

Повідомлення

Моторна Тетяна

ІНТЕР'ЄР, ЩО ДУМАЄ: ЯК РОЗУМНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗМІНЮЮТЬ ДИЗАЙН

Вступ. Сучасний дизайн інтер'єру переживає фундаментальну трансформацію. Якщо раніше основна увага приділялася естетиці, композиції та функціональному зонуванню, то сьогодні простір стає інтерактивним середовищем, здатним реагувати на потреби людини в реальному часі. Розумні технології змінюють саму природу інтер'єру: він більше не є статичним. Простір починає адаптуватися і навіть передбачати поведінку користувача.

Інтер'єр як система. Інтер'єр розглядається як система взаємопов'язаних компонентів: цифрових платформ, сенсорів та автоматизованих пристроїв. Він стає динамічною структурою, що реагує на людину.

Дизайн сценаріїв. Сучасний дизайнер проектує не лише простір, а й сценарії використання: рання робота, відпочинок, відсутність. Формується поняття UX інтер'єру.

Невидимі технології. Технології інтегруються у простір і стають непомітними: вбудоване освітлення, аудіо, сенсори. Це підтримує сучасний мінімалізм.

Персоналізація. Інтер'єр адаптується під користувача: температура, світло, сценарії. Простір стає продовженням особистості.

Енергоефективність. Смарт-технології допомагають економити ресурси та зменшують вплив на довкілля.

Нові компетенції дизайнера. Дизайнер працює з технологіями, співпрацює з інженерами та мислить системно.

Виклики. Серед ризиків: перевантаження технологіями, складність використання, питання приватності.

Майбутнє. Інтер'єри стають ще більш автоматизованими, інтегрованими та непомітними у використанні.

Висновки. Інтер'єр стає активним учасником життя людини. Найкращий дизайн — той, який непомітний, але забезпечує максимальний комфорт.

УДК 766:659.126:712-027.45(043.2)

Нечипоренко Дарина Олександрівна, студентка кафедри дизайну

Гаркін Петро Володимирович, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ГРАФІЧНІ СТРАТЕГІЇ СТВОРЕННЯ БЕЗПЕЧНОГО СЕРЕДОВИЩА В АЙДЕНТИЦІ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПРОСТОРІВ

Анотація. У тезах розглянуто візуальну айдентику рекреаційних просторів як інструмент створення безпечного середовища для дітей та підлітків. Дослідження спрямоване на вивчення ролі графічних стратегій у стабілізації емоційного стану, соціальній адаптації та формуванні комфортного простору для окремої цільової аудиторії. Особливу увагу приділено специфіці розробки дизайн-коду таких центрів та його впливу на формування здорового середовища для розвитку особистості.

Розглянуто приклади застосування колористичних та навігаційних рішень, які довели свою ефективність у процесі організації просторів для молоді. Здійснено порівняльний аналіз сучасних дизайн-підходів у контексті візуальної ідентифікації подібних центрів для дітей та підлітків.

Ключові слова: візуальна айдентика, графічні стратегії, рекреаційні центри, безпечне середовище.

Вступна частина. Сучасні соціокультурні умови формують у молоді запит на створення рекреаційних просторів, орієнтованих на стабілізацію психоемоційного стану. Відновлення внутрішніх сил вимагає формування принципово нових середовищ — так званих «третьох місць» [1]. На відміну від навчальних закладів, такі простори є безпечною альтернативою, не обтяженою суворими соціальними очікуваннями чи академічним контролем, де головною цінністю є атмосфера прийняття та психологічного комфорту.

Формування такого простору безпосередньо залежить від його візуальних рішень. Хоча особливості графічного дизайну та айдентики в просторовому середовищі досліджуються у працях О. Бойчук [2], а сенсорне сприйняття архітектури та принципи навігації — у Ю. Палласмаа [3] та П. Артура і Р. Пассіні [4], специфіка застосування цих підходів саме в дитячих і підліткових рекреаційних центрах залишається недостатньо розкритою. Це зумовлює необхідність пошуку нових графічних стратегій: зокрема, інтеграція інклюзивних засобів навігації та терапевтичного впливу кольору є необхідною умовою для створення такого середовища, яке б відповідало запитам сучасної молоді. З огляду на це, метою роботи є дослідження ролі графічних стратегій та візуальної айдентики рекреаційних просторів у формуванні безпечного середовища для дітей та підлітків.

Виклад основного матеріалу. Молодіжні рекреаційні простори не лише створюють безпечне середовище для молоді, а й стають важливим елементом айдентики територіальної громади, підсилюючи її інклюзивний характер. Сучасні дослідження засвідчують, що візуальна айдентика рекреаційних середовищ виконує комплексну функцію, поєднуючи ідентифікаційні, комунікативні та психоемоційні аспекти. Відповідно до досліджень О. Бойчук [2], просторовий дизайн формує поведінкові сценарії через візуальні сигнали, які впливають на відчуття безпеки. Айдентика в таких просторах є не просто декором, а повноцінним інструментом організації середовища.

Окрім візуальної стабілізації через колір та шрифти, базовою умовою забезпечення психологічного комфорту є просторова передбачуваність. Вона безпосередньо реалізується через систему візуальної навігації (wayshowing). Для дитини або підлітка, які переживають наслідки стресу чи дезорієнтації, критично важливо чітко розуміти правила взаємодії з новим середовищем. Як доводять дослідження П. Артура та Р. Пассіні [4], інтуїтивно зрозумілий простір суттєво знижує рівень внутрішньої тривожності. Використання універсальних інклюзивних піктограм, уникнення гострих кутів у графічних вказівниках та чітке кольорове зонування ефективно усувають комунікативні бар'єри.

Аналіз міжнародних практик підтверджує, що ефективна айдентика рекреаційного простору відіграє ключову роль у соціальній адаптації молоді. Зокрема, у країнах Європейського Союзу створення таких хабів спирається на принципи візуальної екології та інклюзивного дизайну, де середовище виступає нейтральною та безпечною платформою для взаємодії.

Показовим прикладом є мережа фінських молодіжних центрів «Ohjaamo» [5], яка функціонує як універсальний хаб комплексної підтримки підлітків. Їхня візуальна айдентика побудована на концепції максимальної безбар'єрності та свідомої відмови від інституційного офіціозу. Завдяки чіткому кольоровому кодуванню різних функціональних зон (відпочинок, консультації, навчання) та інтуїтивно зрозумілій інфографіці, дизайн простору ефективно знімає психологічну напругу в молоді та страх перед зверненням по допомогу.

У Швеції схожа модель реалізується у просторах «Fryshuset» — одній із найбільших молодіжних організацій у світі. Візуальна ідентифікація цього хабу органічно поєднує сучасні молодіжні тренди з інклюзивною навігацією. Відсутність гострих кутів у графічних патернах та використання нейтрального фону для навігаційних акцентів візуально підкреслюють рівність різних соціальних груп. Такий підхід створює гнучке середовище, що адаптується під різноманітні сценарії використання та формує міцне відчуття належності до спільноти.

В українських реаліях такі європейські підходи успішно впроваджує мережа рекреаційних просторів ЮНІСЕФ в Україні (проект «Спільно») [6]. Їхня айдентика базується на емоційно орієнто-

ваному графічному дизайні: заспокійливі колористиці (фірмові сині та теплі пастельні відтінки), м'якій типографіці без засічок та заокруглених піктограмах. Окремим ефективним рішенням є використання суперграфіки — великомасштабних просторових зображень — для візуального зонування, що дає змогу без фізичних бар'єрів розмежувати активні ігрові осередки та місця для психологічного розвантаження.

Висновки. Отже, візуальна айдентика сучасних рекреаційних просторів для дітей та підлітків виходить далеко за межі суто естетичного оформлення, стаючи інструментом психоемоційної стабілізації. Аналіз вітчизняного та закордонного досвіду доводить, що заспокійлива колористика, інклюзивна типографіка та навігація (wayshowing) через суперграфіку ефективно знижують психологічну напругу. В умовах сучасних викликів інтеграція такого емоційно орієнтованого дизайн-коду є необхідною передумовою створення безпечного середовища, яке допомагає молоді відновити внутрішні сили та відчуття захищеності.

Список використаних джерел:

1. Oldenburg R. The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community. New York : Marlowe & Company, 1999. 336 p.
2. Бойчук О. В. Графічний дизайн та айдентика в архітектурному просторі: сучасні тенденції. Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. 2022. № 2. С. 12–18.
3. Pallasmaa J. The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses. Chichester : Wiley, 2012. 72 p.
4. Arthur P., Passini R. Wayfinding: People, Signs, and Architecture. New York : McGraw-Hill, 1992. 238 p.
5. Ohjaamo – One-Stop Guidance Centers for Youth in Finland. Ministry of Economic Affairs and Employment of Finland. URL: <https://ohjaamo.fi>
6. Проект ЮНІСЕФ «Спільно». UNICEF Україна. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/>
7. Карпов В.В. Антропологічне осмислення архітектурної форми сучасності. *Архітектура та екологія: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Київ, 16 – 18 листопада 2020 року). К.: НАУ, 2020. С. 5 – 8.

УДК 7.05:364.262

Одолінська Єлизавета Русланівна, студентка IV курсу кафедри дизайну
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

РОЛЬ ФІРМОВОГО СТИЛЮ В ІНКЛЮЗИВНОМУ СЕРЕДОВИЩІ ТА ДИЗАЙНІ

Анотація. У поданому есе досліджується трансформація ролі фірмового стилю: від суто маркетингового інструменту до ключового елемента формування інклюзивного та без бар'єрного середовища. Проаналізовано теоретичні засади універсального дизайну та їхню інтеграцію в сучасну корпоративну ідентичність. Особливу увагу приділено практичному застосуванню елементів айдентики в просторовій архітектурній навігації (wayfinding) та інклюзивних стратегіях комунікації на прикладі українського й світового досвіду. Обґрунтовано, що інклюзивний дизайн візуальних комунікацій є необхідною умовою створення комфортного, рівноправного та соціально відповідального простору.

Ключові слова: фірмовий стиль, інклюзивне середовище, універсальний дизайн, архітектурна навігація, безбар'єрність, корпоративна ідентичність.