

3.4. STRATEGY, TACTICS, DESIGN METHODOLOGY OF DEFINING AND ADAPTATION OF ATTRACTIVE ELEMENTS IN TOURISM FACILITIES

СТРАТЕГІЯ, ТАКТИКА, ДИЗАЙНЕРСЬКА МЕТОДОЛОГІЯ ВИЗНАЧЕННЯ ТА АДАПТАЦІЇ АТРАКТИВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ В ОБ'ЄКТАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Вступ. Зазначимо основні сутнісні складові. Атракція в індустрії туризму повинна бути однією з складових бізнес-плану. Одразу запропонуємо тезу: якщо з атрактивними об'єктами сутожньо – їх необхідно створити. Однак, може бути така ситуація, за якої атрактивні об'єкти присутні, тільки їх оцінка не проводилася, або ж відсутня категоріальна оцінка туристичних об'єктів на елементи атракції, або відсутня в достатньому ступені методологія оцінки, яка повинна базуватися на об'єктивних чинниках. І, нарешті, про атрактивні об'єкти - не розглянуто умови, які сприяють зацікавленості споживача в достатньому для його мотивації ступені, або інформативні засоби не мають досконалого рівня, мається на увазі весь спектр аудіо і відео засобів, рекламних засобів і, власне, сутності реклами щодо зацікавлення споживача туристичних послуг атрактивними елементами. Так, саме зацікавлення, що є терміном, який потребує свого тлумачення. Крім того, необхідно переглянути поняття гостинність в напрямку забезпечення атрактивними елементами місця перебування туристів. Це потребує розгляду інтер'єру та екстер'єру приміщень та будівель. Звісно, атракція може мати різноманітний характер. Це перш за все естетично визначені місця, в яких бажано перебування туристів. Але є атракції, які відповідають певним бажанням туристів. Наприклад, зацікавлення ігровими речами, до яких слід віднести ігрові види спорту з майданчиками та знаряддям і відповідним естетичним оформленням. Або комп'ютерні ігри чи ігри фінансового спрямування. Ці різновиди потребують свого атрибуту з відповідним наповненням середовища їх розміщення і, відповідно, щодо перебування людини. Окремий напрямок – винний туризм.

В літературних джерелах поняття тактики розкривається як спосіб отримання переваги або успіху, хід, коригування, використовувані в роботі для досягнення найкращого можливого результату в будь-який моменті в будь-якій діяльності. Або тактика – це методи та прийоми, які обираються для досягнення бажаного результату в конкретній ситуації (Termin, 2019-2025).

Стратегія – це особливий підхід, стратегічний план, який буде застосовано для досягнення поставлених цілей. Вона необхідна для визначення напрямку діяльності. В свою чергу, тактика необхідна для визначення, формування і розкриття характеристик дій у певному напрямку, які необхідно застосувати для досягнення поставлених цілей. Ось зв'язок між стратегією і тактикою. Виконаємо спробу формулювання напрямку та методів і прийомів. Проведений у (Zaychenko, 2018) пошук надав можливість визначення методів, пов'язаних із атракцією та особливостями менеджменту музеїв транспорту штату Нью-Йорк. Одразу слід зазначити, в назві статті є словосполучення «атрактивна тактика», що вказує на, власне, якісну характеристику тактики, а не на тактику проведення або визначення атракції. Визначення тактики атракції та стратегії не подано в роботі (Zaychenko, 2018). Розглянемо пильніше поняття атракції, щоби більш певно визначитися в дефініціях. Атракція це від лат. «*attractus*» – малювати, тягнути, або від лат. *attractio* – притягувати. В сучасній туристичній галузі використовується як симбіоз понять "місце", "краєвид", "пам'ятка культури, архітектури, історії" та принагідна "діяльність", якою турист може займатися у цьому місці, тобто,

туристична атракція. Або ж принада, приваба. зваба, ва́ба, залука, цікавина, нада, рупиво, рупило (рупити – цікавити), видовище, дієвина, вабація, пам’ятка (Словотвір, 2025). Також це комплекс розваг і заходів, зорієнтованих на формування позитивних вражень у туристів. Розвага - заходи з метою розвеселяти, розважати людей, піднімати настрій, або ж утіха. «Позитивних вражень» слід розуміти як створення умов щодо відповідності уяві, бажанню, вимогам споживача. А також, певний умисел (подано як заздалегідь обдуманий позитивний план чи намір) за здійсненням якого ця відповідність набуде найвищої оцінки. Але це не злий умисел, а дія за позитивним наміром, яка забезпечить приємну несподіванку споживачу (в дизайні умисел – це креативний задум в проєктуванні дизайн-обекта). Цікавими є також такі формулювання. Тактика – це образ мислення, який формує дисципліну, допомагає бачити пріоритети та діяти точно в будь-якій сфері життя – роботі, бізнесі чи стосунках (Instagram, 2025).

Маркетингова тактика, така, яку, в основному, зведено до «формування й реалізації завдань компанії на окремих ринках (сегментах) і за кожним товаром, але лише в конкретний період (короткостроковий) на основі стратегії маркетингу та оцінка сучасної ринкової ситуації з постійним коригуванням завдань з урахуванням змін кон’юнктурних та інших факторів». Тут оцінку сучасної ринкової ситуації подано як метод поліпшення маркетингу. Власне, це стосується і туризму. Однак, не враховано впливові чинники кон’юнктурних факторів та їх визначення. Серед завдань можна виокреслити «виявлення існуючих і потенційних бажань покупців» та «створення продукції, яка позитивно б відрізнялася своєю якістю, конкурентоспроможністю і зручністю для споживачів від тієї, що вже є на ринку, модифікування продукції, узгодження її споживчих якостей із запитами ринку», однак, не вказано метод або ж засіб підвищення якості за рахунок модифікації. Тут теж відсутнє формулювання (Фармацевтична енциклопедія, 2003).

Результати дослідження

Необхідно визначити важіль, за допомогою якого можна сформулювати стратегію і визначити тактику з відповідними завданнями. Оскільки в суттєвому визначенні атрактивності є такі поняття – привабливість, краєвид, пам’ятка культури, які безпосередньо межують з мистецтвом, а, відповідно, з естетичними показниками, необхідно ставити завдання пошуку методики, в якій враховано саме ці якості. Тоді можна взяти до уваги теорію композиції. Але, мистецтво має передавати та виражати, а не організовувати, проєктувати, конструювати. Таким чином, цей шлях виводить на художнє конструювання як метод тактики атракції. Але, цей же метод є головним засобом технічної естетики. А вона, в свою чергу, є теорією дизайну. Дизайн знаходиться в руслі напряму «Мистецтво». Цікаво в напрямку атракції розглянути функції мистецтва.

До функцій мистецтва належать: суспільно-перетворююча та компенсаторна; пізнавально-евристична; художньо-концептуальна; передбачення; інформативна та комунікативна; сугестивна; естетична; гедоністична.

Кожна з вказаних функцій в тому чи іншому ступені має відношення до туристичної атракції, оскільки мета якої – мати культурний вплив на пересічного громадянина від простої зацікавленості до надання насолоди. При цьому, цей вплив змушує людину емоційно реагувати на кращі зразки від захоплення і, можливо, до катарсиса. В сучасній провідній парадигмі культуро-творчості «завдання дизайнера ускладнюються створенням не просто середовища для

визначених видів діяльності, а його емоційної атмосфери». створення «духу місця»», Тому, *сучасну парадигму дизайну можна сформулювати таким чином: формування дизайнером функціональних складових і формальних рис предмету в його формотворенні переслідує мету надання останнім комунікаційних ефектів, пов'язаних з чуттєвим досвідом таким чином. щоби споживач мав можливість їх відчутти та отримати емоційний вплив* (Wix.com, 2014).

До появи дизайну існувало два визначення культури: матеріальна і духовна. Завдяки дизайну було визначено третю, її назвали проєктною культурою. Але, слід зауважити, що і до дизайну існували технічні проєкти соціального призначення. Відповідно, ці проєкти мали чисто технічну сутність. Однак, цього виявилось замало для задоволення потреб споживачів, в яких, крім суто функціональних, проявилися ергономічні (не тільки зручність в користуванні) і естетичні, а надалі виступили і екологічні, що значно ускладнило роботу дизайнера, але надало можливість формулювання поняття проєктної культури і, відповідно, формулювання промислового зразка – як результату творчої діяльності людини у галузі художнього конструювання (де зразок – взірєць, еталон). Також, набули розвитку виробничі вимоги і відносини, бо вироби дизайну вже несли у собі ексклюзивні риси, тобто, мали емоційний потенціал, і, в той же час, повинні були мати масовий характер виробництва для забезпечення якнайбільшої кількості споживачів. Така постановка забезпечувала не тільки певний попит на певні вироби, а і надавала змогу економічного зростання, Чим і скористалися в США в тридцяті роки пройдешого сторіччя для подолання «Великої депресії – промислове виробництво скоротилося на п'ятдесят відсотків». Сформулюємо поняття *емоційний потенціал промислового зразка* – це міра його: відповідності культурним уподобанням споживача, в тому числі, напрямку моди; аксіологічного визначення в культурному надбанні певної спільноти людей; відповідності призначенню; відповідності естетичному, престижному задоволенню.

В проєктній культурі, до речі, виникло певне осмислення сутності змін, на які повинен звернути увагу проєктувальник і вже дивитися на предмет проєктування не просто як на виріб, готовий до експлуатації, а і як предмет, який набуває значення в певному середовищі і який повинен відповідати характеристикам цього середовища. Чи, навпаки, викликати необхідність певних змін у цьому середовищі для досягнення гармонійних співвідношень. Крім того, до розгляду підпало поняття речі як такої, що надала певного розвитку людської цивілізації. Виникала потреба, ця потреба отримувала технологічний відгук і тим самим надавала поштовх для подальшого розвитку і науки і технології. Тому ці чотири поняття: цивілізація (культура), річ, наука, технологія мають сутнісний зв'язок, який повинен гармонійно, щодо всіх складових, реалізуватися методологією і практикою дизайну.

Дизайн характеризується композиційною гармонією, єдністю форми та змісту, стильовою завершеністю і, в той же час, перелічені особливості були і залишаються основними чинниками, що визначають якісні характеристики всіх об'єктів, у тому числі, атракції, в яких присутні художнє начало, естетично-образна виразність. Історично склалося, що першим визначився індустріальний дизайн, який пізніше отримав назву – промисловий з значно пізнішим відгалуженням – предметний. Дизайн має багато формулювань, найбільш відповідним є таке. На 29-й Генеральній Асамблеї в Гванджу (Південна Корея) 2015-го року, Professional Practise Committee, запропоновано оновлене визначення промислового дизайну у такий спосіб: "Промисловий дизайн являє собою стратегічний процес розв'язання проблем, котрий просуває інновації, будує бізнес-успіх і приводить до кращої якості життя на основі новаторських продуктів, систем, послуг і досвіду" (Вікіпедія – вільна енциклопедія, 2022). Тлумачиться це формулювання таким чином. Промисловий дизайн, сприяє бізнес-успіху, поліпшенню якості

життя за допомогою розроблення інноваційних продуктів, систем, послуг і відповідного досвіду. Вказано, що це міждисциплінарна професія, в якій застосовано творчий підхід для розв'язання проблем, задля вироблення продукту якомога краще. І що дуже важливо - «Промисловий дизайн забезпечує більш радісний погляд на майбутнє». При цьому, забезпечується рефреймінг проблеми як можливості! Але ж, щоби визначити проблему, необхідно виконати передпроектні дослідження, і тільки тоді уможливити нове значення продукту проєктування і конкурентну перевагу в економічній, соціальній, культурній та екологічній царинах. Засіб глибокого розуміння потреб користувачів реалізується через емпатію і тільки тоді з'являється можливість застосування прагматичного розв'язання визначених і сформульованих проблем. В сучасності запропоновано творчий підхід розв'язання проблем, який носить назву «дизайн-мислення», який буде охарактеризовано нижче.

Врешті-решт, можна зупинитися на такому лаконічному вислові: дизайн – це промислове мистецтво. Тобто, таке мистецтво, яке відповідає всім гілочкам дизайну і забезпечує їх, мистецтво виготовлення із врахуванням композиційних якостей виробу, мистецтво виготовлення із забезпеченням промислових вимог, мистецтво виготовлення із забезпеченням соціальних вимог. До основних різновидів дизайну, з огляду на сутність атракції, можна віднести еко-дизайн, етно-дизайн, ландшафтний дизайн, архітектурний дизайн, дизайн середовища, дизайн інтер'єру, графічний дизайн. До перелічених різновидів дизайну є найбільш дотичним арт-дизайн, оскільки він безпосередньо вміщує методології мистецтва і дизайну. І, в той же час, цей різновид дизайну є найбільш візуально інформативним і спрямованим на споживача, його сприйняття, що категорично відповідає запитам атракції елементів об'єктів туристичної галузі.

Таким чином, в якості *стратегічного напрямку щодо організації та визначення якостей атрактивних елементів в об'єктах галузі туризму можна визначити методології дизайну та дизайн-мислення.*

Під тактикою організації та визначення якостей атрактивних елементів в об'єктах галузі туризму слід розуміти застосування засобів і категорій художнього конструювання на етапах проєктування за такими принципами:

- облік навколишнього середовища та конкретних умов, на які мають безпосередній вплив запити споживачів;
- комплексне, одночасне вирішення утилітарно-функціональних, конструктивно-технологічних, економічних, соціальних, естетичних і ергономічних питань;
- єдність форми і змісту дизайн-об'єкту (образність).

Будемо називати предмети атракції дизайн-об'єктами атракції.

Головним засобом створення форми дизайн-об'єкта атракції є композиція. І от чому. Існуює методика оцінки історико-культурних туристичних ресурсів (Wix.com, 2014), в якій за основу прийнято метод експертних оцінок. Але ж цей метод базується на відчуттях особистості, яка має певний культурний досвід щодо сприйняття у цілому, без характеристики окремих складових при загальній бальній оцінці. Такий підхід є цілковито суб'єктивним, а оскільки до уваги береться думка декількох експертів, кінцевий результат набуває наближеного характеру. Інакше кажучи, відсутній композиційний аналіз. До оціночного аналізу складних об'єктів, якими є дизайн-об'єкти атракції, в яких слід врахувати, в тому числі, дуальну єдність мистецтва і технологій, слід віднести такі чинники: композиційний аналіз, який базується на: поняттях композиції виробу, *чи* предмета і пов'язаних з характеристиками їх образності і художньої виразності; композиційну якість – після ретельного і всебічного аналізу утилітарних і

функціональних вимог, пропонованих щодо виробу, та їх сумісності з естетичними показниками; стадії проектування, в яких необхідно врахувати: визначення аналогів і прототипів – передпроектний аналіз; розроблення технічного завдання на проектування майбутнього виробу; технологічні і матеріалознавчі вимоги, забезпечення економічних показників - мінімізації матеріалів, енергоємності, екобезпеки, технологічності (визначення підприємства виробника); розроблення ескізного проєкту; розроблення технічного (робочого) проєкту з відповідними креслениками; виготовлення макету. Щодо останнього чинника тут досить впевнено можна використати методи проєктної графіки та коп'ютерні технології проектування, наприклад, 3Д.

Отже, композиційний аналіз виконується послідовно, починаючи з всебічного дослідження дизайн-об'єкта атракції і визначення його утилітарних якостей, технічних особливостей. До складових об'єктивного композиційного аналізу підпадають: тенденції розвитку дизайн-об'єктів атракції певного виду, можливі бренди, особливості форми та її відповідність колірній гамі, що впливає на сприйняття кольору, наявність пластичних переходів, що надає можливість відчуття матеріалу, його фактурні ознаки та стилеві визначення, що може вказати на присутність художнього смаку і т.ін..Звісно, що тут важливі знання основ теорії композиції. Тому такі підходи – подобається чи ні, або красиво чи ні – ні в якому разі неприйнятні. Як загальний результат виконаного композиційного аналізу необхідно виявити показники, пов'язані із чуттєвим сприйняттям конкретного дизайн-об'єкта атракції, а для цього охарактеризувати важливі складові теорії композиції, якими є : об'ємно-просторова структура ; тектоніка ; гармонійність форми ; колірне рішення.

Ось чому, необхідно користуватися при такій оцінці художньо-композиційним підходом, в якому в розгляд підпадають усі композиційні елементи з механізмом оцінки цілісного сприйняття. При цьому, необхідною умовою виразності об'єктів художнього конструювання є композиційна якість. Вона складається з гармонійності, спів розмірності та цілісності, які є важливими чинниками естетичної досконалості виробів. Композиція – це також наука, теорія творчості, що має відповідні закони, прийоми компонування та структурного аналізу виробу. При цьому, художньо-конструктивний прийом компонування вважається одним з основних в дизайн-проектуванні. Оскільки, власне, композиція і композиційні категорії є основним засобом створення естетичної якості дизайн-об'єктів атракції, є необхідність розгляду їх сутності із розкриттям відповідного впливу на ці об'єкти атракції в процесах дизайн-проектуювання.

Композиція (від латин. *compositio* —складання, поєднання) – це творчий процес компонування різних частин у єдине ціле відповідно до визначеної художньо-образної ідеї, чим досягається гармонійне, виразне, стилістичне оформлення виробу. Саме композиція надає дизайн-об'єктам атракції цілісності сприйняття, підпорядковує їх елементи один одному, організовує простір. У художньому конструюванні композиція має розвиток в трьох напрямках, тобто, існують три види композиції: фронтальна, об'ємна, глибинно-просторова.

Фронтальна композиція – це композиція, що розташована в одній площині – площинна композиція, що складається з елементів, які не виступають над площиною (атрактивними елементами на дизайн-об'єктах атракції можуть бути малюнок, аплікація, інкрустація, рисунок тканини тощо). Елементи розташовуються в одній площині у двох напрямках: вертикальному й горизонтальному.

Об'ємна – це композиція дизайн-об'єкта атракції, яка сприймається з усіх сторін, а виразність об'ємної композиції залежить від кута зору. Її різновидом є об'ємно-просторова –

композиція із взаємозалежних дизайн-об'єктів атракції, розміщених на різних рівнях і площинах. Розрізняють також об'ємно-фронтальну композицію, що передбачає компоновання рельєфних деталей на одній площині (елементи атракції – різьба на поверхні меблів, декоративні вироби з пластичних матеріалів). Розрахована на сприйняття з одного, двох або трьох боків.

Глибинно-просторова – це композиція дизайн-об'єкту атракції, що виконується з передаванням глибини простору. Глибинно-просторова композиція пов'язана з простором, у якому вона розміщена (це інтер'єри різноманітних туристичних об'єктів, парки в навколишньому середовищі, глибокі вітрини, наприклад, в бутіках, шоу-румах і т. ін.). Вона надає можливість розгляду з усіх боків, а елементи розташовуються в різних площинах, що значно підвищує оглядовість предметів.

До засобів виразності композиції відносяться такі. Контраст - протиставлення в композиції дизайн-об'єкту атракції, переважно у співвідношенні протилежних пар (за кольором, фактурою, текстури світлотіні формою, розміром), створює деяке емоційне напруження. Контраст активізує форму дизайн-об'єкту атракції і часто визначається функціональним компонованням виробу. Ньюанс – поступова, тонка і взаємозалежна зміна властивостей композиційних елементів дизайн-об'єкту атракції. Ньюанс – тонка різниця, ледь помітний перехід, який надає певної врівноваженості сприйняття. Розрізняють ньюанси за формою, розміром, кольором, фактурою тощо.

Акцент – засіб для створення композиційної впорядкованості дизайн-об'єкту атракції та розкриття змісту за допомогою зосередження уваги, зупинки, вирізнення з-поміж оточення. Це засіб закладання більш потужного емоційного сприйняття дизайн-об'єкту атракції. Акцентом з другорядного вирізняється більш суттєве та емоційне, важливе в психологічному плані.

Пропорції – гармонійне співвідношення частин форми між собою і з цілим. Від вдало знайденого співвідношення конструктивних частин дизайн-об'єкту атракції значною мірою залежить його чутливе сприйняття та певна композиційна цілісність. “Золотий переріз” характеризується таким відношенням нерівних частин, при якому ціле так відноситься до більшої частини, як велика частина до меншої.

Тектоніка є зриме відображення роботи конструкції і матеріалу у формі дизайн-об'єкта атракції. У тектоніці виражається зв'язок форми і змісту виробу. Також поняття тектоніки нерозривно зв'язує найважливіші характеристики дизайн-об'єкта атракції – його конструктивну основу, матеріал і зовнішню форму у всіх її проявах, як у цілому, так і в частці.

Щодо об'ємно-просторової структури – будь-яка форма тривимірного дизайн-об'єкта атракції володіє такими властивостями : вона матеріальна і просторова. Матеріальна форма – це обсяг, що обмежує частину простору визначених розмірів і конфігурації. Обсяг і простір – важливі і рівноправні елементи композиції і не тільки в художньому плані. оскільки об'ємно-просторова форма визначає характер взаємодії її обсягу з простором.

Гармонійна цілісність форми дизайн-об'єкта атракції – пена відповідність частин і цілого, повинна відбивати логіку й органічні зв'язки конструктивного устрою з його композиційним втіленням.

Динамічність і статичність форми дизайн-об'єкта атракції. Слугують наданню єдності характеру форми – важлива властивість композиції, що визначає сприйнятний підхід до формоутворення всіх елементів даної форми та компоновання дизайн-об'єкта атракції.

Рівновагою в композиції – це такий стан всієї композиції, при якому елементи, що входять до складу, збалансовані один щодо одного.

Симетрія – поняття, що відображає порядок, що існує в природі, пропорційність і співрозмірність між елементами деякої системи чи об'єкта природи. Асиметрія – поняття, протилежне симетрії, що відображає розупорядочення системи, порушення рівноваги.

Масштаб – відношення розмірів дизайн-об'єкта атракції, виконаних без спотворень, до інших номінальних значень. Масштаб з відношенням один до одного називають масштабом натуральної величини.

Масштабність – особливий вид пропорційності дизайн-об'єкта атракції стосовно людини. Це також міра відповідності дизайн-об'єкта атракції розмірам людського тіла, що виявляється в процесі безпосереднього використання його людиною. Масштабність – це також сумірність дизайн-об'єкта атракції з людиною, предметно-образне сприйняття окремих їх окремих різновидів у їхній конкретній величині і формі.

Метр (метричний повтор) і ритм – визначені закономірності повторення елементів композиції дизайн-об'єкта атракції. Метр має постійний, або зорозвужений постійним, крок повторів. Ритм – закономірна зміна порядку структури елементів : наприклад, поступова зміна кроку повторів – ритміка

Тіні визначають собою пластичність (пластикові) форми, під якою розуміють її рельєфність, скульптурність, м'якість переходів основних утворюючих ліній (поверхонь).

Єдність характеру форми є у дизайн-об'єктах атракції високого естетичного рівня. Можливий недолік – різностильова або стильова невідповідність однієї частини іншій, або різнохарактерності елементів форми.

Субординація (співпідпорядкованість) – це впорядкованість елементів композиції і їх груп по важливості й змісту. Композиційна якість дизайн-об'єкта атракції – гармонійність, співрозмірність, цілісність. Невідповідність елементів форми за одними і тими самими ознаками (пропорції, фактура, колір) призводить до порушення цілісності. Цілісність передбачає також єдність структури й тектоніки.

Розглянемо прикладні аспекти, пов'язані з художнім конструюванням дизайн-об'єкта атракції. Найбільш привабливим і дієвим різновидом дизайну в цьому випадку є арт-дизайн.

Арт-дизайн – це різновид дизайну, який поєднує художню творчість і функціональність. Він знаходиться на межі між мистецтвом і практичним використанням: предмети, створені в цьому стилі, не просто красиві, а ще й мають конкретне призначення

Власне, арт-дизайн – це не просто стиль, а сучасна філософія. Він перетворює звичайні предмети на мистецькі об'єкти, які викликають емоції, дивують і навіть змушують сперечатися. Арт-дизайн (англ. art-design – «мистецтво-дизайн») – течія постіндустріального дизайну, представники якої прагнули поєднати принципи дизайн-проектування, процеси стилютворення та традиційної художньої творчості (живопису, скульптури, графіки, декоративно-ужиткового мистецтва). У період 1960-1980-х років «італійська лінія» (дві дизайнерських групи – «Алхімія» (Гуеррьєро, Мендіні) і «Мемфіс» (Е. Соттсасс) у дизайні визначилися такими термінами: метод художньо-проектного концептуалізму та арт-дизайн (Вікіпедія – вільна енциклопедія, 2022).

Створювалися речі, не призначені для промислового виробництва за напрямком "re-design" (англ. Research design – пошуковий дизайн (Мендіні)). Ці речі не підпадали образотворчому мистецтву: виставкові інсталяції, архітектурні об'єкти, предмети інтер'єрів та промислових виробів, протиставляючи свої роботи як «елегантному дизайну», так і модернізму. Ідеї емоційного, експериментально-артистичного, або, навіть, поетичного дизайну, втілювалися в діяльності підприємства-лабораторії, названого «Мемфіс».

Твори арт-дизайну іронічні та парадоксальні, що часом зближує їх із кічем. Крім демонстративного змішування методів та прийомів, властивих постмодерністському мистецтву, митці використовували гру фактур, кольорів та форм – що ставило під сумнів парадигму класичного дизайну, яка свідчила про обумовленість форми утилітарною функцією та конструкцією виробу. Слід зауважити, що об'єкти арт-дизайну не є творами декоративно-прикладного мистецтва, вони ближчі до композицій авангардного дадаїзму, поп-арту, сюрреалізму, ар нуво (фр. L'Art Nouveau – «нове мистецтво» в Австрії – сецесіон, у Німеччині – югендстиль, у Франції та Бельгії – ар-нуво, в Італії – стиль Ліберті, в Америці – стиль Тіффані, в Україні існували два варіанти – стиль модерн український і Сецесіон), арт деко (фр. art déco – дослівно «декоративне мистецтво») – мистецька течія першої половини XX століття. Арт-деко є синтезом модерну і неокласицизму, мав свій вплив на всі аспекти життя і асоціювався з розкішшю, його вплив також помітний в архітектурі, живописі, прикладній графіці, скульптурі та кіно 1930 року. Якраз тоді, коли в архітектурі проявився стиль обтічного модернізму, з новими формами, включаючи глянцеві поверхні) та реді-мейду (англ. ready-made від ready «готовий» і made «зроблений»).

Приклади арт деко подано на рисунку 1 («Майоліковий будинок»), рисунку 2 (а – Крісло «кобра» та письмовий стіл; б – настільна лампа), рисунку 3 (а – Троянда, б – Прометей), рисунку 4 (а – книжковий стелаж, б – Композиція, скло).



Рисунок 1. «Майоліковий будинок» на Linke Wienzeile, Відень, архітектор О. Вагнер, 1899.



а

б

Рисунок 2. а – Крісло «кобра» та письмовий стіл. 1902. Карло Бугатті, музей Брукліна;
б – Луїс Комфорт Тіффані, настільна лампа з ліліями, 1900-1910.



а

б

Рисунок 3. а – Троянда в стилі ар-деко авторства Моріса Дені на куполі театру; б – Прометей
Пол Меншип, Рокфеллерівський центр Нью-Йорк, 1937.



а

б

Рисунок 4. а – Соттсасс. Книжковий стелаж. "Мемфіс". 1981; б – Е.Соттсасс. Композиція. Скло.
Мілан. 1986.

До принципів, істотних ознак арт-дизайну можна віднести такі: цільову установку арт-об'єктів – спрямованість творчості дизайнера на організацію і створення образно-художніх вражень; домінанта декоративної, виставкової функції, яка створюється за рахунок, так би мовити, внутрішньої антитези утилітарної і художньо-образної функцій дизайну; умисел, за яким в проєктуванні закладається емоційний чинник, який повинен збудити емоції у споживача, а це надає необхідний зв'язок у створенні витворів арт-дизайну з економічним чинником – ринковими відносинами, в яких важливо знайти емоційний вплив майбутньої купівлі на споживача і, таким чином, забезпечити її.

Арт-об'єкт є родзинкою в дизайні середовища перебування людини. Він може бути не головним, але і не другорядним елементом в екстер'єрі та інтер'єрі. За його допомогою можливо передати стиль, художній образ, загальну концепцію, закладену в проєкті. Арт-об'єкт є і логічний, і, в той же час, парадоксальний в одному середовищі. Його обирають як важливий смисловий акцент в дизайні екстер'єру та інтер'єру. В архітектурній композиції арт-об'єкт надає певний яскравий штрих, який може домінувати в створюваному просторі. Наприклад, «петриківський» розпис, або ж сучасний феномен арт-дизайну – мурали, і, таким чином, він присутній в формуванні міського середовища.

Вимоги до арт – об'єктів можуть бути зведені до такого. Естетичні – пояснюються потребою людини в вираженні споживчих властивостей виробу через чуттєво сприйнятих ознак форми: інформативність форми (пізнаваність виробу – виділення художніми засобами головних елементів в загальній композиційній структурі форми, наявність знакових елементів – емблем, символів, написів); призначення виробу (можливі варіанти й порядок його функціонування); композиційна досконалість форми і гармонійність – наявність в формі головного мотиву – ідеї, яка лягає в основі всієї композиційної структури, узгодження його конструктивного рішення з естетичною характеристикою об'ємно-просторової форми.

Важливі рисами, характерними для арт-об'єкту, який застосовується в середовищному дизайні, є: інтегративність, як об'єднуюча функція «вписаного» дизайн-об'єкту в конкретне середовище; самодостатність – бо ж він сам собою являє витвір мистецтва з певною стильовою характеристикою, яка виступає в цьому випадку як акцентуюча складова.

Щодо типології арт-дизайну існує узагальнена системна класифікація різновидів і форм прояву арт-дизайну. Арт-стайлінг – виготовлення, пов'язане з підвищенням привабливості дизайн-об'єкта без урахування його структурно-конструктивних характеристик. Іміжевий арт-дизайн – проєктування артистичного, вишуканого іміджу. Мистецький арт-дизайн – проєктування дизайн-об'єктів, пов'язаних з мистецтвом у вигляді певних предметів, або ж певних послуг чи дій, наприклад, у туризмі (Король, 2006).

При розробці арт-об'єктів в їх дизайні використовуються різні стилі, до попередньо вказаних додаються: кубізм; функціоналізм, футуризм, абстракціонізм і т. ін. Виділяють арт-об'єкти, створені в наступних стилях: супрематизм (безпредметні геометричні абстракції – плакати, інсталяції, графіка), футуризм (характеризуються технологічністю, простотою ліній – предмети промислового дизайну, меблі), конструктивізм (характеризуються строгістю, геометричною, монолітністю–меблі, предмети інтер'єру), функціоналізм (мають утилітарно-практичне призначення – меблі). Останнім часом його пов'язують з більш широким полем проєктно-дизайнерської діяльності, що містить в собі такі напрямки реалізації арт-дизайну, як арт-стайлінг, арт-реклама, арт-імідж, арт-експериментальне проєктування, арт-пошук креативних ідей, індивідуальні та колективні творчі арт-презентації та ін. (Яловенко, 1999).

При цьому, стильовому рішенню обов'язково властиві композиційні вимоги, такі, як єдність образу, відповідність форми і елементів обраному матеріалу, певна пластичність за вдалим вибором матеріалу, що допомагає надати формальні риси арт-об'єкту.

Об'єктами арт-дизайну є предмети в різних напрямках культури і виробництва: поліграфічна продукція, товари народного споживання, предмети та вироби культурно-побутового призначення, твори декоративного мистецтва (рис.4), елементи та аксесуари костюма, рекламна продукція, предмети інтер'єрів, екстер'єрів і вітрин, предмети оформлення масових заходів, спортивних і політичних акцій, бренди, фірмовий стиль, а також концептуальні образотворчі об'єкти, такі як: асамбляж, колаж, інсталяції, мурали та інше. Це свідчить про арт-дизайн, як про чинник, присутність якого надає певні переваги при візуальному спілкуванні. Це особливо важливе для комунікативних заходів, у тому числі, туристичних. Це пояснюється тим, що основним завданням і, відповідно, основною, відмінною функцією арт-об'єктів є привернення уваги споживача, наведення на візуальну комунікацію. Тобто, арт-об'єкти покликані викликати різні емоційні реакції глядача, змушувати його замислюватися, під новим кутом поглянути на щось буденне і розраховані, в основному, на зорову і емоційну реакцію. Тому така особливість, беззаперечно, повинна бути задіяна в туристичній індустрії.

В туристичній індустрії вирує культурне життя – на виставках, вернісажах, презентаціях варіанти арт-об'єктів, безумовно, мають сенс і надають на таких заходах можливість художнього збагачення. Об'єкти не підкоряються ніяким точним правилам.

Як правило, виділяють дві ґрунтовні підстави для класифікації арт-об'єктів – це вид образотворчого мистецтва і стильовий напрям. За різновидом зображувального мистецтва арт-об'єкти поділяться, відповідно до законів композиції, на об'ємні, площинні та об'ємно-просторові.

Площинні арт-об'єкти, у свою чергу, вміщують графічні різновиди – поліграфічна продукція, плакати, фірмовий стиль, колаж і мальовничі – аерографія, настінні живописні панно, мозаїку, фрески, мурали (рисунок 5) (Шоляк, 2025).



Рисунок 5. Мурал.

Об'ємні арт-об'єкти вміщують такі різновиди – скульптурні, рельєфні (рельєфи, контррельєфи, ліпнина), предметні (предмети інтер'єра, меблі, предмети промислового дизайну) і просторові (інсталяції). Таким чином, присутній увесь культурний і, відповідно, промисловий простір.

Стосовно визначення арт-дизайну в публікаціях застосовуються поняття, які мають різне смислове наповнення, наприклад, напрям, напрямок і стиль. Ці поняття вимагають окремого визначення. Наприклад, літературний напрям – характеризується втіленням художнього методу і є своєрідним поєднанням художнього методу та індивідуального стилю письменника. Власне, напрям – це шлях діяльності, розвитку кого-, чого-небудь; спрямованість якоїсь дії, явища; напрямок – це лінія руху або лінія розміщення кого-, чого-небудь; про вектор у просторі. Напрямок в мистецтві це дизайн, а творчий метод – художнє конструювання. Арт-об'єктам притаманні як стилізація, так і стайлінг. На жаль, ці поняття переплутані в існуючих літературних джерелах – статтях, посібниках і т. ін. Адже, такий стан не сприяє ситуативному розумінню в проєктному процесі.

Надамо декілька визначень дизайну. «Дизайн – це творчий метод, процес і результат художньо-технічного проєктування промислових виробів, їхніх комплексів і систем...». «Дизайн (англ. *design*) – задум, план, мета, намір, творчий задум, проєкт і креслення, розрахунок, конструкція, ескіз, малюнок, візерунок, композиція, мистецтво композиції, витвір мистецтва». «Дизайн – специфічний ряд проєктної діяльності, що об'єднує художньо-предметне мистецтво і науково обґрунтовану інженерну практику у сфері індустріального виробництва. Реалізуючи функції дизайну: відображальну, виховну, пізнавальну, комунікативну, гедоністичну, інтелект використовує всі три типи мислительної діяльності: наочно-діловий, чуттєво-образний, поняттєво-логічний».

Підсумовуючі ці формулювання можна вважати, що дизайн, це явище, сформоване людською діяльністю, яке, внаслідок свого невинного розвитку, перетворилося на культурний феномен, який зайняв місце між духовною і матеріальною культурами з відповідною необхідністю свого дієвого визначення. Оскільки дизайн як процес, відповідає поняттю проєктування, то це визначення – «проєктна культура», яка вміщує певні напрями: творчо-проєктний, евристично-експериментальний; художньо-образний; естетично-феноменальний; прагматично-парадоксальний; ерго-екологічний; візуально-комунікаційний. Основним же методом є художнє конструювання. Арт-дизайн є різновидом графічного дизайну, в якому можуть бути застосовані як окремі усталені стилі так і їх інтерпретації, відповідно до умов, або вимог проєктного процесу, або можливе також поєднання стилів в одному творі – стайлінг (асамбляж). Також можлива певна процедура – стилізація. Стилiзація – це один із прийомів візуальної організації образного вираження, при якому виявляються найбільш характерні риси предмета і відкидаються непотрібні деталі. Стилiзація як процес роботи являє собою декоративне узагальнення зображуваних об'єктів (фігур, предметів) за допомогою ряду умовних прийомів зміни форми, об'ємних і колірних співвідношень; творчий метод стилізації як запозичення історичних, національних, сюжетних мотивів або художніх прийомів із уже наявного культурного досвіду, їх творче переосмислення і образну передачу сучасними художніми засобами (Вікіпедія – вільна енциклопедія, 2020).

Арт-дизайн – серйозний бізнес. За 2019 рік креативні індустрії, в які входить дизайн, принесли в економіку України 117 мільярдів гривень. Інвестори вкладаються у бренди, які виглядають стильно. Бізнеси продають більше, коли їхні візуальні комунікації викликають довіру (Шоляк, 2025).

Арт-дизайн в інтер'єрі – вибір кольорів, матеріалів, розміщення світла, декору, деталі створюють атмосферу, надають можливість розробки меблів, створення концепцій для кафе, офісів, готелів, що так важливо для туристичного бізнесу. У 2024 році ринок інтер'єру дизайну оцінюється в мільярди доларів. Краса не тільки приваблює споживачів, але і робить «касу». На рисунках 6-9 подано різновиди арт-дизайну в інтер'єрі (balbek burea. 2025; Чвиж, 2022).

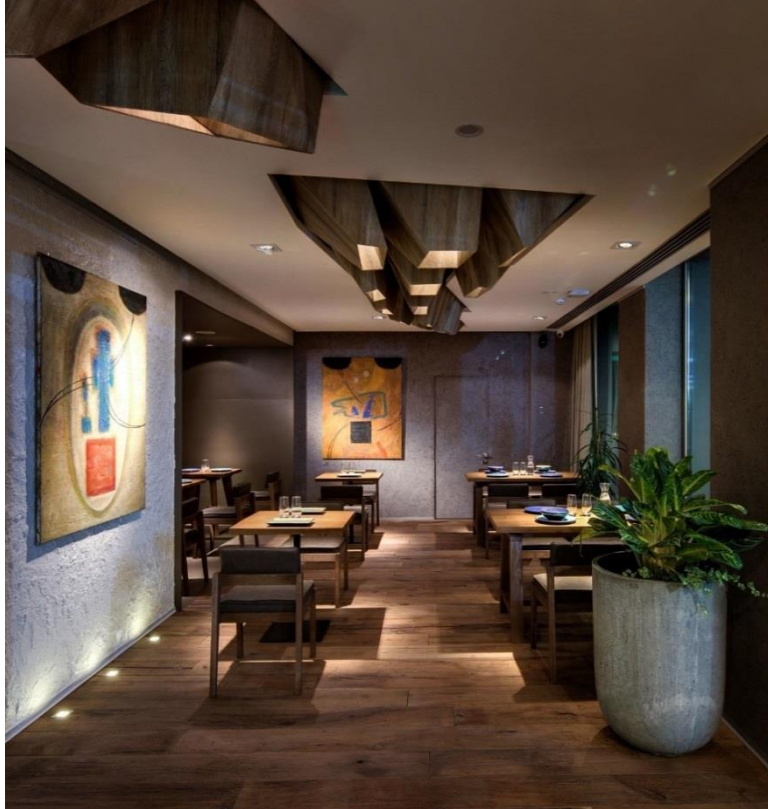


Рисунок 6. Кафе.

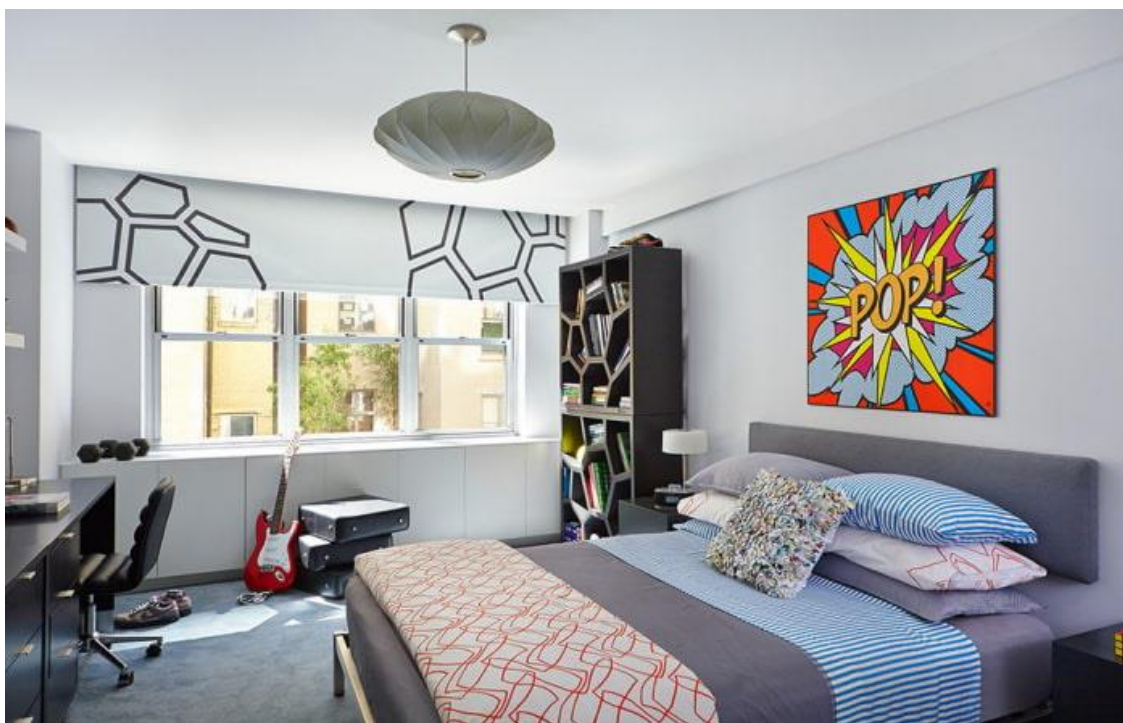


Рисунок 7. Житлове приміщення



Рисунок 8. Житлове приміщення



Рисунок 9. Крісло.

Унікальність арт-об'єктів теж працює на їх привабливість.

Поп-арт інтер'єр - практично царство глянцю, пластику та яскравих фарб. У хід ідуть як натуральні, так і синтетичні матеріали. Різнокольорове скло, вставки з металу, картон, екошкіра чудово приживаються в оформленні поверхонь. Штучні матеріали в обробці допоможуть слідувати ідеї поп-арту, заперечуючи розкіш та шик. В тому числі це також чудовий варіант для дитячої кімнати, ігровеки і т.п. (рисунок 10).

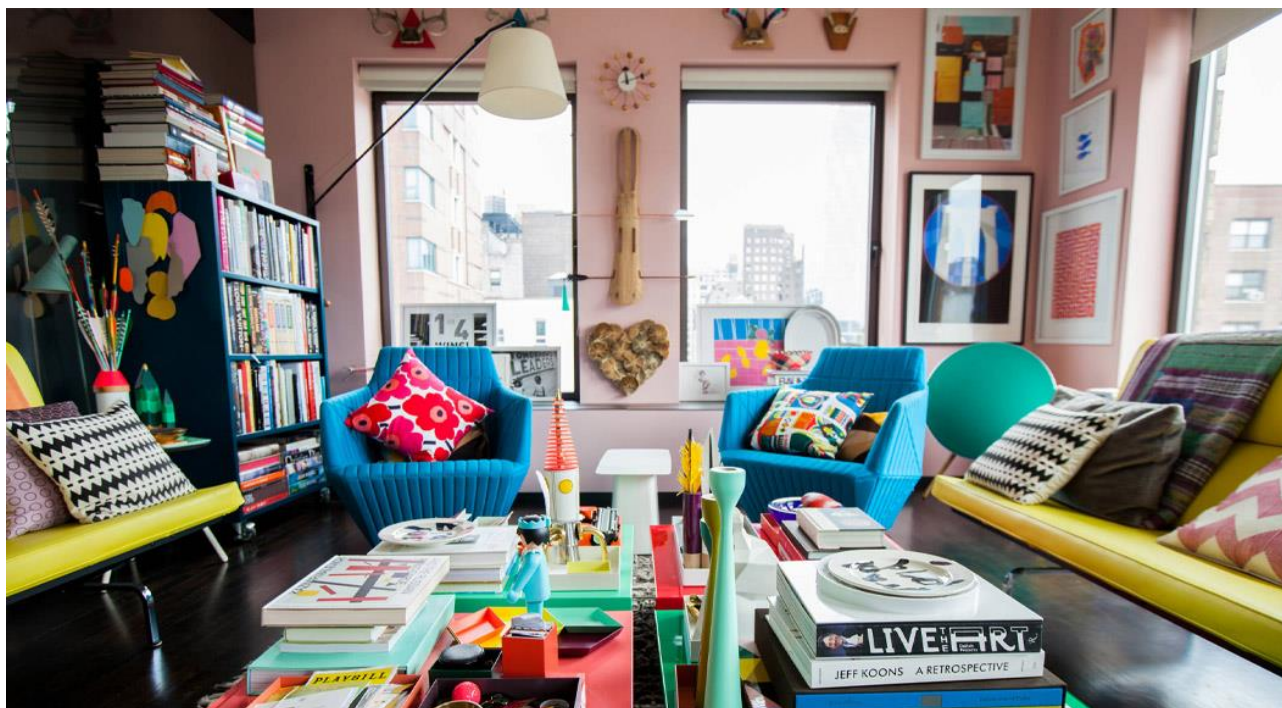


Рисунок 10. Дитяча ігровека (DOM V РЕМОНТІ, 2025)

Продуктовий дизайн – це процес створення нового (фізичного чи цифрового) продукту, який компанія пропонує/продає своїм клієнтам. Цей процес включає широкий спектр стратегічних і тактичних заходів: починаючи з ідентифікації потреб ринку та користувачів, генерації ідей щодо вдоволення цих потреб, розвитку, валідації ідей та комерціалізації нового продукту.

Роль продуктового дизайнера полягає в поєднанні мистецтва, науки і технологій для створення нових продуктів. Сучасному розвитку цієї ролі сприяли (в тому числі) цифрові інструменти, які дозволяють дизайнерам ефективніше спілкуватися, візуалізувати, аналізувати, моделювати в 3D та виробляти реальні прототипи своїх ідей.

Продуктовий дизайн набув ширшого змісту ніж промисловий дизайн і включає дизайн послуг, програмного забезпечення та фізичних об'єктів. В одній категорії з продуктивим та промисловим дизайном також виділяють інженерний дизайн – дисципліну, що фокусується на питанні функціональності або корисності (наприклад, вирішення проблем), хоча і такі межі доволі розмиті. Більшість ідей для дизайну продуктів підпадають під одну з двох категорій: як реакція на попит, або як адаптація винаходів. Коли на ринку є потреба, яку можна задовільнити, створивши відповідний продукт, створюється інновація як реакція на попит (demand-pull innovation). Це може бути новий продукт або влучна адаптація існуючого. Інновація, як адаптація винаходів (invention-push innovation) – невід'ємна складова.

Завдання, які вирішує дизайнер, досить складні. Необхідно надати виразність продукту проектування за рахунок ефекту емерджентності (емерджентність (англ. emergence – виникнення, поява нового) у теорії систем – наявність у будь-якої системи особливих властивостей, не властивих її підсистемам і блокам, а також сумі елементів, не пов'язаних системоутворюючими зв'язками; неможливість зведення властивостей системи до суми властивостей її компонентів). Особливо, це явище характеризує сутність процесів в арт-дизайні. На рисунках 11, 12 показано процес утворення сніжинок і їх різноманіття та утворення нової структури при їх випадковому зчепленні.

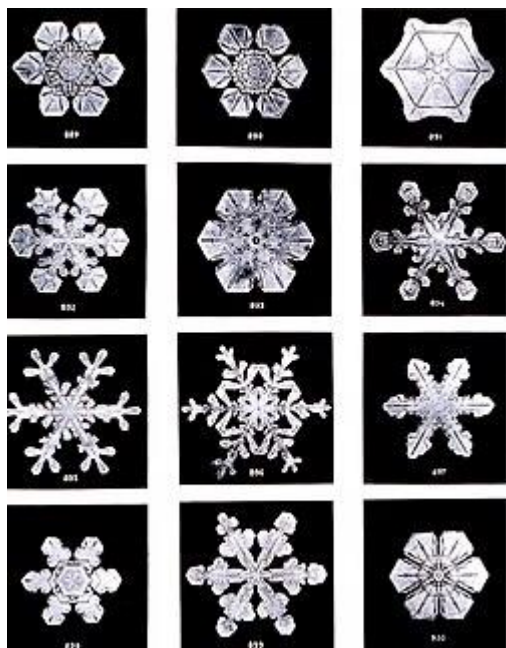


Рисунок 11 Різновиди сніжинок.



Рисунок 12. Утворення нової структури сніжинок.

Це відповідає процесам формоутворення в стилі поп-арт. І в менш складному випадку – синергії (синергія (від грец. – разом; (грец. *ἔργον*) той, що діє, дія) – це сумарний ефект, який полягає у тому, що при взаємодії двох або більше факторів їхня дія суттєво переважає ефект кожного окремого компонента у вигляді простої їхньої суми щодо всіх елементів у продукті). Це відповідає роботі дизайнера в процесах комбінування і компоновання (асамбляж (фр. *assemblage* – техніка візуального мистецтва, споріднена з колажем, але використовує об'ємні деталі або цілі предмети, скомпоновані на площині як картина. Допускає мальовничі доповнення фарбами, а також металом, деревом, тканиною та іншими структурами. Іноді застосовується і до інших творів, від фотомонтажу до просторових композицій, оскільки термінологія новітнього візуального мистецтва не цілком усталася колаж (Вікіпедія – вільна енциклопедія, 2024), з можливістю утворювати тривимірні структури. Тон кольору, колорит, форма, розмір, компоновання елементів повинні створювати психологічний ефект, який спроможний викликати емоційну реакцію у людини і, відповідно, спрямовувати її думки на покупку виробу (товару).

Дизайнерам, які є комунікаторами за рахунок продукту проєктування, необхідно використати варіанти «мови» різних елементів у продукті, щоб надати експресію, психологічну напругу, емоційний вираз, які повинні таким чином передати його суть і, за рахунок цих ефектів, приємно вразити свідомість споживача. Це, безсумнівно, спрацює на користь комерційної ситуації і прийняття позитивного рішення щодо виконання покупки споживачем. Тому в інтересах дизайнера продукту приділити увагу сприйняттю продукту і, відповідно, аудиторії – фокус-групі, яка вміщує кінцевих споживачів продукту.

Сніжинки, що формують складні симетричні візерунки, є прикладом емерджентності у фізичних системах. Декілька сніжинок, сфотографованих на темному тлі так, що їх видно неозброєним оком (Вікіпедія – вільна енциклопедія, 2020).

Приклади асамбляжу подано на рисунку 13.



Рисунок 13. Приклади асамбляжу (Національна бібліотека для дітей, 2020)

Також, арт-дизайн – це мистецтво подачі і прикраси десертів з використанням різних технік, не лише малювальних, тобто візажу, і звернене воно перш за все, до уваги відвідувачів, щоб створити їм неперевершений настрій за рахунок естетики подавання своїх кондитерських виробів та десертів. На рисунку 14 подано різновид десерту.



Рисунок 14. Різновид десерту.

Легітимізація солодких продуктів як нешкідливих – один із основних трендів сьогодення. Споживач якимось чином хоче і отримувати задоволення, і не шкодити здоров'ю. Тому важливим є повідомити комунікацію та виконати пакування солодошів як арт-об'єкт. Фірма Nielsen у 2016 році провели дослідження Candy Audit про сприйняття пакування солодошів. І з'ясували: велика частина респондентів зазначала, що на їхній вибір впливало: зображення продукту на пакуванні (51%) і віконце, крізь яке видно продукт (49%). А зовсім не

лого чи назва бренду. Таким чином солодощі з продукту харчування переходять у щось більше, приживаються поруч зі стандартами дизайну. На рисунку 15 подано різновид пакування (creativity.ua, 2025).



Рисунок 15. Різновид пакування.

Одним із дієвих процесів, які сприяють підвищенню продуктивності і якості дизайну, а також є ключем до розв'язання проблемних ситуацій є дизайн-мислення. Дизайн-мислення (Design Thinking) – це метод, який забезпечує засади підходу до розв'язання проблем, що враховують потреби користувачів, їхній досвід та навіть емоції. Цей підхід використовується в бізнесі, технологіях, медицині та інших галузях, де важливо покращення користувацького досвіду. Етапи дизайн-мислення. Емпатія. Фокусування. Головна мета фокусування полягає в тому, щоб уникнути невизначеності та необмеженості та зосередитися на конкретних задачах та цілях. На цьому етапі група дизайнерів має сформулювати конкретне питання або завдання, питання повинне бути конкретним, а не загальним, і відповідати потребам користувачів. Для цього виконується дослідження, яке може включати аналіз даних, інтерв'ю з користувачами та фокус-групи, спостереження за ними та аналіз конкурентів і збір відповідей, аналіз та визначення пріоритетів. Генерація ідей прототипування – прототип концепту, який було визначено на попередньому етапі. Прототип може бути фізичним продуктом або набором цифрових файлів, що демонструють, як буде виглядати та функціонувати готовий продукт. к можна покращити ідею перед запуском на ринок. Прототип може бути створений різними способами, в залежності від того, які матеріали та інструменти доступні команді. Цифровий прототип, або, наприклад, фізичний прототип може бути створений з допомогою 3D-друку, звичайних інструментів або будь-яких інших доступних матеріалів. Тестування дослідного зразка виробу.

Арт-дизайн активно впливає на розвиток інновацій в туристичній галузі. Цьому сприяє виникнення артбуків, арт-подорожей. Наприклад, артбук Мальована історія Незалежності України (gameland.com.ua, 2024). Також цікавими є винні арти (Instagram, 2024). Крім того,

книги у жанрі «Музеї і виставки» видавництва «Артбук» (Yakaboo, 2024). На рис.16 подано логотип видавництва «Артбук».

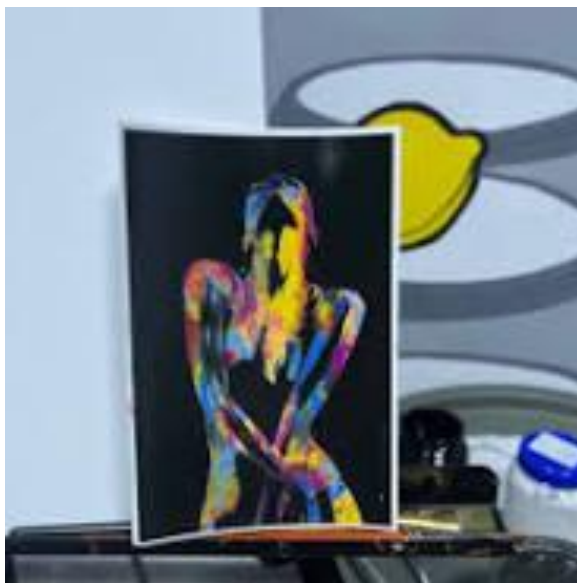


Рисунок 16. Логотип видавництва Артбук

Артбук (від англ. artbook) – графічний альбом чи колекція зображень та ілюстрацій, зібрана у вигляді альбому під однією обкладинкою. Вміст графічного альбому майже завжди пов'язаний між собою спільною темою, будь то твори окремого образотворчого жанру, образотворчого або фотомистецтва взагалі або конкретного художника або фотографа. За останні роки також зросла популярність рекламних графічних альбомів, присвячених творам інших напрямів мистецтва. Останнім часом артбуки виходять часто в форматі езін. Подібні електронні журнали також мають назву огляду (англ. *Review*) або вітрини (англ. *Showcase*), залежно від контексту. Тут дуже доречні матеріали, присвячені туристичним подорожам, топографіям місцевостей, предметні огляди за певним напрямом. Огляди містять роботи за певний період, а вітрини – це майданчики, де розміщують роботи художників, дизайнерів з вказівкою контактів.

В іншому сенсі слово артбук означає книгу зроблену своїми руками та власноруч проілюстровану. Часто навіть папір створюється автором артбука. Періодичні артбуки називаються фензинами. Наклад артбуків залежить від багатьох факторів, зокрема: матеріалів та складності виготовлення, концепції твору тощо. Майстри можуть створювати артбуки з різних матеріалів: дерева, пластику, текстилю тощо. Такі артбуки можна вважати як елітарне явище, так і «книгою для народу». Проте вартість та особливості виконання перешкоджають масовості цих видань (Вікіпедія – вільна енциклопедія, 2024).

Продовжити життєвий цикл дестинації можна шляхом розширення мотивів подорожей, здійснення ефективної туристичної політики, орієнтованої на інновації, виникла інновація – арт-туристичний напрям, який активно розвивається, наприклад, арт-подорож Таїландом та створення артбуку з нуля, рисунок 17.

«Уявіть, ви вирушаєте в подорож до екзотичної країни, збираєте там десь у джунглях різні трави та квіти, знайомитесь з місцевими, які вчать вас робити папір ручної роботи, такий фактурний та живий. Потім ви збираєте цей папір в блокнот, купуєте в місцевому магазині якісь

дивовижні фарби і пензлі і вирушаєте в глиб країни, замальовуючи в...» (Артбукманія, 2024)
Проект Артбукманія – це співтовариство прихильників **артбуків**; арт-подорожі по всьому світу;



Рисунок 17. Ілюстрація – артбук в Таїланді.

До поняття дизайн-мислення можна надати прагматизм як оцінку значення ідей, суджень, гіпотез, теорій і систем відповідно до їхньої здатності задовольнити людські потреби та інтереси у соціальний спосіб.

Висновки. Таким чином, розглянуто питання теоретичного освітлення тактики та стратегії атракції в туристичній галузі та надано приклади їх реалізації.

З урахуванням проведеного дослідження, можемо зазначити, що під тактикою організації та визначення якостей атрактивних елементів в об'єктах галузі туризму розуміють застосування засобів і категорій художнього конструювання на етапах проектування. В якості стратегічного напрямку щодо організації та визначення якостей атрактивних елементів в об'єктах галузі туризму проаналізовано методологію дизайну та дизайн-мислення. Сформульовано сучасну парадигму дизайну та поняття емоційного потенціалу промислового зразка – як міру його: відповідності культурним уподобанням споживача, напрямам моди; аксіологічного визначення в культурному надбанні певної спільноти людей; відповідності призначенню; відповідності естетичному, престижному задоволенню.

ЛІТЕРАТУРА:

- Артбукманія (2024). Арт-подорож, артбуки, навчання... URL: <https://artbook-mania.com/art-puteshestvie-po-tailandu-i-sozdanie-artbuka-s-nulya>. (Дата звернення: 16.03.2025).
- Брати Капранови (2021). *Артбук Мальована історія Незалежності України*. Вид-во «Зелений пес».
- Вікіпедія – вільна енциклопедія (2024). Артбук. URL: <https://www.clipr.cc/Fy5rH> (Дата звернення: 17.03.2025).
- Вікіпедія – вільна енциклопедія (2024). Асамбляж URL: <https://www.clipr.cc/2q7bG>. (Дата звернення: 17.03.2025).
- Вікіпедія – вільна енциклопедія, 2024. Емерджентність. URL: <https://www.clipr.cc/8RRAp> (Дата звернення: 17.03.2025).
- Вікіпедія – вільна енциклопедія (2022). Мемфіс (група дизайнерів). <https://www.clipr.cc/XY9rY> (Дата звернення: 17.02.2025).

- Вікіпедія – вільна енциклопедія (2022). Промисловий дизайн <https://www.clipr.cc/0BAмC> (Дата звернення: 17.02.2025).
- Вікіпедія – вільна енциклопедія (2020). Стилiзацiя. URL: <https://www.clipr.cc/pnLp7> (Дата звернення: 9.02.2025).
- Зайченко, О. (2018). Атрактивна тактика і особливості менеджменту ... URL: <https://www.researchgate.net › fulltext › Attractio...> (Дата звернення: 17.02.2025).
- Король, В.П. (2006). Архітектурне проектування житла. Навчальний посібник. Фенікс, 208 с.
- Національна бібліотека для дітей (2020). Асамбляж. URL: <https://www.clipr.cc/nG5dR> (Дата звернення: 11.03.2025).
- Словотвір (2025). Як перекладається слово атракція. URL: <https://slovotvir.org.ua/words/atraktsiia>. (Дата звернення: 17.02.2025).
- ТОВ «КАКАОМІЛ» (2025). Інновації у світі десертів: від арт-десертів до дієтичних альтернатив. URL: <https://www.clipr.cc/b07M3> (Дата звернення: 17.03.2025).
- Фармацевтична енциклопедія (2003). Маркетингова тактика. URL: <https://www.pharmencyclopedia.com.ua › article › mar...> (Дата звернення: 17.02.2025).
- Чвиж, Д. (2022). Дизайн інтер'єрів. Поп-арт. URL: <https://chezaro.com/uk/пораруа> (Дата звернення: 13.02.2025).
- Шоляк, В. (2025). Що таке прт-дизайн. URL: <https://wizeclub.education/blog/shho-take-art-dizajn> (Дата звернення: 11.02.2025).
- Яловенко, А. А. (1999). Гаetano Пеше. Між мистецтвом и архітектурою. Приватна архітектура, 2, 46-51.
- balbek burea (2025). Кафе. URL: <https://www.balbek.com/barvy>(Дата звернення: 3.02.2025)
- creativity.ua (2025). Солодка амністія... URL: <https://www.clipr.cc/4ppYC> (Дата звернення: 16.03.2025).
- DOM V РЕМОНТІ (2025). Поп-арт URL: https://domvremonte.com.ua/ua/design_all/pop-art/(Дата звернення: 10.02.2025).
- Instagram (2025). Тактика – це не лише про стрільбу. URL: [Instagramhttps://www.instagram.com › one_over_ten](https://www.instagram.com › one_over_ten) (Дата звернення: 17.02.2025).
- Instagram (2024). ЩОТИЖНЯ: винні Арти (для дорослих з дегустацією ...). URL: <https://www.instagram.com › bitter34.sumy> (Дата звернення: 17.03.2025).
- Termin.in.ua (2019-2025). Тактика – що це таке, визначення, суть та приклади, навіщо потрібна і де використовується. URL:<https://termin.in.ua/taktyka/> (Дата звернення: 17.02.2025).
- Wix.com (2014). Місце дизайну в новій культурній парадигмі. Актуальні ... URL: <https://indisight.wixsite.com › single-post › 2014/10/07> (Дата звернення: 17.02.2025).
- Yakaboo, 2024. Книги у жанрі «Музеї і виставки» видавництво «Артбук». URL: <https://www.yakaboo.ua › ... › Музеї і виставки>(Дата звернення: 17.03.2025).