторних завдань (модуль 1)	50
Виконання СРС. <i>КОМПОЗИЦІЯ. ПРАКТИКУМ.</i> Завдання 1	10
<i>Всього за змістовим модулем №1</i>	
екзамен	40
Разом	100
Участь у всеукраїнських, міжнародних виставках, неформальна, інформальна освіта тощо	10

Рекомендована література

1. Dzhovanni B. K. Vikipedija – Vil'na encyklopedija. Available : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Dzhovanni Benedetto Kastil'one](https://uk.wikipedia.org/wiki/Dzhovanni_Benedetto_Kastil'one). In Ukrainian.
2. Grafika. Hudozhni zasoby. Vydy ta zhanry (promyslova, oryghnal'na, tyrazhna) Available : http://www.zhu.edu.ua/mk_school/mod/page/view.php?id=1030. In Ukrainian.
3. Josef Muller-Brockmann. Grid Systems in Graphic Design. A Visual Communication Manual for Graphic Designers, Typographers and Three Dimensional Designers. Verlag Niggli. 2008. 176 c.
4. Monotypija (grafika). Vikipedija – Vil'na encyklopedija. Available : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Монотипія_\(графіка\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Монотипія_(графіка)). In Ukrainian.
5. Samojlova N. M. Stanovlennja monotypii' jak tehniky drukovanoi' grafi ky. Available : http://librar.org.ua/sections_load.php?s=art&id=947&star. In Ukrainian.
6. Tidwell J., Brewer C., Valencia A. Designing Interfaces Patterns for Effective Interaction Design. 2020. 602 c. URL: <https://surl.li/blxhaf>
7. Право інтелектуальної власності. Офіційний портал Верховної Ради України. URL: <https://www.rada.gov.ua/files/knyga4.pdf>
8. Конституція України - Розділ II. Стаття 54. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: <https://www.president.gov.ua> > ...
9. Луптон Е., Філліпс Д. К. Графічний дизайн: нові основи. ArtHuss»2020. 262 с.
10. Навчально-методичний посібник з дисципліни «Право інтелектуальної власності на твори мистецтва і дизайну» для здобувачів освітнього ступеня «магістр» спеціальності В2 «Дизайн» усіх форм навчання. [Електронний ресурс] / [упоряд. Храмова-Баранова О.Л., Гладкова І.П., Галицька О.В.]; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2025. 46 с.
11. Про авторське право і суміжні права. «Законодавство України» Верховна Рада України. Документ 3792-ХІІ, перша редакція – Прийняття від 23.12.1993 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/index>
12. Стів Круг. Не змушуйте мене думати. ArtHaus. 2024. 198 с.
13. Храмова-Баранова О. Л., Куколь С. Є. Становлення і розвиток монотипії як засобу графічної виразності у мистецтві. Вісник ХДАДМ. Теорія мистецтва. 2019. С.37-41.

Додатки

Додаток А

Графічні роботи, які зроблені під час роботи наукового гуртка поглибленого вивчення художніх дисциплін.



Рис. 1. Без назви, 2025 р., алкогольні фарби, студентка гр. МГД-25 А. Комірча



Рис. 2. Без назви, 2025 р., алкогольні фарби, студентка гр. МГД-25 А. Степаненко

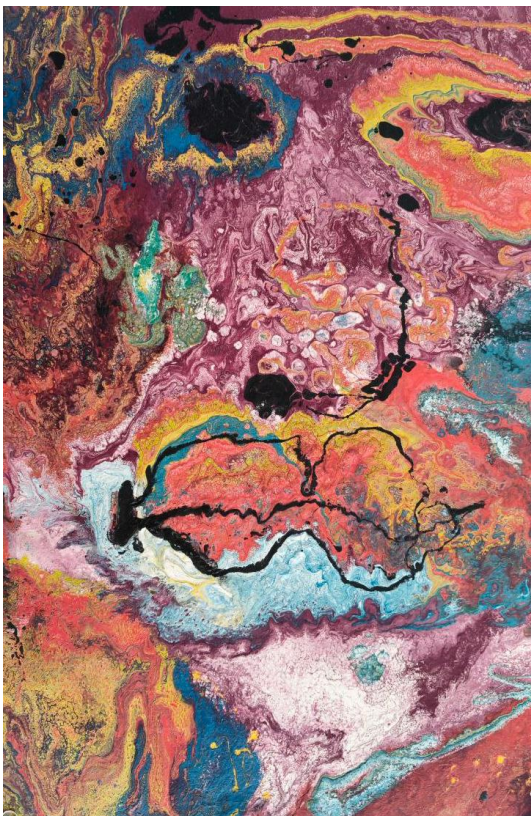


Рис. 3. «Морфей», 2025 р., флюїд-арт, студентка гр. МГД-25 І. Усик

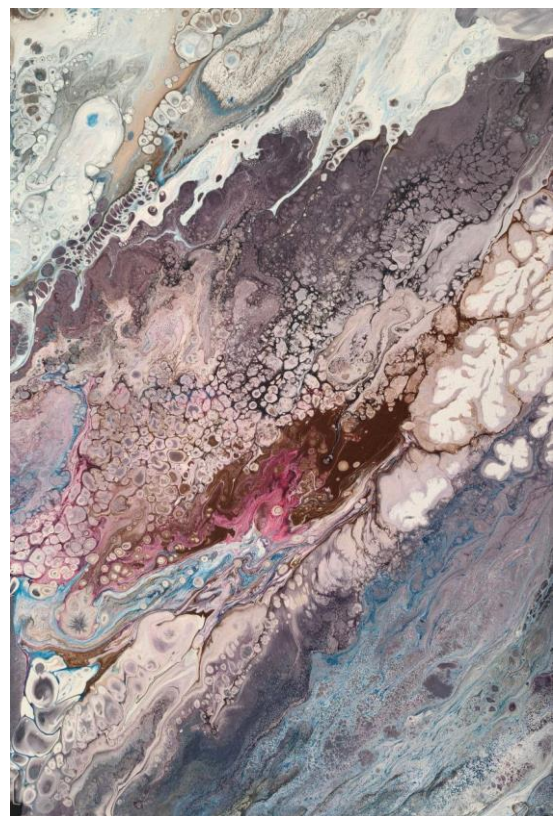


Рис. 4. Без назви, 2025 р., флюїд-арт, студент гр. МГД-25 Д. Левицький

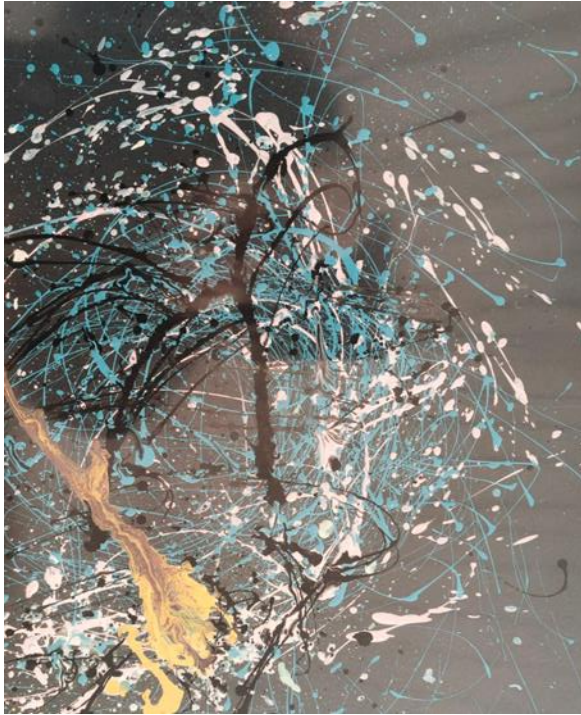


Рис. 5. «Медуза», 2025 р дріпінг,
студентка гр. МГД-25 А. Степаненко



Рис. 6. «Жива матерія», 2025 р., флюїд- арт,
студентка гр. МГД-25 І. Усик

Створення графічних проектів з використанням графічних вільних технік.



Рис. 1. Дипломний проект о.к.р.”бакалавр” на тему: “Авторський календар “МОНО””,

2019 р., монотипія, цифровий друк, студентка гр. ДЗ-51 О. Білоус



Рис. 2. Оформлення чохла моб.телефону, 2025 р., дріпінг, цифровий друк студентка гр. МГД-25 А. Степаненко



Рис. 3. Дизайн футляру для платівки, 2025 р., флюїд-арт, цифровий друк студентка гр. МГД-25 І. Усик



Рис. 4. Флюїд-арт картини в нтер'єрі, 2025 р., флюїд-арт, цифровий друк



Рис. 5. Оформлення стіни інтер'єру, 2025 р., флюїд-арт, цифровий друк