

ГЕНЕРАТИВНИЙ ТА ДИНАМІЧНИЙ ДИЗАЙН ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД БРЕНДИНГОВИХ КОНЦЕПЦІЙ

Чемерис Ганна^{1, 2} [0000-0003-3417-9910]

¹ PhD, доц., завідувач кафедри дизайну, Запорізький національний університет,
Україна, Anyta.Chemeris@gmail.com

² associate researcher, CEFRES (French Research Center in Humanities and Social
Sciences), the Czech Republic

Анотація. У статті досліджується штучний інтелект, його інтеграція в сучасний дизайн, вплив на його еволюцію та оптимізацію завдань. Використання технологій штучного інтелекту дозволяє створювати синтетичні зображення та відео, використовуючи технологію DeepFake. Лідери галузі, включаючи Adobe та Netflix, використовують технології штучного інтелекту для автоматизації та персоналізації дизайну, звільняючи фахівців від рутинних завдань. Такі інновації вже трансформують дизайн-освіту та відкривають нові можливості для творчого виразу та персоналізації у сучасному дизайні.

Ключові слова: штучний інтелект, динамічна айдентика, генеративний дизайн, технологічні інновації в дизайні.

Цікавою інноваційною технологією, яка має потенціал змінити сутність сучасної дизайн-освіти, є використання синтетичної генерації зображень за допомогою нейромереж та створення відео, відоме як технологія DeepFake. Багато вчених з інших країн провели дослідження в галузі генерації візуального контенту, використовуючи сучасні інформаційно-комунікаційні технології та штучний інтелект (Anwar S., Anwer M., Banihirwe A., Bates, M. E. Milanova M. та ін.).

Цікавим з точки зору автентичності медіаконтенту для використання у дизайні є технологія від Nvidia, яка за допомогою нейромережі перетворює найпростіші начерки на фотореалістичні пейзажі, та яка отримала назву GauGAN (див. рис. 1). Нейромережу навчали, використовуючи масивну базу у мільйони зображень, завдяки чому система може створювати найбільш фотореалістичні зображення з урахуванням найдрібніших деталей. Навіть віддзеркалення об'єктів у водоймах відтворюється нейромережею. Системі можна вказувати, яку текстуру поверхні вона має мати - чи то трав'яною,

вкритою снігом, з водяним покриттям чи піском. Зміни у налаштуваннях можна внести за кілька секунд, перетворюючи, наприклад, пустельню, вкритою снігом, у пісковий ландшафт. Технологія GauGAN дозволяє дизайнерам створювати віртуальні світи, які можна використовувати, наприклад, як ландшафти для відеоігор (Park, et al., 2019).

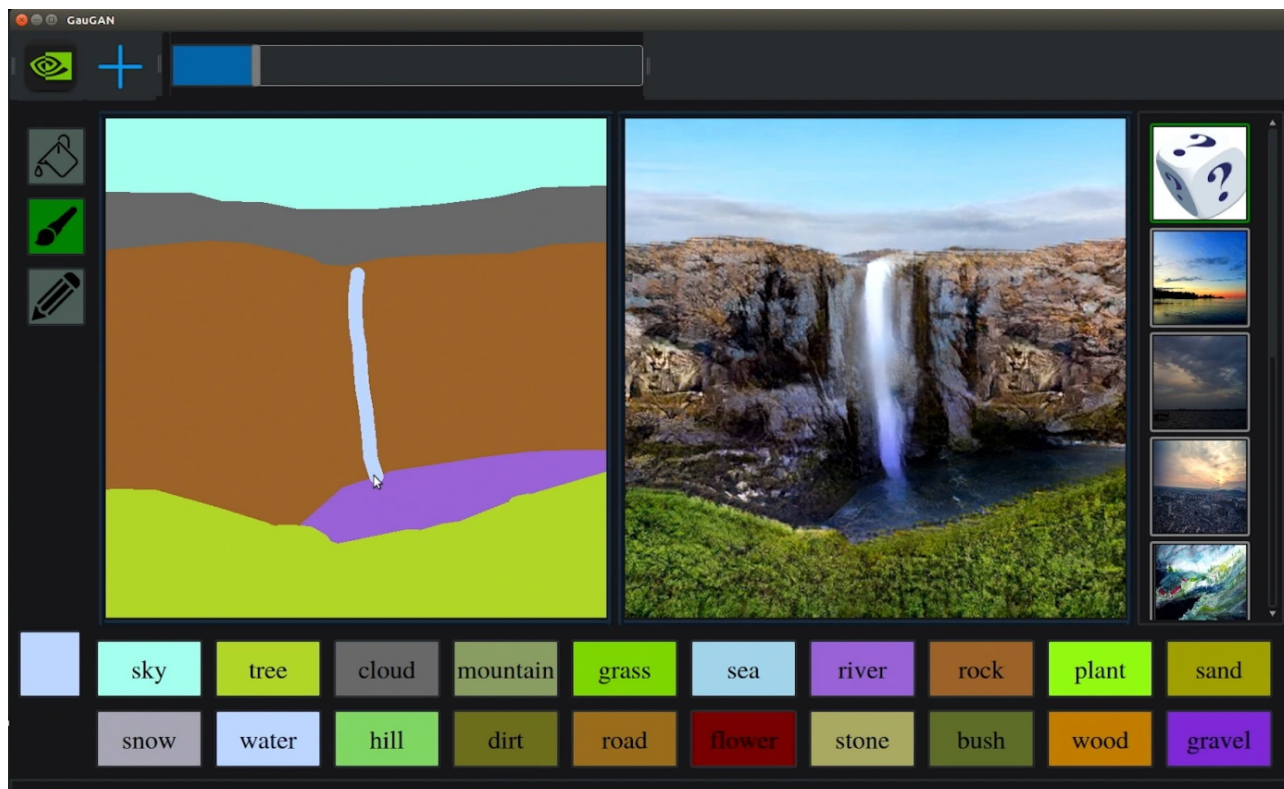


Рис. 1. GauGAN - неймережа від Nvidia, яка перетворює найпростіші начерки на фотореалістичні пейзажі

Штучний дизайн-інтелект, або ADI (Artificial Design Intelligence), став значущим елементом в галузі машинного навчання, виявляючи тенденції в онлайн-просторі. Ця технологія самостійно створює веб-сайти та пропонує готові варіанти оформлення ресурсів. З кожним роком зростає кількість платформ для створення сайтів на основі штучного інтелекту, які навчаються на прикладі основних дизайн-принципів та генерують універсальні дизайнерські рішення. Провідна фахівчиня з дизайну в Adobe, Сілка Мієснієкс, вважає, що використання розумних систем у дизайні позитивно впливає на результат, звільняючи фахівців від рутинних завдань та дозволяючи їм зосередитися на творчих проектах. Технологічні нововведення вже тестуються компанією Adobe. Наприклад, технологія Adobe Scene Stitch розпізнає не лише структуру зображення, а й тип контенту, що дозволяє створювати латки та переробляти картинки. Netflix використовує машинний інтелект для автоматичного створення сотень банерів із текстом на різних мовах. Команда Airbnb розробила додаток, який автоматично перетворює паперові нариси дизайнерів у робочий код за кілька секунд.

Деякі конструктори веб-сайтів, такі як Squarespace та Wix, вже впроваджують подібні технології. Штучний інтелект інтегрується в робочий процес фахівців, допомагаючи їм приймати швидкі рішення, які не вимагають першочергової уваги. В майбутньому передбачається, що машини будуть автоматично аналізувати дизайн-системи та виявляти оптимальне поєднання елементів.

Технології відео- та фоторедакції, такі як Prisma та Artisto, навчилися автоматично підбирати фільтри в залежності від контенту на зображенні. Інші інновації, наприклад, графічний редактор Auto Draw, застосовують штучний інтелект для перетворення начерків у більш точні малюнки. Усе це свідчить про те, як штучний інтелект вже таємно впливає на творчий процес та оптимізацію повсякденних завдань у сфері дизайну. А оператор штучного інтелекту з Бразилії представив приклад динамічного логотипу, створеного за допомогою технології машинного навчання (Рис. 2).



Рис. 2. Динамічний логотип, створений за допомогою технологій штучного інтелекту

Висловлені Девідом Космайєром думки щодо різноманітності дизайну для різних груп користувачів (враховуючи різні вікові групи, стать, місце проживання тощо) вказують на те, що штучний інтелект може допомогти персоналізувати дизайн залежно від контексту та вимог аудиторії. Наскільки широко застосовують технології машинного навчання в сфері дизайну, це частково залежить від розвитку та прийняття таких інновацій від галузі та конкретних компаній. Проте, якщо врахувати, що вже зараз спостерігається вплив штучного інтелекту на створення упаковки, реклами та веб-дизайну, можна припустити, що ці тенденції будуть лише зростати у майбутньому.

Зазначені можливості створення масових варіацій упаковок Nutella Unica за допомогою алгоритму AI є лише одним із численних прикладів того, як технології машинного навчання вже використовуються в сучасному дизайні. (див. рис. 3) (Nutella, 2017). У результаті з'явився термін «генеративний дизайн»— це підхід, де технології машинного навчання, зокрема глибоке навчання та інші методи генерації контенту, використовуються для створення різноманітних дизайнерських варіантів. У цьому контексті, виконавець задає певні параметри, такі як стиль, кольори, форма, та інші визначальні характеристики, і платформа зі штучним інтелектом (ШІ) генерує можливі варіації, які може обрати дизайнер (Чемерис, & Кардашов, 2022).



Рис. 3. Генеративний дизайн етикетки Nutella Unica

Динамічна айдентика або логотип, який може змінюватися та адаптуватися під різні контексти та завдання, представляє сучасний підхід у дизайні брендів. Цей підхід дозволяє створити унікальну ідентичність, яка залишається впізнаваною, але водночас може виражати різні аспекти або емоції. Динамічні логотипи виглядають особливо цікаво та відмінно від традиційних статичних логотипів. Вони можуть змінювати свій вигляд залежно від контексту, свята, подій або інших факторів. Це дозволяє бренду бути більш гнучким та виразним у своїй комунікації. Динамічна айдентика стала популярною завдяки логотипу MTV, захопила портфоліо провідних агенцій та стала новим ідолом у дизайні (див. рис. 4).



Рис. 4. Динамічна айдентика MTV

Бренд більше не може бути відстороненим. Тепер це майданчик для комунікації зі споживачами, який швидко адаптується до навколишнього середовища, як живий організм. Приклад з Планетою кіно (див. рис. 5), яка має динамічний логотип із змінюючимися формами та елементами, є хорошим прикладом того, як бренд може використовувати інноваційні підходи для створення унікальної ідентичності.



Рис. 5. Динамічна айдентика Планети кіно

Такий підхід дозволяє бренду залишатися актуальним та привертати увагу аудиторії в різних сценаріях.

Цей тренд у дизайні логотипів відкриває нові можливості для творчості та індивідуальності, а також враховує сучасні потреби та очікування споживачів. Логотип просто складається з великої та маленької планет. А далі можна вписувати будь-які форми. Тут фіксуються шрифти, розміщення елементів, а форма видозмінюється та адаптується під певні задачі. Це називається динамічною айдентикою. Сьогодні безліч прикладів, коли логотип може виглядати по-різному, але тримає основну форму. Така варіативність буде зручною для організацій, що мають кілька проектів. Таким чином вони виглядають по-різному, але впізнаваність зберігається. Найпростіший спосіб створити динамічну айдентику – це уявити логотип як контейнер, наповнення якого постійно змінюється. Варіативною ж може бути будь яка характеристика - колір, набір картинок для генерації варіантів логотипу. Приклад: (див. рис. 6)



Рис. 6. Динамічна айдентика NYC, Wolff Olins

Варіативною частиною також може виступити фон, на якому розташований логотип. Загальна форма може змінюватися, але образ залишається цілісним і пізнаваним (див. рис. 7).



Рис. 7. Динамічна айдентика AOL, Wolff Olins

Динамічна айдентика також може виглядати як конструктор з певним набором інгредієнтів-компонентів (див. рис. 8).



Рис. 8. Динамічна айдентика EDP, Sagmeister Walsh

Айдентика – це система. У ній не обов'язково мають бути чіткі елементи, що комбінуються між собою. Головне – це мова, формула, якою вона комунікує зі споживачем. Це перший крок до того, щоб айдентика відображала емоційний та логічний зміст. У прикладі цього пункту логотип змінюється щороку. Його основа залишається незмінною, а наповнення створюється випускниками-медалістами. Так користувач залучається до створення фірмового стилю.

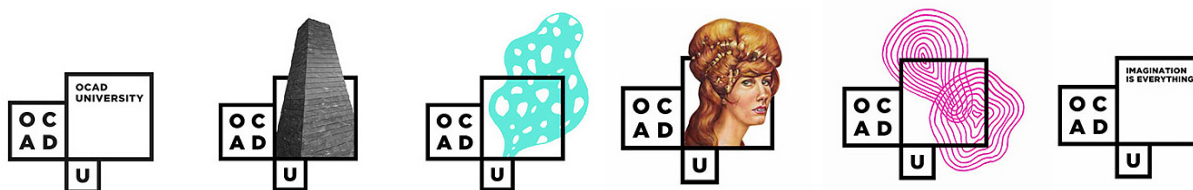


Рис. 9. Динамічна айдентика OCAD University, Bruce Mau Design

Хоча один елемент айдентики може залежати від даних — погоди, показів валютного ринку, новин, чисел, кількості, розвитку проекту — будь-чого. Айдентика відбиває особливості навколишнього світу (див. рис. 10).



Рис. 10. Динамічна айдентика EDP, Sagmeister Walsh Nordkyn, Neue Design Studio

Хоча існує переконання, що комп'ютери можуть залишити без роботи мільйони людей, деякі фахівці в галузі дизайну вважають, що співпраця між машинами та людьми призведе до позитивних результатів. Штучний інтелект може виконувати рутинні та шаблонні завдання, звільняючи дизайнерів для більш складних та творчих аспектів своєї роботи. Чи станеться це у творчій сфері, чи замінять машини дизайнерів, питання відкрите, точну відповідь на нього отримати навряд чи можливо.

Деякі експерти в галузі дизайну вважають, що штучний інтелект не є загрозою для працівників цієї сфери. Навпаки, вони переконані, що співпраця між роботами та людьми призведе до позитивних результатів, оскільки рутинні та шаблонні завдання можна делегувати машинам, полегшуючи роботу фахівців. Приблизно 20% робочого часу дизайнера йде на вирішення рутинних проблем та щоденних завдань, які може виконувати штучний інтелект.

Таким чином підсумуємо, що генеративний дизайн та динамічна айдентика настільки унікальна, що правил для її розробки просто не може бути. Загальні

постулати розробки брендингу та створення айдентики тут працюють без створення нових обмежень. Цей підхід може значно прискорити та полегшити процес творчого проектування, дозволяючи дизайнерам швидше оцінювати велику кількість ідей та концепцій. Генеративний дизайн може використовувати алгоритми, які враховують не тільки визначені параметри, а й контекст, індивідуальні вподобання користувачів або інші фактори, що дозволяє створювати більш персоналізовані та адаптовані до потреб проекти. Цей підхід може бути особливо корисним в ситуаціях, де потрібно створити велику кількість варіацій для подальшого вибору та адаптації, наприклад, у дизайні логотипів, упаковки, архітектурних концепцій та інших творчих галузях.

Так, введення технологій машинного навчання в сферу дизайну може суттєво змінити підходи та практики у цій області. Застосування штучного інтелекту може допомогти дизайнерам автоматизувати рутинні завдання, швидше створювати прототипи та взаємодіяти з клієнтами, а також пристосовувати дизайн до індивідуальних потреб користувачів.

Літературні джерела

1. Creative Works, Nutella (2017). Nutella Unica by Ogilvy Italy, 2017. URL: <https://www.thedrum.com/creative-works/project/ogilvy-italy-nutella-nutella-unica>
2. Park, T., Liu, M. Y., Wang, T. C., & Zhu, J. Y. (2019). GauGAN: Semantic image synthesis with spatially adaptive normalization. *ACM SIGGRAPH 2019 Real-Time Live!*, Art No 2. DOI: 10.1145/3306305.3332370.
3. Чемерис, Г. Ю., & Кардашов, М. В. (2022). Дизруптивні технології як рушії цифрової трансформації сучасної дизайн-освіти. *Культурологічні та педагогічні проблеми підготовки майбутніх дизайнерів: монографія*. Полтава: Навчально-науковий інститут культури і мистецтв, Видавничий відділ ПУЕТ. 126-171.