

значний час, тому потребують коригування.

Таким чином, основними висновками є: на основі розгляду наукових, періодичних, практичних джерел, у тому рахунку, закордонних, встановлено керівну роль технічної естетики в розгалуженнях дизайну та її інтегруючий, системний, структурний та інноваційний зміст. Проведений аналіз дизайну в промислово потужних країнах вказав на врахування чинників технічної естетики. Сформульовано **основні положення технічної естетики**, які вирізняються спрямованістю на інноваційний характер та інтелектуальну власність дизайн-об'єктів. **Розгляд стандартів Великобританії вказав на необхідність коригування аналогічних вітчизняних.**

Літературні джерела

1. ДСТУ 3899:2013 («Дизайн і ергономіка. Терміни та визначення основних понять».
2. Yui Wachira, 2004. Style in the technical and tectonic arts, or, Practical aesthetics Los Angeles, CA 90049-1682. URL:/https://pubhtml5.com/eivy/khgn/Style_in_the_technical_and_tectonic_arts%2C_or%2C_Practical_aesthetics/(Дата звернення: 15.03.2026)
3. Aesthetics and Theory of Design, UPC Universitat Politècnica de Catalunya, URL:https://www.upc.edu/content/master/guiadocent/pdf/ing/210642(Дата звернення: 15.03.2026)
4. MNFolkmann · 2023 Design Aesthetics: Theoretical Basics and Studies in implication Massachusetts Institute of Technologyhttps: URL:D:/adm/%D0%97%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D0%BD%D0%B0%20%D0%B0%D0%BD%D0%B3%D0%BB%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%20%D0%B5%D1%81%D1%82.pdf (Дата звернення: 15.03.2026)

УДК 7.012:791.7-053.6]:316.4

Кириченко Софія Олегівна, студентка кафедри дизайну

Карпов Віктор Васильович, завідувач кафедри дизайну, доктор історичних наук, член Національної спілки художників України, віце-президент Асоціації реставраторів України

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

ВІЗУАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ МОЛОДІЖНИХ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПРОСТОРІВ ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Метою статті є теоретичне обґрунтування візуальної ідентифікації молодіжних рекреаційних просторів як стратегічного інструменту соціальної інтеграції та психологічного відновлення особистості в межах територіальних громад.

Актуальність теми зумовлена потребою змістити фокус із виключно технічного відновлення будівель на глибинну ревіталізацію соціального середовища, що буде поєднувати в собі психологічний комфорт та ціннісну комунікацію. У цьому контексті проєкт рекреаційних центрів розглядається як стратегічний простір, де засоби візуальної комунікації виступають сполучною ланкою між опрацюванням пережитих кризових станів та проєктуванням активної життєвої позиції молоді.

Визначено, що в умовах постконфліктної адаптації айдентика виступає соціально-психологічним механізмом, що сприяє зниженню рівня тривожності та надає відчуття причетності до спільноти завдяки засобам візуальної мови. Встановлено, що візуальна мова рекреаційного простору створює стабільні орієнтири, які допомагають молоді (зокрема ВПО та ветеранам) ідентифікувати простір як «безпечний» та «свій». Обґрунтовано стратегічне значення семантики «відновлення» у візуальних комунікаціях. Графічні метафори циклічності, оновлення та регенерації (наприклад, через модульні

системи або динамічні логотипи) допомагають інтегрувати досвід минулого у позитивні сценарії майбутнього розвитку громади. Запропоновано концептуальні засади формування бренд-стратегій для мережі молодіжних хабів, де візуальна мова є гнучкою, адаптивною та здатною реагувати на мінливі безпекові та соціальні виклики сьогодення.

Наукова новизна полягає у концептуалізації айдентики рекреаційного простору не як декоративного елемента, а як багатофункціонального інструменту психологічної стабілізації та соціального інжинірингу в межах територіальних громад України. Розроблено модель візуальної комунікації, що базується на балансі між функціональністю, емпатійністю та інклюзивністю.

Практична значущість роботи полягає у формуванні прикладних рекомендацій для дизайнерів, урбаністів та органів місцевого самоврядування щодо використання графічного дизайну як засобу соціальної підтримки та інструменту підвищення привабливості територіальних громад у процесі тривалої відбудови.

Ключові слова: візуальна айдентика, рекреаційний центр, соціальна інтеграція, айдентика простору, постконфліктна адаптація.

VISUAL IDENTIFICATION OF YOUTH RECREATIONAL SPACES AS A FACTOR OF SOCIAL INTEGRATION

The purpose of the article is to provide a theoretical substantiation of visual identity as a strategic tool for the social integration of youth and the psychological recovery of territorial communities.

The relevance of the topic is driven by the need to shift the focus from purely technical reconstruction of buildings to the profound revitalization of the social environment, which combines psychological comfort and value-based communication. In this context, the project of recreational centers is considered a strategic space where visual communication tools act as a connecting link between processing past crisis experiences and projecting an active life position for young people.

The study identifies that under conditions of post-conflict adaptation, identity functions as a socio-psychological mechanism. Through visual language, it facilitates the mitigation of anxiety and fosters a sense of communal belonging. It has been established that the visual semiotics of recreational spaces create stable environmental cues, enabling youth (specifically Internally Displaced Persons and veterans) to perceive the environment as “secure” and “appropriated.” Furthermore, the strategic significance of the “recovery” semantics in visual communications is substantiated. Graphic metaphors of cyclicity, renewal, and regeneration—implemented through modular systems or dynamic logotypes—assist in integrating past experiences into positive narratives for future community development. Conceptual frameworks for brand strategies of youth hubs are proposed, emphasizing a visual language that is flexible, adaptive, and responsive to evolving security and social challenges.

The scientific novelty of the research lies in the conceptualization of recreational space identity not as a decorative element, but as a multifunctional apparatus for psychological stabilization and social engineering within Ukrainian territorial communities. A visual communication model has been developed, predicated on a balance between functionality, empathy, and inclusivity.

The practical significance of the work consists in the formulation of applied recommendations for designers, urbanists, and local government authorities regarding the implementation of graphic design as a mechanism for social support and a catalyst for enhancing the attractiveness of territorial communities during the prolonged reconstruction process.

Keywords: visual identity, recreational center, social integration, spatial identity, post-conflict adaptation.

Вступ. На сьогоднішній день стратегія відбудови України постає перед фундаментальним викликом, що не має аналогів у сучасній історії. Світ не бачив настільки масового та руйнівного явища війни з часів Другої світової війни. Згідно з останніми даними спільного звіту Світового банку, Уряду України та ООН (RDNA4, 2025) [13], прямі збитки інфраструктурі вже перевищили \$195 млрд, а загальні потреби на реконструкцію сягнули \$532 млрд. Проте описані вище цифри зображають матеріальний фасад трагедії. Ми стикаємося з безпрецедентним масштабом «людського руйнування»:

дезорієнтацією мільйонів та загрозою втрати смислового зв'язку з рідною землею.

Досить складним питанням, і водночас проблемою є ризик «безликого відновлення» – реставрації конструкцій без зважання на те, що ідентичність громадян докорінно змінилась. Громади стикаються з кризою самоідентифікації, втратою відчуття безпеки та необхідністю інтеграції травматичного досвіду в повсякденне життя. Як працювати з простором, який став місцем трагедії, але в той же час має стати місцем розвитку? Відповідь лежить у площині соціального дизайну, де архітектурне рішення підкріплюється потужною візуальною комунікацією.

Психологічний стан населення у постконфліктному середовищі характеризується підвищеною тривожністю та дезорієнтацією, тобто терміном «хронічний стрес». Це виснажує когнітивні ресурси, а здатність приймати важливі, часом складні рішення, знижується за рахунок необхідності постійно працювати, перебуваючи у стані невизначеності і страху необізнаності перед майбутнім. Згідно з Е. Еріксоном, ключовим завданням молодого людини є формування стійкої самоідентичності. Війна руйнує соціальний контекст, у якому це формування можливе. Втрата дому, звичного оточення та планів на майбутнє призводить до дифузії ідентичності (identity diffusion) [10] - стану, коли індивід не може інтегрувати свої минулі ролі з теперішньою реальністю. Коли зовнішній світ стає хаотичним (масові руйнування, загроза життю), внутрішня структура особистості починає руйнуватися. Людина втрачає здатність до прогнозування свого майбутнього. Цей процес супроводжується феноменом, який М. Фуллівал визначає як «шок коренів» (Root Shock) – травматичним розривом емоційних та соціальних зв'язків особистості з її екосистемою [14].

Для того, аби айдентика працювала як активний інструмент соціально-психологічного відновлення, вона має трансформуватися у цілісну систему візуальних стимулів, що відповідають на глибокі дефіцити особистості в умовах війни. Візуальна мова має стати когнітивним стабілізатором, де простота графічних форм та чіткість колірних кодувань знижують рівень тривожності, характерний для постконфліктного стану. Замість агресивного візуального шуму, вона пропонує структуру, яка підсвідомо зчитується як «безпечна територія», де кожна лінія та символ підтверджують передбачуваність середовища. Це дозволяє молоді, зокрема ВПО та ветеранам, вийти зі стану гіперпильності та перейти до процесу соціальної афіліації.

Ефективна візуальна мова такого простору працює через семантику трансформації. Використання динамічних логотипів чи модульних сіток стає візуальною метафорою регенерації: вони демонструють, що простір не є статичним пам'ятником минулому, а є живим організмом, що розвивається разом із громадою. Це стимулює перехід від «психосоціального мораторію» (призупинення розвитку через травму) до активного проектування майбутнього. Дизайн у такому розрізі стає «соціальним клеєм», де спільні візуальні коди формують нову колективну ідентичність, що базується на стійкості (resilience) та творчому відновленні.

Аналіз досліджень. Фундаментальним базисом реконструкції людського капіталу в умовах постконфліктної реабілітації виступає феномен ідентичності та соціальної адаптації. Формування цілісної ідентичності є безперервним процесом узгодження внутрішнього «Я» із зовнішнім соціальним планом, проте в умовах війни цей механізм зазнає катастрофічних збоїв. Розглядаючи це кризь призму людського руйнування, визначено що втрата звичного способу життя, зміна певних чинників стимулює стан дифузії, тобто втрату можливості самовизначення [3]. Айдентика в такому становищі є ключем подолання кризи та переосмислення травматичного досвіду.

У межах сучасного наукового дискурсу дизайн як інструмент соціальних змін розглядається не через категорію естетики, а як активний метод соціокультурного проектування. В умовах сьогодення він бере на себе роль фасилітатора, що здатен трансформувати пасивне очікування допомоги в активну участь у житті громади. За Е. Манзіні [12], дизайн має створювати «сценарії можливостей», де візуальна комунікація виступає платформою для взаємодії. Айдентика, побудована на принципах відкритості та адаптивності, дозволяє молоді переходити від пасивного споживання послуг до активного співтворення (co-design) свого життєвого простору. Коли молода людина потрапляє у простір із сучасною, динамічною та інклюзивною мовою дизайну, вона отримує візуальне підтвердження того, що її потреби є пріоритетними, а середовище – адаптивним до її ініціатив [4].

У сучасних умовах дизайн територіальних громад переходить із площини суто естетичного

оформлення у сферу соціально-психологічної реабілітації. Коли громада стикається з масштабними руйнуваннями, навколишній простір перестає бути нейтральним тлом і часто стає джерелом тривоги. Тому ключовим завданням візуальної комунікації є зниження когнітивного навантаження та створення умов для ментального відновлення мешканців. Одним із центральних теоретичних стовпів цього процесу є Теорія відновлення уваги (ART) Стівена Каплана [11]. Згідно з нею, тривалий стрес та необхідність постійної концентрації в кризових умовах призводять до виснаження ментальних ресурсів. Каплан обґрунтував, що середовище сприяє відновленню психіки, якщо воно володіє певними характеристиками: відчуттям «перебування поза стресом», цілісністю та здатністю викликати «м'яке захоплення» (soft fascination), яке не потребує зусиль для фокусування.

Мета статті - теоретичне обґрунтування візуальної ідентифікації молодіжних рекреаційних просторів як стратегічного інструменту соціальної інтеграції та психологічного відновлення особистості в межах територіальних громад.

Матеріали та методи. Основою дослідження є міждисциплінарний підхід, що поєднує в собі теорію соціальних інновацій, психологію середовища, візуальні комунікації та спирається на концепції подолання кризи ідентичності та регенеративної естетики [15]. Для аналізу використовувалися візуально-морфологічний аналіз графічних систем, дослідження проектних рішень сучасних молодіжних хабів, а також метод теоретичного моделювання сценаріїв взаємодії користувача з рекреаційним простором. Об'єктами дослідження стали українські територіальні громади та молодіжні центри [5], що функціонують в умовах соціальної дезорієнтації та необхідності постконфліктної адаптації. Поєднання означених методів дозволяє обґрунтувати роль візуальної ідентифікації як чинника соціальної інтеграції та сформулювати практичні рекомендації для проектування емпатійного та безпечного комунікаційного середовища.

Результати. Аналіз сучасного стану відновлення територіальних громад свідчить, що ключовою проблемою сьогодення є стан «антропологічної катастрофи», за якого руйнація фізичного середовища супроводжується дезорієнтацією особистості та розривом соціальних зв'язків. Тож, враховуючи контекст візуальна ідентифікація молодіжних рекреаційних просторів постає не як декоративне оформлення, а як стратегічна система символічних сигналів, що допомагають молоді подолати кризу ідентичності. Айдентика таких центрів виконує роль навігатора в нових соціальних сенсах, транслюючи цінності безпеки та приналежності до спільноти через єдину візуальну мову. Завдяки впорядкуванню навколишнього хаосу за допомогою гармонійних графічних систем [2], дизайн стає механізмом «м'якого захоплення», що знижує когнітивне навантаження та переключає увагу молоді з травматичного досвіду на конструктивну взаємодію [7]. Це перетворює рекреаційний простір на «дзеркало», у якому громада бачить себе суб'єктом відновлення, повертаючи кожному учаснику відчуття контролю над власним життям.

Практичне втілення цих концепцій простежується у діяльності конкретних об'єктів, що стали центрами соціальної регенерації [16]. У деокупованій Снігурівській територіальній громаді, що на Миколаївщині, створення молодіжних хабів [9] супроводжується символічною деокупацією простору, де візуальна ідентифікація базується на поверненні знайомих локальних маркерів у сучасній графічній інтерпретації, що допомагає молоді подолати ізоляцію через відновлення зв'язку з рідною землею. В Ізюмі Харківської області освітній простір «Вулик» [1] використовує метафоричну айдентичку стільників, що транслює ідею колективної праці та згуртованості; гексагональна геометрія дизайну виступає когнітивним стабілізатором, перетворюючи «місце трагедії» на простір активної соціалізації. Чернігівський молодіжний простір «12-21» [8] демонструє модель балансу пам'яті та перспективи: через числову айдентичку, що апелює до року заснування міста, дизайн формує «кореневий ідентифікатор» незламності, зміцнюючи соціальну згуртованість молоді навколо героїчного минулого та інноваційного майбутнього. Водночас Пластовий вишкільний центр [6] у Бучі орієнтований на принципи екологічної психології, де лаконічна графіка та натуральні матеріали створюють «острів безпеки», сприяючи швидкій інтеграції молоді через діяльність у візуально передбачуваному середовищі.

Проте створення постконфліктного середовища на тлі триваючих бойових дій стикається з викликом «крихкості безпеки», де дизайн має балансувати між трансляцією стабільності та реальною

загрозою, що зберігається. Це диктує особливі вимоги до емпатійності та функціональності візуальних систем, які не повинні сприйматися як щось відірване від реальності чи недоречне. Сприйняття процесів відбудови мешканцями базується на фундаменті довіри до нових візуальних рішень. Глибока соціальна інтеграція досягається через використання знайомих громад локальних сенсів та стратегію спільного проектування. Залучення молоді як співавторів візуальної ідентичності дозволяє перетворити простір на справжнє «місце сили», де кожен відчуває свою причетність до змін.

Висновки. Проведене дослідження дозволило теоретично обґрунтувати та практично підтвердити, що візуальна ідентифікація молодіжних рекреаційних просторів у постконфліктних умовах постає не лише інструментом естетичного оформлення, а стратегічним чинником соціальної інтеграції та психологічної реабілітації громад. У ході роботи встановлено, що в умовах «людського руйнування» та дифузії ідентичності молоді, спричиненої війною, дизайн середовища бере на себе роль когнітивного стабілізатора, який через механізм «м'якого захоплення» знижує рівень фонові тривожності та сприяє відновленню ментальних ресурсів особистості. Обґрунтовано, що семантика «відновлення» у візуальних комунікаціях – реалізована через динамічні модульні системи, світлі палітри та регенеративну естетику – трансформує сприйняття простору з «місця трагедії» на «місце розвитку», стимулюючи перехід молоді від пасивного переживання травми до активного проектування майбутнього.

Аналіз практичних кейсів продемонстрував, що ефективна соціальна інтеграція безпосередньо корелює з рівнем довіри до візуального середовища. Найвищу результативність виявляють проекти, побудовані на принципах партисипативного проектування, де молодь виступає не споживачем, а співавтором символічного капіталу своєї громади. Це дозволяє реконструювати зруйновані соціальні зв'язки та сформувати нову колективну ідентичність, засновану на стійкості (resilience) та приналежності до спільного відновленого простору.

Визначено, що візуальна ідентифікація рекреаційних центрів виступає інструментом соціального інжинірингу, який маркує деокуповані та прифронтові території як життєздатні та перспективні майданчики для розвитку. Запропоновані у роботі концептуальні засади формування емпатійного та безпечного комунікаційного середовища мають практичне значення для дизайнерів, урбаністів та органів місцевого самоврядування у процесі системної відбудови України, де візуальна мова стає гарантом соціальної згуртованості та ментального благополуччя громадян.

Список використаних джерел:

1. В Ізюмі оновлено освітній центр «Вулик» : офіційний сайт Ізюмської міської ради. 2026. URL: <https://city-izyum.gov.ua/v-iziumi-onovleno-osvitniy-tsentr-vulyk/>
2. Олійник О. С., Косаревська О. В. Дизайн-код як засіб візуальної впорядкованості та ідентифікації міського середовища. Art and Design. 2022. № 4. С. 104–115. URL: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.4.9>
3. Кузнецов О. В., Соломатов А. О. Психологічні особливості адаптації внутрішньо переміщених осіб до нових умов життєдіяльності. Вісник НАДПСУ. Серія: Психологія. 2022. Вип. 2.
4. Рижова І. Методологія дослідження дизайну як соціального феномену. Humanities Studies: Collection of Scientific Papers. 2025. Вип. 24(101). С. 215–226. URL: <https://doi.org/10.32782/hst-2025-24-101-23>
5. Сенько Т. В. Хаби як інноваційна складова соціокультурного простору. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. 2022. № 4. С. 35–41.
6. Пластовий вишкільний центр у Бучі : офіційний портал Бучанської міської ради. 2026. URL: <https://bucha-rada.gov.ua/>
7. Приходько В. Феномен війни: точка бачення матеріалістичної феноменології. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. 2023. Вип. 1(8). С. 35–39. URL: <https://doi.org/10.17721/2523-4064.2023/8-6/8>
8. У Чернігові відкрився молодіжний простір «1221» від Фондації Олени Зеленської : Офіційне інтернет-представництво Президента України. 2026. URL: <https://www.president.gov.ua/>
9. Центри спільнототворення у громадах: у селі на Миколаївщині відкрили сучасний хаб на базі

- будинку культури : Cedoss. 2023. URL: <https://cedoss.org.ua/news/czentry-spilnotovorennya-u-gromadah-u-seli-na-mykolayivshhyni-vidkryly-suchasnyj-hab-na-bazi-budynku-kultury/>
10. Erikson, E. H. (1994). Identity and the life cycle. W. W. Norton & Company.
 11. Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*, 15(3), 169–182. [https://doi.org/10.1016/0272-4944\(95\)90001-2](https://doi.org/10.1016/0272-4944(95)90001-2)
 12. Manzini, E. (2015). Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation. MIT Press.
 13. United Nations; World Bank; Government of Ukraine. (2025). Ukraine: Rapid Damage and Needs Assessment (RDNA4). <https://www.worldbank.org/>
 14. Fullilove, M. T. (2004). Root Shock: How Tearing Up City Neighborhoods Hurts America. One World/Ballantine Books.
 15. Tilley, C. (1994). A Phenomenology of Landscape: Places, Paths and Monuments. Berg.
 16. Sanoff, H. (2000). Community Participation Methods in Design and Planning. John Wiley & Sons.

УДК 76.05:659.126]:316.35-055.2(043.2)

Кісель Ольга, студентка кафедри дизайну

Єфімов Юрій, науковий керівник, старший викладач кафедри дизайну

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка

Київ, Україна

РОЛЬ АЙДЕНТИКИ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ ЖІНОЧИХ СОЦІАЛЬНИХ ПРОСТОРІВ

Анотація. У роботі розглянуто, як візуальний стиль та способи спілкування допомагають створювати жіночі соціальні простори, що зміцнюють громади. У часи великих змін дизайн — це вже не просто прикрашання, а спосіб психологічного відновлення та підтримки людей.

Визначено ключові відмінності між агресивним комерційним дизайном та м'яким соціальним підходом. Доведено, що використання природних форм, спокійних кольорів, приємних на дотик матеріалів та розбірливих шрифтів допомагає жінкам почуватися у безпеці. Такий продуманий стиль не лише заспокоює та знімає тривогу, а й допомагає людям здружуватися і разом розвивати свої громади.

Ключові слова: візуальна ідентичність, жіночі осередки, сталий поступ, локальні спільноти, графічні комунікації, соціальне проектування, парадигма «третього місця», інклюзивний підхід.

Вступ. Актуальність дослідження. Сучасний вектор розвитку українського соціуму визначається інтенсивними трансформаційними викликами та системними кризовими явищами, що зумовлює необхідність не лише євроінтеграційного спрямування та економічної ревіталізації, а й суттєвої інтенсифікації суб'єктності локальних територіальних громад. У зазначеному контексті дизайн трансформується з прикладної естетичної дисципліни у дієвий інструментарій соціального моделювання та психоемоційного відновлення. Пріоритетного значення набуває концептуалізація та візуальна детермінація «третього місця» (згідно з соціологічною парадигмою Р. Ольденбурга) — спеціалізованих нейтральних локацій для особистісного розвитку та ментального відновлення, серед яких ключовий сегмент становлять жіночі спільноти.

Сталий розвиток громади безпосередньо корелює з гармонізацією психологічного статусу її членів та наявністю безпечного середовища для міжособистісної взаємодії. Жіночі осередки, що базуються на практиках йоги та соматичної терапії, на сучасному етапі функціонують як центри