

УДК 766:004.92:78

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2026.3.6>

Вахович Владислава Русланівна,

аспірантка кафедри дизайну

Луцького національного технічного університету

ORCID ID: 0009-0003-1629-0217

vladavakhovych@gmail.com

Скляренко Наталія Владиславівна,

доктор мистецтвознавства, професор,

професор кафедри дизайну

Луцького національного технічного університету

ORCID ID: 0000-0001-9188-1947

nata_skliarenko@ukr.net

CGI-ПРОСТІР У ДИЗАЙНІ СУЧАСНИХ МУЗИЧНИХ ОБКЛАДИНОК: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВІЗУАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Метою роботи є аналіз композиційно-стилістичної організації CGI-простору у дизайні сучасних обкладинок музичних альбомів. Дослідження ґрунтується на синтезі системного, мистецтвознавчого та культурологічного підходів, що дозволяє розглянути обкладинки музичних альбомів як цілісну дизайн-систему у контексті цифрової візуальної культури початку XXI ст. та трансформації візуальних медіа. У роботі розглянуто CGI-простір, створений цифровими засобами на основі комп'ютерно-генерованих зображень, що забезпечує організацію цілісного музичного образу та композиційно-просторової логіки його візуалізації. Доведено, що CGI-простір обкладинок музичних альбомів 2020-х р. виступає концептуальною цифровою моделлю емоційно забарвленого візуального середовища для ідентифікації музичного продукту. Узагальнення сучасних дизайнерських практик у сфері музичної індустрії дозволило виявити нові способи репрезентації музичного образу експериментального характеру. Вони систематизовані у три основні типи CGI-простору: гібридно-цифровий (синтез фотографії, 3D-графіки, колажу), параметричний (алгоритмічна варіативність форми, структури та ефектів) та AI-генерований (створення за участю інструментів штучного інтелекту). Виявлено, що візуальна мова музичних образів у різних типах CGI-простору вирізняється варіативністю, багатощаровістю, динамічністю та метафоричністю та визначає спосіб інтерпретації музичного контенту. У роботі вперше представлено CGI-простір як концептуальну модель організації візуального середовища у сучасному дизайні обкладинок музичних продуктів. Визначено роль різних типів CGI-простору у формуванні візуального образу та атмосфери музики 2020-х років. Результати дослідження є цінними для практикуючих дизайнерів для створення актуальних візуальних рішень медіаконтенту. Матеріали можуть бути використані в освітній діяльності та як джерело натхнення у сфері графічного дизайну, дизайну візуальних комунікацій, цифрового мистецтва.

Ключові слова: дизайн візуальних комунікацій, графічний дизайн, обкладинка музичного альбому, CGI-простір, візуальна культура, композиція, концептуальний дизайн, AI-генерація зображень.

Vakhovych Vladyslava, Skliarenko Nataliia. CGI SPACE IN THE DESIGN OF CONTEMPORARY MUSIC COVERS: CONCEPTUAL PRINCIPLES OF VISUAL ORGANIZATION

The aim of this work is to analyse the compositional and stylistic arrangement of CGI space in contemporary music album covers design. This study is based on a synthesis of systemic, art-historical and cultural approaches, which makes it possible to consider music album covers as an integrated design system within the context of 21st century digital visual culture and the transformation of visual media. The work considers CGI space created by digital means based on computer-generated images, which ensures the organization of a holistic musical image and the compositional and spatial logic of its visualization. It has been proven that the CGI space of 2020s music album covers function as a conceptual digital model of an emotionally charged visual environment for identifying a musical product. A generalisation of current design practices in the music industry has allowed us to identify new experimental ways of representing musical imagery. These are systematised into three main types of CGI space: hybrid-digital (a sympathy of photography, 3D graphics and collage), parametric (algorithmic variability of

forms, structure and effects) AI-generated (created with the involvement of artificial intelligence tools). It has been established that the visual language of musical imagery across different types of CGI space is characterised by a variability, multi layered structure, dynamism and metaphor, shaping the interpretation of musical content. The study presents for the first time CGI space as a conceptual model for organising the visual environment in contemporary music cover design. Their role of different types of CGI space in shaping the visual image and atmosphere of modern music is defined. The results of the research are valuable for practising designers in creating relevant visual solutions for media content. The materials can be used in education contexts as a source of inspiration in graphic design, visual communication design and digital art.

Key words: *visual communication design, graphic design, music album covers, CGI space, visual culture, composition, conceptual design, AI image generation.*

Вступ. Глибокі трансформації сучасної візуальної культури та активне впровадження цифрових технологій у сферу графічного дизайну викликали появу нових інструментів для візуалізації музичних продуктів. У межах музичної індустрії обкладинка альбому продовжує виконувати роль візуального маркера, здатного формувати емоційний простір взаємодії між аудиторією, виконавцем та культурним контекстом. Проте сьогодні дизайн обкладинки зазнає бурхливої еволюції, демонструючи потужний потенціал засобів художньої виразності у візуалізації творчості музикантів.

Останнє десятиліття представляє широке використання комп'ютерно генерованих зображень (CGI – Computer Generated Imagery) як важливого інструменту для формування візуального середовища медіакультури. Музичні релізи, рекламні кампанії музичної індустрії, використовуючи CGI, прагнуть вийти за межі традиційних графічних композицій, щоб вразити слухачів та привернути їх увагу. CGI-графіка дозволяє сформувати гібридні просторові структури, які представляють ілюзію віртуального середовища, метасвіти, ігрову естетику у сфері музичної індустрії. Поєднання фотографій, тривимірної графіки та цифрового колажу на обкладинках музичних альбомів початку XXI століття створює нову візуальну реальність та відображає загальні тенденції розвитку цифрової культури. Проте незважаючи на значне поширення таких зображень у практиці сучасної візуальної культури, теоретичні аспекти проектування CGI-простору у дизайні обкладинок музичних альбомів залишаються недостатньо обґрунтованими з точки зору дизайну. Відсутність наукової

бази ускладнює аналіз новітніх візуальних стратегій, які розпочинають сьогодні активно формуватися у графічному дизайні цифрової епохи. Тому необхідність теоретичного осмислення CGI-простору як окремого елементу сучасного дизайну комунікацій та виявлення його концептуальних засад у проектуванні візуального вигляду музичних продуктів окреслює актуальність обраної теми.

Матеріали та методи. Візуальний матеріал дослідження охоплює понад 200 обкладинок музичних альбомів періоду 2015-2020-х років, з яких відібрано найбільш показові зразки для підтвердження наукової гіпотези (рис. 1 – рис. 3).

Для аналізу композиції, стилістики, особливостей формування змісту художнього образу музичних обкладинок застосовано структурно-композиційний та семіотичний дизайн-аналізи. Метод типологізації та класифікації дозволив виокремити основні типи CGI-простору, а порівняльний метод – співставити їх за візуально-комунікативними та технологічними ознаками. Робота носить системний характер та базується на перетині мистецтвознавчого та культурологічного підходів.

Джерельна база дослідження має міждисциплінарний характер та охоплює наукові праці з дизайну візуальних комунікацій [2; 4], теорії графічного дизайну [17; 21], історії формування музичних обкладинок [14; 20], генеративного проектування [1; 3; 5], а також сучасні дослідження штучного інтелекту [6; 7; 11] у контексті дизайну обкладинок музичних альбомів.

Теоретико-методологічне підґрунтя сформовано роботами дослідників, які осмислюють обкладинку музичного альбому як

специфічний об'єкту візуальної комунікації та культурної репрезентації виконавця [14; 2]. Сучасне сприйняття візуалізації звуку та досвід його перенесення у графічні форми проаналізовано у працях С. Джексона (S. Jackson) [12], Е. Зінченко (E. Zinchenko) [22] та Й. Гун (Y. Gong) [9], які розглянули зміни у дизайні обкладинок під впливом цифровізації. Дослідники Н. де Віль (N. de Ville) [8], М. Вулман (M. Woolman) [21] акцентують увагу на процесах перетворення сучасної музичної обкладинки у складну образно-символічну систему [8], що є особливо важливим для аналізу механізмів образотворення CGI-простору.

Ключовими дослідженнями для розуміння CGI-простору як особливої форми організації візуального досвіду є теоретичні праці, які охоплюють проблеми ремедіації [4], модульності та варіативності [15], віртуальності [10], імерсії та цифрового реалізму [18]. Г. Бохнакер та Б. Гросс (H. Bohmacker & B. Gross) [3] акцентують увагу на можливостях генеративного дизайну для створення візуальних структур за допомогою коду, а І. Каетану, Л. Сантуш, А. Лейтау (I. Caetano, L. Santos, A. Leitão) окреслюють співвідношення понять параметричного, генеративного та алгоритмічного дизайну [5]. Монографія Г. Морроу (G. Morrow) узагальнює питання з цифрової культури, віртуальної реальності та візуального брендингу музики [17].

Новий напрям дослідження розкриває проблематика використання AI-генерованих зображень у контексті дизайну обкладинок музичних альбомів [1; 16]. Роботи К. Кампобадаль Форес (K. Campobadal Forés) [6], Дж. Х. Чой та ін. (J. H. Choi et al.) [7] та І. Ярський та ін. (I. Jarsky et al.) [13] актуалізують питання загальної зміни моделі дизайнерської діяльності над створенням музичних обкладинок у напрямку роботи з алгоритмічними системами та AI. У цьому випадку дизайнер стає куратором процесу генерування, а не єдиним творцем форми зображень та стилістики [11; 20; 23].

Отже, аналіз джерельної бази охоплює питання історії графічного дизайну

у музичній індустрії, впливу цифрових технологій та AI на візуальну культуру загалом. Водночас проблеми формотворення CGI-простору, композиційні та семантичні аспекти обкладинок сучасних музичних альбомів досліджені фрагментарно.

Зважаючи на це, метою роботи є висвітлення композиційно-стилістичної організації CGI-простору у дизайні сучасних обкладинок музичних альбомів. Завданнями дослідження є охарактеризувати поняття CGI-простору, систематизувати його типи за особливостями візуальної мови музичних образів.

Результати. Використання CGI у дизайні обкладинок музичних альбомів та загалом у дизайні поліграфічної продукції пов'язано із формуванням візуально-комунікативного простору, створеного засобами комп'ютерної тривимірної графіки. Традиційно обкладинки альбомів дизайнери створювали на основі традиційних графічних чи фото- зображень, однак розвиток цифрових інструментів моделювання, рендерингу, постобробки суттєво розширив можливості проєктування візуальних сцен. CGI-простір конструює нову цифрову реальність у межах площини носія, яка ідентифікує музичний продукт та формує образ виконавця. Ця концепція організації візуальної композиції вирізняє обкладинки музичних альбомів таких сучасних виконавців, як Max Cooper (рис. 2:2-3), Travis Scott (рис. 1:1), Flume (рис. 2:1) та ін., імітуючи глибину, нестандартне освітлення, нематеріальність об'єктів, віртуальність сцени. Використання комп'ютерної графіки дозволило поєднувати реалістичні та фантастичні елементи, формувати штучні віртуальні світи, використовуючи різноманітний спектр візуальних засобів.

Зважаючи на це, узагальнення сучасних дизайнерських практик дозволило виділити три типи CGI-простору: гібридно-цифровий, параметричний та AI-генерований CGI-простір.

У сучасному дизайні музичних обкладинок *гібридно-цифровий CGI-простір* стає концептуальною моделлю гібридної

архітектурної споруди, ландшафтної сцени, віртуальної інсталяції, які базуються на сюрреалістичній трансформації масштабу, перспективи, гравітації (рис. 1). CGI-технології дозволяють створювати метафоричні простори для формування концептуальної атмосфери альбому. Показовим прикладом такого типу CGI-простору є варіації обкладинок Travis Scott «Utopia» (рис. 1:1), у яких символічний зміст музичного продукту переданий через масштабні скульптурні об'єкти, інтегровані у ландшафт.

Гібридно-цифровий CGI-простір нагадує світ комп'ютерних ігор, побудований на поєднанні фотографії, CGI, цифрового колажу, типографіки, а іноді фрагментів AI-генерації. На обкладинках музичних альбомів він виглядає синтетичним, але одночасно і матеріальним. Так, обкладинка «Black Hole Superette» (2025) побудована як змодельована в 3DS Max та відрендерена у V-Ray реальна міська локація з якісною деталізацією (рис. 1:5). Джастін Коро Кауфман створив гібридний CGI-простір, досягнувши ефекту місця, якого насправді не існує.

Цей тип CGI-простору походить з природних референсів, але остаточно перетворюється на синтетично змінене цифрове середовище. Музичний бренд виражається через поєднання фотографічної присутності людини з неприродним, пластиковим середовищем в образі Róisín Murphy (рис. 1:3) або органічну пластику метаморфоз морських молюсків (рис. 1:2), що залишає візуальний простір впізнаваним, але балансує між реальним та надприродним.

Поширення у дизайні музичних обкладинок у 2020-х роках набув *параметричний CGI-простір*. На відміну від гібридно-цифрового простору він не має прямого реалістичного прототипу, а формується за допомогою алгоритмічного моделювання та генеративних алгоритмів [20]. Асоціативно візуальна стилістика таких робіт відповідає електронній музиці (рис. 2:1), створюючи середовище для експериментальних цифрових форм. Особливістю дизайну є мінімалістична графіка з високим рівнем структурної складності. У цьому контексті CGI-простір набуває абстрактності, перетворюючись на фон для віртуальних об'єктів.



Рис. 1. Гібридно-цифровий CGI-простір у дизайні обкладинок музичних альбомів: 1 – Travis Scott «Utopia» (2023); 2 – Sub Focus «Evolve» (2023); 3 – Róisín Murphy «Hit Parade» (2023); 4 – Arca «Kick ii, iii, iiiii, iiiii» (2021); 5 – Aesop Rock «Black Hole Superette» (2025)

Він стає подібним до складних геометричних (рис. 2:2-3) або органічних структур (рис. 2:4), логіка побудови яких є рекурсивною та емерджентною. Наприклад, образ органічної цілісності нейронних процесів мозку синтезований із алгоритмічною дискретністю фрагментованої реальності втілив художник Тайлер Гоббс (Tyler Hobbs) для Max Cooper в обкладинці альбому «One Hundred Billion Sparks» (2018) (рис. 2:2).

Параметричний CGI-простір дозволяє також експериментувати з типографікою. Так, студія DIA створила візуальну ідентичність для A-Trak як спеціального бокс-сету «In The Loop» із 12 обкладинок [19]. Для цього дизайнери провели дослідження циклічних типографічних систем, у кожній з яких зміст заголовка керував концепцією дизайну «Концептуальна типографіка» через трансформацію форми (рис. 2:5). Шрифтові композиції були виконані шляхом проведення експериментів з генеративним програмним забезпеченням у програмах After Effects та Cinema 4D.

Ще одним напрямом концепції параметричного CGI-простору є формування

мінливої просторової структури з безліччю ітерацій. Прикладом такого варіативного патерну є демонстрація динамічної системи візуальних трансформацій із 130 000 варіаціями дизайну для обкладинок студійного альбому англійського електронного гурту Hot Chip (рис. 2:6).

У 2020-2025 роки у зв'язку з інтенсивним розвитком технологій штучного інтелекту формується концептуальний дизайн музичних обкладинок, створений генеративними алгоритмами штучного інтелекту (AI-generated imagery). Для цього використовують AI-моделі Midjourney, Stable Diffusion та DALL-E. Формування *AI-генерованого CGI-простору* змінює традиційний процес дизайну. Такі роботи виглядають занадто ідеальними, без випадковостей ручної роботи. Стилiстично вони передають гіперреалістичну атмосферу (рис. 3:5), неможливі ситуації, метафоричні образи, гібридні фантастичні ландшафти (рис. 3:1), що є характерним для сучасної AI-візуалізації [11; 18]. Алгоритмічна уніфікація формує особливу естетику синтетичної візуальності [11; 10].



Рис. 2. Параметричний CGI-простір у дизайні обкладинок музичних альбомів: 1 – Flume «Hi This Is Flume» (2019); 2 – Max Cooper «One Hundred Billion Sparks» (2018), дизайнер Tyler Hobbs; 3 – Max Cooper «Yearning for the Infinite» (2019); 4 – Max Cooper «Emergence» (2016); 5 – A-Trak «In The Loop» (box set, 2017); 6 – Hot Chip «Why Make Sense?» (2015)

Композиція AI-генерованого CGI-простору в обкладинках музичних альбомів формується за логікою генеративних алгоритмів, які поєднують фотореалістичні та символічно-фантастичні ознаки в єдиному образі [20; 23]. Спільною рисою обраних прикладів альбомів (рис. 3) є домінування центрального образу, прагнення до симетрії, колористична експресія [2; 9]. Така модель композиційної організації виконує наративну функцію, створює атмосферу музичного твору [8; 12; 14] та візуально його ідентифікує. Завдяки генерації цього типу CGI-простору обкладинка перетворюється на гібридний медіаобраз, подібний до постера, 3D-рендера та фотографії [1; 13].

Показовим зразком є релізи проєкту The Velvet Sundown – «Floating on Echoes» та «Dust and Silence» (2025) (рис. 3:5), у яких згенеровані штучним інтелектом образи

гурту та візуальна айдентика, а не лише обкладинка. Це проєкт AI-конструйованого музичного CGI-простору представлений на рівні цілого бренду.

Проведений аналіз обкладинок музичних альбомів дозволяє розглянути CGI-простір як багатовимірну візуальну модель, що набуває різних концептуальних форм у контексті естетики та технологій цифрової культури. Він виступає важливим інструментом формування сучасної візуальної комунікації, створеної засобами комп'ютерної графіки та генеративних технологій.

Висновки. У роботі представлено CGI-простір як концептуальну модель візуальної організації образів у дизайні обкладинок сучасних музичних альбомів, що поєднує традиційні принципи графічної композиції з можливостями цифрового моделювання. Такий підхід дозволяє сформулювати складну



Рис. 3. AI-генерований CGI-простір у дизайні обкладинок музичних альбомів: 1 – Tears for Fears «Songs for a Nervous Planet» (2024); 2 – Sonic Face «Love and Black Glove» (EP, 2021); 3 – Hour of Penance «Devotion» (2024); 4 – Pestilence «Levels of Perception» (2024, початкова версія обкладинки); 5 – The Velvet Sundown, релізи проєкту, «Floating on Echoes» і «Dust and Silence» (2025)

візуальну систему, у межах якої CGI-простір стає активним центром комунікації та ідентифікації музичного виконавця. Узагальнення дизайнерських практик дозволило виокремити гібридно-цифровий, параметричний та AI-генерований типи CGI-простору із власними композиційними та стилістичними характеристиками. Доведено, що гібридно-цифровий CGI-простір орієнтований на створення синтезу реального та синтетичного, параметричний – на генеративну логіку форми, а AI-генерований – на метафоричність візуального образу. Доведено, що кожен із цих типів унікальний, має виразні композиційні та семантичні характеристики, які визначають

стилістичну специфіку музичних обкладинок. CGI-простір впливає на спосіб візуалізації музичного образу, характер емоційного впливу та формування візуальної ідентичності музичного продукту. У дизайні обкладинок музичних альбомів цей простір трансформує нові способи візуалізації та репрезентації музики, демонструючи особливості дизайнерського мислення в епоху цифровізації. Перспективи подальших досліджень полягають у аналізі взаємодії CGI-простору з анімаційними, AR- та VR-технологіями, а також у вивченні ролі AI у трансформації авторства, стилістики та проектної культури сучасного дизайну загалом.

Література:

1. Azuaje G., Liew K., Epure E., Yada S., Wakamiya S., Aramaki E. Visually: multimodal album art generation for independent musicians. *Personal and Ubiquitous Computing*. 2023. Vol. 27. P. 1861–1872. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00779-023-01724-1>
2. Belton R. J. The narrative potential of album covers. *Studies in Visual Arts and Communication: an international journal*. 2015. Vol. 2(2). P. 1-7. URL: https://journalonarts.org/wp-content/uploads/2016/01/SVACij_Vol2_No2-2015-Belton-The-narrative-potential_CS02.pdf (дата звернення: 15.04.2026).
3. Bohnacker H., Gross B. *Generative Design: Visualize, Program, and Create with Processing*. Princeton Architectural Press, 2012. 472 p.
4. Bolter J. D., Grusin R. *Remediation: Understanding New Media*. The MIT Press, 1998. 312 p.
5. Caetano I., Santos L., Leitão A. Computational design in architecture: Defining parametric, generative, and algorithmic design. *Frontiers of Architectural Research*. 2020. Vol. 9 (2). P. 287-300. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foar.2019.12.008>
6. Campobadal Forés K. AI based cover image generation for music albums : the study of AI techniques for generating images. Bachelor's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya. UPCommons, 2023. URL: <https://upcommons.upc.edu/entities/publication/472c158d-e470-4a80-88d5-05185cbf4c56> (дата звернення: 15.04.2026).
7. Choi J. H., Choi G., Han J.-E., Yang W., Cheng Z.-Q. Music2P: A Multi-Modal AI-Driven Tool for Simplifying Album Cover Design. *Proceedings of the 33rd ACM International Conference on Information and Knowledge Management (CIKM '24)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 2024. P. 5200–5204. DOI: <https://doi.org/10.1145/3627673.3679223>
8. De Ville N. *Album: Style and Image in Sleeve Design*. Miller/Mitchell Beazley, 2003. 256 p.
9. Gong Y. Research on artistry and practicability of album design in visual communication. *International Theory and Practice in Humanities and Social Sciences*. 2024. Vol. 1(1). P. 229-239. DOI: <https://doi.org/10.70693/itphss.v1i1.8>
10. Grau O. *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. The MIT Press, 2004. DOI: <https://doi.org/10.7551/mitpress/7104.001.0001>
11. Hausken L. Photorealism versus photography. AI-generated depiction in the age of visual disinformation. *Journal of Aesthetics & Culture*. 2024. Vol. 16(1). DOI: <https://doi.org/10.1080/20004214.2024.2340787>
12. Jackson S. Music Cover Design in the Digital Age. Master's thesis, University of Cincinnati. OhioLINK Electronic Theses and Dissertations Center. 2019. URL: http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=ucin156327401366013 (дата звернення: 15.04.2026).
13. Jarsky I., Efimova V., Bizyaev I., Filchenkov A. Conditional Vector Graphics Generation for Music Cover Images. *Proceedings of the 19th International Joint Conference on Computer Vision, Imaging and Computer Graphics Theory and Applications – Volume 2: VISAPP*; SciTePress, 2024. P. 233-243. DOI: <https://doi.org/10.5220/0012456100003660>
14. Jones S., Sorger M. Steve Jones and Martin Sorger: Covering Music: A Brief History and Analysis of Album Cover Design. *Journal of Popular Music Studies*. 1999. Vol. 11-12. P. 68-102. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1533-1598.1999.tb00004.x>
15. Manovich L. *The Language of New Media*. The MIT Press, 2001. 400 p.

16. Marien J., Leroux S., Dhoedt B., De Boom C. Audio-guided Album Cover Art Generation with Genetic Algorithms. 2022. arXiv. DOI: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2207.07162>
17. Morrow G. Designing the music business: Design Culture, Music Video and Virtual Reality. Springer Cham, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-48114-8>
18. Prince S. Digital Visual Effects in Cinema: The Seduction of Reality. Rutgers University Press, 2012. URL: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt5hj5pv> (дата звернення: 15.04.2026).
19. Pritchard O. DIA explores conceptual typography for A-Trak's In The Loop boxset. 2017. URL: <https://www.itsnicethat.com/articles/atrak-dia-in-the-loop-boxset-120117> (дата звернення: 15.04.2026).
20. Tang Y., Ciancia M., Wang Z., Gao Z. What's Next? Exploring Utilization, Challenges, and Future Directions of AI-Generated Image Tools in Graphic Design. 2024. arXiv: 2406.13436. URL: <https://arxiv.org/abs/2406.13436> (дата звернення: 15.04.2026).
21. Woolman M. Sonic graphics: Seeing sound. Thames & Hudson, 2002. 176 p.
22. Zinchenko E. Visual Content Analysis of Alternative Rock and Metal Album Covers. Master's Degree in Communication and Creative Industries Academical Course 2021–2022. University of Alicante, 2022. URL: <https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/10a4c6fa-18b4-4d95-95b9-14247799d13c/content> (дата звернення: 15.04.2026).
23. Zou X., Zhang W., Zhao N. From Fragment to One Piece: A Survey on AI-Driven Graphic Design. 2025. arXiv: 2503.18641. URL: <https://arxiv.org/abs/2503.18641> (дата звернення: 15.04.2026).

References:

1. Azuaje, G., Liew, K., Epure, E., Yada, S., Wakamiya, S. & Aramaki, E. (2023). Visuallyre: multimodal album art generation for independent musicians. *Personal and Ubiquitous Computing*, 27, 1861–1872. <https://doi.org/10.1007/s00779-023-01724-1>
2. Belton, R. J. (2015). The narrative potential of album covers. *Studies in Visual Arts and Communication: an international journal*, 2(2), 1-7. Retrieved from: https://journalonarts.org/wp-content/uploads/2016/01/SVACij_Vol2_No2-2015-Belton-The-narrative-potential_CS02.pdf
3. Bohnacker, H., & Gross, B. (2012). Generative Design: Visualize, Program, and Create with Processing. Princeton Architectural Press.
4. Bolter, J. D., & Grusin, R. (1998). Remediation: Understanding New Media. The MIT Press.
5. Caetano, I., Santos, L., & Leitão A. (2020). Computational design in architecture: Defining parametric, generative, and algorithmic design. *Frontiers of Architectural Research*, 9(2), 287-300. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2019.12.008>
6. Campobadal Forés, K. (2023). AI based cover image generation for music albums : the study of AI techniques for generating images. Bachelor's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya. UPCommons. Retrieved from: <https://upcommons.upc.edu/entities/publication/472c158d-e470-4a80-88d5-05185cbf4c56>
7. Choi, J. H., Choi, G., Han, J.-E., Yang, W., & Cheng, Z.-Q. (2024). Music2P: A Multi-Modal AI-Driven Tool for Simplifying Album Cover Design. In *Proceedings of the 33rd ACM International Conference on Information and Knowledge Management (CIKM '24)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA. (pp. 5200–5204). <https://doi.org/10.1145/3627673.3679223>
8. De Ville, N. (2003). Album: Style and Image in Sleeve Design. Miller/Mitchell Beazley.
9. Gong, Y. (2024). Research on artistry and practicability of album design in visual communication. *International Theory and Practice in Humanities and Social Sciences*, 1(1), 229–239. <https://doi.org/10.70693/itphss.v1i1.8>
10. Grau, O. (2004). Virtual Art: From Illusion to Immersion. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7104.001.0001>
11. Hausken, L. (2024). Photorealism versus photography. AI-generated depiction in the age of visual disinformation. *Journal of Aesthetics & Culture*, 16(1). <https://doi.org/10.1080/20004214.2024.2340787>
12. Jackson, S. (2019). Music Cover Design in the Digital Age. Master's thesis, University of Cincinnati. OhioLINK Electronic Theses and Dissertations Center. Retrieved from: http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=ucin156327401366013
13. Jarsky, I., Efimova, V., Bizyaev, I., & Filchenkov, A. (2024). Conditional Vector Graphics Generation for Music Cover Images. In *Proceedings of the 19th International Joint Conference on Computer Vision, Imaging and Computer Graphics Theory and Applications – Volume 2: VISAPP*; SciTePress, 233-243. <https://doi.org/10.5220/0012456100003660>
14. Jones, S., & Sorger, M. (1999). Steve Jones and Martin Sorger: Covering Music: A Brief History and Analysis of Album Cover Design. *Journal of Popular Music Studies*, 11-12, 68-102. <https://doi.org/10.1111/j.1533-1598.1999.tb00004.x>
15. Manovich, L. (2001). The Language of New Media. The MIT Press.

16. Marien, J., Leroux, S., Dhoedt, B., & De Boom, C. (2022). Audio-guided Album Cover Art Generation with Genetic Algorithms. arXiv. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2207.07162>
17. Morrow, G. (2020). Designing the music business: Design Culture, Music Video and Virtual Reality. Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-48114-8>
18. Prince, S. (2012). Digital Visual Effects in Cinema: The Seduction of Reality. Rutgers University Press. Retrieved from: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt5hj5pv>
19. Pritchard, O. (2017). DIA explores conceptual typography for A-Trak's In The Loop boxset. Retrieved from: <https://www.itsnicethat.com/articles/atrak-dia-in-the-loop-boxset-120117>
20. Tang, Y., Ciancia, M., Wang, Z., & Gao, Z. (2024). What's Next? Exploring Utilization, Challenges, and Future Directions of AI-Generated Image Tools in Graphic Design. arXiv:2406.13436. Retrieved from: <https://arxiv.org/abs/2406.13436>
21. Woolman, M. (2002). Sonic graphics: Seeing sound. Thames & Hudson.
22. Zinchenko, E. (2022). Visual Content Analysis of Alternative Rock and Metal Album Covers. Master's Degree in Communication and Creative Industries Academic Course, 2021–2022. University of Alicante. Retrieved from: <https://rua.ua.es/server/api/core/bitstreams/10a4c6fa-18b4-4d95-95b9-14247799d13c/content>
23. Zou, X., Zhang, W., & Zhao, N. (2025). From Fragment to One Piece: A Survey on AI-Driven Graphic Design. arXiv:2503.18641. Retrieved from: <https://arxiv.org/abs/2503.18641>

Дата першого надходження статті до видання: 17.04.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.05.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 29.05.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)