

**Історія**

**УДК 7.012:070**

**DOI** <https://doi.org/10.5281/zenodo.15687277>

**Інформаційний дизайн фешн-видання як практика художнього  
оформлення: історія становлення і перспективи**

**Храмова-Баранова Олена Леонідівна,**

д.і.н., професор, завідувач кафедри графічного дизайну, моди та стилю,

Черкаський державний технологічний університет, Україна,

<https://orcid.org/0000-0002-3811-7701>

**Галицька Олена Валеріївна,**

старший викладач кафедри графічного дизайну, моди та стилю,

Черкаський державний технологічний університет, Україна,

<https://orcid.org/0009-0009-5451-9178>

**Кудревич Вікторія Валеріївна,**

викладач кафедри графічного дизайну, моди та стилю,

Черкаський державний технологічний університет, Україна,

<https://orcid.org/0009-0003-7453-868X>

**Саєнко Анна Андріївна,**

студентка кафедри графічного дизайну, моди та стилю, Черкаський

державний технологічний університет, Україна,

<https://orcid.org/0009-0007-5040-5806>

**Прийнято: 28.05.2025 | Опубліковано: 18.06.2025**

**Анотація:** статтю присвячено історії і перспективі інформаційного дизайну фешн-видання як практиці художнього оформлення. На прикладі створення дизайну фешн-видання обґрунтовується актуальність і неординарність задуму, креативність у виборі техніки та обізнаність у властивостях матеріалу виконання ілюстрацій, які мають значення за умов ретельного і послідовного заповнення основної композиції.

Лояльне ставлення сучасної візуальної культури графіки до течій мистецтва не обмежує художника у виборі пропорцій структури видання. Зовнішнє оформлення фешн-видання є ключовим елементом, адже саме обкладинка формує перше враження і вирішує, чи приверне видання увагу потенційного читача. Оформлення має відображати стиль, концепцію та цільову аудиторію видання, поєднуючи естетику з практичністю.

У дослідженні вперше здійснено цілісний аналіз інформаційного дизайну не лише як інструмента візуальної комунікації, а як художньої практики, яка інтегрує графічні рішення з урахуванням специфіки фешн-видань. У статті виявлено особливості взаємодії дизайну та змісту у фешн-видання, а також доведено, що інформаційний дизайн у цьому контексті є ланцюгом між естетикою моди і її наповненням для формування стилю і бренду видання. Тому на сьогодні вдалими прикладами дизайну фешн-видань є *Vogue* з мінімалізмом у типографіці, *Harper's Bazaar* з логотипом як елементом композиції, *Dazed & Confused* з інтригуючою фотографією, українське видання *L'Officiel Ukraine* з гармонійним поєднанням моди та мистецтва. В дослідженні систематизовано історичний розвиток фешн-видання і окреслено їх класифікацію. Обґрунтовано історично культурне становлення художньо-проектної діяльності фешн-видання в якості об'єкту дизайну. Завдяки використанню засобів графічного дизайну фешн-дизайнер обирає методи й техніки, з цього приводу зовнішнє оформлення друкованого видання

*здатне виконувати функції реклами: надавати користувачеві загальний інформаційний дизайн відносно колекцій, формувати попит, враховувати естетичні потреби цільової аудиторії поряд з особливостями внутрішньої структури, створювати перше враження про видання.*

**Ключові слова:** інформаційний дизайн, інструментарій комп'ютерного дизайну, дизайн видання, фешн-дизайнер, художнє оформлення.

### **Information design of fashion publications as a practice of artistic design: history of formation and prospects**

**Olena Khramova-Baranova,**

Doctor of History, Professor, Head Department of Graphic Design, Fashion and Style, Cherkasy State Technology University, Ukraine,  
<https://orcid.org/0000-0002-3811-7701>

**Helen Galytska,**

Senior Lecturer in the Department of Graphic Design, Fashion and Style, Cherkasy State Technology University, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0009-5451-9178>.

**Viktoriia Kudrevych,**

Lecturer in the Department of Graphic Design, Fashion and Style, Cherkasy State Technology University, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0003-7453-868X>

**Anna Saienko,**

Student in the Department of Graphic Design, Fashion and Style, Cherkasy State Technology University, Ukraine, <https://orcid.org/0009-0007-5040-5806>

**Abstract:** *The article is devoted to the history and prospects of information design of fashion publications as a practice of artistic design. The example of creating a fashion publication design justifies the relevance and originality of the idea, creativity in the choice of technique and awareness of the properties of the material for performing illustrations, which are important under the conditions of careful and consistent filling of the main composition. The loyal attitude of modern visual culture of graphics to art trends does not limit the artist in choosing the proportions of the publication structure. The external design of a fashion publication is a key element, because it is the cover that forms the first impression and decides whether the publication will attract the attention of a potential reader. The design should reflect the style, concept and target audience of the publication, combining aesthetics with practicality.*

*The study is the first to carry out a holistic analysis of information design not only as a tool of visual communication, but as an artistic practice that integrates graphic solutions, taking into account the specifics of fashion publications. The article reveals the peculiarities of the interaction of design and content in fashion publications, and also proves that information design in this context is a chain between the aesthetics of fashion and its content for forming the style and brand of the publication. Therefore, today, successful examples of fashion publication design are Vogue with minimalism in typography, Harper's Bazaar with a logo as an element of composition, Dazed & Confused with intriguing photography, and the Ukrainian publication L'Officiel Ukraine with a harmonious combination of fashion and art. The study systematizes the historical development of fashion publications and outlines their classification. The historical and cultural formation of the artistic and design activity of fashion publications as an object of design is substantiated. Thanks to the use of graphic design tools, the fashion designer chooses methods and techniques, in this regard, the external design of a printed publication is able to*

*perform advertising functions: to provide the user with a general information design regarding collections, to form demand, to take into account the aesthetic needs of the target audience along with the features of the internal structure, to create a first impression of the publication.*

**Keywords:** *information design, computer design tools, publication design, fashion designer, artistic design.*

**Постановка проблеми.** У дослідженні необхідно виконати цілісний аналіз інформаційного дизайну не лише як інструмента візуальної комунікації, а і як художньої практики, яка інтегрує графічні рішення з урахуванням специфіки фешн-видань, а також виявити особливості взаємодії дизайну та змісту у фешн-виданнях для формування стилю видання. Актуальність дослідження полягає у системному поданні ролі історії й перспективи інформаційного дизайну фешн-видання як практики художнього оформлення. У сьогоденні, коли відбувається візуальне перенасичення, інформаційний дизайн фешн-видань набуває особливої значущості як інструмент візуальної комунікації і художнього самовираження. Мода стає формою культурного висловлювання і через дизайн фешн-видань ці слогани передаються широкій аудиторії. Внутрішнім змістом фешн-видання являється синтез інтуїтивного мислення автора тексту та співавтора, тобто автора художнього оформлення – ілюстратора, дизайнера. Форма вираження внутрішньої частини твору складається з двох частин: тексту і зображення, а їх гармонійне поєднання обумовлює цілісність форми, тобто друкованого фешн-видання. Закономірне співвідношення внутрішнього і зовнішнього структурних елементів твору мистецтва являється його конструкцією, яку необхідно досліджувати для означення шляхів розвитку і перспективи інформаційного дизайну фешн-видань завдяки використанню засобів графічного дизайну в оформленні

видання. Такі сучасні виклики як діджиталізація медіа, зростання ролі соціальних мереж, еклектика жанрів і стилів – вимагають нових рішень і підходів до візуального дизайну модних контентів, які поєднують естетику та інноваційність.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Перспективи інформаційного дизайну фешн-видань, їх художнього оформлення було предметом дослідження науковців і сучасні дослідження дизайну фешн-видань формують фундамент для репрезентації національних досягнень в фешн-індустрії. Наприклад, дослідження В. Роменець відокремлює дві форми внутрішнього змісту твору мистецтва: прозаїчні, наукові і логічні і поетичні й духовні [7]. Науковець, дизайнер В. Косів досліджує національні моделі і глобалізацію графічного дизайну другої половини XX ст. [4]. Терміни і основні визначення у видавничій справі надали і обґрунтували Б. Дурняк і О. Мельников [6], а основні поняття з мистецтва і культури означені в роботі В. Шевченка [14]. Короткий енциклопедичний словник з культури. Дослідниці Ірина Удріс і Наталія Удріс-Бородавко надали ґрунтовний аналіз модного образу у фешн-ілюстрації ар-нуво і арт-деко з багатьма аналогами [9-10]. Еволюцію форм проектно-художньої презентації костюма в ілюстрації моди і фешн-виданнях дослідила Н. Миргородська [5]. Зарубіжний досвід дослідження інформаційного дизайну фешн-видань має свою історію, наприклад, роботи Л. Бланса-Бенона щодо аналізу впливу на рекламу засобів фотографії [16], або праці Картера Хігінса і Сіхан Айбая про особливості дизайну видань [17-18]. Філософський аспект дизайну реклами досліджував Д. Лопес [19]. У практикуючих дизайнерів можна означити творчість Анни Іваненко, яка поєднує яскраві кольори та геометричні форми у фешн-ілюстрації, або цікаві роботи Ліни Кудрявцевої, які виконані в ніжних пастельних тонах, демонструють, як фешн-ілюстрація може бути різноманітною і надихаючою

[8]. Сюрреалістичні сукні Елси Скіапареллі – поєднання моди й мистецтва сюрреалізму у співпраці з Сальвадором Далі. Роботи Александра Макквіна: його покази часто перетворювалися на театральні вистави з глибоким філософським підґрунтям. Фотографія Ірвінга Пенна та Ніка Найта, де мода стає об'єктом художньої інтерпретації. На сьогодні дослідження інформаційного дизайну у контексті фешн-видань перебуває на перетині дизайну, мистецтва, історії і культурології. Незважаючи на активне використання інформаційного дизайну у практиці сучасних фешн-видань, теоретичний аналіз цього феномену залишається недостатньо дослідженим і систематизованим.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Наукова новизна дослідження полягає у вивченні та аналізі перспектив інформаційного дизайну фешн-видань в Україні в світовому контексті, а також проведенні ґрунтовного аналізу особливостей та можливостей використання засобів графічного дизайну в оформленні фешн-видань. Тому саме комплексний підхід, що поєднує інформаційний дизайн і художнє оформлення, дизайн як єдину практику формування візуального простору фешн-видання, потребує ґрунтовного наукового опрацювання. Таким чином, існують недосліджені питання, які можуть заповнити вакуум між практикою інформаційного дизайну у фешн-виданні та науковою складовою створення такого видання, включаючи розвиток фотографіки, шрифтів, типографіки тощо.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті полягає у дослідженні становлення і перспектив інформаційного дизайну фешн-видань. Для досягнення мети необхідно вирішити наступні завдання: розглянути і дослідити розвиток фешн-видань в XX ст. в Україні в світовому контексті, надати аналіз основні видів і технік створення фешн-ілюстрацій і фешн-видань; зробити опис особливостей формування дизайну фешн-видання;

окреслити перспективні напрямки розвитку фешн-видань. У дослідженні необхідно провести цілісний аналіз інформаційного дизайну не лише як інструмента візуальної комунікації, а як художньої практики, яка інтегрує графічні рішення з урахуванням специфіки фешн-видань. Також виявити особливості взаємодії дизайну та змісту у фешн-виданнях і довести, що інформаційний дизайн у цьому контексті є ланцюгом між естетикою моди і її наповненням для формування стилю і бренду видання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В статті показано як фешн-ілюстрація відіграє багатогранну роль у рекламній діяльності. Ілюстрація дозволяє показати не лише деталі одягу, а й емоції, які з ним асоціюються. Наприклад, замість реалістичної передачі текстури тканини художник може зосередитися на передачі динаміки та руху. Кожен модний бренд має свою унікальну естетику, яка відображається через ілюстрації. Наприклад, Chanel використовує мінімалістичні та елегантні образи, тоді як Versace звертається до яскравих кольорів і сміливих форм [12].

Ілюстрації мають здатність створювати інтригу та викликати інтерес. Вони часто виглядають більш унікально, ніж фотографії, і виділяються серед звичного рекламного контенту. Завдяки своїй гнучкості, ілюстрації можуть бути використані в друкованих журналах, соціальних мережах, відеороликах чи навіть у доповненій реальності. Внутрішній елемент твору, тобто художній образ, являється його змістом, без якого не існує жоден витвір мистецтва. Засобом матеріалізації абстрактного змісту твору є зовнішній структурний елемент, що передбачає застосування теоретичних відомостей. Таким чином твір являється нерозривним поєднанням змісту і форми, інтуїтивного та логічного мислення, гармонія між якими може існувати лише за умови, якщо зміст творить форму.

Відповідно до вище викладеного, етапами дослідження асоціативної ілюстрації, як засобу формування художнього образу являється: огляд структурних елементів художнього оформлення фешн-видання і виявлення основних принципів створення асоціативної ілюстрації, як структурного елементу.

Фешн-видання (модні журнали, каталоги, книги) поєднують естетику, функціональність і художність, щоб візуально підкреслити моду, стиль і концепцію. Оформлення таких видань базується на гармонії дизайну, типографіки, фотографії й композиції. Оформлення фешн-видань визначається відповідно до сучасних тенденцій дизайну, візуальної мови, яка має бути гармонійною, підкреслюючи тематику й аудиторію видання (розкіш, екстравагантність, молодіжний тренд тощо), гармонії тексту й зображень, акценті на головному, динаміці, колірній палітрі тощо. Приклади успішного оформлення фешн-видань: *Vogue* з лаконічною типографікою, акцентом на великих фотографіях моделей; *Harper's Bazaar* зі стриманістю і стильністю, використанням пастельних кольорів та яскравих акцентів; *Dior Books* з елегантністю із багатими деталями, монохромною палітрою [2-3; 21].

Цифрові інструменти, такі як графічні планшети (Wacom, XP-Pen) і програми (Adobe Illustrator, Photoshop, Procreate), дозволяють художникам створювати роботи з високою деталізацією та інтерактивними елементами. Багато видань використовують анімовані ілюстрації для реклами в соцмережах, створюють інтерактивні сторіз або відео, які дозволяють користувачам взаємодіяти з брендом. Фешн-ілюстрація інтегрується з AR/VR-технологіями, створюючи віртуальні шоуруми чи інтерактивні примірочні. Наприклад, бренд *Valenciaga* представив свою колекцію у вигляді цифрового шоу, де ілюстрації були ключовим елементом. *Gucci* залучає сучасних ілюстраторів для створення рекламних кампаній. Їхній стиль, що поєднує

еклектику з елементами сюрреалізму, ідеально передає дух бренду. Christian Dior використовує класичні ілюстрації, щоб підкреслити свою елегантність. Наприклад, їхні рекламні кампанії нерідко включають акварельні малюнки суконь і аксесуарів. H&M використовує ілюстрації для привернення молодіжної аудиторії, створюючи яскраві та мінімалістичні образи, які добре інтегруються в соціальні мережі. Фешн-ілюстрація продовжує бути важливим інструментом у рекламній індустрії, поєднуючи мистецтво, технології та маркетинг. Вона дозволяє брендам створювати унікальний імідж, встановлювати емоційний контакт зі споживачами та демонструвати свій одяг у новаторський спосіб [11]. Сучасні технології сприяють розширенню можливостей фешн-ілюстрації, додаючи їй інтерактивності та гнучкості. Таким чином, фешн-ілюстрація залишається актуальним і ефективним інструментом у світі моди та реклами.

Цілісність візуального мислення передбачає сприйняття образу предмету, інформація про форму, колір і фактуру якого надходить одночасно. З огляду на цю особливість зорового сприйняття глядача, ілюстратор має представити перед читачем цілісний художній твір, видання. План розробки художнього оформлення фешн-видання включає в себе перелік тем ілюстрацій, їх різновиди та вирішення архітекtonіки книги. Вибір кількості ілюстрацій залежить від того, кому адресоване фешн-видання, тобто від уподобань цільової аудиторії, від її призначення й від поліграфічних та матеріальних можливостей видавництва і друкарні [6].

Будь-який художній твір є цілним структурним утворенням. Цілісність є запорукою єдності, а структурність обумовлює різноманіття ряду зображень, тому невід'ємною частиною структури фешн-видання є художнє оформлення [13]. Головним принципом побудови художнього оформлення видання являється розділення складної багатопланової роботи на ряд послідовно

вирішуваних окремих задач та об'єднання результатів творчості в єдине ціле. Процес створення, як виду художньо-проектної діяльності, умовно поділяється на етапи [20]:

1. Підготовчий етап включає збір та аналіз інформації, що стосується естетичних, функціональних, конструкційних і технологічних властивостей аналогічної продукції - аналогів.

2. Етап розробки ідеї, задуму майбутнього проекту ведеться паралельно з аналітичною роботою. Початком проектних перетворень є момент, коли форми творця мають змогу втілитися у графіці або макеті.

Загальний видавничий задум передбачає формат книги й ілюстрацій, кількість структурних елементів оформлення, техніку виконання і загальну схему розміщення об'єктів на сторінках видання. Таким чином, видавничим задумом являються думки відносно загальних властивостей майбутнього фешн-видання, які базуються на попередньому ознайомленні з текстом твору. Подальша конкретизація пов'язана з аналізом об'єму і зовнішньої структури тексту твору, призначенням і цільовою аудиторією видання, умовами використання і тиражем. Детальний аналіз твору дає можливість визначити систему ілюстрування, тип і характер перепльоту та вид друку.

3. Етап підбору технічних засобів виконання проекту поділяється на ряд послідовно вирішуваних задач, серед яких: матеріали і техніка виконання складових елементів художнього оформлення, технічні засоби виконання верстки, процес виготовлення макету видання та технологічні вимоги щодо виготовлення одиниці продукції.

Невпинний розвиток комп'ютеризованих технологій являється причиною появи нового інструменту, а від так і нової техніки створення ілюстративного матеріалу. Зникають будь-які обмежуючі рамки у виборі матеріалу виконання художнього оформлення. Гармонія між розмірами

сторінки і смугою набору виникає завдяки однорідності пропорцій – зауважував Я. Чихольд, основоположник системи пропорцій класичної типографіки. Пропорції розташування смуги набору, зображення і вільного поля залежать від масштабу і розмірів видання, від міжстрочного та міжлітерного інтервалу, розмірів літер, а також використання буквиці, колонцифри, заголовка, зноски, тощо [15]. У 1953 році Я. Чихольду вдалось реконструювати золотий канон пізньоготичної структури книжкової сторінки і на його основі створити геометрично визначену систему пропорцій елементів книги [11]. Зміна класичної типографіки на модерністську, яка відбулася на початку ХХ століття, зокрема її прагнення до упорядкування візуального простору, привело до появи модульної сітки. В основі розрахунку модуля сітки лежать конкретні особливості інформації, вираженої у змісті твору. Концептуальна продуманість графіки ХХ століття є протилежністю емоційно-чутливого сприйняття, характерного для сучасної типографіки. Незалежна від технічних обмежень модульної сітки, типографіка ХХІ століття являє собою систему експериментів над структурою книги, застосування нахилу смуги набору, розташування художнього зображення на площині аркуша. Тому, так звана, постмодерністська візуальна культура не містить геометрично визначеної сітки пропорцій книги, а передбачає інтуїтивне композиційне розташування структурних елементів візуального ряду видання [15].

4. Етап реалізації проекту передбачає розвиток і поглиблення концепції оформлення. Кінцевою метою етапу являється остаточне виконання макету одиниці продукції та його подальше впровадження у масове виробництво. В процесі розробки і деталізації проекту важливим є збереження головного композиційного задуму. Особливої ваги набуває всебічна координація естетичних, функціональних, конструкційних і технологічних властивостей об'єкта розробки.



Серед фешн-видань, які дотримуються етапів і вдало використовують засоби графічної виразності: Vogue з мінімалізмом у типографіці і акцентом на фото моделі; Harper's Bazaar з логотипом як елементом композиції; Dazed & Confused з експериментами з типографікою та форматами; українське видання L'Officiel Ukraine з гармонійним поєднанням моди та мистецтва, акцентом на українській культурі [2-3].

Наприклад, зображення на обкладинці покликане лаконічно характеризувати концепцію в цілому і відображає найбільш значний епізод, портрет чи місце подій. Призначення обкладинки полягає у наданні читачеві точної характеристики, жанру, стилю видання. Звідси походять види обкладинки: шрифтова, орнаментальна, емблематична, предметно-декоративна та сюжетно-тематична.

Обмеження техніки виконання оригіналу технологічними умовами і матеріалами спричиняє пошуки ілюстратора образно-пластичного вирішення обкладинки. Проте ціленаправлене і вміле застосування властивостей матеріалу здатне надати фактурної виразності та своєрідної кольорової гами. Технологічні якості матеріалу, з якого виготовляється обкладинка, впливають на спосіб скріплення блоків. Основними видами обкладинки, за способом скріплення книжних блоків, являються: накидна обкладинка, приклеювана обкладинка і обкладинка з кантом. Кантом являється край обкладинки, що виступає за зріз книжкового блоку і захищає його від пошкоджень.

Єдине художнє вирішення зовнішньої і внутрішньої будови видання є запорукою цілісності загального уявлення читача про фешн-видання, однієї з важливих якостей гармонійної побудови композиції будь-якого об'єкту дизайну. Книга являється складним механізмом, конструкція якого виключає все зайве, залишаючи лише взаємопов'язані елементи цілого. Особливістю внутрішньої будови, яка має справу зі смугою набору, є необхідність у

врахуванні всіх якостей тексту твору. Близна паперу, розміщення тексту на сторінці та пропорції літер потребують системного підходу до художнього оформлення видання [11]. Ілюстрація являється структурним елементом внутрішньої будови, як цілісного об'єкту художньо-проектної діяльності. Ілюстрація здатна викликати цікавість у читача незалежно від першого враження. В основі асоціативного етапу лежать зорове сприйняття ілюстрацій та процес їх запам'ятовування. Споглядання читачем чи спогад про ілюстративний матеріал спонукає пам'ять до відтворення змісту твору чи викликає асоціації з прочитаним матеріалом [12]. Різновиди ілюстрацій можна розглядати по їх значенню та місцю розташування у книзі, по їх зв'язку з художніми особливостями (стиль, жанр, композиція, образ) тексту, по техніці їх виконання і поліграфічного відтворення. Вибір формату обумовлений важливістю ролі, яку відіграє ілюстрація для художнього оформлення видання і важливістю змісту зображення. Наприклад, вузлові, кульмінаційні частини оповідання варто проілюструвати полосними ілюстраціями, тобто акцентувати увагу читача на зображенні й підкреслити його значення. Розміри полосної ілюстрації визначаються величиною набірної полоси і форматом книги. Менш значні за змістом елементи художнього оформлення видання підпорядковуються більш важливим, завдяки зменшенню формату, - напівполосні або форматні ілюстрації. Напівполосні або форматні ілюстрації визначаються шириною набірної полоси, а їх висота довільна. Елементи внутрішнього художнього оформлення допомагають зрозуміти зміст твору і відчувати структуру видання.

**Методологія дослідження.** Дослідження інформаційного дизайну фешн-видання є міждисциплінарним і базується на поєднанні методів з дизайну, мистецтвознавства, візуальних комунікацій. Методологічна основа дослідження охоплює декілька підходів. Візуально-аналітичний метод

застосовується для детального аналізу графічної мови фешн-видань (композиція, типографіка тощо), що дозволяє виявити особливості візуальної структури та принципи організації контенту. Наприклад, аналіз обкладинок та розворотів журналів *Vogue*, *Dazed*. Метод порівняльного аналізу застосовується для порівняння підходів до інформаційного дизайну у друкованих і цифрових версіях фешн-видань, а також для зіставлення західних і локальних (українських) прикладів. До емпіричної бази увійшли такі фешн-видання: *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *Dazed*, *Purple Fashion* (міжнародні журнали); *Vogue Ukraine*, *L'Officiel Ukraine* (українські видання); інтерфейси фешн-журналів, інтерактивні проєкти, Instagram-платформи (цифрові).

**Висновки.** В статті ґрунтовно викладено перспективи розвитку фешн-видань в Україні, а також проаналізовано основні поняття і класифікацію фешн-ілюстрацій і видань. Для цього було проведено аналіз джерельної бази, окреслено й охарактеризовано класифікацію фешн-видань і технік виконання фешн-ілюстрацій, їх використання в дизайні. Здійснивши огляд асоціативної фешн-ілюстрації чорно-білих та кольорових видань як елементу художнього оформлення, було встановлено, що візуалізувати зміст та ідею автора твору дизайнер може шляхом застосування символів, вільного оперування просторовими і часовими планами, поєднанням на одному аркуші кількох різномірних елементів зображення, що дозволяє підвищити і збагатити емоційну насиченість образної системи художнього оформлення фешн-видання. Основним підходом до створення асоціативної фешн-ілюстрації є відображення графічними засобами асоціативної лінії колекції одягу художником-ілюстратором на основі образних асоціацій, що виникли при засвоєнні змісту. Дослідження шляхів сприйняття асоціативної фешн-ілюстрації читачем, який одночасно перетворюється на глядача, дозволило визначити наступні психологічні реакції особистості: естетичне та мистецьке

сприйняття формування чуттєвих образів предметів об'єктивної дійсності; емоційні реакції викликані чуттєвими образами предметів за інтерпретацією змісту колекції; рамки асоціативної фешн-ілюстрації можуть розширити або звузити коло уявлення про світ і про себе. Завдяки використанню засобів графічного дизайну фешн-дизайнер обирає методи й техніки, з цього приводу зовнішнє оформлення друкованого видання здатне виконувати функції реклами: надавати користувачеві загальний інформаційний дизайн відносно колекцій, формувати попит, враховувати естетичні потреби цільової аудиторії поряд з особливостями внутрішньої структури, створювати перше враження про видання. У контексті змін у сфері модної індустрії та цифрових технологій інформаційний дизайн фешн-видань демонструє високий потенціал до трансформації та розвитку. Перехід до цифрових платформ стимулює розвиток нових форматів подачі контенту, коли фешн-видання активно використовують анімацію, інтерактивні галереї, для створення глибшого візуального досвіду. У майбутньому зросте інтерес до нестандартних версток, варіативних шрифтів, типографіки. Фешн-дизайн залишатиметься лабораторією візуальних експериментів, яка поєднує естетику з провокативністю, а інформаційний дизайн фешн-видань стає інструментом не лише естетики, а й соціального висловлювання. Фешн-видання дедалі частіше будуть залучати графічних дизайнерів, ілюстраторів, що стимулює розвиток гібридних форматів між модою, мистецтвом і графічним дизайном.

#### Список використаних джерел:

1. Соболев О. Інформаційний дизайн як комунікативний інструмент: методика проектування Вісник Львівської національної академії мистецтв. Львів : ЛНАМ, 2016. № 30. С 234–247.
2. Журнал Vogue. <https://vogue.ua/> (дата звернення: 18.04.2025).

3. Журнал [harpersbazaar](https://harpersbazaar.com.ua/). <https://harpersbazaar.com.ua/> (дата звернення: 18.04.2025).
4. Косів В. М. Українська ідентичність у графічному дизайні 1945-1989 років [Текст] : [монографія]. Київ : Родовід, 2019. 480 с. ISBN 617-7482-32-0/
5. Миргородська Н. Еволюція форм проектно-художньої презентації костюма в ілюстрації моди: автореф. дис. на здобуття наук. ступ. канд. мистецтвознавства: 17.00.17 «дизайн». М-во освіти і науки України, Харк. держ. акад. дизайну і мистецтв.— Харків, 2014. 20 с.
6. Поліграфія та видавнича справа: тлумачний словник / уклад. : Б. В. Дурняк, О. В. Мельников, О. М. Васишин, О. Г. Дячок. Львів: Афіша, 2002. 456 с.
7. Роменець В. А. Психологія творчості: Навч. посібник. 2-ге вид., доп. К.: Либідь, 2001. 288 с.
8. Топ-10 відомих фешн-ілюстраторів <https://fantasyroom.online/ukr/blog/tpost/dv8tiustd1-top-10-fashion-lyustratorv> (дата звернення: 18.04.2025).
9. Удріс Ірина. Удріс-Бородавко Наталія. Модний образ у фешн-ілюстрації ар-нуво і арт-деко: сюжет «жінка та авто». Вісник ЛНАМ. Вип.35. 2018. С.254-273. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1313160>. (дата звернення: 18.04.2025).
10. Удріс І., Ілюстрація моди: від Ренесансу до Постмодернізму : навч. посібн. / І. Удріс, Н. Удріс. Кривий Ріг : Видавничий дім, 2013. 208 с.
11. Фешн-ілюстрація: від малюнку до обкладинки та подіумів <https://project.weekend.today/fashion-illustrator> (дата звернення: 18.04.2025).

12. Фешн-тренд.

<https://www.fashiontrendsetter.com/v2/2024/03/06/ikea-and-raw-color-unveil-the-colorful-tesammans-collection/> (дата звернення: 18.04.2025).

13. Хмельовський О., Костукевич С. Графіка й основи графічного мистецтва: [Навч. посіб.]. Луцьк: ЛДТУ, 2 кн. 1. 2003. 159 с.

14. Шевченко В. Ф. Короткий енциклопедичний словник з культури. К.: Україна, 2003. 384с.

15. Bil'ak Peter. Experimental typography. Whatever that means [Електронний ресурс]: стаття / Режим доступу: [https://www.typotheque.com/articles/experimental\\_typography\\_whatever\\_that\\_means](https://www.typotheque.com/articles/experimental_typography_whatever_that_means) (дата звернення: 18.04.2025).

16. Blanc-Benon L. How Colour Photography Destabilizes the Philosophy of Photography / Photoresearcher. 2019. P. 31.16.

17. Carter Higgins. Design of the Picture Book [Електронний ресурс]: стаття / Режим доступу: <http://www.designofthepicturebook.com/tag/typography/> (дата звернення: 18.04.2025).

18. Cihan Aybay. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC, 7(3), 2017, pp. 454-462. DOI: 10.7456/10703100/008

19. Lopes D. A Philosophy of Computer Art. New York: Routledge, 2009. 160 p.

20. Paul Shaw, The digital past: When typefaces were experimental, AGIA/ [Електронний ресурс]: стаття / Режим доступу: <http://www.aiga.org/the-digital-past-when-typefaces-were-experimental/> (дата звернення: 18.04.2025).

21. Vogue Covers. On Fashion's front page. – Little, Broun. 2009.