

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Запорізький національний університет · Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Черкаський державний технологічний університет · Національна спілка художників України
Науковий фаховий журнал «Український мистецтвознавчий дискурс»

KYIV DESIGN CONFERENCE 2026

Київська конференція з дизайну. Сталий розвиток суспільства та дизайн-діяльність у просторі айдентики територіальних громад

16 квітня 2026 р.
м. Київ

УДК: 7.012:004.9]:316.7(477)

Жарікова Дарина Євгенівна, студентка кафедри дизайну

Єфімов Юрій Володимирович, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Анотація. У представленій роботі досліджуються вектори еволюції вітчизняного дизайну в умовах інтенсивних соціальних зрушень, повсюдної цифровізації та докорінної перебудови моделей візуальної взаємодії. Автором проаналізовано актуальні домінанти проєктувальної сфери, серед яких пріоритетне місце посідають методологія системності, розробка комплексних стратегій айдентики, прагматизм, естетика мінімалізму, а також кросплатформова адаптивність та людиноцентричність. Обґрунтовано тезис про те, що дизайн в Україні трансформується з суто прикладаної художньої діяльності у фундаментальний соціокультурний та медіа-комунікаційний ресурс, що генерує новітній візуальний кодекс сучасності.

Ключові слова: дизайн, айдентика, візуальна комунікація, диджитал-середовище, суспільні трансформації, художня культура, брендинг, дизайн-система.

Вступ. На сучасному етапі дизайн відіграє визначальну роль у конструюванні візуального простору, який є середовищем щоденної життєдіяльності та міжособистісної взаємодії. Ця галузь давно переросла статус допоміжної декоративної дисципліни, утвердившись як репрезентативний інструмент трансляції смислів, структурування масивів інформації, побудови споживчої довіри та верифікації брендів. Сьогоднішній український соціум перебуває у фазі глибокого реформування, зумовленого експансією цифрових технологій, ревізією аксіологічних парадигм, оновленням культурної саморефлексії та запитом на лаконічні й оперативні форми комунікації. У цьому контексті дизайн наповнюється якісно новим змістом, стаючи однією з базових сфер, що детермінують сприйняття поточної дійсності.

Актуальність обраної проблематики продиктована тим, що динаміка суспільного поступу безпосередньо корелює із сутнісним наповненням, функціоналом та інструментарієм дизайнерської практики. Якщо раніше дизайн нерідко ототожнювали з естетичним оформленням об'єктів, то нині вектор уваги змістився у бік системного підходу, ергономічності, пластичності та безбар'єрної інтеграції у різнопланові площини — від традиційної поліграфії до складних інтерактивних екосистем. Відтак, вивчення траєкторій розвитку українського дизайну крізь призму суспільних трансформацій є критично важливим для осмислення процесів, що відбуваються у художній культурі та проєктному середовищі.

Питання генези дизайну, специфіки візуальної культури, графічних комунікацій та стратегій брендування неодноразово ставали предметом наукових пошуків як вітчизняних, так і закордонних фахівців. Проте надвисока інтенсивність сучасних соціальних змін актуалізує потребу в переосмисленні місії дизайну як інтегративного явища, що синтезує в собі естетичні канони, технологічні інновації, утилітарність та комунікативну ефективність.

Метою даних тез є верифікація ключових перспектив поступу дизайну в Україні в умовах суспільної перебудови, а також ідентифікація головних трендів, що детермінують обличчя новітньої візуальної культури.

Тези. Одним із найбільш репрезентативних проявів розвитку сучасної дизайнерської думки в Україні є її масштабна експансія у цифровий вимір. Сьогодні лівова частка когнітивної взаємодії індивіда з інформаційним потоком здійснюється через інтерфейси мобільних пристроїв, комп'ютерні системи, інтерактивні платформи та соціальні медіа. Наслідком цього стає відхід дизайну від статичних, площинних форм; він перетворюється на гнучку, живу систему, здатну до ефективного функціонування у гетерогенних середовищах. Це диктує запит на інноваційні проєктні алгоритми,

де визначальними параметрами стають адаптивність побудови, суворі логіка архітектури, графічна виразність, а також когнітивна легкість та швидкість декодування візуальних повідомлень.

Тотальна цифровізація каталізує розквіт таких галузей, як UX/UI-проекування, диджитал-айдентика, дизайн складних інтерфейсів та розробка цілісних дизайн-систем разом з інтерактивною графікою. Водночас технічний прогрес трансформує саму філософію дизайнерського мислення. Фахівець сучасної генерації покликаний створювати не автономну візуальну одиницю, а комплексну модель взаємодії, де кожен окремих компонент підпорядкований єдиному вектору комунікативної логіки. У зв'язку з цим дизайн дедалі виразніше тяжіє до структурної впорядкованості, модульної архітектоники та глибокої функціональної обґрунтованості.

Іншою вагомою перспективою для українського дизайну є утвердження пріоритету системності. Якщо у попередні періоди акцент часто робився на ізольованих графічних рішеннях, то нині домінуючим є проектування монолітних візуальних екосистем. Така структура охоплює логоцентричну базу, стратегію типографіки, колористичну схему, специфіку іконографіки, композиційні алгоритми, графічні модулі, патерни та навігаційний інструментарій, а також чіткий регламент масштабування для різних медіа-носіїв. Саме такий цілісний підхід дає змогу бренду чи інституції підтримувати ідентифікаційну стійкість у перенасиченому візуальному полі та гарантує когерентність усієї комунікаційної стратегії.

У цьому ракурсі особливого статусу набуває айдентика. У сучасному дискурсі вона вже не сприймається як сукупність знака та фірмових кольорів. Тепер айдентика — це інструмент конструювання ментального профілю бренду, засіб його ринкового позиціонування, емоційної детермінації та метод налагодження автентичного діалогу з реципієнтом. Вона дозволяє вибудувати константний і впізнаваний образ, що демонструє однакову ефективність як у друкованих артефактах чи зовнішній рекламі, так і у складних цифрових інтерфейсах та мобільних застосунках. Відтак, еволюція айдентики постає як один із найбільш багатообіцяючих напрямів, що відповідає викликам доби, де візуальна самопрезентація є невід'ємним атрибутом будь-якого продукту чи сервісу.

Зasadничою характеристикою поступу дизайну в Україні є також чітка орієнтація на функціоналізм. Сучасна аудиторія висуває до дизайну вимоги, що виходять за межі суто естетичного задоволення; на перший план висуваються ергономічність, логічна зрозумілість, легкість навігації та інтуїтивна прозорість усіх елементів системи.

Саме тому в сучасному візуальному ландшафті спостерігається стійка тенденція до домінування мінімалістичних концепцій, що базуються на структурній лаконічності, геометричній вивірності, архітектоніці композиції та аналітичному підході до колірних рішень. У даному контексті мінімалізм постає не як скороминуща естетична перевага, а як раціональна відповідь на суспільний запит щодо граничної чіткості та оперативності комунікативного акту. В умовах тотального інформаційного шуму саме стримані, логічно впорядковані та прагматично обґрунтовані рішення демонструють найвищий рівень комунікативної ефективності.

Фундаментальною ознакою новітнього дизайну є також його антропоцентричний вектор. Проектувальна діяльність дедалі більше фокусується на глибинному досвіді суб'єкта (User Experience), його поведінкових алгоритмах, психоемоційних реакціях та утилітарних потребах. Це означає, що кінцевий продукт має бути не просто візуально репрезентативним, а насамперед ергономічним, інклюзивним та когнітивно доступним для гетерогенних аудиторій. Така парадигма є критично важливою для модернізації муніципальних сервісів, трансформації публічних просторів, розробки систем міської навігації та розвитку цифрових екосистем. За таких обставин дизайн виходить за межі естетизації, перебираючи на себе організаційні, інформаційні та стратегічні соціальні функції.

Отже, розвиток дизайну в Україні має комплексний, багаторівневий характер. Він полягає не лише в оновленні стилістичного репертуару, а й у фундаментальному перегляді функціонального призначення дизайну як невід'ємного складника сучасної культури та соціальної організації. Глобальні суспільні зміни ставлять перед професійною спільнотою нові виклики, водночас відкриваючи широкі можливості для апробації інноваційних форм та актуалізації проектних практик.

Висновки. Підсумовуючи, зазначимо, що вектори поступу українського дизайну визначаються синергією суспільних перетворень, цифровою експансією та зростанням значущості візуальної се-

мантики в комунікаційних процесах. Сучасна проектна думка дедалі чіткіше орієнтується на системні принципи, утилітарність, мінімалістичну естетику та пріоритет потреб користувача. Ключовим напрямом залишається розбудова айдентики як монолітної візуальної системи, що забезпечує ідентифікаційну цілісність та ефективність брендів чи сервісів. Не менш важливими є інтеграція передових технологій, посилення соціального впливу дизайну та кристалізація модерної української візуальної мови. Все це свідчить про потужний креативний потенціал вітчизняного дизайну та його фундаментальну роль у контексті розвитку сучасної художньої культури.

Список використаних джерел:

1. Єфімов Ю. В. Тенденції «яскравого мінімалізму» у сучасному графічному дизайні. Арт-простір. Вип. 5. 2024. С.225-239
2. Єфімов Ю.В. Комп'ютерні технології в дизайні або Adobe двома руками : навч. посіб. К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2024. 120 с.
3. Куниця Г., Петрова І., Силаєва А. Роль графічного дизайну в житті сучасного суспільства.

УДК 747

Заболотна Анна Валентинівна, студентка I курсу магістратури, кафедри дизайну
Хараборська Юлія Олександрівна, науковий керівник доцент, кандидат архітектури
ORCID: 0000-0002-0308-1753

Київський національний університет будівництва і архітектури
Київ, Україна

ВПЛИВ ІНТЕР'ЄРУ НА СПРИЙНЯТТЯ ПРОСТОРУ ДІТЬМИ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

Анотація. Метою дослідження є особливості сенсорного та емоційного впливу інтер'єру на сприйняття простору дітьми дошкільного віку. Розглянуто вплив кольору, світла, матеріалів та просторових рішень на формування психологічного комфорту та пізнавальної активності дитини. Виявлено як позитивні, так і потенційно негативні аспекти впливу дизайнерських рішень на емоційний стан і поведінку дітей.

Ключові слова: інтер'єр, сенсорне сприйняття, емоційний вплив, дизайн середовища, колір, світло, простір.

Вступ. У сучасній практиці проектування освітнього середовища все більшої уваги набуває врахування психологічних та сенсорних особливостей розвитку дитини. Дошкільний вік є критичним періодом формування базових уявлень про навколишній світ і простір, у якому перебуває дитина, відіграє одну з ключових ролей у цьому процесі.

Більшістю дослідників в сфері дизайну та дитячої психології інтер'єр розглядається як система впливів, що формує емоційний стан, поведінкові реакції та рівень пізнавальної активності. Зокрема, дослідження впливу простору та кольору доводять, що організація середовища безпосередньо пов'язана з рівнем соціальної взаємодії та поведінкою дітей [5].

Матеріали та методи. У дослідженні розглянуто роботи деяких науковців у галузі дизайну, педагогіки та психології та застосовано метод аналізу наукових праць. А також узагальнений вплив окремих елементів інтер'єру на сприйняття простору.

Результати. Проведений аналіз деяких наукових робіт в сфері дизайну, психології та педагогіки свідчить, що сенсорне сприйняття середовища формується через комплексну взаємодію кольору, освітлення, матеріалів та просторової організації.