



ЦЕНТР  
українсько-європейського  
наукового співробітництва



КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
ЦЕНТР УКРАЇНСЬКО-ЄВРОПЕЙСЬКОГО НАУКОВОГО СПІВРОБІТНИЦТВА  
ФАХОВИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ "УКРАЇНСЬКИЙ МИСТЕЦТВОЗНАВЧИЙ ДИСКУРС"  
ВИДАВНИЦТВО «ГЕЛЬВЕТИКА»

# ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

## UCRAINA LIBERTATEM

ТРАНСФОРМАЦІЯ  
ГУМАНІТАРНОЇ СФЕРИ  
ТА КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ  
ПІД ВПЛИВОМ ВІЙНИ

УДК 1/7:130.2:7.01

К26

Рекомендовано до друку Вченою радою факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

Редакційна колегія

**Ковальчук О.В.** – голова, кандидат мистецтвознавства, доцент, декан факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Циганик М.І.** – кандидат філологічних наук, доцент, декан факультету культури і мистецтв Львівського національного університету імені Івана Франка

**Роготченко О.О.** – доктор мистецтвознавства, професор, член-кореспондент Національної академії мистецтв України, голова редакційної колегії фахового наукового журналу «Український мистецтвознавчий дискурс»

**Сиротинська Н.І.** – доктор мистецтвознавства, професор, професор кафедри музикознавства і хорового мистецтва факультету культури і мистецтв Львівського національного університету імені Івана Франка

**Савицька І.М.** – кандидат філософських наук, доцент, декан гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України

**Карпов В.В.** – відповідальний редактор, доктор історичних наук, завідувач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**Єфімов Ю.В.** – старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, креативний директор рекламної агенції «Медіа Партнер Україна»

**Волгін Ю.Є.** – старший викладач кафедри дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка

**К26 Ucraina libertatem.** Трансформація гуманітарної сфери та культурного простору під впливом війни. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Київ. 11 листопада 2025 року / Ред. кол. : О.В. Ковальчук (голова), М.І. Циганик, В.В. Карпов (відп. ред.) та ін. Київ : Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 311 с.

ISBN

У збірнику опубліковано матеріали учасників конференції, що висвітлюють актуальні питання процесів розвитку української гуманітаристики та культурно-мистецького простору у час воєнного стану, викликаного військовою агресією з боку російської федерації.

Автори відповідальні за достовірність наведених фактів, повноту та системність висвітлення питань, що досліджують, написання власних імен та географічних назв, покликань на джерела та літературу.

УДК 1/7:130.2:7.01

ISBN

@Київський столичний університет  
імені Бориса Грінченка

@Видавництво “Гельветика”

УДК 004.738:616.89-053.6(477)"20"

Гладкевич Оксана Тарасівна, магістрантка кафедри дизайну

Волгін Юрій Євгенович, науковий керівник,

старший викладач кафедри дизайну

Лихолат Олена Віталіївна, наукова керівниця,

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка кафедри дизайну,

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

## РОЛЬ ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ У ФОРМУВАННІ ДОВІРИ ДО ЦИФРОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАСТОСУНКУ «ПОРУЧ»)

**Анотація.** У матеріалі тез досліджено роль візуальної айдентики цифрових інструментів психологічної допомоги як чинника формування довіри користувачів до мобільних застосунків сфери психічного здоров'я у сучасному українському контексті. На прикладі застосунку «Поруч» для військових сил територіальної оборони проаналізовано, як стратегічний вибір кольорової гами, типографії та іконографії створює відчуття безпеки, конфіденційності та підтримки. Показано, що візуальні рішення повинні відповідати не лише функціональним вимогам, але й культурному, соціальному й психологічному середовищу користувача, зокрема в умовах стресу, конфлікту та травми. Запропоновано методичні орієнтири для дизайнерів цифрових платформ психологічної підтримки, які враховують емпатію, доступність і локальну релевантність. Продумана візуальна комунікація не лише підвищує естетичну привабливість, але й знижує бар'єри для звернення по психологічну допомогу, що є критично важливим для цільової аудиторії.

**Ключові слова:** візуальна айдентика, цифрова психологічна допомога, UX/UI дизайн, дизайн довіри (*trust design*), психологічне здоров'я, соціальний дизайн, застосунок «Поруч».

**Вступ.** В умовах постійної цифровізації, зростання навантаження на психічне здоров'я населення України й поширення онлайн-платформ психологічної підтримки, ключовою стає проблема довіри користувачів до таких сервісів. В умовах повномасштабної війни в Україні різко зріс попит на доступні інструменти психологічної підтримки, особливо серед військових. Цифрові рішення, зокрема мобільні застосунки, стають одним з основних каналів надання такої допомоги. Проте

їхня ефективність на пряму залежить від рівня довіри користувача, адже йдеться про вразливу тему ментального здоров'я. Саме тому візуальна айдентика перестає бути лише естетичною оболонкою і перетворюється на фундаментальний інструмент побудови довіри.

Як зазначає дослідницька група Nielsen Norman Group, «дизайн, що виглядає професійно, підвищує довіру та авторитет продукту. Користувачі з більшою ймовірністю повірять інформації на сайті, який виглядає надійно та якісно» [1]. Цей принцип є особливо важливим для застосунків, де користувачі діляться особистими переживаннями. З огляду на це, розробка візуальної айдентики «Поруч» вимагала глибокого розуміння психології цільової аудиторії та створення інтерфейсу, що на невербальному рівні транслює безпеку та підтримку. Актуальність дослідження полягає у необхідності формування науково обґрунтованих підходів до дизайну цифрових продуктів у гуманітарній сфері, де візуальна складова безпосередньо впливає на готовність людини звернутися по допомогу.

**Матеріали та методи.** Об'єктом дослідження є процес формування довіри до цифрових продуктів у сфері психічного здоров'я через візуальну комунікацію. Предметом дослідження є візуальна айдентика мобільного застосунку «Поруч» як інструмент побудови довіри у військовослужбовців.

У ході дослідження було використано метод аналізу теоретичних джерел для вивчення психології сприйняття візуальних елементів та основ дизайну довіри. Застосовано порівняльний метод для аналізу успішних кейсів мобільних застосунків у сфері Mental Health (напр., Calm, Headspace, BetterHelp) з метою виявлення ефективних патернів візуальної комунікації. Метод проєктного моделювання використано для розробки візуальної концепції, прототипів та ключових елементів айдентики застосунку «Поруч». Аналітичний метод дозволив систематизувати, як конкретні дизайнерські рішення (колір, шрифт, іконки) впливають на потенційне сприйняття продукту цільовою аудиторією.

**Результати.** Дослідження показують, що ключовими чинниками довіри до цифрових психологічних платформ стають прозорість бренду, професійність, простота, доступність та культурна релевантність [2]. Візуальний дизайн, з використанням м'яких кольорів, зрозумілої типографії, простих навігаційних схем, може стати мостом між функціональністю й емоційним комфортом.

Проект «Поруч» розробляється з урахуванням специфіки українського користувача, наявністю великої кількості воєнних тригерів (сирени, тривожні сигнали), інтернет-нестабільністю, потребою в анонімній підтримці. Дизайн системи включає кольорову палітру, типографію й інтерфейс-елементи, які створюються з розумінням необхідності зниження когнітивного навантаження й підвищення емоційного комфорту. Прикладами таких рішень є: м'які пастельні тони, мінімальна навігація, акцент на безпечному меседжі – «Ти не один», «Поговоримо». Це має сприяти зменшенню бар'єрів входу у сервіс і формуватиме відчуття надійності.

Український контекст додає специфічності, адже дизайн має враховувати не лише універсальні принципи UX, але й локальну чутливість – до значень кольорів, символів, мовних нюансів. Наприклад, дизайн-проект ментального здоров'я «Безправне горе» у Києві використовує образ щита як символу захисту й безпеки, що відгукується в контексті війни [3].

Таким чином, айдентика становиться своєрідним «візуальним речником». Вона комунікує «ми тут для тебе», «тут мінімум бар'єрів», «тут професійна підтримка».

У процесі розробки візуальної айдентики застосунку «Поруч» було визначено, що ключовими факторами формування довіри є відчуття спокою, конфіденційності та професіоналізму. Ці принципи були втілені через наступні дизайнерські рішення:

- Кольорова палітра. Вибір кольору має прямий вплив на емоційний стан користувача. Дослідження у сфері психології кольору підтверджують, що відтінки синього та зеленого асоціюються зі спокоєм, стабільністю та безпекою [4]. Тому для застосунку «Поруч» надається перевага стриманому, заспокійливому та приглушеному бірюзовому кольору, з супутніми сірими тонами. Цей колір було обрано через певну асоціацію його зеленуватого відтінку з типовими «військовими» кольорами, що гармонізує з самою тематикою додатку. Такий вибір – це свідоме уникнення агресивних чи тривожних кольорів, що сприятиме створенню заспокійливого цифрового середовища.
- Типографія. Відомо, що шрифт є «голосом» бренду. Для застосунку, що говорить на чутливі теми, цей голос має бути спокійним, чітким та дружнім. Як зазначається у статті від Adobe, «вибір правильного шрифту може зробити текст легшим для читання, а також викликати певні емоції та задати тон» [5]. Для проєкту «Поруч» було обрано гротеск із заокругленими формами, який поєднує високу читабельність з відчуттям

м'якості та доступності. Це допомагає уникнути враження «стерильного» медичного інструменту і здатен зробити застосунок більш людським.

- Іконографія та ілюстрації. У застосунках для психологічної підтримки стокові, надто позитивні зображення можуть викликати відчуження. Тому для проєкту «Поруч» планується розроблення унікального стилю мінімалістичних, метафоричних іконок та ілюстрацій. Вони мають не показувати конкретні емоції, а передавати стани та поняття (наприклад, підтримка, дихання, спокій) через абстрактні форми. Такий підхід, як зазначають експерти з UX Planet, «дозволяє користувачам проєктувати власні почуття на зображення, що створює глибший та більш особистий зв'язок» [6]. Це допоможе побудувати емпатичну комунікацію без слів.

Отже, узагальнюючи все вище сказане, можна виокремити такі рекомендації для дизайну цифрової психологічної платформи «Поруч»:

- використовувати просту та зрозумілу навігацію;
- кольорова палітра має бути заспокійливою, не агресивною;
- типографія має бути читабельною, зі зрозумілими заголовками та підзаголовками;
- логотип і меседж мають відображати емпатію та професійність (наприклад, символ руки, щита, підтримки);
- інтерфейс має враховувати офлайн-режими або низьку швидкість інтернету (важливо для воєнного контексту);
- включати локальні культурні елементи (мову, символіку, стиль комунікації) для підсилення довіри у користувачів із України.

**Висновки.** Візуальна айдентика цифрових інструментів психологічної допомоги відіграє стратегічну роль у формуванні довіри користувачів, особливо в умовах соціального стресу, війни та травми. Проведене дослідження та проєктна розробка доводять, що візуальна айдентика є не просто декоративним, а стратегічним інструментом у створенні цифрових продуктів для психологічної допомоги. Айдентика виконує функцію невербального комунікатора, який транслює такі ключові цінності, як безпека, конфіденційність та підтримка. На прикладі застосунку «Поруч» видно, що дизайн, максимально орієнтований на користувача, культурно релевантний і емоційно комфортний, дозволяє знизити бар'єри входу, підвищити відчуття безпеки й підтримки. Через продуманий вибір кольорів, типографіки та іконографії айдентика застосунку «Поруч» здатна формувати простір довіри, заохочуючи військових звертатися по

допомогу та знижуючи стигматизацію цього процесу. Таким чином, дизайн стає невіддільною частиною терапевтичного ефекту цифрового інструменту.

### **Список використаних джерел:**

1. Harley Aurora. Trustworthiness in Web Design: 4 Credibility Factors. Nielsen Norman Group. May 8, 2016. URL: <https://www.nngroup.com/articles/trustworthy-design/>
2. Проблеми політичної психології : збірник наукових праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; [ред. колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]. К. : Міленіум, 2017. Вип. 5 (19). 348 с. URL: [https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/Ppp\\_2017\\_519.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/Ppp_2017_519.pdf?utm_source=chatgpt.com)
3. Liza Kyselova. Visual Identity for a Mental Health Project. URL: [https://www.behance.net/gallery/226214563/Visual-Identity-for-a-Mental-Health-Project?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.behance.net/gallery/226214563/Visual-Identity-for-a-Mental-Health-Project?utm_source=chatgpt.com) <https://bezpravnegore.com/>
4. Chapman C. The Role of Color in UX. Toptal Designers .Blog. URL: <https://www.toptal.com/designers/ux/color-in-ux>
5. Dam R. F. The UX Designer's Guide to Typography. Feb 23, 2022 URL: <https://medium.com/the-interaction-design-foundation/the-ux-designers-guide-to-typography-7ddf87288123>
6. 6 benefits of using illustrations in UI. Medium. PLATFORM. Nov 11, 2019. URL: <https://plat4m.medium.com/6-benefits-of-using-illustrations-in-ui-66286c74f010>