

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
Наукове товариство студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв**

КУЛЬТУРА І МИСТЕЦТВО: СУЧАСНИЙ НАУКОВИЙ ВИМІР

*Матеріали VII Всеукраїнської наукової конференції
молодих вчених, аспірантів та магістрантів*

02 листопада 2023 року

Київ – 2023

Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір : матеріали VII Всеукр. наук. конф. молод. вч., асп. та магістран. / М-во культ. України та інформ. політики ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. ; Наук. тов. студ., асп., доктор. і молод. вч. (Київ, 02 листопада 2023 р.). Київ : НАКККіМ, 2023. 239 с.

Збірник матеріалів присвячено актуальним питанням стану культурно-мистецького простору в умовах сьогодення, теоретичним питанням сучасного мистецтвознавства, мистецьким практикам у процесах експертизи, збереження та популяризації культурних надбань України, актуальним проблемам теоретичної та практичної культурології, соціальним комунікаціям в умовах глобальних трансформацій сучасності. Проаналізовано сучасні тенденції та інновації функціонування культурних і креативних індустрій. Висвітлено вітчизняний і зарубіжний досвід у розвитку інформаційних комунікацій і технологій, дизайну та реклами.

Рекомендовано науковим співробітникам, працівникам бібліотек, викладачам і здобувачам закладів вищої освіти, а також широкому колу читачів.

Редакційна колегія

Копієвська О. Р., в. о. ректора Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор культурології, професор, заслужений працівник освіти України, голова науково-методичної комісії з розробки стандартів вищої освіти, галузі знань 02 «Культура і мистецтво», сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, член науково-методичної підкомісії з розробки стандартів вищої освіти спеціальності 028 «Менеджмент соціокультурної діяльності», сектору вищої освіти Науково-методичної ради Міністерства освіти і науки України, експертка Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (голова редколегії).

Степаненко Л. М., перший проректор з науково-педагогічної роботи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор педагогічних наук, доцент.

Денисюк Ж. З., в.о. проректора з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор культурології, доцент.

Бугайова О. І., начальник відділу наукової та редакційно-видавничої діяльності Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, кандидат філологічних наук.

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
(протокол № 4 від 27.11.2023)*

**Позиція авторів може не збігатися з позицією редакційної колегії збірника.
Автори несуть повну відповідальність за викладений матеріал.**

виконано у теплих пастельних кольорах, а головну героїню зображено у напівоберті дивлячись у вікно. Такий ракурс зображення надає можливості читачу розкрити свою фантазію та самому домислити що або кого саме героїня бачить у вікні.

У 2000 році в Єрусалимі видавництво Keter Publishing House також видало примірник «Енн із Зелених Дахів». Обкладинка видання була оформлена у яскравих зелених кольорах, також були присутні помаранчеві та блакитні. Стилiзовано обкладинку було під акварель та акварельні олівці, через що зображення вийшло легким та мало багато повітря. Головну героїню, Енн, зобразили у теплих помаранчево-коричневих кольорах, що передає читачам настрої та характер героїні.

В Україні «Енн із Зелених Дахів» також є досить популярною серед видань дитячої літератури, її друкувало багато українських видавництв, тому на даний час тільки в Україні можна знайти більше 20 варіантів видань цього роману.

Одним з найпопулярніших українських видань «Енн із Зелених Дахів» є примірник видавництва «Урбіно» за 2019 рік. Обкладинку було розроблено у теплих яскравих кольорах зеленого та насиченого рудого, ці кольори гарно передають настрої твору. Головну героїню – Енн – зображено у профіль, такий ракурс наводить на думку неначе вона дивиться попереду себе на ті пригоди, які її очікують у новій сім'ї. Обкладинку було розроблено у стилізації подібній до техніки малювання олівцем або маркером – про це свідчить помітність чітких ліній, а також мазків.

Проаналізувавши попередні видання, можемо сказати, що за часи видавництва «Енн із Зелених Дахів» обкладинка та ілюстрування дуже змінювалось. Ми можемо прослідкувати за тим, як еволюціонувало мистецтво ілюстрації та наскільки змінилися смаки сучасних читачів. Також обкладинка та її стиль змінювалась залежно від країни у якій її видавали.

Література

1. Anne of Green Gables. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Anne_of_Green_Gables (дата звернення: 10.09.2023).
2. Anne of Green Gables. URL: <https://www.thecanadianencyclopedia.ca/en/article/anne-of-green-gables> (дата звернення: 16.09.2023).
3. Anne of Green Gables. URL: <https://1mmonline.org/anne-of-green-gables/> (дата звернення: 20.09.2023).
4. Annes of the World. URL: <https://1mmontgomery.ca/collections/annes-world> (дата звернення: 19.09.2023).
5. The Swedish Translation of Anne of Green Gables and Its Lasting Influence. URL: <https://annemanuscript.ca/stories/swedish-anne-of-green-gables/> (дата звернення: 26.09.2023).

*Колган Юлія Валентинівна,
здобувачка Київського університету імені Бориса Грінченка*

ДОСЛІДЖЕННЯ СТИЛІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ У ГРАФІЧНОМУ ДЕКОРІ СВЯТКОВИХ ПАКУВАНЬ

У зв'язку з підвищенням життєвого рівня населення і ростом культурного рівня, збільшується обсяг попиту на товари споживання. Вимоги до асортименту та якості товарів постійно зростають. У цьому контексті велику роль відіграє упаковка, дизайн та зручність, які є вирішальними факторами під час покупки.

Упаковка сьогодні є засобом маркетингових комунікацій, які забезпечують специфічні конкурентні переваги товару. Відповідно, галузь упаковки в сучасних умовах відіграє велику роль в економіці, а сама упаковка гарантує конкурентоспроможність товару. Упаковка перетворилася на засіб масової інформації, причому в один з найбільш ефективних та потужних. Це інструмент, за допомогою якого здійснюється рух товару ринком, збільшується попит і просування бренду. Якщо ж говорити про подарункову упаковку, це завжди гра на

емоціях покупця. Ефектна упаковка допоможе збільшити продажі товару в декілька разів, що завжди актуально.

Графічний декор святкових пакувань [2] може містити багато стилістичних особливостей, які допомагають створити відчуття святкової атмосфери та залучити увагу споживачів. Їх дослідження може допомогти визначити, які елементи дизайну є більш ефективними для привертання уваги споживачів та створення позитивних асоціацій.

Чим же відрізняється звичайний дизайн від святкового? Святкова упаковка відрізняється тим, що вона створює атмосферу свята і піднесеного настрою. Її дизайн може бути більш яскравим, насиченим, з використанням блискучих матеріалів, фольгування, блістерів та інших декоративних елементів. Адже засобами творення святкового пакування є: форма, конструкція, розмір, матеріал, художньо-композиційне оформлення [3]. Насамперед матеріал створює бажаний образ пакування: виготовлене з крейдованого паперу або із застосуванням технології тиснення перетворюються у справжній твір мистецтва.

Дизайн для святкового пакування повинен бути гармонійним та легким, щоб створювати позитивні емоції у споживачів. Він може містити зображення символів, що пов'язані зі святом, а також додаткові елементи декору, які доповнюють загальний стиль [4].

О. Ганоцька виділяє у «сучасній упаковці» дві основні групи: «мас-маркет» (призначену для «широкого кола споживачів») та «люкс» або «преміум» (витвір креативного дизайну для «елітної продукції, яка відповідає найвищим естетичним вимогам споживачів з високим рівнем заможності, випускається в обмеженій кількості») [1].

Основними функціями пакування є: захисна, дозуюча, транспортна, маркетингова, нормативно-законодавча, екологічна, інформаційна та експлуатаційна. Тому відповідно до цих функцій висувають такі основні вимоги до пакування: стійкість (тепло-, морозо- тощо), стабільність форми, міцність під час стискання, зручність і легкість відкривання або закривання, надання реклами та інформації, ідентифікаційна здатність, індивідуальні особливості, гігієнічність, екологічність та зручність утилізації.

Крім того, упаковка може мати особливі функції, такі як можливість написати привітання або побажання на упаковці, включати додаткові подарунки або промо-акції для споживачів. Дослідження показують, що святковий дизайн може позитивно впливати на продажі у передсвятковий період порівняно зі звичайним в будні. Одна з причин полягає в тому, що споживачі частіше купують подарунки на свята, і такий дизайн може привернути їхню увагу і збільшити імпульс до покупки. Крім того, він може сприяти підвищенню лояльності споживачів до бренду, якщо дизайн виконаний якісно і привабливо.

Проте, важливо також пам'ятати, що якість продукту та його ціна залишаються ключовими факторами в процесі прийняття рішення про покупку. Тому, святковий дизайн упаковки є не єдиним чинником, який визначає успіх продукту на ринку.

Література

1. Ганоцька О. В. Дизайн споживчої упаковки в Україні: стандарт та ексклюзив : автореф. дис. ... канд. мистецтвознав.: 17.00.07 ; Харк. держ. акад. дизайну і мистец. Харків, 2008. 20 с.
2. Гінзбург М. Що таке «упакОвка», «пакОвання», «упакувАння», «упакОвування»? *Харчова і переробна промисловість*. 2006. №5. С. 16–18.
3. Кузьмінець М., Кудренко Р., Пасько О. Макетування в дизайні: підручник. Київ : МП Леся, 2020. 134 с.
4. Святкове пакування : методичні вказівки до виконання практичної та самостійної роботи з навчальної дисципліни «Проектування» для студентів III курсу базового напрямку 6.020207 «Дизайн». Львів : Сполох, 2013. 77 с.