

Гетьман Оксана Павлівна,

доктор філософії,

старший викладач кафедри дизайну

Державного закладу «Луганський національний

університет імені Тараса Шевченка»

ORCID ID: 0000-0002-5758-9683

oksana.gethman@gmail.com

ПЕРСОНАЛЬНИЙ БРЕНД І ПОРТФОЛІО У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ДИЗАЙНЕРА

У статті здійснено комплексний аналіз персонального бренду та портфоліо як взаємопов'язаних складників професійної діяльності дизайнера в умовах динамічного розвитку креативних індустрій та цифрового середовища. Обґрунтовано, що персональний бренд виступає не лише ефективним інструментом професійної самопрезентації, а й формою усвідомлення дизайнером власної ідентичності, системи цінностей, етичних принципів та авторської позиції. У статті детально розглянуто структурні компоненти персонального бренду дизайнера, до яких віднесено індивідуальний стиль, набір професійних компетентностей, комунікативну стратегію, а також репутаційний капітал, що формує довіру та впізнаваність у професійному середовищі.

Особлива увага приділена портфоліо як ключовому засобу візуальної комунікації, що забезпечує репрезентацію творчого досвіду, концептуального мислення та практичних результатів дизайнерської діяльності. Проаналізовано функції портфоліо у контексті формування професійного іміджу, підвищення конкурентоспроможності та інтеграції дизайнера у професійне середовище. Визначено специфіку сучасних цифрових форматів портфоліо, які не лише розширюють можливості самопрезентації, але й забезпечують інтерактивну взаємодію з цільовою аудиторією, включно з потенційними замовниками, колегами та спільнотами у сфері креативних індустрій.

Метою статті є дослідження взаємозв'язку між персональним брендом і портфоліо дизайнера та визначення їхньої ролі у формуванні професійної ідентичності, ефективній самопрезентації та конкурентоспроможності у сучасному цифровому та креативному середовищі. Досягнення цієї мети передбачає аналіз структурних компонентів персонального бренду, функцій портфоліо, а також виявлення педагогічних стратегій інтеграції цих елементів у процес дизайнерської освіти.

У статті підкреслено значення персонального бренду та портфоліо у системі дизайнерської освіти як чинників розвитку професійної саморефлексії, критичного мислення та готовності майбутніх фахівців до реальних умов професійної діяльності. Наведено аргументи на користь інтеграції стратегій брендингу та роботи з портфоліо у навчальні програми з дизайну, що дозволяє студентам не лише формувати власний стиль та ідентичність, а й ефективно презентувати результати своєї творчої діяльності на ринку праці.

Ключові слова: персональний бренд, портфоліо, дизайнер, професійна ідентичність, самопрезентація, візуальна комунікація, цифрові формати, креативні індустрії, професійна освіта.

Hetman Oksana. PERSONAL BRAND AND PORTFOLIO IN THE PROFESSIONAL ACTIVITY OF A DESIGNER

The article presents a comprehensive analysis of personal branding and portfolios as interconnected components of a designer's professional activity in the context of the dynamic development of creative industries and the digital environment. It is argued that a personal brand serves not only as an effective tool for professional self-presentation but also as a means for a designer to understand their own identity, value system, ethical principles, and authorial position. The article examines in detail the structural components of a designer's personal brand, which include individual style, a set of professional competencies, a communication strategy, and reputational capital that fosters trust and recognition within the professional community.

Particular attention is given to the portfolio as a key tool of visual communication that represents creative experience, conceptual thinking, and practical outcomes of a designer's activity. The functions of portfolios in the context of building a professional image, enhancing competitiveness, and integrating a designer into the professional environment are analyzed. The specificity of modern digital portfolio formats is highlighted, which not

only expand opportunities for self-presentation but also provide interactive engagement with the target audience, including potential clients, colleagues, and communities in the creative industries.

The aim of the article is to investigate the interrelationship between a designer's personal brand and portfolio and to determine their role in shaping professional identity, effective self-presentation, and competitiveness in the contemporary digital and creative environment. Achieving this aim involves analyzing the structural components of a personal brand, the functions of portfolios, and identifying educational strategies for integrating these elements into the process of design education.

The article emphasizes the importance of personal branding and portfolios in the system of design education as factors promoting professional self-reflection, critical thinking, and the readiness of future specialists to operate in real professional conditions. Arguments are provided in favor of integrating branding strategies and portfolio work into design curricula, enabling students not only to develop their own style and identity but also to effectively present the results of their creative work in the job market.

Key words: personal brand, portfolio, designer, professional identity, self-presentation, visual communication, digital formats, creative industries, professional education.

Вступ. У сучасних умовах розвитку креативних індустрій професійна діяльність дизайнера визначається не лише рівнем фахових компетентностей, а й здатністю ефективно презентувати себе у професійному просторі. Глобалізація, цифровізація та зростання конкуренції на ринку праці актуалізують проблему формування персонального бренду дизайнера як стратегії довготривалого професійного позиціонування.

Персональний бренд у сфері дизайну поєднує індивідуальний стиль, систему цінностей, творче мислення та професійну репутацію. У цьому контексті портфоліо виступає ключовим інструментом візуальної комунікації, що матеріалізує професійний образ дизайнера та демонструє рівень його компетентності.

Мета статті полягає у теоретичному аналізі персонального бренду і портфоліо як складників професійної діяльності дизайнера та визначенні їх ролі у системі дизайнерської освіти.

Завдання дослідження: – проаналізувати поняття персонального бренду в контексті дизайнерської діяльності; – визначити функції та структуру дизайнерського портфоліо; – розкрити взаємозв'язок персонального бренду і портфоліо; – охарактеризувати значення цих інструментів у професійній підготовці дизайнерів.

Матеріали та методи. Методологічною основою дослідження є міждисциплінарний підхід, що поєднує положення теорії дизайну, брендингу, візуальної комунікації, культурології та педагогіки мистецтва.

Теоретичну базу становлять праці вітчизняних і зарубіжних дослідників, присвячені проблемам професійної ідентичності, авторського стилю, візуальної репрезентації та комунікативної природи дизайну.

У процесі дослідження використано аналітичний метод для вивчення наукових підходів до трактування персонального бренду; порівняльний метод для зіставлення традиційних і цифрових форматів дизайнерського портфоліо; системно-структурний метод для узагальнення складників професійної самопрезентації дизайнера; а також метод педагогічного аналізу, що дозволив осмислити практику формування портфоліо у навчальному процесі.

Методологічною основою дослідження є праці з теорії дизайну, брендингу, візуальної комунікації та педагогіки мистецтва. У роботі використано аналітичний метод (для вивчення теоретичних підходів до персонального бренду), порівняльний метод (для зіставлення різних форматів портфоліо), системно-структурний метод (для узагальнення складників професійної самопрезентації дизайнера).

Результати. Цифрові інструменти, композиція та візуальна стратегія персонального бренду дизайнера. Формування персонального бренду дизайнера у цифровому середовищі тісно пов'язане з використанням візуальних платформ і графічних інструментів, що забезпечують сталість образу, впізнаваність та ефективну комунікацію з аудиторією. Соціальні мережі, зокрема Instagram, виступають не лише каналами просування, а й простором

візуального позиціонування, де дизайн-проекти, стиль подачі та контент-стратегія формують цілісний професійний образ.

Дослідники зазначають, що успішна присутність у соціальних мережах ґрунтується на поєднанні естетики, системності та зрозумілої авторської позиції. За спостереженнями Г. Керол, візуальний контент у Instagram має працювати як єдина композиційна система, де кожен допис підсилює загальну ідею бренду та формує довіру аудиторії [1]. Таким чином, персональний бренд дизайнера у цифровому просторі набуває рис кураторського проєкту, що потребує планування та композиційної логіки.

Важливу роль у створенні візуального контенту відіграють професійні графічні редактори. Adobe Photoshop залишається базовим інструментом для обробки зображень, створення макетів, підготовки візуалів для соціальних мереж і портфоліо. Використання можливостей шарів, масок, корекцій кольору та роботи з тоск-уп дозволяє дизайнеру контролювати якість і стиль візуального матеріалу [2; 5]. Це забезпечує узгодженість між концепцією бренду та її візуальним втіленням.

Композиційна грамотність є ключовим чинником ефективної візуальної комунікації. Н. Синєпупова підкреслює, що композиція виступає інструментом управління увагою глядача та формування смислових акцентів у візуальному повідомленні [3]. У контексті персонального бренду дизайнера це означає свідоме використання ритму, контрасту, масштабу та кольорових співвідношень як у окремих роботах, так і в структурі портфоліо загалом.

Процес створення портфоліо також пов'язаний з етапом генерації ідей та концептуального осмислення власної творчої ідентичності. Г. Емброуз і Н. Леонард зазначають, що ідея у графічному дизайні формується через аналіз контексту, експеримент та візуальне мислення, а не лише через інтуїтивний пошук [4]. Такий підхід дозволяє дизайнеру будувати портфоліо як логічно вибудовану історію професійного розвитку.

Цифрові платформи для презентації робіт, зокрема Behance, сприяють інтеграції

дизайнера у міжнародне професійне середовище. Створення портфоліо на подібних ресурсах вимагає чіткої структури, якісних візуалів і коротких текстових пояснень, що розкривають ідею проєкту та роль автора [6]. Це підсилює комунікативну функцію портфоліо та його відповідність вимогам сучасного ринку.

Окремої уваги потребує технічна адаптація візуального контенту до форматів цифрових платформ. Дотримання рекомендованих розмірів і пропорцій зображень для соціальних мереж забезпечує коректне відображення робіт і збереження композиційної цілісності [5; 6]. Це підкреслює необхідність поєднання творчого та технічного мислення у процесі формування персонального бренду дизайнера.

Загалом аналіз літературних джерел засвідчує, що персональний бренд і портфоліо дизайнера формуються на перетині композиційної культури, володіння цифровими інструментами та стратегічного мислення. Використання професійних графічних редакторів, знання принципів композиції та розуміння специфіки цифрових платформ дозволяють дизайнеру створити конкурентоспроможний і цілісний професійний образ у сучасному візуальному середовищі.

Персональний бренд дизайнера формується як цілісний образ фахівця у професійному та соціокультурному просторі. Він охоплює як раціональні компоненти (освіта, досвід, професійні навички), так і емоційні складові, пов'язані з довірою, впізнаваністю та авторським стилем.

У креативних професіях персональний бренд виконує функцію ідентифікації та диференціації, дозволяючи дизайнеру зайняти власну нішу на ринку праці. Послідовність стилістичних рішень, публічна активність, участь у професійних проєктах і цифрова присутність сприяють формуванню стійкого професійного образу.

Портфоліо, у свою чергу, виступає візуальним відображенням персонального бренду. Воно не лише демонструє результати діяльності дизайнера, а й розкриває логіку мислення, здатність працювати з концепцією

та контекстом. Сучасні цифрові формати портфоліо розширюють можливості самопрезентації, забезпечуючи інтерактивність і доступність професійного контенту.

Взаємозв'язок персонального бренду і портфоліо має динамічний характер. Зі зміною професійних пріоритетів дизайнер переглядає як власну бренд-стратегію, так і структуру портфоліо, адаптуючи їх до нових умов діяльності.

Висновки. Персональний бренд і портфоліо є взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими складниками професійної діяльності дизайнера. Персональний бренд формує концептуальний та ціннісний каркас професійної ідентичності, визначає авторську позицію, набір ключових компетентностей та систему цінностей, які відображають професійний і особистісний стиль дизайнера. У свою чергу, портфоліо забезпечує візуальну й практичну репрезентацію цього каркасу, демонструючи концептуальне мислення, творчий підхід та реальні результати професійної діяльності. Таким чином, взаємодія персонального бренду та портфоліо створює цілісну систему самопрезентації, яка підвищує впізнаваність, репутацію та конкурентоспроможність дизайнера на ринку праці.

У контексті системи дизайнерської освіти персональний бренд і портфоліо мають розглядатися як ключові інструменти

формування професійної культури, розвитку саморефлексії та критичного мислення у студентів. Використання цих інструментів у навчальному процесі сприяє усвідомленому підходу до власної творчості, виробленню професійних стратегій комунікації та підготовці студентів до реальних умов професійної діяльності в умовах конкуренції та цифровізації. Інтеграція персонального бренду і портфоліо у навчальні програми дозволяє студентам систематизувати свій досвід, оформити результати творчих проєктів у структурований і доступний для зовнішньої аудиторії спосіб, а також розвивати навички самопрезентації у цифровому середовищі.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з поглибленим аналізом цифрових стратегій персонального брендингу дизайнерів, вивченням ефективних методів презентації творчого контенту в онлайн-форматах, а також розробкою методичних рекомендацій щодо інтеграції принципів брендингу і роботи з портфоліо у навчальні програми різного рівня. Особливу увагу варто приділити розробці комплексних підходів, які поєднуюватимуть формування професійної ідентичності, розвиток практичних навичок і забезпечення взаємодії з професійною спільнотою через цифрові платформи та соціальні медіа.

Література:

1. Керол Г. Прочитай, якщо хочеш стати зіркою Instagram. Київ: ArtHuss, 2021. 128 с.
2. Посібник користувача Photoshop. Adobe. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html> (дата звернення: 10.12.2025).
3. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль. Київ: ArtHuss, 2020. 240 с.
4. Емброуз Г., Леонард Н. Основи. Графічний дизайн 03. Генерування ідей. Київ: ArtHuss, 2019. 192 с.
5. Розміри і формат фото для Instagram та інших популярних соцмереж. Wezom Academy. URL: <https://wezom.academy/ua/razmery-i-format-foto-dlja-instagram-vkontakte-i-drugih-populjarnyh-sotssetej> (дата звернення: 12.12.2025).
6. Creating a portfolio on Behance! Medium. URL: <https://medium.com/vectornator/creating-a-portfolio-on-behance-3d10874cd66f> (дата звернення: 15.12.2025).
7. Digital Painting Techniques: Practical Techniques of Digital Art Masters. Oxford: Elsevier, 2009. 289 p.
8. How to Insert a Photo Into a Product Mock-Up in Adobe Photoshop. Tuts+. URL: <https://design.tutsplus.com/tutorials/how-to-insert-a-photo-into-a-product-mock-up-in-adobe-photoshop-cms-25254> (дата звернення: 5.12.2025).
9. How To Sell On Redbubble in 2022: A Step-by-Step Guide. URL: <https://www.ecompath.com/articles/how-to-sell-on-redbubble> (дата звернення: 9.12.2025).

References:

1. Kerol, H. (2021). Prochytai, yakshcho khochesh staty zirkoIU Instagram [Read this if you want to become an Instagram star]. Kyiv: ArtHuss.
2. Adobe. (2025). Photoshop User Guide. Retrieved December 15, 2025, from <https://helpx.adobe.com/ua/photoshop/user-guide.html>
3. Syniepushova, N. (2020). Kompozytsiia: totalnyi kontrol [Composition: Total control]. Kyiv: ArtHuss.
4. Ambrose, G., & Leonard, N. (2019). Graphic design basics 03: Idea generation. Kyiv: ArtHuss.
5. Wezom Academy. (2025). Image sizes and formats for Instagram and other social networks. Retrieved December 15, 2025.
6. Medium. (2025). Creating a portfolio on Behance. Retrieved December 15, 2025, from <https://medium.com/vectornator/creating-a-portfolio-on-behance-3d10874cd66f>
7. Digital Painting Techniques. (2009). Practical techniques of digital art masters. Oxford: Elsevier.
8. Tuts+. (2025). How to insert a photo into a product mock-up in Adobe Photoshop. Retrieved December 15, 2025.
9. Ecompath. (2025). How to sell on Redbubble: A step-by-step guide. Retrieved December 15, 2025.

Стаття надійшла: 19.11.2025

Прийнято: 06.12.2025

Опубліковано: 30.12.2025