

УДК 008:316.722, 7, 7.012; 658.512.23
DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2025.5.19>

Полстаєва Ганна Норайрівна,

кандидат технічних наук, доцент,
завідувачка кафедри дизайну
Херсонського національного технічного університету
ORCID ID: 0000-0001-5201-3450
poletayevanna@gmail.com

Шейник Сергій Петрович,

старший викладач кафедри дизайну
Херсонського національного технічного університету
ORCID ID: 0009-0006-1065-2944
sheinyk.serhii@kntu.edu.ua

МЕДІА-МИСТЕЦТВО ЯК ФОРМА ВІЗУАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

Метою статті є дослідження медіа-мистецтва з точки зору використання поєднання традиційного дизайну з сучасними технологіями, що використовують мережеві ресурси.

Методологія дослідження базується на засадах системності та комплексного підходу. Застосовано методи синтезу, зіставлення та узагальнення, що дозволило виявити особливості нових медіа в дизайні візуальних комунікацій.

Розвиток науки і техніки надає можливість нової форми візуальної комунікації, а саме медіа-мистецтво, яке створено на основі концепції. Виділено переваги та недоліки нового медіа з використанням дизайну візуальних комунікацій. Традиційним засобом дизайну, таких як текст, зображення, аудіо та інші притаманні динамічні форми, що є основним конструктивним образом в медіа-мистецтві. Наряду з широким використанням технологій мережевих, фотографічних технологій, електронних інформаційних технологій і цифрових медіа-технологій у дизайні активно розвиваються ресурси візуальних зображень. З розвитком цифрових медіа-технологій стрімко розвивається дизайн візуальної комунікації. Стрімкий темп життя людей змушує поточний попит на різноманітні види інформації постійно розширюватися, і первісний інформаційний вираз вже не може задовольнити потреби людей. Інформаційні потреби, різноманітність і доступність – це нові вимоги людей до доставки інформації. Під впливом цифрових медіа дизайн візуальної комунікації отримав нові можливості, що призвело до нових змін. У цій статті в основному аналізується дизайн візуальної комунікації в епоху цифрових медіа. Наукова новизна полягає в розширенні сутності медіа-мистецтва в контексті дизайну візуальних комунікацій, що ґрунтується на поєднанні традиційних засобів з сучасними технологіями мережевих ресурсів. Надано переваги використання нових медіа створення візуальних образів на основі концепції.

Ключові слова: медіа-мистецтво, дизайн, візуальні комунікації, візуальний образ, мережеві технології, динамічний образ, художній дизайн, традиційний дизайн, естетика, мистецтво, сучасний дизайн, мультимедійний дизайн

Polietaieva Hanna, Sheinyk Serhii. MEDIA ART AS A FORM OF VISUAL COMMUNICATION

The purpose of the article is to study media art from the point of view of using a combination of traditional design with modern technologies that use network resources.

The research methodology is based on the principles of systematicity and an integrated approach. Methods of synthesis, comparison and generalization were applied, which allowed us to identify the features of new media in the design of visual communications.

The development of science and technology provides the opportunity for a new form of visual communication, namely media art, which is created on the basis of a concept. The advantages and disadvantages of new media using visual communication design are highlighted. Traditional design tools, such as text, images, audio and others, are inherent in dynamic forms, which are the main constructive image in media art. Along with the widespread use of network technologies, photographic technologies, electronic information technologies and digital media technologies in design, visual image resources are actively developing. With the development of digital media technologies, visual communication design is rapidly developing. The rapid pace of people's lives makes the current

demand for various types of information constantly expand, and the original information expression can no longer meet people's needs. Information needs, diversity and accessibility are people's new requirements for information delivery. Under the influence of digital media, visual communication design has gained new opportunities, which has led to new changes. This article mainly analyzes the design of visual communication in the era of digital media. The scientific novelty lies in expanding the essence of media art in the context of visual communication design, which is based on the combination of traditional means with modern network resource technologies. The advantages of using new media to create visual images based on the concept are given.

Key words: media art, design, visual communications, visual image, network technology, dynamic image, artistic design, traditional design, aesthetics, art, modern design, multimedia design.

Вступ. Медіа-мистецтво наразі займає більший простір у житті людей та через мережу та розвиток цифрових технологій впроваджується до всіх сфер діяльності. Але серед знавців, що займаються відповідною роботою нових медіа, не має чіткого поняття мистецтва нових медійних засобів. Тому необхідно розуміти основні концепції та характеристики медіа-мистецтва, мати представлення про новий вид мистецтва, для покращення візуальної складової сучасного дизайну.

Медіа-мистецтво – це художній твір, що створене на основі цифрових та мережових технологій, включаючи мережеве мовлення, цифрове відео-мистецтво, мережеве анімаційне кіно, мобільне телебачення та інше [1]. В даному контексті роботи поєднують основну концепцію з використанням цифрових мережових технологій. Розвиток науки та технологій впливають на область художнього дизайну, але в той же час художні форми змінюються та створюють новий погляд авторів.

Актуальним і доцільним в даний час є проведення досліджень в галузі дизайну візуальних комунікацій через використання нових медіа, обґрунтування динаміки простору та емоційний стан людей. Дослідження мають сприяти формуванню цифрової мови дизайну в рамках медіа-мистецтва поєднуючи комп'ютерні, мережеві засоби для відображення концептуальної ідеї авторів.

Матеріали та методи. Методологічна основа дослідження базується на принципах системності, комплексного підходу та міждисциплінарності, що дозволило всебічно проаналізувати феномен медіа-мистецтва в контексті сучасного дизайну візуальних комунікацій. Аналітичний метод – використаний для вивчення теоретичних основ

медіа-мистецтва, зокрема визначення його сутності, структури та особливостей як нового виду візуальної комунікації. Проаналізовано праці Гарі Джеймсона, Меган Келлі, Девіда Слеса, Скляренко Н., Патріка В. та Гартведта Г., які висвітлюють різні аспекти візуального сприйняття, комунікаційних процесів і ролі дизайну у формуванні інформаційного середовища. Метод синтезу – застосований для поєднання традиційних принципів дизайну з новими технологічними підходами, що базуються на цифрових, мережових та мультимедійних засобах. Це дало змогу сформувати цілісне уявлення про трансформацію художнього простору під впливом цифрових медіа. Метод порівняння – використано для визначення відмінностей між традиційними формами графічного дизайну та сучасними цифровими форматами візуальних комунікацій. Порівняльний аналіз показав еволюцію засобів виразності – від статичних графічних зображень до інтерактивних, динамічних візуальних систем. Метод узагальнення – дозволив систематизувати отримані результати, визначити основні тенденції розвитку медіа-мистецтва, його переваги та обмеження в контексті сучасного дизайну. Системно-структурний аналіз – використаний для розгляду медіа-мистецтва як інтегрованої системи, що включає взаємодію художніх, технічних і комунікативних компонентів, а також визначення ролі динамічного образу як ключового елемента нової візуальної мови.

Результати. Медіа-мистецтво – це вид мистецтва, заснований на концепції, реалізований лише за допомогою технологій [1]. Висловлювання думок та ідей за допомогою нових технологій та нових медіа є основним

змістом. Художники нових медіа використовують для вираження своїх поглядів, створення та конкретизації ідей, нові форми та художні символи. Такий спосіб вплинув на дизайн візуальних комунікацій, використовуючи просту мережу та програмні додатки. Можна виділити, дизайн візуальних комунікацій виходить з рамок комерційного пакування та досягає нової художньої висоти.

Застосування комп'ютерних технологій змінює спосіб творчої складової дизайнерів та стає необхідним інструментом сучасних дизайнерських проєктів. Кожен виток розвитку науки впливає на область художнього дизайну. Наприклад, розвиток та прогресивні технології в медицині забезпечили теоретичну основу для вдосконалення малюнка, скульптури та інших форм мистецтва; прогрес у дослідженні геометрії дозволив підняти більш високий рівень теорії перспективи у живопису, вплинув на стиль багатьох художників; прогрес у хімічних дослідженнях надав художникам, які працюють олійними фарбами використовувати велику кількість фарбованих пігментів; розвиток принципів оптики та технології сприяв зміні мистецтва фотографії. Таким чином розвиток науки і техніки дуже впливає на художню творчість і важлива роль віддається в просуванні мистецтва.

Відмінними рисами мистецтва нових медіа є зв'язок та взаємодія, а ці риси виникають через використання мережевих ресурсів. Поняття створення медіа-мистецтва використовують п'ять процесів:

- поєднання;
- інтеграція;
- взаємодія;
- трансформація;
- зовнішній вигляд.

В основу медіа-мистецтва вкладено поняття візуального комунікаційного дизайну Цей термін з'явився, саме тому, що друковані засоби масової інформації як основний зміст графічного дизайну, не достатньо задовольняє потреби візуалізації інформації, змінюється форма сприйняття візуального спілкування, розвиток мови дизайну через збагачення візуальними

ефектами й виразності комунікаційного дизайну. В інформаційну епоху візуалізація інформації призвела до розробки візуальної комунікації, яка охоплює практично всі поля медіа.

З функціональної точки зору, дизайн візуальної комунікації для розширення нових медіа є тенденцією розвитку інформаційного середовища, будь-то традиційний графічний дизайн, динамічний візуальний дизайн, мультимедійний дизайн, дизайн інтерфейсу. Нові медіа ґрунтуються на наданні інформації, використовуючи естетичні аспекти. Носієм для представлення інформації є цифровий інтерфейс – цифрове уявлення графічного дизайну, де інформація, представлена перед аудиторією, виражена графікою, текстом, кольором та іншими елементами візуального дизайну, але має особливу форму вираження, поєднання традиційного візуального дизайну та сучасної науки і техніки.

Розвиток нових медіа призводить до поширення сучасного художнього дизайну через мережеві платформи та виділяє нові форми дизайну: комп'ютерна анімація, онлайн-ігри та інтерактивні відео-технології, які поєднують технології з традиційними об'єктами матеріального існування. Дизайн стає зручним для користувача і більше пов'язаний із емоційним досвідом людей.

Використання технологій у сучасному дизайні виділяється через рух, динаміку символів, які мають візуальну привабливість через використання яскравих кольорних рішень, тривимірних елементів. Відмінність динамічного дизайну візуальної комунікації від статичного у тому, що він займається уявленням площинних візуальних елементів, обґрунтовано організує формування кожного елемента, розглядає візуальні елементи у картині тимчасової лінії, лінії руху. Динаміка візуальних елементів привертає увагу людей і інтегрує в передачу інформації, викликаючи емоційний відгук, легкість запам'ятовування.

Динамічний графічний образ – це конструктивна форма, що створено у чотири-вимірному просторі, тобто конструктивний образ, який змінює стан руху. Він містить

чотири основні фактори: просторове розміщення, опорний об'єкт, напрямок та швидкість. Динамічне графічне зображення є основним проявом динамічної візуальної комунікації, її візуальною мовою, формальні правила містять у собі як універсальність графічного малюнка, так й особливість руху. З розвитком цифрових медіа та технологій нових медіа динамічна графіка стає виразним елементом дизайну. Широко використовується в цифрових медіа і стала новою формою образотворчого мистецтва. Порівняно зі статичною графікою динамічна графіка більш приваблива для людей, використовує у своїй основі графічні символи, щоб викликати динамічні зміни кольору, розміру та форми.

Аналізуючи сучасний стан нового медіа-мистецтва виділено основні переваги та недоліки, що надають можливість сформулювати подальший план дій для вдосконалення нових медіа.

Переваги візуальної комунікації у нових медіа.

Ефективність передачі. Інформація через мережу має високу швидкість та широкий діапазон передачі. Можливість надавати інформацію засобами нових медіа ефективно порівняно із традиційними формами. Дизайнери візуальних комунікацій можуть представляти інформацію динамічними образами, які не мають особливих обмежень через мережу.

Насичений інформаційний контент. Форма нових медіа, які вдосконалюються в епоху мережових технологій, насичує зміст візуальної комунікації через динамічні форми та засоби традиційного дизайну.

Різноманітність форми передачі. Мультимедійні технології органічно інтегрували у традиційні форми для ефективної передачі інформації. В результаті були розроблені методи експресії та форми передачі, що використовуються для дизайну всіх почуттів. Змінюється концепція традиційного дизайну, розширюючи її емоційний стан.

Своєчасність. Переваги мережових технологій дають можливість оперативної зміни та насичення контенту, використовуючи нові

медіа, на відміну від традиційних засобів, що залежать від етапів виробництва.

Інтерактивність. Мережева технологія визначає можливість багато спрямованої комунікації, використовуючи цифровий інтерфейс. З'являється можливість не лише отримувати інформацію, а й обирати, брати участь у її створенні. Дизайнери роблять акцент на взаємодію через зворотний зв'язок.

Найбільше свободи. Публікація та поширення інформації у вигляді тексту, голосу, зображення, відео та інших форм, використовуючи нові засоби масової інформації для глобального спілкування та оцінки. В епоху нових медіа можна змінювати інформацію з більшою свободою.

Передбачуваний ефект спілкування. Традиційні засоби передачі інформації мають способи оцінки та впливу, а також ефект, такий як кількість тиражів, рейтинг аудиторії, обсяг покупок та інше, у той час як ефект від дизайну візуальної комунікації під впливом нових медіа більш науковий, точний та своєчасний завдяки своєму розмаїттю та унікальності. Наукова, ефективна та своєчасна статистика необхідна дизайнерам для розуміння ефекту та впливу для подальшого вдосконалення візуальних комунікацій.

Недоліки дизайну візуальних комунікацій під впливом медіа-мистецтва.

Дизайн візуальної комунікації, заснований на нових медіа в мережеву епоху, є свого роду дизайном з обмеженням і стриманістю. Люди можуть вільно вибирати контент, завдяки інтерактивним характеристикам мережі, і є більш широкий вибір альтернатив. Нові медіа не мають характеристик нав'язливого читання. Однак дизайн візуальної комунікації, заснований на мережі та нових медіа, висуває вищі вимоги до дизайнерів. Через обмеження екрану комп'ютера, простір для творчості дуже обмежений. Вираз таких основних елементів дизайну візуальної комунікації, як текст, графіка, зображення тощо, в Інтернеті має більші обмеження, ніж у традиційних засобах. В основному це пов'язано з тим, що ефективність передачі мережевої інформації

значною мірою впливає апаратне забезпечення, тому елементи дизайну візуальної комунікації в епоху нових медіа, як правило, невеликі і вишукані.

Висновки. Подібно до того, як стиль мистецтва та дизайну часто перебуває під впливом стилю живопису та скульптури, мистецтво нових медіа надає далекосяжний вплив на художній дизайн візуальної комунікації. Поряд із широким застосуванням мережевих технологій, фотографічних технологій, електронних інформаційних технологій та цифрових медіа-технологій у дизайні ресурси візуального зображення значно розширилися. Художній дизайн візуальних комунікацій вже не є площинним дизайном, і перед ним постане безліч нових викликів та можливостей. Розвиток нового медіа-мистецтва

та дизайну візуальної комунікації не можна відокремити від розвитку нових технологій, і між ними існує тісний взаємозв'язок. І хоча нове медіа-мистецтво принципово відрізняється від дизайну візуальної комунікації, воно має далекосяжний вплив на дизайн візуальної комунікації. А його характеристики, такі як зв'язок, взаємодія, інтерес і високотехнологічність можуть стимулювати мислення дизайнерів візуальної комунікації з різних сторін і запроваджують нові зміни в область дизайну візуальної комунікації. Поточний дизайн візуальної комунікації швидко розвивається у бік мультимедійної передачі віртуального інформаційного образу, багатовимірного представлення та динамічного інтерактивного поля передачі інформації.

Література:

1. Wen Zhi. Discussion on Influence of New Media Art on Visual Communication Design Art. *Popular Literature*, 2015, No. 36814:93.
2. Jenieson H. Visual Communication More Than Meets the Eye By Harry Jamieson More than Meets the Eye / Harry Jenieson. – Great Britain: Intellect Books, 2007. 133 p.
3. Meghan Kelly. Visual Communication Design as a form of public pedagogy / Meghan Kelly. 2015. P. 18.
4. Sless D. Learning and visual communication / David Sless., 1981. 208 c. (Croom Helm).
5. Skliarenko N., Kolosnichenko M. The dynamical aspect of the visual communication: the system comprehension. International Scientific Conference Innovation in Science: Global Trends and Regional Aspect: Conference Proceedings, March 12-13, 2021. Riga, Latvia : "Baltija Publishing". P. 240–244 DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-050-6-68>
6. Patrick V.M., Hagtvedt H. Advertising with Art: Creative Visuals /Editor(s): Mark A. Runco, Steven R. Pritzker. *Encyclopedia of Creativity* (Second Edition). Academic Press. 2011. P. 18–23. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375038-9.00003-0>.

References:

1. Wen, Z. (2015). Discussion on influence of new media art on visual communication design art. *Popular Literature*, (36814), 93.
2. Jamieson, H. (2007). *Visual communication: More than meets the eye*. Intellect Books.
3. Kelly, M. (2015). *Visual communication design as a form of public pedagogy* (Unpublished manuscript).
4. Sless, D. (1981). *Learning and visual communication*. Croom Helm.
5. Skliarenko, N., & Kolosnichenko, M. (2021). The dynamical aspect of visual communication: The system comprehension. In *Innovation in science: Global trends and regional aspect* (Conference proceedings, March 12–13, 2021, P. 240–244). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-050-6-68>
6. Patrick, V. M., & Hagtvedt, H. (2011). Advertising with art: Creative visuals. In M. A. Runco & S. R. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of creativity* (2nd ed., P. 18–23). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375038-9.00003-0>

Стаття надійшла: 23.10.2025

Прийнято: 10.11.2025

Опубліковано: 28.11.2025