

**SCI-CONF.COM.UA**

# **EURASIAN SCIENTIFIC DISCUSSIONS**



**PROCEEDINGS OF V INTERNATIONAL  
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE  
JUNE 5-7, 2022**

**BARCELONA  
2022**

# **EURASIAN SCIENTIFIC DISCUSSIONS**

Proceedings of V International Scientific and Practical Conference

Barcelona, Spain

5-7 June 2022

**Barcelona, Spain**

**2022**

## UDC 001.1

The 5<sup>th</sup> International scientific and practical conference “Eurasian scientific discussions” (June 5-7, 2022) Barca Academy Publishing, Barcelona, Spain. 2022. 821 p.

**ISBN 978-84-15927-32-7**

The recommended citation for this publication is:

*Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Eurasian scientific discussions. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference. Barca Academy Publishing. Barcelona, Spain. 2022. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/v-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-eurasian-scientific-discussions-5-7-iyunya-2022-goda-barselona-ispaniya-arhiv/>.*

**Editor**

**Komarytskyy M.L.**

*Ph.D. in Economics, Associate Professor*

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

**e-mail:** [barca@sci-conf.com.ua](mailto:barca@sci-conf.com.ua)

**homepage:** <https://sci-conf.com.ua>

©2022 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2022 Barca Academy Publishing ®

©2022 Authors of the articles

## PSYCHOLOGICAL SCIENCES

98. *Vorokhta Yu. M., Likhtarov O. V., Chernobrovkin A. V., Vorokhta A. Yu.* 479  
LEVEL OF PERSONAL ANXIETY AMONG STUDENTS
99. *Бондаревич С. М., Діколь-Кобріна О. А., Крохмаль З. А.* 484  
РОЛЬ ВЗАЄМОВПЛИВУ ВІДНОШЕНЬ ДО ХВОРОБИ ТА ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У ФОРМУВАННІ ТУБЕРКУЛЬОЗ
100. *Максим О. В., Рябовол Т. А.* 490  
ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДЕВІАЦІЙ У НЕСПРИЯТЛИВИХ ЖИТТЄВИХ ОБСТАВИНАХ
101. *Мельничук М. М.* 494  
СПЕЦИФІКА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ АДАПТАЦІЇ ДО УМОВ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІЙСЬКОВО-СЛУЖБОВЦІВ ІЗ РІЗНИМ ТИПОМ АКЦЕНТУАЦІЙ ХАРАКТЕРУ
102. *Мужанова Н. В.* 499  
ОСОБЛИВОСТІ ОСОБИСТІСНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО РИЗИКУ ДОРΟΣЛИХ ПРЕДСТАВНИЦЬ НЕФОРМАЛЬНОЇ СУБКУЛЬТУРИ
103. *Орда О. Ф., Новицька Д. Є.* 502  
ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ КОНТЕКСТІ
104. *Ригель О. В., Кісіль В. О.* 507  
КОНФЛІКТИ В МОЛОДИХ СІМ'ЯХ

## JOURNALISM

105. *Давидюк Н. В.* 511  
ПРОПАГАНДА ЯК КОМУНІКАЦІЙНА ТЕХНОЛОГІЯ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

## ART

106. *Андрієць А. С., Довженко І. Б.* 515  
АЕРОФОТОГРАФІЯ ЗА ДОПОМОГОЮ БЕЗПЛОТНИХ ЛІТАЛЬНИЙ АПАРАТІВ ЯК ОКРЕМИЙ ВИД ХУДОЖНЬОЇ ФОТОГРАФІЇ
107. *Кардаш А. Д., Слітюк О. О.* 520  
ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ МОТІОН-АНІМАЦІЇ В СТИЛІ FLAT
108. *Пасько О. М., Шашков А. С.* 527  
12 ПРИНЦИПІВ АНІМАЦІЇ
109. *Скурта Д. О., Пасько О. М.* 533  
КОМПОЗИЦІЯ У СУЧАСНИХ ВІДЕОЗАСТАВКАХ

# ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ MOTION-АНИМАЦІЇ В СТИЛІ FLAT

**Кардаш Артем Дмитрович**

студент

**Слітюк Олена Олександрівна**

к.т.н., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну  
м. Київ, Україна

**Вступ.** Сьогодні анімаційна графіка активно застосовується у маркетингу, рекламі, корпоративних проєктах. За допомогою анімаційних роликів надаються інноваційні продукти, презентуються ділові конференції та інше. Унаслідок розвитку технологій, виникають нові дизайнерські рішення, що провокують дивитись на речі новим поглядом. Напрямок flat, або плоский дизайн, з використанням найпростіших одноколірних елементів, в даний час все частіше зустрічається в розробці роликів, які можна спостерігати на телебаченні, в інтернеті, на світлових панелях для реклами. Вважається, що це більш привабливий, витончений, у той же час, менш трудомісткий вид зображення на відміну від 3D, що вимагає великих обчислювальних потужностей для рендеру фінальної версії.

**Постановка завдання.** Питання про принципи використання анімації та анімаційних технологій у різних формах екранної культури є недостатньо вивченими у сучасній літературі, що свідчить про актуальність теми цього дослідження. Метою даної роботи являється дослідження flat-стилю, аналіз особливостей та реалізація проєкту створення motion-анімації в стилі flat.

**Матеріали та методи дослідження.** В роботі використано методи аналізу та синтезу, порівняння, контент аналіз, графічний метод.

**Результати дослідження та їх обговорення.** Flat-дизайн - популярний підхід у сучасному дизайні різних інтернет-ресурсів, інтерфейсів програм, сайтів. Вважають, що flat-дизайн заснований на ідеях швейцарської школи друкарні і є повною протилежністю скевоморфізму (принцип дизайну, в якому

графічні об'єкти наближені до реально існуючих). Плaskий дизайн став набирати популярності з 2010 року, а з 2013 стає новим стандартом у дизайнерському комп'ютерному напрямку.

Основний задум «плaskого дизайну» полягає у простоті, привабливості та витонченості. Цей напрямок набуває популярності у багатьох сферах медіакомунікації, завдяки тому, що візуальна складова flat-дизайн не відволікає від основного контенту і при цьому доповнює його.

Так основними особливостями плaskого дизайну є:

- простота форм і елементів;
- мінімалізм;
- відсутність об'єму;
- функціональність;
- типографіка, яка добре сприймається користувачем;
- чітка візуальна ієрархія;
- комбінація контрастних кольорів, що забезпечує швидке візуальне сприйняття;
- уникнення текстур, градієнтів і складних форм;
- чіткі контури;
- застосування принципів сіток, геометричний підхід і візуальний баланс.

Сама поява flat-дизайну обумовлено поширенням мобільних додатків. Це обумовлено тим, що об'єкти flat-дизайну створюються за допомогою векторних об'єктів, і відповідно їх легше адаптувати під різні платформи гаджетів. Flat-дизайн став дуже популярним у мобільних додатках, тому що основною його особливістю є простота верстки й адаптивність. Так само широке поширення flat-дизайн отримав в інфографіці, тому що ставить в основу гармонійність сприйняття інформації за рахунок використання конструктивних прийомів типографіки й колористики.

У флет-дизайні типографіка виходить на головний рівень — саме вона часто відповідає за навігацію. Шрифти повинні відповідати всім правилам

плоского дизайну. Як правило, краще вибирати лаконічні варіанти без засічок. Важливо — має бути зрозумілим, який клікабельний текст.

Всі елементи flat-дизайну максимально прості та гармонічні, ефекти об'єму відсутні, нема глибини, текстури, відблисків, інтерфейс має бути інтуїтивно зрозумілим, тільки прості форми. Дизайн легкий, і кожна деталь робить його максимально зручним та зрозумілим. Так як дизайн є мінімалістичним він має бути також інформативним. Користувачу має бути легко знаходити необхідну інформацію та без зайвих зусиль розуміти як користуватися продуктом або інтерфейсом. Ніяких зайвих ефектів, форм та тому подібне. Нічого не відволікає, немає перенавантаженості формами. Всі елементи продумані та розташовані там де вони повинні бути. Є багато простору, такий дизайн виглядає легким та привабливим.

Таким чином плоский дизайн має ряд переваг, що визначають його популярність та різноманітність у цифровому дизайні, що також вплинуло на тенденції сучасного дизайну друку. Серед найбільш значущих з них є:

- читабельність і розбірливість;
- чітка візуальна ієрархія за допомогою форм, кольорів та шрифтів;
- ефективна підтримка швидкої та інтуїтивно зрозумілої навігації у веб- та мобільних інтерфейсах;
- легке регулювання з точки зору адаптивного та адаптивного дизайну;
- ефективна розбірливість на різних екранах;
- простіше для розробників і, як правило, представляє менше навантаження для цифрової системи.

Але існують очевидні недоліки плоского дизайну в цифровому світі (наприклад, видалення візуальних підказок, необхідних, щоб визначити, чи можна щось натискати чи ні), але у міру того, як дизайнери експериментують, тестують і навчаються, плоский дизайн розвиватиметься і в кінцевому підсумку з'явиться новий стиль.

Хоча плоский дизайн здається новим і захоплюючим, і є тенденцією, що швидко розвивається, це не є чимось новим в історії дизайну. Мода має звичай вертатися до добре забутого старого, щоб зробити з нього нове. Плоский дизайн уже був популярний в 80-ті роки, але тоді це було обумовлено технічними особливостями, неможливістю відображення тіней і градієнтів. А зараз уже більшість ведучих ІТ-компанії перейшли на flat-дизайн. Хоч flat усе ще популярний, але тренди графічного дизайну й веб-дизайну стали змінюватися на користь того, що до нас стали повертатися тіні, у результаті чого відбувається сполучення плоского дизайну й симуляції об'єму.

Незважаючи на свою раптову популярність, плоский дизайн - це не просто якийсь тренд на день. Це суттєвий підхід до веб-дизайну, який ґрунтується на практичності та необхідності. Основна частина популярності плоского дизайну полягає в його позачасовості, яка також була представлена в інших мінімалістичних епохах. Цифрові гіганти, такі як Microsoft, Apple і Google, які в останні роки стали «рівними», закріпили довіру громадськості до думки, що тенденція плоского дизайну, можливо, тільки розпочалася. Оскільки технологія постійно оновлюється, цей естетичний рух є економічно ефективним у часі та економічно для тих, хто прагне створити стійкий дизайн інтерфейсу. На сьогоднішній день плоский дизайн виконує свою мету - від веб-дизайну до зручності для користувачів, поєднуючи функції та простоту. Однак в майбутньому стає очевидним, що дизайн веб-сайтів з flat-design розвивається, і з'являється дизайн плоского веб-сайту 2.0. У майбутньому плоский дизайн не помре, він просто стане вдосконаленим, оскільки нові анімації та взаємодії допомагають йому адаптуватися до важких сайтів. Відомо, що дизайн, що передує змісту, набирає популярності, а плоский дизайн - ідеальне полотно для його вираження.

Веб-дизайн відповідає надійному шляху використання; кожна кнопка, клік чи дотик потребує мети та чіткого візуального сигналу, щоб користувачі діяли (та взаємодіяли) із веб-сайтом. Що ще важливіше, інструменти та елементи інтерфейсу потребують майже універсального візуального ефекту,



щоб користувач знав, що робити незалежно від пристрою чи сторінки. Ці мінімальні елементи дизайну стануть ще більш витонченими у зовнішньому вигляді, оскільки дизайнери вдосконалюють естетику піктограм плоского дизайну. Звичайно, хоча плоский дизайн популярний, він має деякі недоліки, тому стиль, можливо, доведеться розробити з використанням деяких багатих елементів дизайну. Google та їхні останні дизайни мобільних додатків часто використовуються як яскравий приклад розвитку плоского дизайну, оскільки він включає градієнти для функціональних цілей. Здається, Google бере найкраще як із плоского, так і з багатого світу, а також поєднує їх і підвищує ефективність користувацького досвіду.

В результаті проведених досліджень було розроблено засобами motion-анімації в стилі flat, рекламний ролик школи англійської мови. Метою даного проекту ставилося завдання привернути увагу до бренду замовника напередодні нового учбового сезону; охопити якнайбільше цільових користувачів у містах України; продемонструвати цільовій аудиторії цінності бренду через емоційну історію. Таким чином при розробці рекламного ролику були враховані наступні критерії: характер діяльності компанії – які послуги пропонує фірма; характеристика споживача – вік, стать, професія, рівень доходу; територіальний охоплення аудиторії; використання рекламного ролику в різних засобах реклами; фірмовий стиль компанії. Ці дані допомагають знайти й втілити саме той образ, що найбільше чітко і яскраво представить компанію, дозволить їй виділитися із численної маси. Дизайнер повинен точно вибрати одну з характеристик виробу або послуги, вироблених організацією, і графічно обіграти цю властивість для створення необхідної асоціації в сприйнятті споживачем. Курси з освоєння англійської мови даної компанії створено насамперед для молодих людей, тому в процесі обговорення було прийнято рішення про те, що рекламний ролик розробляється в мультиплікаційному стилі. За допомогою мультиплікації можна оригінально представити аудиторії нову інформацію, залучити потенційних клієнтів, ефектно вивести ринку новий продукт. Позитивна емоційна складова спонукає до підсвідомого вибору рекламного продукту. Для

спрощення візуальних образів було вирішено звернутися до схематизації графічних об'єктів. Розроблений мультиплікаційний ролик містить загальну інформацію, яскраві персонажі, що запам'ятовуються, що викликають в аудиторії позитивні асоціації з самою компанією та її продуктом, сценарій відповідає інтересам цільової аудиторії, а музичне оформлення є завершальним акордом загальної розробки. Варто зазначити, що закадровий дикторський текст є досить легким для сприйняття, містить елементи гумору і відповідає жанру розробки.

При написанні сценарію весь необхідний для демонстрації матеріал розділений на шість блоків, в яких перераховуються недоліки традиційного навчання за відсутності можливості дистанційної форми роботи, йдеться про переваги сервісу, про можливості, які будуть мати корпоративні клієнти та окремі користувачі, якщо вони ухвалять рішення укласти договір з компанією. Один із блоків присвячений перерахунку форматів контенту, який доступний у сервісі та демонстрації прикладів реального контенту, які користувачі можуть побачити у сервісі. Також зазначається, що вчитися з сервісом можна будь-де без обмежень. Всі перераховані вище пункти відображені в сториборді або розкладуванні, де вказано хронометраж, схематичні зображення того, що відбувається на екрані з тезовим викладом розвитку історії.

В якості програмного забезпечення для створення та анімації графіки було вирішено обрати пакет графічних редакторів сервісу Canva; для створення векторних предметів, об'єктів та персонажів для майбутнього відео обрано програму Adobe Illustrator. Для того, щоб відеоролик був зроблений в одній стилістиці, було використано стандартні шейпи: коло, квадрат, трикутник і використано колірну палітру, розроблену на основі корпоративних кольорів компанії. Безпосередньо дизайн графічних елементів можна продиктувати зовнішнім виглядом корпоративного сайту компанії. Малювання графічних об'єктів має відображати ключові положення сцени та відповідати загальній стилістиці відеоролика. У анімації застосовувалися різні підходи збільшення реалістичності що відбувається на екрані. Так, у кожній анімації змінювалася

функція плавності, яка визначає швидкість перебігу анімації, роблячи її більш реалістичною. Як зазначається у роботі, реальні речі не починають рухатися миттєво та з постійною швидкістю. Як основний шрифт було обрано популярне сімейство геометричних гротесків Montserrat. Це досить серйозний шрифт, який не відводить у дитячий «мультик» стиль, але водночас і не навмисне офіційний, що резонує з мультиплікаційним стилем. При розробці відеоряду враховувалося, що з споживача який завжди буде можливість прослухати закадровий текст, для візуалізації важливої інформації застосовувалася інфографіка, як графічний спосіб швидкої і чіткої передачі важливої інформації.

Таким чином, реалізуючи поставлене прикладне завдання, вдалося розробити анімаційний рекламний ролик для компанії, який задовольняє потреби компанії-замовника. У процесі спільної роботи компанія-замовник одержала необхідний рекламний продукт, а майбутній спеціаліст необхідний досвід практичної роботи в галузі дизайну.

**Висновки.** У роботі запропоновано рекомендації щодо створення проекту motion-анімації в стилі flat. Розглянуто flat-анімацію в моушн-дизайні як спосіб візуалізації інформації; визначено основні характеристики flat-анімації, досліджено та проаналізовано технічні особливості анімації; запропоновано вибір інструментарію та програмного забезпечення для створення анімації; розроблено та реалізовано проєкт анімації в стилі flat.