



Секція № 3

**МІСТО ЯК ЕКОСИСТЕМА: ДИЗАЙН, АРХІТЕКТУРА ТА
ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОСТОРУ**

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-624-2-3>

UDC [747+745.04.032]:004.8:338.4

ElSayed Ahmed ELNASHAR,

*Ph.D., Professor of Textiles Engineering & Apparel, Modeling & AI, Home
Economic Dept. Faculty of Specific Education,
Kaferelsheikh University, Egypt.*

ORCID iD Scopus Author ID: 11638930300

*Students: Nourhan E. ELKHOULY, Huda Hisham FADL,
Students at third level of graduate, faculty of specific Education,
Kaferelsheikh University. Egypt.*

**ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN HOME DÉCOR: ANCIENT
EGYPTIAN MOTIFS AND ECONOMIC IMPACT**

Abstract:

This study proposes an AI-driven design framework for reinterpreting Ancient Egyptian cultural heritage within contemporary home décor applications, including curtains, upholstered furniture, and living room interiors. In the context of digital transformation, Artificial Intelligence (AI) has emerged as a powerful tool for visualizing, preserving, and innovatively adapting historical design elements.

The research integrates generative design, machine learning, and text-to-image techniques to translate characteristic features of Ancient Egyptian motifs such as geometric patterns, symbolic elements, and spatial visual relationships into modern interior design solutions. Particular emphasis is placed on the interaction between form, space, and light as key components of heritage-inspired design.

Furthermore, the study evaluates the economic implications of AI-assisted design, including production efficiency, material optimization, cost reduction, and market competitiveness. The findings demonstrate that AI not only enhances creative exploration and design accuracy but also supports sustainable and economically viable production models.

Overall, the study highlights the potential of AI to bridge cultural heritage and contemporary design practices, contributing to both aesthetic innovation and economic value creation in the home décor industry.

Keywords: artificial intelligence, home décor, ancient Egyptian motifs, economic impact.



1. Introduction: The visualization of architectural and interior design concepts has evolved significantly from traditional drawings to advanced digital and three-dimensional modeling techniques. Contemporary tools, including virtual reconstruction and interactive modeling, enable more accurate representation of spatial, structural, and aesthetic dimensions. In archaeological and heritage studies, such technologies facilitate a deeper understanding of historical environments by reconstructing spatial configurations and volumetric relationships, despite the limitations of incomplete physical remains. The digital transformation of cultural heritage, supported by Artificial Intelligence (AI), has further expanded the possibilities of interpretation, visualization, and creative adaptation. AI-driven approaches such as generative design, machine learning, and text-to-image synthesis allow for the production of multiple design alternatives, integration of complex visual elements, and enhanced user interaction. These technologies not only improve design accuracy and efficiency but also enable dynamic reinterpretation of historical styles within contemporary contexts. Within this framework, Ancient Egyptian art and architecture provide a rich source of inspiration, characterized by symbolic motifs, geometric compositions, and a distinctive relationship between space, light, and form. These elements reflect profound philosophical and cosmological concepts, where natural phenomena such as sunlight were integral to spatial perception and symbolic meaning. The translation of these principles into modern interior applications particularly in-home décor elements such as curtains, upholstered furniture, and living room compositions offers opportunities for culturally grounded yet innovative design solutions. AI facilitates this translation by enabling the systematic analysis and regeneration of heritage-inspired patterns, optimizing layout configurations, and predicting user preferences. Moreover, it enhances production processes by reducing design time, minimizing material waste, and supporting mass customization. Consequently, AI not only contributes to aesthetic innovation but also introduces measurable economic advantages in terms of cost efficiency and market competitiveness. This study investigates the application of AI in home décor design inspired by Ancient Egyptian motifs, with a particular focus on the integration of cultural heritage, spatial aesthetics, and economic performance.

1.1. Problem Statement and Objectives

1.1.1 Problem Statement: The integration of cultural heritage into contemporary home décor design presents significant challenges, particularly in maintaining a balance between aesthetic authenticity, functional performance, and economic feasibility. Traditional design approaches are often time-consuming, labor-intensive, and limited in their ability to generate diverse and adaptable solutions. Furthermore, the reconstruction and reinterpretation of historical design elements frequently rely on subjective assumptions due to incomplete data, which may affect design accuracy and consistency.



Despite the rapid advancement of AI technologies in design fields, there remains a lack of comprehensive research addressing their application in culturally inspired home décor, particularly in relation to Ancient Egyptian motifs. In addition, the economic implications of AI-assisted design such as cost reduction, production optimization, and market value enhancement are not sufficiently explored within this context.

1.1.2 Objectives

1. To investigate the application of AI techniques in generating home décor designs inspired by Ancient Egyptian motifs.
2. To analyze the role of AI in enhancing design visualization, spatial interpretation, and aesthetic innovation.
3. To evaluate the impact of AI-assisted design on production efficiency, material utilization, and workflow optimization.
4. To assess the economic implications of AI integration, including cost reduction, product differentiation, and market competitiveness.
5. To develop a systematic framework for integrating cultural heritage with AI-driven design to achieve both creative excellence and economic sustainability.

2. Methodology: This study adopts a mixed-methods research design integrating computational modeling, experimental design, economic evaluation, and user-centered analysis to investigate the application of Artificial Intelligence (AI) in home décor inspired by Ancient Egyptian motifs.

2.1. Data Collection and Case Analysis: A set of case studies was selected from design practices employing AI in culturally inspired interior applications. Relevant visual and structural characteristics of Ancient Egyptian motifs—such as geometric patterns, symbolic elements, and spatial compositions—were identified and digitized to form the basis of the design process.

2.2. AI-Based Design Generation: AI-driven generative design techniques, including Generative Adversarial Networks (GANs) and AI-integrated Computer-Aided Design (CAD) systems, were utilized to produce design alternatives for curtains, upholstered furniture (sofas and chairs), and living room layouts. These tools enabled automated pattern generation, layout optimization, and stylistic variation while preserving cultural authenticity.

2.3. Design Evaluation: The generated designs were evaluated through expert assessment involving interior designers and cultural heritage specialists. Evaluation criteria included aesthetic coherence, cultural relevance, functional feasibility, and adaptability to contemporary interior environments.

2.4. Economic Analysis: A comparative cost–benefit analysis was conducted to assess the economic performance of AI-assisted designs versus traditional design approaches. Key indicators included material utilization, production time, cost efficiency, and scalability. Market simulation techniques were also applied to estimate potential economic gains and competitive advantages.



2.5. Consumer Study: A structured survey and focus group analysis were conducted on a sample of 100 participants to evaluate user perception. The study measured aesthetic preference, perceived cultural value, functional acceptance, and willingness to pay for AI-generated, Egyptian-inspired home décor products.

2.6. Visualization and Prototyping: High-resolution digital visualizations and realistic renderings were developed to simulate final products, including curtains, upholstered furniture, and integrated living room settings. These visual outputs facilitated both expert evaluation and consumer assessment.

3. Results and Discussion

3.1. AI-Driven Design Performance: The application of AI-based generative systems demonstrated a significant advancement in design efficiency and creative exploration. Tools based on Generative Adversarial Networks (GANs) and text-to-image models enabled the rapid generation of multiple design alternatives for curtains, upholstered furniture, and living room configurations. Compared to conventional design approaches, AI reduced the design cycle by approximately 40–60%, while ensuring high consistency in pattern scaling, color harmonization, and stylistic coherence.

3.1.1. Design Innovation and Cultural Integration: AI-generated outputs successfully incorporated key elements of Ancient Egyptian design, including geometric compositions, hieroglyphic motifs, and symbolic color schemes. These elements were seamlessly adapted into modern home décor applications, enhancing both visual appeal and cultural depth. The integration of heritage-inspired features with contemporary materials and forms demonstrates AI's capacity to bridge historical aesthetics with modern design requirements.

Furthermore, AI enabled the generation of diverse stylistic variations, supporting creative flexibility while maintaining cultural coherence. This approach allows designers to explore a wide range of interpretations without compromising the authenticity of the original motifs. In particular, platforms such as Midjourney and LookX facilitated the transformation of textual prompts into high-quality visual outputs. Midjourney proved effective in producing diverse artistic interpretations, while LookX, as an architecture-oriented AI system, enabled more structured and spatially coherent interior visualizations. The iterative refinement of prompts resulted in increasingly accurate representations of Ancient Egyptian interior characteristics, including spatial depth, lighting contrast, and decorative detailing.

3.1.2. Economic Efficiency and Market Impact: The economic analysis revealed substantial benefits associated with AI-assisted design processes. Production costs were reduced by approximately 15–25% due to optimized material usage, minimized design errors, and streamlined workflows. Material waste decreased by nearly 12%, reflecting improved precision in design and manufacturing planning. In addition, AI significantly shortened the design-to-market cycle, enhancing responsiveness to market demands and improving overall competitiveness. Consumer



studies indicated an increase of 15–20% in willingness to pay for AI-assisted, culturally inspired designs, suggesting a higher perceived value and differentiation in the marketplace.

3.1.3. Consumer Perception and Acceptance: The consumer survey results demonstrated strong positive responses toward AI-generated designs. Approximately 78% of participants expressed a preference for home décor products incorporating Ancient Egyptian motifs developed AI tools. Respondents highlighted the uniqueness, personalization potential, and cultural richness of these designs as key factors influencing their preferences. AI-driven customization capabilities further enhanced user engagement, enabling tailored design solutions aligned with individual tastes and functional needs.

3.1.4. Visualization Outcomes: The visual outputs confirmed the effectiveness of AI in producing realistic and aesthetically coherent designs:

❖ **Curtains:** Featured digitally generated geometric and floral patterns inspired by Egyptian ornamentation, adapted to modern textile applications.

❖ **Upholstered Furniture:** Sofas and chairs incorporated motif-based compositions optimized for form, proportion, and visual balance.

❖ **Living Room Layouts:** Integrated spatial arrangements combining lighting, color harmony, and decorative elements reflective of Ancient Egyptian interior concepts.

Despite the promising results, several limitations were identified. The implementation of AI systems requires significant initial investment in software, computational resources, and technical expertise. Additionally, excessive reliance on automated generation may risk oversimplification or misinterpretation of cultural symbols, potentially affecting authenticity. Therefore, human expertise remains essential to guide and validate AI-generated outputs.

3.1.5. Implications: The findings confirm that AI serves as a transformative tool in home décor design, enhancing both creative processes and economic performance. By integrating AI with cultural heritage, designers can achieve a balance between innovation and authenticity while improving efficiency and market value. This approach supports the development of sustainable, scalable, and culturally enriched design practices within the contemporary home décor industry.



Figure1: Design furniture by using AI



4. Conclusion: This study demonstrates that Artificial Intelligence (AI) constitutes a transformative paradigm in home décor design by effectively integrating cultural heritage with advanced computational methodologies. The application of AI in designing curtains, upholstered furniture, and living room interiors inspired by Ancient Egyptian motifs enables the efficient reinterpretation of historical aesthetics within contemporary contexts. The findings confirm that AI-assisted design significantly enhances creative productivity, reduces design and production time, and optimizes material utilization, thereby generating measurable economic benefits. In addition, AI contributes to increased market competitiveness through product differentiation, mass customization, and improved consumer engagement. The ability of AI systems particularly generative and text-to-image models to translate conceptual inputs into high-quality visual outputs represents a critical advancement in design methodology. Moreover, the study highlights the importance of cultural interpretation in the digital reconstruction and adaptation of heritage-based designs. While technological tools enable accurate visualization and rapid prototyping, their true value lies in the informed interpretation and application of cultural elements. In this context, Ancient Egyptian design principles particularly the symbolic relationship between form, space, and light offer a rich conceptual framework that continues to inspire innovative interior solutions. Despite these advantages, the integration of AI requires careful consideration of initial investment costs, technical expertise, and the need to preserve cultural authenticity. A balanced approach that combines human expertise with AI capabilities is essential to ensure meaningful and contextually accurate design outcomes. Future research should focus on expanding the application of AI in culturally inspired design through the incorporation of sustainable materials, advanced personalization techniques, and cross-market analysis. Furthermore, continued exploration of AI-driven visualization tools can contribute to the preservation, reinterpretation, and dissemination of cultural heritage, supporting both creative industries and long-term economic development.

REFERENCES

1. Brown, J., & Lee, K. (2019). Artificial intelligence in creative industries: Economic impacts and design innovation. *Journal of Design Technology*, 12(3), 45–62.
2. El-Mahdy, A. M. (2018). Ancient Egyptian motifs in modern design: A cultural perspective. *Journal of Applied Cultural Heritage*, 5(2), 44–60.
3. Kapoor, A., & Verma, P. (2021). Generative design and artificial intelligence in furniture and textile industries. *International Journal of Interior Design*, 7(2), 89–104.



4. Li, H., & Chen, Y. (2021). Economic and design benefits of artificial intelligence in fashion and textile industries. *International Journal of Applied Artificial Intelligence*, 6(1), 33–50.
5. Smith, R. (2018). *Ancient Egyptian patterns: Influence on modern decorative arts*. Thames & Hudson.
6. Smith, R. (2020). AI-assisted design in home furnishing: Trends and applications. *Journal of Interior Design Technology*, 12(4), 201–218.
7. Wang, L., & Chen, H. (2022). Economic implications of AI-assisted design in home décor. *Journal of Applied AI in Creative Industries*, 5(1), 33–50.
8. ElNashar, E. A. (2000). *Design of database for forecasting the specification of woven fabric design for ladies' dresses* (Ph.D. thesis). Helwan University, Cairo, Egypt.
9. ElNashar, E. A. (1995). *Effect of warp-end density distribution on aesthetic and physical properties of multilayer woven fabrics* (M.Sc. thesis). Faculty of Applied Arts, Helwan University, Cairo, Egypt.
10. ElNashar, E. A. (2017). Design of comfort insulation abilities of crinkled clothes for European environments. In *Proceedings of the Ukrainian Scientific-Practical Internet Conference on Resource-Saving Technologies of Light, Textile and Food Industry* (Khmelnitskyi, Ukraine, November 16–17, 2017).

UDC [677+687]:004.8:338.45

ElSayed Ahmed ELNASHAR,

Ph.D., Professor of Textiles Engineering & Apparel, Modeling & AI, Home Economic Dept. Faculty of Specific Education, Kaferelsheikh University, Egypt.

ORCID ID Scopus Author ID: 11638930300

Students: Ahmed R. SALMAN, Reham R. ABDULLAH, Shrouk H. MOUSSA, Students at third level of graduate, faculty of specific Education, Kaferelsheikh University. Egypt.

ECONOMIC IMPACTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE APPLICATIONS ON DESIGN EDUCATION AND THE TEXTILE & APPAREL INDUSTRY

Abstract:

This study investigates the economic and educational impacts of integrating Artificial Intelligence (AI) in home economics, with a particular focus on design economics and the textile and apparel sector. Key AI technologies such as generative design, predictive analytics, and intelligent automation are analyzed for their potential to enhance operational efficiency, optimize resource utilization, and reduce



production costs. The research demonstrates that AI facilitates innovative design workflows, supports sustainable material management, and provides interactive, technology-driven learning experiences for students and professionals alike. The findings indicate that AI adoption not only generates significant economic value but also advances educational outcomes, promoting cost-effective, culturally responsive, and technologically sophisticated approaches within design education and the textile industry.

Keywords: Artificial Intelligence, Home Economics, Design Education, Textile Industry, Economic Impact, Educational Innovation

1. Introduction: Home economics encompasses the systematic study, management, and optimization of household and family resources, spanning textiles, interior design, and consumer products. In recent years, the integration of Artificial Intelligence (AI) has transformed this interdisciplinary field by providing advanced design capabilities, enhancing operational efficiency, and enabling optimized resource allocation. AI technologies facilitate automated workflows, predictive decision-making, and intelligent simulations, thereby bridging traditional practices with modern technological innovation.

1.1. Artificial Intelligence in Context: AI refers to the simulation of human intelligence processes, including learning, reasoning, and self-correction. Narrow AI focuses on performing specific tasks, while general AI remains largely theoretical. Emerging generative AI systems can create human-like content, providing new avenues for creative and functional design applications across home economics and textile domains.

1.2. Home Economics Context: Home economics is an interdisciplinary field aimed at developing practical life skills for well-being. Its scope includes personal finance, nutrition, housing, family development, and fashion. The integration of AI impacts multiple interrelated domains, requiring a comprehensive assessment of its economic, operational, and educational implications.

1.3. Study Objectives

This research aims to:

1. Categorize AI applications in home economics.
2. Synthesize the benefits of AI on design and educational processes.
3. Quantify economic and operational advantages of AI adoption.
4. Identify challenges and limitations associated with AI integration.

AI applications in home economics include automated pattern-making, textile and interior design simulations, consumption forecasting, and smart home management systems. These technologies allow designers and students to model complex patterns, predict material requirements, and implement innovative solutions with improved accuracy and efficiency. This study investigates the economic impacts of AI applications, focusing on cost reduction, material optimization, and workflow



improvements. In addition, it evaluates the educational dimension, assessing how AI tools enhance hands-on learning, foster creative problem-solving, and develop essential skills for students and professionals in textile and design education.

1.4. Literature Review

1.4.1. AI Applications in Home Economics and Textile Design: AI technologies are increasingly applied in home economics and textile design, transforming traditional design and production practices. Generative design tools enable rapid creation of patterns and interior layouts, while predictive analytics optimize resource allocation and production planning (Brown & Lee, 2019). Machine learning algorithms assist in material selection, workflow optimization, and quality control, thereby reducing waste and improving overall product quality. AI-driven platforms also facilitate rapid prototyping and experimentation, enhancing both efficiency and creativity in design projects.

1.4.2. Economic Implications: The integration of AI in home economics and textile design offers measurable economic benefits. AI-assisted design reduces material waste, shortens production timelines, and lowers labor and prototyping costs. Li and Chen (2021) reported cost reductions of 12–18% in AI-supported textile design compared to conventional methods. Additionally, AI enables rapid iteration, customization, and adaptation of designs to consumer demand, increasing market responsiveness and overall operational efficiency.

1.4.3. Educational Implications: AI-powered tools provide students with interactive, practical, and immersive learning experiences. Ahmed (2020) demonstrated that AI improves comprehension of textile processes, fosters creativity, and supports collaborative problem-solving. These platforms allow students to experiment with design patterns, material layouts, and resource planning without material constraints. Furthermore, AI integration promotes digital literacy, supports remote learning, and equips students with competencies aligned with modern home economics and textile industry practices.

2. Methodology: This study employed a **mixed-methods approach**, integrating qualitative and quantitative techniques to comprehensively evaluate the economic and educational impacts of AI in home economics and textile design.

2.1. Data Collection: Surveys and semi-structured interviews were conducted with educators, textile designers, and students to assess AI adoption, utilization patterns, and perceived benefits.

2.2. Design Analysis: AI-assisted generation of textile patterns, interior layouts, and home economics projects was conducted to evaluate software performance in practical design applications.

2.3. Economic Assessment: Comparative analyses measured differences in production costs, material usage, and time efficiency between AI-assisted and traditional design methods.



2.4. Educational Evaluation: Student learning outcomes, creativity, engagement, and skill development were assessed in AI-enhanced learning environments through observation, performance metrics, and project evaluations.

2.5. Visualization and Simulation: Digital and realistic illustrations were created to demonstrate AI-assisted designs, including textiles, curtains, and interior layouts, highlighting both aesthetic and functional outcomes.

This methodology provides a holistic evaluation of AI's contributions to **economic efficiency, design innovation, and educational enhancement**, offering a comprehensive understanding of its role in home economics and textile education.

3. Results and Discussion

3.1. Economic Efficiency: The implementation of AI applications in design and textile education demonstrated significant improvements in economic efficiency:

- ❖ **Material Optimization:** AI-assisted workflows reduced material waste by 12–18%, contributing to more sustainable production practices.

- ❖ **Shortened Design-to-Production Cycles:** The integration of AI reduced production timelines by 15–20%, enhancing responsiveness and accelerating time-to-market.

- ❖ **Cost Reduction:** Automation and precise digital design workflows yielded measurable savings in both labor and material utilization, improving overall operational efficiency.

3.2. Design Innovation: AI technologies facilitated advanced design capabilities, enabling both designers and students to explore novel creative approaches:

- ❖ **Rapid Iteration:** Complex textile patterns and interior layouts could be generated and modified efficiently, supporting experimentation and iterative design.

- ❖ **Enhanced Cultural Integration:** AI-assisted tools enabled incorporation of culturally inspired motifs and intricate designs, enhancing aesthetic and functional value.

- ❖ **Flexibility and Confidence:** Designers and students reported increased flexibility in exploring unconventional solutions, fostering innovation in both educational and professional contexts.

3.3. Educational Outcomes: The adoption of AI in educational settings enhanced learning, engagement, and skill development:

- ❖ **Improved Comprehension:** Students demonstrated stronger understanding of textile processes, interior design principles, and resource management.

- ❖ **Interactive Learning:** AI-based simulation and visualization platforms allowed hands-on experimentation without incurring material costs.

- ❖ **Collaboration and Remote Learning:** Digital tools promoted teamwork, enhanced digital literacy, and supported remote and hybrid learning environments, increasing overall engagement.



3.4. Visual Illustrations: AI-enabled design visualizations highlighted practical applications:

- ❖ Curtains: AI-generated patterns combining geometric and floral motifs for contemporary interiors.
- ❖ Textiles and Upholstered Furniture: Digital mock-ups illustrated optimized motif placement and fabric layout.
- ❖ Home Layouts: Simulated room arrangements integrated AI-driven interior design optimizations, demonstrating both functional and aesthetic improvements.

3.5. Limitations: Despite these advantages, several constraints were identified:

- ❖ High Initial Investment: Implementation of AI software platforms and associated training requires significant upfront resources.
- ❖ Technical Dependence: Effective utilization relies on robust digital infrastructure and user proficiency.
- ❖ Potential Over-Reliance: Excessive automation may constrain manual creativity if not balanced with traditional design practices.

3.6. AI Applications in Home Economics: AI technologies demonstrated diverse applications across multiple domains in table 1:

Table 1.

Domain	Application Example
Personal Finance	Chatbots like Cleo automate savings tracking and budgeting (Bergman, 2025; SoFi, 2025).
Nutrition	Platforms such as Ollie generate personalized meal plans (Sharma, 2025).
Housing	AI optimizes energy use in heating and electricity (McKenna, 2025).
Fashion	AI-assisted pattern-making minimizes fabric waste (Première Vision, 2024).
Family Support	AI apps provide personalized parenting guidance (Ayomi, 2025; Szondy & Magyary, 2025).
Communication	Smart assistants facilitate message generation between teachers and families (DeFlitch, 2025).

3.7. Educational Benefits: The integration of AI tools in educational contexts demonstrated measurable improvements in learning and practical outcomes:

- AI applications reinforced **financial literacy and savings habits** (Bergman, 2025; SoFi, 2025).
- AI-based tracking reduced **food spoilage**, saving costs in nutrition management (Clark et al., 2025).



- Personalized meal planning improved **dietary quality and health awareness** (Wang et al., 2025).
- AI-controlled systems enhanced **energy efficiency in households**, reducing environmental and financial costs (McKenna, 2026).
- Pattern-making automation minimized **fabric waste**, optimizing materials in design education and production (Première Vision, 2026).
- AI-assisted family support tools reduced **caregiver stress**, enhancing overall well-being (Kelly, 2026).

This section highlights that AI applications not only generate **economic efficiencies** and **material savings** but also significantly **enhance learning outcomes, creative exploration, and sustainable practices** in both home economics and textile design.

4. **Conclusion:** The integration of Artificial Intelligence (AI) into home economics and textile education delivers significant economic and educational advantages. By streamlining design workflows, reducing material waste, and enhancing learning outcomes, AI facilitates efficient, innovative, and culturally responsive design practices across both academic and industrial contexts.

This study demonstrates that AI adoption fosters creative exploration, supports cost-effective production, and enriches hands-on educational experiences for students and professionals alike. The evidence underscores that AI has the potential to transform home economics education and textile design by enabling rapid prototyping, precise resource optimization, and interactive learning environments.

However, successful integration requires careful and intentional implementation, guided by human-centered values to ensure that technological automation complements rather than replaces critical design thinking and craftsmanship.

Future research should investigate the combination of AI with sustainable materials, 3D simulation technologies, and consumer behavior modeling to further enhance design economics, operational efficiency, and educational outcomes in home economics and textile applications.

REFERENCES

1. ElNashar, E. A. (1995). *Effect of warp-end density distribution on aesthetic and physical properties of multilayer woven fabrics* (M.Sc. thesis). Faculty of Applied Arts, Helwan University, Cairo, Egypt.
2. ElNashar, E. A. (2000). *Design of database for forecasting the specification of woven fabric design for ladies' dresses* (Ph.D. thesis). Helwan University, Cairo, Egypt.
3. ElNashar, E. A. (2014). Compact force using rough set theory of geometry shape for stretch clothes design. *Applied Researches in Technics, Technologies and*



Education Journal of the Faculty of Technics and Technologies, Trakia University, 2(2). Retrieved from <https://sites.google.com/a/trakia-uni.bg/artte/>

4. ElNashar, E. A. (2017a). Smart multifunctional theory of clothes using digital method. *International Journal of Research in Advanced Engineering and Technology*, 3(2), 75–78. Retrieved from <http://www.newengineeringjournal.in/archives/2017/vol3/issue2>

5. ElNashar, E. A. (2017b). Smart multifunctional theory of clothes with using digital method. *17th World Textile Conference AUTEX 2017 – Textiles*, 29–31 May 2017, Greece.

6. ElNashar, E. A. (2018). Engineering aesthetics science and ergonomics by using technology in Ancient Egyptian textiles design. *Trends in Textile & Fashion Design*, 2(3), Article 138. Retrieved from <http://www.lupinepublishers.com/lttfd/pdf/LTTFD.MS.ID.000138.pdf>

7. ElNashar, E. A. (2022). Digital transformation of healthcare by artificial intelligence in sectors of textile industries in Egypt. *Journal of Health & Medical Informatics*, ISSN: 2157-7420. Retrieved from <https://www.hilarispublisher.com/proceedings/digital-transformation-of-healthcare-by-artificial-intelligence-in-sectors-of-textile-industries-in-egypt-35803.html>

8. ElNashar, E. A. (2025a). Education philosophers using AI of 10G in fashion design science of the Ancient Egyptian. *International Journal of Arts and Humanities*, 6(1), 373–386. <https://doi.org/10.25082/IJAH.2025.01.009>

9. ElNashar, E. A. (2025b). Education philosophers using AI of 10G in fashion design science of the Ancient Egyptian. 9th GSFW, National Fashion League, Hungary. Retrieved from <https://www.facebook.com/photo?fbid=1126530749504847&set=pb.100064437979172.-2207520000>

10. ElNashar, E. A. (2025c). Innovation in education: The EdTech revolution according to the 10G framework. Inaugural lecture, IARSA Worldwide Group (IWG), 4 May 2025. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/391448238_Innovation_in_Education_The_EdTech_Revolution_According_to_the_10G_Framework

11. Brown, J., & Lee, K. (2019). Artificial intelligence in creative industries: Economic impacts and design innovation. *Journal of Design Technology*, 12(3), 45–62. <https://doi.org/xxxxx>

12. Li, H., & Chen, Y. (2021). Economic and design benefits of AI in textile and home décor industries. *International Journal of Applied AI*, 6(1), 33–50. <https://doi.org/xxxxx>

13. Kapoor, A., & Verma, P. (2021). Generative design and AI in home economics applications. *International Journal of Interior and Textile Design*, 7(2), 89–104. <https://doi.org/xxxxx>



14. Smith, R. (2018). *Modern applications of cultural motifs in interior and textile design*. London, UK: Thames & Hudson.

15. ElNashar, E. A. (2023). Digital transformation by artificial intelligence for innovating and development of textile industries in Egypt. 11th Annual World Congress of Nano Science & Technology (Nano S&T-2023), Barcelona, Spain, July 22–24, 2023. Retrieved from <https://www.bitcongress.com/nano2023/ScientificProgram7.asp>

UDC 684.4.05:001.895

Linas KRŪGELIS

Doctur in humanities, Associated professor

Vilnius Gediminas Technical University (VILNIUS TECH), Vilnius, Lithuania

FRUGAL INNOVATIONS IN MODULAR FURNITURE DESIGN: FROM CONCEPT TO PRODUCT

This research examines a case study of applying frugal innovation principles in the development of the LITUA series of modular plywood furniture, created through a partnership between academia and industry in collaboration with the company DUV. The project demonstrates how frugal innovation can become not merely a strategy for reducing costs, but a methodology for creating products that are technologically efficient, environmentally responsible, and suitable for contemporary manufacturing systems.

Particular attention is given to the importance of cooperation between the university and business sector, where two different forms of expertise interact. Academic creativity, experimental thinking, and the search for innovative design solutions are combined with the company's technological know-how, manufacturing experience, and product development capabilities. This synergy enabled the transformation of an initial concept into a market-ready product.

The presentation also analyses how the LITUA furniture system responds to the principles of Industry 4.0 through modularity, digital fabrication, adaptability, and production optimization. In addition, the ecological aspects of the project are discussed, including efficient use of plywood, reduction of material waste, compact flat-pack logistics, and suitability for mass production. The case illustrates how collaboration between universities and industry can generate innovative products with both commercial and social value.



UDC 69.059:620.92:006.1(100)

Serhii POSTERNAK,

*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor.
Certified energy auditor of buildings and processes, Odessa, Ukraine.*

Iryna POSTERNAK,

*Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, the Associate Professor
Department Organization of construction and labor protection, the Odessa State
Academy of Civil Engineering and Architecture, Odessa, Ukraine.*

Oleksii POSTERNAK,

*student of higher education degree "Bachelor" educational professional
program "Construction and civil engineering" the Odessa State Academy of Civil
Engineering and Architecture, Odessa, Ukraine.*

GLOBAL ARCHITECTURE OF ENERGY EFFICIENCY STANDARDS FOR URBAN URBANISM

Over the past five years, the construction sector has undergone a fundamental transformation, turning from a passive consumer of resources into an active element of an intelligent energy system. Global challenges caused by climate change, energy crisis and geopolitical instability, especially in the context of military aggression against Ukraine, forced the scientific and engineering community to rethink approaches to thermal modernization and building management [1]. In the period from 2020 to 2025, the emphasis shifted from simple insulation measures to comprehensive digitalization and consideration of the carbon footprint throughout the entire life cycle of the facility, which is reflected in the updated directives of the European Union and national recovery strategies of Ukraine [2].

The modern rehabilitation paradigm is based on the principle of "Build Back Better", which involves the integration of the highest international standards of energy efficiency, such as nZEB (buildings with close to zero energy consumption), Passive House, BREEAM and LEED [3]. This approach is not only a response to urgent needs in energy security, but also a strategic step towards decarbonization of the economy, fulfillment of obligations to the European Union and creation of a comfortable environment for the lives of millions of citizens.

To form a reconstruction strategy, it is necessary to clearly distinguish the methodological approaches of the main international certification systems and construction standards. The choice of a specific standard determines not only the technical characteristics of the enclosing structures, but also the philosophy of managing the internal environment and the ecological footprint of the object.



The nZEB standard, according to the EU Energy Performance of Buildings Directive (EPBD), defines buildings with extremely high energy efficiency, where the minimum amount of energy consumed is largely covered by renewable sources generated directly on site or nearby [4]. In Ukraine, the legislative framework is already preparing the ground for the transition to this standard: from 2030, a full transition to construction according to the nZEB standard is planned, and by 2050, 100% decarbonization of the building stock [5].

In contrast to nZEB, the Passive House standard focuses on the radical reduction of energy demand for heating and cooling through passive measures: envelope tightness, absence of cold bridges and highly efficient ventilation with recovery [6]. Buildings according to this standard consume up to 90% less energy compared to conventional buildings [7].

The analysis shows that although all Passive Houses are in fact nZEB objects, not all nZEB buildings meet the Passive House criteria. nZEB makes it possible to compensate certain deficiencies of the shell with powerful solar generation, while Passive House makes the building resistant to lack of energy thanks to its internal properties.

Comprehensive environmental certification: LEED and BREEAM. For large-scale infrastructural reconstruction and the commercial sector, the LEED (USA) and BREEAM (Great Britain) systems play a key role. They evaluate the building not only in terms of energy consumption, but also as a whole system that affects the ecosystem and the health of the residents.

LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) focuses on energy efficiency, design and innovation. It is based on a point system and strict prerequisites, failure of which makes certification impossible. LEED is the most recognizable brand in the world, which is especially important for attracting American and Asian investments [8].

BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) is the oldest standard in the world, adapted to European building regulations. It uses a system of weighting coefficients, where each category (water, energy, transport, materials) has its specific weight depending on the region [8]. BREEAM is often perceived as a more flexible and science-based method for the European context [9].

It is strategically important for Ukraine to implement both standards depending on the source of project financing. BREEAM is better for municipal objects and projects financed by European institutions (EBRD, EIB), while LEED provides high market liquidity for private development [9].

Reconstruction requires a clear legal framework that not only declares the principles of energy efficiency, but also establishes measurable indicators. The key stage was the updating of the Law of Ukraine "On Energy Efficiency" and the corresponding State Building Regulations (SBR).



New requirements for energy efficiency according to DBN V.2.6-31:2021. This DBN became the basic document for thermal modernization and new construction. It introduces new formulas for calculating energy efficiency criteria for buildings, which take into account not only heat loss through walls, but also the efficiency of engineering systems.

The main vectors of regulation include [10]:

- *Energy efficiency classes.* A scale from A to G has been introduced. New construction must meet at least class C, but public policy encourages the transition to classes B and A for all rehabilitation facilities.

- *Energy certification.* Since 2020, the energy certificate has become a mandatory element of the Unified State Electronic System in the field of construction. This allows for transparent monitoring of real indicators of energy consumption of objects.

- *Decarbonization.* Targets have been set for the annual thermal modernization of 3% of existing buildings, which corresponds to the European initiative "Renovation Wave".

The Ministry of Development of Communities and Territories of Ukraine is actively working on the development of catalogs of typical solutions for nZEB buildings. This is critically important for the scaling of reconstruction, as it allows you to avoid errors when designing nodes with heat-conducting inclusions (cold bridges). It is planned that such catalogs will become available to all communities, which will significantly speed up the process of preparing project documentation.

Technological strategies for reconstruction of the housing sector. The residential sector of Ukraine, consisting mainly of buildings from the Soviet period, is characterized by a specific energy consumption that is 2-3 times higher than the average indicators of OECD countries. Reconstruction should be based on deep thermal modernization and implementation of intelligent energy management systems.

REFERENCES

1. Petrichenko, K., Vatman, T., & Hamilton I. (2025, October, 09). Rebuilding better and faster – why energy efficiency is key for Ukraine. *IEA, Analysis*. <https://www.iea.org/commentaries/rebuilding-better-and-faster-why-energy-efficiency-is-key-for-ukraine>

2. Ramachandran, Asha. (2025, December, 18). EPBD: A guide to the Energy Performance of Buildings Directive. *One Click LCA Ltd, Guide*. <https://oneclicklca.com/en/resources/articles/epbd-a-guide-to-the-energy-performance-of-buildings-directive>

3. Pierson, R.J. (2025, June 16). A practical guide to choosing the right green home certification. We compare the real costs, health benefits, and resale values of



LEED, Passive House, and BREEAM certified homes with specific advice for the USA, Canada, UK, Australia, and New Zealand. *Ecohome Updated*. <https://www.ecohome.net/en/guides/4061/a-practical-guide-to-green-home-certifications-passive-house-v-leed-v-breeam/>

4. В Україні запроваджено нові вимоги до енергоефективності будівель – стандарт НЗЕБ вже розпочав діяти! (2025, Квітень 04). Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України. <https://saee.gov.ua/news/v-ukraini-zaprovadzheno-novi-vymohy-do-enerhoefektyvnosti-budivel-standart-nzeb-vzhe-rozpochav-diiaty>

5. В Україні затверджено нові вимоги до будівель з близьким до нульового рівнем споживання енергії. (2025). Re:House, відновлення будинків. <https://rehouse.org.ua/news/v-ukrayini-zatverdzheno-novi-vymohy-do-budivel-z-blyzkym-do-nulovoho-rivnem-spozhyvannya>

6. Кудряшова, О. (2025, Липень, 30). Енергетична незалежність Півдня України: як Одеса і Миколаїв борються за світло, тепло та стабільність. *Одеське життя*. <https://odessa-life.od.ua/uk/article-uk/energetychna-nezalezhnist-pivdnya-ukrayiny-yak-odessa-i-mykolayiv-boryutsya-za-svitlo-teplo-ta-stabilnist>

7. *Differences between nZEB and Passive House*. (2019, March, 25). Thermohouse, rapid housing construction system nZEB (ICF). <https://thermohouse.ie/blog/passive-house-vs-nzeb/>

8. Casey, Cillian. (2025, February, 6). EPBD: BREEAM vs. LEED: Understanding key differences in green building certifications. *CIM, The leading Property Operations platform*. <https://www.cim.io/blog/breeam-vs-lead-understanding-key-differences-in-green-building-certifications>

9. *LEED vs BREEAM: Key Differences and Choosing the Right Certification*. (2020). GBRI, Sustainability, Education, Empowerment. <https://www.gbrionline.org/leed-vs-breeam/>

10. Petrichenko, K., Vatman, T., & Hamilton I. (2025, October, 9). Rebuilding better and faster – why energy efficiency is key for Ukraine. *The International Energy Agency (IEA)*. <https://www.iea.org/commentaries/rebuilding-better-and-faster-why-energy-efficiency-is-key-for-ukraine>

UDC 11.58:711.1

Mindaugas UZKURAITIS
Vilnius Gediminas Technical University,
Faculty of Architecture, Department of Urban Design, Vilnius, Lithuania



TYOLOGIES OF MATERIAL ENVIRONMENT IN TRANSITIONAL URBAN SPACES

Transitional spaces in the city comprise public and semi-public zones and interior connections that link building interiors with the exterior, the public realm with semi-public environments. Entrances, passages, lobbies, galleries, staircases and similar structures form continuous movement sequences, ensure orientation within urban and building structures, and at the same time become places for short-term stay or pause. Although scholarly literature often describes transitional spaces as transit, in-between or “lost” urban spaces, they are rarely examined as an independent research object that would be systematically typologised.

Existing studies show that everyday practices in transitional spaces are closely tied to the material context, yet the material environment is still frequently analysed only at the level of individual design elements. H. Habraken, W. Whyte, J. Gehl and other authors emphasise that material elements in space are not neutral: surfaces, boundaries, seating and landmarks define possibilities, limits and locations of movement and staying, acting as an intermediary between architectural form and everyday activity. In the case of transitional spaces, however, these relations are mostly documented through isolated examples, while a typological framework that would allow systematic classification of material environment according to its impact on the relation between movement and staying at different scales is missing.

The research problem is therefore linked to the fact that literature highlights the multifunctionality and dynamic use of transitional spaces, but lacks a consistent typologisation of their material environment. Current approaches usually remain at the level of general references to vitality or descriptions of single elements, which leaves recurrent types and combinations of material configurations conceptually obscure. In this context the material environment is understood as a hierarchically organised system of elements mediating between architectural form and everyday practice and thus becoming a primary object of analysis in transitional spaces rather than a secondary expression of design decisions.

The aim of the research is to develop a typological basis for classifying the material environment in transitional urban spaces by identifying recurrent material solutions and their logics of operation at different scales. To achieve this aim, the following objectives are set: (1) to define the concept of transitional spaces and their position within interior urbanism and urban spatial structure; (2) to analyse the notion of material environment in architectural and urban studies and its role in organising spatial use; (3) to construct typologies of material environment in transitional spaces according to scale and patterns of use.

First, transitional spaces are interpreted as phenomena of interior urbanism emerging in dynamic boundary zones between interior and exterior and characterised by overlapping regimes of movement and staying. A historical overview from the



Renaissance palazzo courtyard to contemporary mega-atria, shopping malls and transport terminals demonstrates that arcades, passages, inner courtyards and galleries have consistently operated as intermediate zones between building interiors and public streets. In contemporary urban transformation this logic continues in interiorised public spaces – shopping-mall galleries, terminal halls and connectors of large multifunctional complexes – where transitional zones ensure continuity of flows and create conditions for short-term staying.

Subsequently, the material environment is analysed as the main factor shaping everyday movement and staying in transitional spaces. Building on the works of Habraken, Whyte, Gehl, Rapoport and Poot et al., the material environment is defined as a system of elements – surfaces, boundaries, seating, landmarks, etc. – that systematically structures possibilities for movement and staying. A synthesis of literature makes it possible to distinguish several key categories of elements: seating-oriented elements, bounding and shaping elements, surfaces and their transitions, landmarks and multifunctional objects. These categories are related to spatial vitality, the logic of flows and staying scenarios of different intensity in transitional situations.

The study proposes to typologise the material environment in transitional spaces along two main dimensions – scale and use pattern. In terms of scale, three levels are distinguished: micro-scale, encompassing local situations of short-term pausing and movement (steps, ledges, kerbs, niches); meso-scale, related to the organisation of trajectories and flows (corridors, staircases, ramps, widenings and narrowings, connecting nodes); and macro-scale, where transitional spaces function as halls, atria, internal streets or galleries linking different parts of a building or urban structure. This division demonstrates that the functioning of transitional spaces is determined by the interaction of solutions at different scales rather than by isolated objects.

In terms of use patterns, three types of material environment are identified: movement-oriented, staying-oriented and mixed. Movement-oriented configurations rely on directional trajectories, permeability and visually transparent boundaries that support continuous flow and minimise situations of stopping. Staying-oriented material environments create local zones of slowing down – seating, niches, protected or visually separated pockets – that enable situations of waiting, observing or informal social activities. Mixed material environments combine both regimes, enabling overlaps of activities and flexible adaptation of space to changing scenarios of use.

The results demonstrate that transitional spaces in the city should be understood not only as technical connectors but as a specific infrastructure of everyday movement and staying in which the material environment structures movement-staying regimes at various scales. The developed typological framework allows systematic classification of material configurations and their combinations,



revealing how different material setups shape flow logics, locations of pausing and the intensity of social interactions in transitional urban spaces. This creates preconditions for further empirical studies and practice-oriented recommendations aimed at designing more vibrant and socially open transitional spaces.

УДК 747.33:658.8

Руслан АГЛІУЛЛІН

д. філос., доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів

Юлія ЛОЗЯН

студентка кафедри дизайну інтер'єру і меблів

Ольга БОКОВА

студентка кафедри дизайну інтер'єру і меблів

*Київський національний університет технологій та дизайну, Київ,
Україна*

ЛАУНЖ-ЗОНА ЯК ЕЛЕМЕНТ ПРОСТОРОВОГО ТА КОМПОЗИЦІЙНОГО ДИЗАЙНУ В ШОУРУМІ ОДЯГУ

У роботі проведено аналіз розвитку торгових інтер'єрів та досліджено роль лаунж-зони у просторовій організації шоуруму одягу. Визначено її композиційне, функціональне та ергономічне значення в структурі сучасного інтер'єру.

Ключові слова: *лаунж-зона, шоурум, інтер'єр, композиція, ергономіка*

AHLIULLIN R., LOZIAN.Y., BOKOVA O.

LOUNGE AREA AS AN ELEMENT OF SPATIAL AND COMPOSITIONAL DESIGN IN A CLOTHING SHOWROOM

The study analyzes the development of retail interiors and investigates the role of the lounge area in the spatial organization of a clothing showroom. Its compositional, functional, and ergonomic significance within the structure of a modern interior has been determined.

Key words: *lounge area, showroom, interior, composition, ergonomics*

ВСТУП

Дослідження сучасних тенденцій в організації торгових інтер'єрів засвідчують зростання ролі комфортних зон відпочинку в структурі шоурумів одягу. Формування продуманого просторового середовища сприяє раціональному зонуванню приміщення, підвищує функціональність та забезпечує гармонійне поєднання естетичних і практичних характеристик.



Вивчення принципів інтеграції лаунж-зони дозволяє визначити її значення у створенні цілісної композиції та забезпеченні зручності користування простором.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження ролі лаунж-зони у формуванні просторової структури шоуруму одягу та визначення її композиційного, функціонального й ергономічного значення в сучасному інтер'єрі.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Ідея створення лаунж-зон у шоурумах з'явилася поступово разом із розвитком сучасного ритейлу. Наприкінці ХХ століття магазини почали змінювати свій формат і перетворюватися не лише на місце продажу товарів, а й на комфортний простір для відвідувачів. У межах концепції *experience retail* дизайнери почали інтегрувати у торгові приміщення зони відпочинку з м'якими меблями, столиками та комфортним освітленням [2].

Історичний розвиток інтер'єрів ХХ–ХХІ століття демонструє перехід до відкритого планування та зонування без глухих перегородок. Лаунж-зона у шоурумі одягу організовує простір без порушення його відкритості та забезпечує композиційну і функціональну цілісність середовища. У поєднанні з принципами ергономіки вона сприяє зручності пересування і раціональному використанню площі [4].

Сучасний шоурум одягу є результатом історичної трансформації торгових просторів. Від класичних крамниць із закритим плануванням інтер'єри поступово перейшли до відкритих гнучких структур, у яких простір виконує не лише функцію демонстрації товару, а й формує цілісне середовище. У теорії інтер'єру важливе місце займають принципи зонування, композиційної рівноваги та формування гармонійного простору. Лаунж-зона дозволяє врівноважити геометрію торгового обладнання, створити багатосаровість композиції та формує візуальний акцент у межах загального планування [1].

М'які меблі, локальне освітлення, текстиль та декоративні елементи допомагають пом'якшити строгі лінії торгових стелажів, додаючи пластичності простору. Атмосфера інтер'єру формується через поєднання просторових характеристик, кольору та матеріалів, що створює емоційну та композиційну цілісність приміщення [3].

Лаунж-зона виконує насамперед просторово-структурну функцію. Вона дозволяє розділити відкритий простір на логічні функціональні частини без застосування глухих перегородок, зберігаючи відчуття відкритості. Зонування може здійснюватися за допомогою меблів, локального освітлення, текстилю або зміни фактури підлогового покриття.

Використання лаунж-зони як умовна перегородка формує умовні межі між торговою зоною, примірочними та місцем відпочинку. Важливо, щоб ширина проходів залишалася не менше 90-120 см, що забезпечує ергономічність і зручність пересування. Фізичні характеристики простору



безпосередньо впливають на якість взаємодії людини із середовищем і формують загальне сприйняття інтер'єру. Окрім цього, зона відпочинку може виконувати додаткові функції-очікування, короткі консультації, демонстрація нових колекцій або проведення камерних презентацій [3].

Сьогодні процес вибору та придбання одягу значно спростився: відвідувачі можуть заздалегідь ознайомитися з асортиментом через сайт або соціальні мережі магазину, а в шоурумі зосередитися на примірці обраних образів. У сучасних концепт-сторах Києва створено середовище, яке відрізняється від звичайного магазину-відвідувачі почувають себе комфортно та розслаблено (рис. 1). Наприклад, бренди Bagman (рис. 1, а, б), KAPSULA (рис 1, в, г) та Kachorovska (рис 1, е, є) пропонують лаунж-зони та додаткові сервіси, що дозволяють клієнтам затримуватися в просторі довше та отримувати більш повний досвід взаємодії з продукцією [2].

У шоурумі Bagman (рис. 1, а, б), який спеціалізується на аксесуарах та одязі, інтегрована кафе-зона, що поєднує елементи лаунж-простору з торговою зоною. Це дозволяє відвідувачам не лише оглядати продукцію, але й комфортно проводити час у просторі між покупками. Такий підхід розширює функціональні можливості шоуруму, формуючи середовище, у якому клієнт

а б в г е є



Рис. 1. Сучасні шоуруми з лаунж-зоною: а, б – Bagman; в, г – KAPSULA; е, є – Kachorovska

може розслабитися, поспілкуватися або просто насолодитися атмосферою магазину. Продумана організація простору, зонування місць для відпочинку і торгівлі створюють цілісний і функціонально ефективний інтер'єр.

Концепція мультибрендового простору KAPSULA (рис. 1, в, г) також включає інтеграцію зон відпочинку у шоурум. Тут лаунж-елементи виступають як місця формування соціальної взаємодії та неформального спілкування, що сприяє створенню більш глибокого клієнтського досвіду. У KAPSULA такі зони можуть слугувати як місця для очікування, так і простори для ознайомлення з асортиментом у більш розслабленій атмосфері. Поєднання відкритого планування, зручних зон відпочинку та продуманого освітлення зміцнює просторову цілісність шоуруму і збільшує емоційну привабливість середовища.



Бренд Kachorovska (рис 1, е, є) використовує лаунж-елементи у своїх шоурумах як частину просторової концепції. Усередині шоурумів передбачено місця для відпочинку між демонстраціями колекцій взуття та аксесуарів, де відвідувач може зупинитися, приміряти товар або обрати інший виріб. Такі зони оформлені з використанням м'яких меблів та продуманого освітлення, що створюють атмосферу комфорту та затишку, дозволяючи тим самим поєднати функціональність торгівлі та емоційний комфорт.

Сучасні шоуруми з лаунж-зонами розвиваються під впливом кількох факторів. Насамперед, значну роль відіграє популярність онлайн-шопінгу, що стимулює створення фізичних просторів із унікальним досвідом перебування, який неможливо отримати у цифровому середовищі. У зв'язку з цим шоуруми трансформуються з традиційних торгових точок у багатофункціональні простори, де поєднуються демонстрація продукції, відпочинок і соціальна взаємодія. Важливим чинником є також зростання очікувань відвідувачів щодо комфорту, естетики та зручності перебування, що спонукає інтегрувати у простір зони відпочинку, кафе-зони, місця для неформального спілкування або очікування.

Не менш важливим фактором є вплив соціальних мереж, які формують попит на візуально привабливі та фотогенічні інтер'єри, здатні стати частиною медійного образу бренду. У цьому контексті дизайн шоуруму набуває не лише функціонального, але й комунікативного значення.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження встановлено, що сучасні шоуруми одягу поєднують торгові функції з комфортними зонами відпочинку. Лаунж-зони відіграють важливу роль у формуванні зручного й привабливого інтер'єру, сприяють кращій організації простору та створенню позитивної атмосфери. Вони збільшують час перебування клієнтів і покращують їхній досвід взаємодії з брендом. Отже, використання лаунж-зон є важливим напрямом розвитку дизайну комерційних інтер'єрів, поєднуючи функціональність, естетику та орієнтацію на користувача.

ЛІТЕРАТУРА

1. Івановський О., Хавхун Г. Концепція дизайну інтер'єру магазину одягу українських брендів. *Сучасні проблеми Архітектури та Містобудування*. 2024. Вип. 68. С. 251–259.
2. Київські шоуруми одягу – добірка просторів. ТиКиїв. URL: <https://tykyiv.com/en/stilnij/modnii-prostir-5-kiyivskikh-shourumiv-v-iakikh-vartopobuvati/>
3. Bitner M. J. Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*. 1992. № 56. P.57-71.



4. Moreno D., Fabre E., Pasco, M. Atmospheric Cues Roles Customer's Online Trust, Perceived Enjoyment, and Impulse Buying Behavior. *Open Journal of Business and Management*. 2022. №10. P. 223-244.

УДК 7.05:504:725.1:339.176

Руслан АГЛІУЛЛІН

д. філос., доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів

Вікторія МАРЧУК

студентка кафедри дизайну інтер'єру і меблів

Єва ПОЛІЩУК

студентка кафедри дизайну інтер'єру і меблів

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ЕКО-ДИЗАЙНУ В ПРОЄКТУВАННЯ КОМЕРЦІЙНИХ ПРОСТОРІВ БУТИКІВ

У роботі досліджені особливості еко-дизайну у проектуванні меблів та обладнання для комерційних просторів моди. Здійснено аналіз сучасних підходів використання екологічних матеріалів, модульних систем та біофільних елементів у дизайні бутиків одягу. Виявлено основні підходи провідних дизайнерів та брендів до створення екологічно відповідального меблевого оснащення. Систематизовано принципи біофільного дизайну та їх застосування у роздрібних просторах. Здобуті результати засвідчують про доцільність створення комерційного середовища, що відповідає принципам сталого розвитку.

Ключові слова: *еко-дизайн, комерційний простір, екологічні матеріали, дизайн меблів, біофільний дизайн, сталий розвиток.*

AHLIULLIN R., MARCHUK V., POLISHCHUK E.

APPLICATION OF ECO-DESIGN PRINCIPLES IN THE DESIGN OF COMMERCIAL BOUTIQUE SPACES

The paper investigates the features of eco-design in furniture and equipment design for commercial fashion spaces. An analysis of modern approaches to the use of ecological materials, modular systems and biophilic elements in clothing boutique design has been conducted. The main approaches of leading designers and brands to creating environmentally responsible furniture equipment have been identified. The principles of biophilic design and their application in retail spaces have been



systematized. The obtained results demonstrate the feasibility of creating commercial environments that comply with sustainable development principles.

Key words: *eco-design, commercial space, ecological materials, furniture design, biophilic design, sustainable development.*

ВСТУП

Сучасна індустрія моди зазнає трансформації в напрямі екологічної свідомості, що впливає на підходи до формування роздрібних просторів. Торговельні простори у сфері моди дедалі частіше виконують роль комунікативних середовищ, у межах яких транслиуються ідеї сталого розвитку. Водночас особливої значущості набуває розробка меблів і торговельного обладнання, спрямованих на зниження негативного впливу на довкілля.

Формування комерційних просторів у концепції еко-дизайну передбачає системний підхід до добору матеріалів і конструктивних рішень. За таких умов меблеве оснащення та торговельне обладнання виконують не лише утилітарну функцію, а й виступають трансляцією екологічних цінностей та ідентичності бренду.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є обґрунтування та систематизація принципів екологічного дизайну в процесі створення меблів і торговельного обладнання для бутиків одягу, а також розробка концептуальних рішень меблевого оснащення в межах дизайн-проекту бутику, орієнтованих на забезпечення функціональної ефективності простору, екологічної збалансованості та комерційної привабливості.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Проведений аналіз сучасних тенденцій показав активне введення принципів еко-дизайну провідними брендами у формування інтер'єрних рішень бутиків. У меблевому оснащенні дедалі частіше застосовуються натуральна деревина, перероблені матеріали, сертифіковані плити, біопластики, що дозволяють зменшити негативний вплив на довкілля. Такий підхід сприяє подовженню життєвого циклу меблів, оптимізації використання матеріальних ресурсів і формуванню екологічно відповідного предметного середовища у торговельному просторі [1].

Мережа магазинів Patagonia є одним із найбільш послідовних прикладів реалізації принципів еко-дизайну у роздрібній торгівлі. Меблеве оснащення торговельних просторів виконане з переробленої деревини та сертифікованого масиву, що акцентує відповідальність бренду у виборі та походженні матеріалів. Конструктивні рішення стелажних систем базуються на принципах модульності – елементи легко переставляються та адаптуються залежно від потреб експозиції. Широко застосовуються з'єднання без клею на основі традиційних столярних технологій, що суттєво спрощує демонтаж, ремонт і повторну переробку виробів наприкінці їхнього життєвого циклу.



Колористичне рішення інтер'єру витримане в природній палітрі – необроблене дерево, сірий бетон та зелень рослин формують лаконічне середовище, що відображає цінності бренду (рис. 1, а).

Лондонський бутик Stella McCartney втілює органічний напрям еко-дизайну преміум-сегменту. У меблевому оснащенні застосовано FSC-сертифіковану деревину, що підтверджує відповідальне лісокористування. Манекени виготовлені з біопластику на основі похідних цукрової тростини як альтернатива традиційному нафтохімічному пластику. Інтер'єр характеризується плавними біоморфними формами меблів та глибокою інтеграцією природних елементів – живих рослин, натурального каменю та текстилю з органічних волокон. Освітлення реалізоване енергоефективними LED-системами з теплим спектром (рис. 1, б).



Рис. 1. Застосування принципів еко-дизайну у меблевому оснащенні бутиків: а – Patagonia store (меблі з переробленої деревини); б – Stella McCartney boutique (біопластикові манекени); в – Aesop Flinders Lane (стіни з 1550 аркушів переробленого картону).

Косметичний бренд Aesop демонструє унікальну концепцію, за якою кожен магазин мережі має власне індивідуальне рішення з використанням локальних природних матеріалів. Такий підхід виключає тиражування типових інтер'єрів та мінімізує транспортний вуглецевий слід при постачанні матеріалів. В різних локаціях застосовуються місцева деревина, терракота, необроблений камінь, перероблений метал та картон. Flinders Lane – інтер'єр виконаний із 1550 аркушів переробленого картону, що формують хвилясту поверхню стін. Матеріал є вторинним та легко утилізується після завершення життєвого циклу об'єкта. (рис. 1, в).

Результати дослідження свідчать, що у проектуванні екологічних меблів для бутиків ключовим є використання натуральних і вторинних матеріалів, що відповідає сучасним тенденціям предметного дизайну. Екологічні меблі стають важливою складовою формування комерційного простору, орієнтованого на принципи сталого розвитку. Застосування натуральних, перероблених і сертифікованих матеріалів зменшує негативний вплив на довкілля та формує етичний імідж бренду. Такі меблі характеризуються продуманою конструкцією, можливістю повторного використання та тривалим життєвим циклом. Використання модульних принципів забезпечує адаптивність обладнання й гнучкість організації торговельного простору [2].



Аналіз біофільного дизайну показав зростання інтеграції природних елементів у меблеві конструкції торгових просторів. Такий підхід передбачає використання природних матеріалів і текстур (дерево, камінь, натуральні тканини), живих рослин і природного освітлення, що позитивно впливає на емоційний стан відвідувачів і створює комфортну атмосферу. Поєднання екологічних матеріалів із біофільними принципами формує гармонійний інтер'єр, де комерційна функція поєднується з естетикою природного середовища [3]. Таким чином, застосування екологічних меблів і біофільного підходу у дизайні бутиків сприяє створенню не лише функціональних просторів, а й середовищ, що транслюють цінності відповідального споживання та екологічної свідомості.

Попри відмінності у підходах, усі три бренди реалізують спільні еко-принципи: використання натуральних або вторинних матеріалів, модульність конструкцій, відмова від токсичних з'єднань та орієнтація на довговічність. Відмінність полягає у масштабі та акцентах: Patagonia робить ставку на функціональну модульність, Stella McCartney – на біоморфну естетику та сертифіковану сировину, Aesop – на локальну ідентичність та циркулярний підхід. Визначені підходи засвідчують, що еко-дизайн комерційного простору не суперечить естетичній привабливості та комерційній ефективності. Він формує унікальний образ бренду та відповідає запитам екологічно свідомої аудиторії.

ВИСНОВКИ

Застосування принципів екологічного дизайну при створенні меблевого оснащення для бутиків одягу виступає дієвим засобом формування самобутнього образу комерційного простору. Поєднання природних матеріалів, модульних систем та біофільних компонентів формує середовище, яке відображає концепцію сталого розвитку та відповідає запитам екологічно свідомої аудиторії. Запропоновані концептуальні підходи підтверджують можливість гармонійного поєднання естетичних, функціональних та екологічних аспектів у дизайні торгових просторів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чорностан Г., Миргородська Н. Круговий дизайн як шлях до сталого інтер'єру з використанням вторинних матеріалів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2025. № 3 (86). С. 155-162. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/86-3-23>
2. Тітенков Є. Екологічність як тенденція розвитку предметного дизайну та художнього проектування меблів в Україні (на прикладі «Makho Studio») / О. Скрипник. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2024. Вип. 48. С. 519-524. DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.822>



3. Пойманова К. О. Біофільний дизайн як основна концепція у формуванні навчального простору загальноосвітньої школи. *Український мистецтвознавчий дискурс*. 2024. №1. С. 154-159.

УДК 7.012+ 005.56:7.071.1(477)

Зоя АЛФЬОРОВА

доктор мистецтвознавства, професор,

завідувачка кафедри

Методології крос-культурних практик

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

БАГАТОВИМІРНІСТЬ МОДЕЛІ СПІРОБІТНИЦТВА БІЗЕСУ ТА МИТЦІВ УКРАЇНИ ЯК ПРОБЛЕМА

Після завершення російсько-української війни співробітництво між митцями та бізнес-стейкхолдерами в Україні має потенціал до інтенсивного розвитку, зумовленого як необхідністю відбудови культурної інфраструктури, так і трансформацією економічних моделей. У цьому контексті формується нова парадигма взаємодії, де мистецтво розглядається не лише як символічний ресурс, але й як важливий чинник соціально-економічного відновлення. Взаємодія митців і бізнесу може набути системного характеру через інтеграцію культурних проєктів у стратегії сталого розвитку компаній.

Одним із ключових напрямів є *інституціоналізація партнерств* через механізми корпоративної соціальної відповідальності та культурного меценатства. Бізнес-структури, зацікавлені у формуванні позитивного іміджу та довгостроковій соціальній легітимності, можуть інвестувати у мистецькі ініціативи, які сприяють відновленню локальних спільнот і формуванню колективної пам'яті. У цьому процесі митці виступають не лише як виконавці, але як співтворці нових соціальних наративів.

Так, в Україні понад 230 підприємців креативного сектору вже отримали державні гранти за програмою «Власна справа» на суму майже 80 млн грн. «Продовжуємо підтримувати креативні індустрії. Це сектор, який створює нові сенси, робочі місця та економічну додану вартість», – зазначила віцеп-рем'єр-міністерка з гуманітарної політики України – міністерка культури України Тетяна Бережна. Найбільша кількість грантів припадає на напрями, пов'язані з індивідуальною мистецькою діяльністю, дизайном, рекламою та фотографією [1]

Важливою формою співпраці стане подальший розвиток креативних індустрій як окремого сектору економіки. Післявоєнна Україна може активізувати створення кластерів, у яких митці, дизайнери, медіапродюсери та підприємці взаємодіють у межах спільних проєктів. Це вже відбувається.



Проект *Ukrainian Creative Stories 2025* (Київ, травень 2025) став одним із найбільш показових прикладів *тимчасового кластеру креативних індустрій*, де взаємодіють представники реклами, дизайну, аудіовізуального виробництва, медіа та бізнесу. Програма включала професійні дискусії, презентації кейсів і нагородження проєктів, що стимулюють міждисциплінарну співпрацю. Програма *ЕС Creative Europe* (спеціальні конкурси для України, 2025). У 2025 році ЄС виділив окремий грантовий пакет для українських культурних і креативних секторів, спрямований на підтримку співтворення та кооперації між різними акторами індустрії. Ця програма фактично стимулює формування довготривалих міжнародних кластерів. Так, 1–12 березня 2026 року *Харківська державна академія дизайну і мистецтв* спільно з Національним Бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні . провели інформаційно-освітню зустріч, присвячену можливостям участі у програмі Європейського Союзу «Креативна Європа». Упродовж двох днів учасники ознайомилися з актуальними конкурсами програми, принципами міжнародної співпраці та взяли участь у практичному тренінгу з підготовки грантових заявок і проєктного менеджменту. Захід став платформою для професійного обміну, обговорення нових ідей та розвитку міжнародних партнерств у сфері культури і креативних індустрій [2]. В цій програмі особливий акцент робиться на післявоєнній реконструкції культурного сектору, що прямо пов'язано з розвитком кластерної економіки.

Ще один приклад: творчість арт-колективу *Nahirna22* (Київ, активність 2025 року.) Цей київський колектив є прикладом *просторово локалізованого креативного кластеру*, що об'єднує художників, медіа-артистів, дизайнерів і кураторів у спільному середовищі. У 2025 році, попри пошкодження внаслідок війни, спільнота продовжила діяльність, організовуючи виставки, відкриті студії та колаборативні проєкти. Це відповідає класичному визначенню креативного кластеру як середовища спільного виробництва культурного продукту. Вже у 2025 році в Україні активно формуються різні типи кластерів: *подієві (event-based)* — як *Ukrainian Creative Stories*; *інституційно-мережеві (policy-driven)* — як *Creative Europe*; *локальні (space-based)* — як *Nahirna22*. Усі вони демонструють тенденцію до інтеграції мистецтва, аудіовізуального виробництва та підприємництва, що є ключовою передумовою розвитку післявоєнної креативної економіки України. Така модель передбачає комерціалізацію культурного продукту без втрати його естетичної та критичної функції, що відповідає сучасним тенденціям глобальної економіки знань.

Цифровізація відкриває нові можливості для взаємодії митців і бізнесу, зокрема через платформи дистрибуції контенту, NFT-технології та віртуальні простори. Співпраця може реалізовуватись у формі створення спільних цифрових продуктів, брендингу та кросмедійних проєктів, які інтегрують мистецький контент у маркетингові стратегії компаній. У цьому контексті



мистецтво стає важливим елементом цифрової економіки та інструментом комунікації з аудиторією.

Окремий вектор розвитку становить урбаністичний вимір співробітництва, де митці залучаються до процесів ревіталізації міського простору. Так, у 2025 році діяльність Харківської державної академії дизайну і мистецтв демонструє кілька моделей включення в урбаністичний вимір: *освітньо-проектну* (дизайн середовища, урбаністика); *конкурсно-воркшопну* (ревіталізаційні проекти); *фестивально-публічну* (стріт-арт, екологічні акції); *просторово-інтервенційну* (інтеграція мистецтва у міський ландшафт).

Так, у 2025 році представники ХДАДМ брали участь у проекті реконструкції Люботинської лікарні (Харківська область), який був відзначений у професійному архітектурному середовищі. Цей кейс є прикладом більш складної кластерної взаємодії між архітекторами та викладачами ХДАДМ; місцевими органами управління та замовниками (медична інфраструктура); підрядниками та бізнес-структурами, що реалізують реконструкцію. Проект спрямований не лише на функціональне оновлення об'єкта, але й на *гуманізацію простору через дизайн*, що є ключовим принципом сучасної ревіталізації. Він демонструє перехід від локальних декоративних втручань до системних урбаністичних трансформацій.

Ще один приклад: виконання декоративного панно в інтер'єрі кафе «Акварена» (Харків) — створене студентами в рамках виробничої практики, а також художнє оформлення інтер'єрів медичних і сервісних установ (поліклініки, громадські простори). Ці проекти демонструють *кластерну модель взаємодії*, де бізнес (кафе, сервісні заклади) виступає замовником; Академія — виробником креативного рішення, а студенти — безпосередніми виконавцями. У результаті відбувається *естетична ревіталізація середовища* (оновлення візуального вигляду інтер'єрів) та соціальна (створення більш комфортного, гуманізованого простору для користувачів).

Не менш значущим є освітній аспект співпраці, що передбачає створення спільних програм між мистецькими інституціями та бізнесом. Бізнес Слобожанщини вже інвестує у створення публічного мистецтва, культурних центрів та креативних хабів, що сприятиме підвищенню якості життя та економічної привабливості міста. У цьому випадку мистецтво та діяльність таких ЗВО як ХДАДМ виконує функцію соціального каталізатора, який стимулює розвиток локальних економік. Такі ініціативи можуть включати стажування, резиденції, грантові програми та навчальні курси, спрямовані на підготовку фахівців у сфері креативних індустрій. Це сприятиме формуванню нових компетенцій, необхідних для ефективною інтеграції мистецтва у бізнес-процеси. 12 грудня 2025 року в Харківській державній академії дизайну і мистецтв відбувся круглий стіл «Діалог влади та бізнесу» – подія стратегічного значення, що об'єднала представників державних інституцій, бізнесу та



освітньо-мистецького середовища. Метою зустрічі стало формування спільного бачення розвитку регіону та утвердження ролі молодих фахівців у майбутньому відновленні Харківщини [3].

У контексті міжнародної інтеграції Україна розширяє співпрацю між митцями та транснаціональними корпораціями, культурними фондами та інституціями. Бізнес виступатиме посередником у виході українських митців на глобальні ринки, забезпечуючи фінансову підтримку та інфраструктурні ресурси. Так, інноваційний парк UNIT. City в Україні у 2025 році продовжує розвивати екосистему, яка поєднує бізнес, технології та креативні індустрії. Через партнерства з міжнародними фондами та інвесторами тут реалізуються програми підтримки стартапів у сфері медіа, дизайну, геймдеву та аудіовізуального мистецтва. Ключовим є те, що UNIT. City надає інфраструктуру (простори, студії, акселератори); забезпечує *доступ до інвесторів і міжнародних мереж*; сприяє участі українських креативних команд у глобальних подіях (pitching, виставки, фестивалі). В минулому році також одна з найбільших українських медіакомпаній Film.ua Group продовжувала активно просувати український аудіовізуальний продукт на світові ринки. Компанія не тільки фінансує виробництво фільмів і серіалів; організовує міжнародні ко-продукції, але і забезпечує дистрибуцію через глобальні платформи та кіноринки (Канни, Берлінале тощо). Завдяки таким моделям українські митці отримують можливість виходу на міжнародну аудиторію не індивідуально, а через *інституціоналізовану бізнес-екосистему*. Це дозволяє підвищити конкурентоспроможність українського культурного продукту та зміцнити культурну дипломатію держави.

Загалом, післявоєнна модель співробітництва митців і бізнесу в Україні формуватиметься як багатовимірна система, що поєднує економічні, соціальні та культурні функції. Її ефективність залежатиме від здатності сторін до стратегічного мислення, взаємної довіри та адаптації до нових умов. У цьому процесі мистецтво виступає не лише як сфера творчості, але як активний агент трансформації суспільства та економіки.

Багатовимірна модель співробітництва бізнесу та митців в Україні, попри значний потенціал, містить низку проблемних зон, що можуть ускладнювати її сталий розвиток. Однією з ключових є асиметрія інтересів між сторонами: бізнес орієнтований на прибутковість, вимірювані результати та швидку окупність інвестицій, тоді як мистецтво функціонує у площині символічного виробництва, довготривалого ефекту та критичного висловлювання. Ця різниця породжує ризик інструменталізації мистецтва, коли воно редукується до маркетингового ресурсу, втрачаючи автономію.

Другою проблемною зоною є недостатній рівень інституційної зрілості культурного сектору. Відсутність усталених механізмів посередництва між митцями та бізнесом, слабкість професійних асоціацій і нестача прозорих



правил гри ускладнюють формування довгострокових партнерств. Це призводить до ситуативності співпраці та домінування короткострокових проєктів над стратегічними програмами.

Суттєвим викликом є також дисбаланс у розподілі ресурсів і доступу до співпраці. Великі компанії, як правило, взаємодіють із вже відомими митцями або інституціями, тоді як незалежні, регіональні чи експериментальні практики залишаються маргіналізованими. Це створює нерівність у культурному полі та обмежує інноваційний потенціал мистецького середовища.

Ще однією проблемою виступає невизначеність правового регулювання у сфері креативних індустрій. Недосконалість законодавства щодо авторського права, меценатства, податкових стимулів для культурних інвестицій стримує активність бізнесу та підвищує ризики для митців. У таких умовах співпраця часто відбувається в напівформальному полі, що знижує її ефективність і прозорість. Конфлікт цінностей також є важливою проблемною зоною. Мистецтво, особливо критичне або політично ангажоване, може вступати в суперечність із корпоративною етикою або репутаційними інтересами бізнесу. Це обмежує спектр тем і форм висловлювання, які підтримуються, і може призводити до самоцензури з боку митців.

У цифровому вимірі виникають додаткові виклики, пов'язані з комодифікацією культурного продукту та залежністю від платформ. Бізнес часто диктує алгоритмічні та ринкові логіки, що впливають на зміст і форму мистецьких практик. У результаті відбувається стандартизація контенту та зниження його критичного потенціалу.

Освітній і кадровий розрив також ускладнює співробітництво. Брак фахівців, які одночасно розуміють логіку мистецького виробництва і бізнес-процеси, обмежує можливості для ефективної комунікації та управління спільними проєктами. Це призводить до непорозумінь, неефективного планування та втрати ресурсів.

Нарешті, поствоєнний контекст додає специфічних ризиків, пов'язаних із економічною нестабільністю, пріоритетністю відбудови базової інфраструктури та психологічними травмами суспільства. У таких умовах інвестиції в культуру можуть сприйматись як другорядні, що знижує інтенсивність співпраці. Водночас саме ці обставини вимагають переосмислення ролі мистецтва і бізнесу як спільних агентів соціального відновлення, що робить подолання зазначених проблем ключовим завданням для майбутнього розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. <https://www.ukrinform.ua/rubric-culture/4102430-za-programou-vlasna-sprava-vze-vidali-grantiv-na-80-miljoniv-minkult.html>



2. <https://www.ksada.org/informacziyno-osvitnya-zustrich-kreatyvna-yeuropa-v-hdadm/>
3. <https://www.ksada.org/v-hdadm-vidbuvsya-kruglyj-stil-dialog-vlady-ta-biznesu/>

УДК 009:168.522

Олександр АФАНАСЬЄВ,
*доктор філософських наук, професор,
професор кафедри філософії, історії та політології,
Національний університет «Одеська політехніка»,
м. Одеса, Україна*

МІСЬКИЙ ПРОСТІР ЯК КУЛЬТУРНЕ СЕРЕДОВИЩЕ

У сучасному світі культура все більше інтегрується в усі соціальні процеси, стаючи важливим фактором сталого розвитку. Вона не лише формує цінності та світогляд громадян, а й сприяє розвитку креативної економіки, екосистем, прогресивним трансформаціям. Особливе значення набуває міський простір як найважливіший культурний осередок.

Розвинене культурне середовище сприяє залученню туристів, створенню нових робочих місць, розвитку малого бізнесу та покращенню якості життя населення. В умовах глобалізації та урбанізації культура міського простору може стати потужним ресурсом для збереження самобутності і всебічного розвитку.

Може здатися, що, в умовах війни, коли руйнуються інфраструктурні об'єкти, культурні і житлові споруди, розвиток культурного середовища міста не є актуальним завданням. Але це лише на перший погляд.

Війна не є вічним явищем. Заздалегідь треба бути готовим до відродження не тільки зруйнованих, але й занедбаних об'єктів і територій, бо поспіх в цьому питанні, як правило, дає половинчасті рішення і накопичує проблеми. Зрозуміло, що державне фінансування, закордонні інвестиції, резерви малого і середнього бізнесу будуть задіяні у великих масштабах. Але ключовим є питання про першочергові завдання і їхню послідовність. З точки зору бізнесу пріоритетом має бути швидкий і максимальний прибуток. Саме тут потрібен чіткий план відновлення, щоб інтереси прибутку і першочергових завдань не перекреслили культурну складову навколишнього середовища [1]. Адже, коли на місці зруйнованого або занедбаного старовинного будинку швидко виросте величезний житловий комплекс, то це буде доробком чи втратою? З огляду на першочергові завдання, це доробок. Але з огляду на перспективу, це величезна втрата. Бо дисгармонія навколишнього середовища, архітектурний дисбаланс, зневага до естетизації будуть дорого коштувати в



культурному сенсі. Навіть в умовах ринкової економіки традиційні і новітні культурні заходи не повинні поступатися місцем розважальним чи іншим форматам, що орієнтовані лише на прибуток.

Крім того, навіть під час війни не можна забувати про культурне середовище. Це стосується багатьох складових, насамперед, меморіалізації. Загалом меморіалізація – це процес збереження історичної пам'яті шляхом створення пам'ятників, меморіальних комплексів, музеїв, встановлення меморіальних дошок і проведення пам'ятних заходів. Це важлива складова розвитку культурного середовища, оскільки вона сприяє збереженню історичної свідомості та формуванню національної ідентичності [3]. Цей процес актуалізує політика деколонізації, декомунізації та сучасна гібридна війна: як вшановувати героїв, які вулиці і як перейменовувати, які культурні споруди минулого зберігати тощо. Тут не завжди вдається віднайти баланс між емоціями і розумом, історичною наукою і історичною пам'яттю, між державними інтересами, ідеологічними чинниками, рішеннями місцевих органів і прагненнями громадян.

Очевидно, що для вирішення таких питань треба застосовувати широке громадське обговорення і залучати різноманітних спеціалістів. В цьому контексті важливо створення та підтримка меморіальних об'єктів, зокрема пам'ятників видатним діячам, меморіалів жертвам війни та репресій, популяризація історичних подій, зокрема проведення історичних реконструкцій, лекцій, тематичних виставок, збереження архівних матеріалів, в тому числі оцифрування документів, доступ до історичних джерел, залучення громадян до процесу вшанування історії, як то волонтерські ініціативи, громадські проекти з реставрації пам'яток тощо.

Меморіалізація є особливо важливою у країнах, що пережили складні історичні періоди. Вона допомагає громадянам осмислити минуле, зробити висновки для майбутнього та уникнути повторення трагічних подій.

Вітчизняна та зарубіжна практика розробила чимало форм і методів розробки і розвитку культурного середовища [1]. Серед них і програми підтримки громадських ініціатив, що сприяють розвитку культурного простору, і інтеграція культури у міське середовище шляхом впровадження елементів урбаністичної культури через стріт-арт, відкриті сцени, парки культури тощо, і популяризація національної і місцевої культурної спадщини шляхом організації свят, фестивалів, виставок, що відображають традиції регіону, і створення умов для розвитку креативної економіки шляхом сприяння розвитку арт-просторів, креативних хабів, студій дизайну та інших сфер, що поєднують культуру та бізнес, і організація партисипативних бюджетів, які дозволяють жителям самостійно визначати, на які культурні ініціативи спрямовувати частину місцевого бюджету, і організація відкритих конкурсів грантів, що стимулюють активність громадян та сприяють реалізації новаторських проектів у сфері



культури, і створення культурно-туристичних кластерів заради поєднання культури та туризму, що сприяє економічному розвитку та популяризації місцевої спадщини, і залучення приватного сектору до фінансування культурних проєктів через державно-приватне партнерство. Для успішної реалізації культурної політики важливо враховувати інтереси громади та використовувати сучасні підходи до розвитку культури. Тільки так можна створити міцний фундамент для гармонійного розвитку міського середовища.

Цікавими є новітні форми і методи розвитку культурного середовища: онлайн-платформи, віртуальні музеї, цифрові виставки та культурні сервіси, які значно розширюють доступ до культурного продукту. Звісно, треба залучати міжнародні гранти та партнерів. Участь у міжнародних культурних програмах дозволяє отримати фінансову підтримку та обмінятися досвідом. Важливо також стимулювати різні культурні підприємництва, зокрема впроваджувати підтримку стартапів з їхньою інноваційністю, вмінням працювати в умовах невизначеності, потенціалом швидкого масштабування. Очевидно, що розширення сфери креативних індустрій при екологічному контролі, сприяє і економічному, і культурному розвитку міського середовища.

Досі не достатньо враховується роль митців у розвитку культурного середовища. Між тим, художники є одними з головних творців культурного простору, адже саме вони формують візуальну культуру громади, створюють мистецькі твори, що відображають її унікальну ідентичність, а також впливають на суспільну свідомість [2]. Завдяки художникам створюються мурали, скульптури, інсталяції, що роблять простір більш привабливим, естетично довершеним і комфортним для жителів та туристів. Художні твори можуть відображати важливі історичні події, національні традиції та символи, що сприяє збереженню культурної спадщини. Митці експериментують із новими формами вираження, що дозволяє розширювати культурний простір громади та робити його більш динамічним. Через мистецькі події, воркшопи, виставки художники сприяють активній участі мешканців у культурному житті громади. Картини, графіті, інтерактивні інсталяції можуть порушувати важливі соціальні теми та стимулювати суспільний діалог.

Одне з найголовніших питань, яке потрібно вирішити – це подолання шкідливого і небезпечного стереотипу, згідно яким культура вважається далеко не першочерговим завданням, завдяки чому культурна сфера часто отримує обмежене фінансування, що не дозволяє реалізовувати масштабні проєкти або модернізувати культурні заклади. Без подолання цього стереотипу розвиток культурного середовища неможливий.



ЛІТЕРАТУРА

1. Афанасьєв О. Органи місцевого самоврядування і культурне середовище // Місцеве самоврядування: вітчизняний і європейський досвід: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю (м. Полтава, 27 лютого 2025 р.). Полтава : ПДАУ, 2025. 310 с. С.75-78 URL: <https://www.pdau.edu.ua/sites/default/files/node/2908/zbirnyk-konferenciyi-misceve-samovryaduvannya-2025.pdf> .

URI : <http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/15069>

2. Афанасьєв О. Художня творчість і наукове дослідження // Δόξα / Докса. Збірник наукових праць з філософії та філології. Вип. 1(41). Креативні індустрії в сучасній культурі. Одеса : Акваторія, 2024. 232 с. С.8-16. URL: <http://doksa.onu.edu.ua/issue/view/18586>

URI: <http://dspace.opu.ua/jspui/handle/123456789/14805>

3. 10 принципів меморіалізації. Якою може бути пам'ять про війну // Український інститут національної пам'яті. URL: <https://uinp.gov.ua/memorializaciya/9-pryncypiv-memorializaciyi-yakoju-mozhe-butu-pamyat-pro-viynu>

УДК 7.05:659.1(477.83-25)«18/19»

Ігор ГОЛУБ,

*ст. викл., голова циклової комісії спеціальності «Дизайн»
ЗП(ПТ)О «Львівський професійний коледж
прикладного мистецтва та дизайну»,
ст. викл. кафедри дизайну та основ архітектури
НУ «Львівська політехніка» (Львів, Україна)*

РЕКЛАМНІ ВИВІСКИ ЛЬВОВА ПЕРІОДУ СЕЦЕСІЇ: ХУДОЖНЬО-ЕСТЕТИЧНИЙ ТА ПОЛІКУЛЬТУРНИЙ ВИМІР

Анотація. У статті досліджено рекламні вивіски Львова кінця ХІХ – початку ХХ століття як складову урбаністичного середовища доби сецесії. Розглянуто їхню художню мову, матеріали, типологію та зв'язок із архітектурою фасадів, а також окреслено полікультурний контекст формування візуальної культури міста. Узагальнено напрацювання українських та іноземних дослідників у сфері історії реклами, графічного дизайну, архітектури та декоративно-ужиткового мистецтва.

Результати дослідження. Кінець ХІХ – початок ХХ століття у Львові позначений активним розвитком стилю сецесії (Art Nouveau), який охопив не



лише архітектуру, а й усі сфери візуальної культури міста: від меблів до поліграфії та реклами. Вивіски, вітрини, афіші та декоративні елементи фасадів стали важливими складниками цілісного художнього середовища.

Як зазначають дослідники, сецесія у Львові формувалася як синтез архітектури, декоративного мистецтва та урбаністики, де реклама і вивіски відігравали важливу роль у формуванні образу міста [1; 2]. До прикладу «Випускники львівської архітектурної школи, які творили сецесійний Львів, були за інспіровані творчістю лідера віденської сецесії Отто Вагнера, але одночасно шукали власний архітектурний почерк, базований на синтезі декоративних мистецтв, а й архітектури та традиціях мультикультурного Львова. Українець Іван Левинський мотиви та засади народного дерев'яного зодчества Карпат трансформував у великоміське будівництво, відобразивши у формі дахів, що нагадували дерев'яні церкви, кольористиці та орнаментиці керамічного і ковальського декору фасадів, які почерпнув з народної творчості майстрів Гуцульщини» [2].



Фото Бюро спадщини

Історичні передумови які впливали на формування вивісок у Львові мають давнє коріння — ще з середньовіччя використовувалися символічні знаки (леви, грона винограду, ключі), що позначали функцію закладу. Вони були зрозумілими навіть для неписьменного населення [3].



Grapes marked the entrances to restaurants:



Emblem of a tailor's workshop on a building on Rynok Square:



фото з блогу «Тіні забутої Галичини» / Forgotten Galicia

У період модернізації міста наприкінці ХІХ ст. ці знаки трансформуються у складні композиції з написами, декоративними шрифтами та художнім оформленням. Саме в добу сецесії відбувається перехід від ремісничих емблем до професійного рекламного дизайну. Рекламні вивіски Львова цього періоду характеризуються:

Органічною єдністю з архітектурою. Майстри інтегрували вивіски у фасад як частину композиції: розташовувалися у фризах, над порталами, у вітринах. Вони не були випадковими елементами, а підпорядковувалися загальній стилістиці будівлі.

Орнаментальністю та природними мотивами. Сецесійні вивіски наслідували загальні принципи стилю – це і рослинні орнаменти, хвилясті лінії, асиметрія, декоративні шрифти. Це відповідає загальним рисам Art Nouveau, що базувався на природних формах і декоративності [2].

Шрифти ставали ключовим художнім елементом. Типографіку характеризували як мистецтво, де ми можемо спостерігати індивідуально розроблені літери, каліграфічні написи, використання латиниці, кирилиці, німецької.

Полікультурність рекламного середовища Львова варто розглядати як мультикультурне місто у складі Австро-Угорської імперії, що безпосередньо вплинуло на характер вивісок. Першочергово це – **мовна різноманітність**. Адже на вивісках використовувалися: польська, німецька, українська, ідиш. Це відображало соціальну структуру міста та основних мешканців. Дослідники підкреслюють, що львівська сецесія була синтетичним явищем, що поєднувало різні етнокультурні традиції [4]. Зокрема, були **стилістичні впливи** віденської сецесії, польської «закопанської» традиції, українських народних мотивів, єврейської декоративної культури.



Типологію рекламних вивісок можна класифікувати за призначенням:

- **крамниці та пасажі** (металеві та емальовані таблички, розписані вітрини, об'ємні літери);
- **кав'ярні та ресторани** (вивіски часто поєднувалися з вітражами, декоративним склом, світловими елементами);
- **кінотеатри та театри** (з'являються афішні системи, великі шрифтові композиції, плакати).

Відшукати з літературних джерел відомості про конкретних майстрів та виробництво саме рекламних вивісок доволі складно. Проте важливу роль відігравали фабрики та майстерні, пов'язані з архітекторами (наприклад, Іван Левинський), які виготовляли декоративні елементи, включаючи метал і кераміку для фасадів [2]. Вивіски часто замовлялися або виконувалися за зразками Відня, Кракова, Парижа, Мілана. Наприклад, «Віденські майстерні» (нім. Wiener Werkstätte) – це об'єднання архітекторів, художників, ремісників і комерсантів, засноване в 1903 році у Відні сецесійними художниками Йозефом Хоффманом і Коломаном Мозером за участю заможного банкіра Фріца Верндорфера. Основною метою цього об'єднання було «заохочення і координація співробітництва промисловців, художників і торговців для успішного виробництва і збуту творів художніх ремесел (Kunstgewerbe)».

Вивіска того часу є **частиною урбаністичної ідентичності**, адже реклама виконувала не лише комерційну функцію, а й впливала на формування образу міста, створювали «візуальну мову» простору, підкреслювали статус закладу. А над концепцією працювали ремісники (ковалі, емальєри, різьбярі, художники-шрифтовики).

Сучасні дослідження наголошують, що надмірна реклама порушує історичне середовище, тоді як історичні вивіски гармонійно інтегрувалися в архітектуру [5].

Висновки. Рекламні вивіски Львова періоду сецесії є унікальним явищем на перетині мистецтва, дизайну та урбаністики. Вони відображають синтез мистецтв (поєднання архітектури, графіки та ремесел). Вивіски є свідченням полікультурності міста та демонструють високий рівень художнього мислення, формують історичну ідентичність міського середовища. Подальші дослідження потребують глибшого аналізу конкретних збережених зразків та архівних матеріалів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ар Нуво у Львові. Ресурс культурної спадщини. URL: <https://spadshchyna.lviv.ua/art-nouveau-heritage-in-lviv/>
2. Стиль Сецесії у Львові. URL: <https://spadshchyna.lviv.ua/seczesiya-u-lvovi/>



3. Medieval Signage in Lviv. URL: <https://forgottengalicia.com/medieval-signage-lviv/>
 4. Secesja Lwowska <https://lia.lvivcenter.org/pl/themes/secession-city/>
 5. У Львові розпочався волонтерський табір «Архітектура львівської сецесії – дослідження». URL: <https://spadshchyna.lviv.ua/u-lvovi-rozпочavsya-volonterskyj-tabir-arhitektura-lvivskoyi-seczesiyi-doslidzhennya/>
 6. Mańkowski T. Dawny Lwów : jego sztuka i kultura artystyczna. URL: <https://polona.pl/item-view/0e831c20-bff5-4968-be79-4c4454f762f4?page=0>
-

УДК 7;316.42(062.552)

Ігор ЖУКОВ

старший викладач кафедри «Дизайн»

Херсонського національного технічного університету,

м. Хмельницький

ІНТЕР'ЄР ЯК ПРИНЦИП СОЦІАЛЬНОГО КУЛЬТУ САМОІЗОЛЯЦІЇ

Анотація

У роботі здійснено комплексний аналіз інтер'єру як соціокультурного феномена, що в сучасних умовах набуває функції формування та закріплення культу самоізоляції. Інтер'єр розглядається не лише як результат дизайнерської діяльності, а як активний медіатор між індивідом і суспільством, що програмує поведінкові сценарії, трансформує уявлення про приватність та змінює характер соціальної взаємодії у суспільстві. Особлива увага приділяється житловому інтер'єру як ключовому простору інтимізації та автономізації особистості в часи війни та цифровізації суспільства. Дослідження базується на міждисциплінарному підході, що поєднує теорію дизайну, соціальну філософію та психологію середовища.

Ключові слова: інтер'єр, самоізоляція, культ, приватність, дизайн середовища, житловий простір, соціальна дистанція.

Вступ

Упродовж останніх десятиліть інтер'єр перестав бути лише утилітарно-естетичним середовищем, покликаним забезпечити комфорт і функціональність повсякденного життя. Він дедалі частіше постає як складна соціокультурна конструкція, що формує цінності, регламентує поведінку та впливає на способи соціальної взаємодії індивіда з оточуючим його суспільством. Особливо показовим є зростання ролі інтер'єру в контексті феномена самоізоляції, яка з тимчасової вимушеної практики перетворюється на стійку соціальну модель.



Пандемічний досвід, розвиток дистанційної праці, цифрових комунікацій та сервісів доставки призвели до радикального переосмислення простору дому. Житловий інтер'єр почав виконувати функції, раніше притаманні публічним і напівпублічним просторам: офісу, навчальної аудиторії, культурного майданчика, місця соціальної взаємодії. Унаслідок цього формується нова ідеологія простору, в основі якої лежить культ усамітнення, автономії та контрольованої соціальної дистанції.

Метою цієї статті є аналіз інтер'єру як принципу формування соціального культу самоізоляції та виявлення дизайнерських механізмів, за допомогою яких простір стає інструментом інтимізації та ізоляції індивіда.

У філософії та соціальній теорії простір давно розглядається як продукт соціальних відносин. Анрі Лефевр наголошував, що простір не є нейтральною оболонкою, а формується та відтворюється через форми, символи й ідеології. У цьому контексті інтер'єр можна трактувати як концентровану форму соціального простору, де найбільш явно проявляються культурні установки та поведінкові норми.

П'єр Бурдьє у своїй теорії смаку та символічного капіталу показує, що матеріальне середовище є засобом соціальної диференціації. Інтер'єр, зокрема житловий, стає маркером ідентичності та способом дистанціювання — не лише соціального, а й фізичного. Таким чином, простір інтер'єру виконує функцію фільтра, що відокремлює «своє» від «чужого».

У контексті сучасності ці ідеї набувають нового звучання. Інтер'єр дедалі частіше проєктується як замкнена система, орієнтована на внутрішні потреби індивіда та мінімізацію зовнішніх контактів.

Самоізоляція стає соціальним-культурним культом — а саме системою дій, символів і цінностей, що набувають нормативного характеру. Самоізоляція в сучасному суспільстві перестає бути винятком або кризовим станом і поступово стає соціально схвалюваною моделлю поведінки.

Культ самоізоляції ґрунтується на таких цінностях, як безпека, контроль, комфорт, індивідуальність і автономія. Інтер'єр у цьому контексті виконує роль матеріального втілення цих цінностей. Простір організовується таким чином, щоб мінімізувати необхідність виходу назовні та забезпечити повний спектр життєвих функцій усередині замкненого середовища.

Інтер'єр як інструмент інтимізації та ізоляції

Однією з ключових тенденцій сучасного дизайну інтер'єру є інтимізація простору. Вона проявляється у зменшенні масштабів приміщень, використанні м'яких фактур, приглушеного освітлення, акустичної ізоляції та чіткого зонування. Такі рішення створюють відчуття захищеності та відокремленості від зовнішнього світу.

Інтер'єр починає функціонувати як своєрідна «капсула», в якій людина може існувати автономно. Ця капсульність не лише фізична, а й психологічна:



простір сприяє концентрації на власному «я» та зменшенню потреби в безпосередній соціальній взаємодії.

Проведемо аналіз житлових інтер'єрів

1. Житло як багатофункціональна капсула

Сучасні квартири все частіше проєктуються як універсальні простори, здатні трансформуватися відповідно до різних сценаріїв використання. Робоча зона інтегрується в житлове, спальня поєднується з місцем для відпочинку та медіаспоживання, кухня стає простором не лише для приготування їжі, а й для комунікації в онлайн-форматі. Такі інтер'єри характеризуються мобільними перегородками, трансформованими меблями та мінімалістичною естетикою, що підкреслює замкненість і самодостатність простору.

2. Інтер'єр і дистанційна робота

Поява домашніх офісів є одним із найяскравіших проявів культу самоізоляції. Робочий простір у межах житла проєктується з урахуванням акустичної ізоляції, нейтрального візуального фону та технологічної оснащеності. Це сприяє повному перенесенню професійної діяльності в межі приватного простору.

У сучасних житлових інтер'єрах простежується тенденція до використання природних матеріалів, приглушених кольорів і тактильних поверхонь. Така естетика створює атмосферу спокою та самозосередженості, підсилюючи відчуття ізоляції як позитивного стану.

Соціальні та професійні наслідки для дизайну

Формування культу самоізоляції ставить перед дизайнерами нові етичні та професійні виклики. З одного боку, інтер'єр має відповідати запиту на комфорт і безпеку, з іншого — існує ризик подальшої відриву людини від суспільства та втрати публічних форм взаємодії.

Дизайнер у цьому контексті виступає не лише як творець форми, а як агент соціального впливу, відповідальний за баланс між індивідуальною автономією та соціальною відкритістю.

Висновки

У результаті дослідження встановлено, що сучасний інтер'єр є активним чинником формування соціального культу самоізоляції. Через просторові, естетичні та функціональні рішення він програмує нові моделі поведінки, сприяє інтимізації та автономізації особистості. Житловий інтер'єр перетворюється на самодостатній світ, у межах якого індивід може існувати з мінімальною потребою у фізичному соціальному контакті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Lefebvre H. *The Production of Space*. Oxford: Blackwell, 1991.
2. Bourdieu P. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge, 1984.



УДК 747.012:7.038.6

Марія ІВАНОВА

здобувачка I курсу другого (магістерського) рівня
Херсонський національний технічний університет
науковий керівник:

Анна БІЛИК

кандидат мистецтвознавства,
доцент кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет
ORCID: 0000-0001-9608-5130

МУЛЬТИКУЛЬТУРНА СИНЕРГІЯ ТРАДИЦІЙ JAPANDI У СУЧАСНОМУ ІНТЕР'ЄРІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДЕКОРУВАННЯ

Розвитку сучасного суспільства притаманні процеси глобалізації та культурного обміну, що сприяє формуванню мультикультурного середовища, де мистецтво та дизайн все частіше відображають взаємодію різних традицій, інтегруючи накопичений людством досвід. У дизайнерській практиці спостерігається зростання інтересу до мультикультуралізму як феномену, що відкриває можливості для створення гармонійних просторів. Синтез різних естетичних підходів сприяє формуванню універсальної мови дизайну. Яскравим прикладом такої інтеграції є стиль **Japandi**.

Стиль **Japandi** репрезентує синергію двох традицій, а саме японського мінімалізму та скандинавського затишку. Японський дизайн ґрунтується на естетичній концепції *wabi-sabi* й акцентує увагу на простоті та природності. Водночас скандинавський підхід привносить відчуття тепла й практичності та базується на концепції *hygge* [1].

Матеріалами, які цінують Japandi є японські породи дерев, як бамбук, у поєднанні зі скандинавським дубом, які підкреслюють органічність. Також вживається камінь, як граніт і мрамур, керамічні вироби з природніх глин. Значущим композиційним елементом є флора, наприклад, сакура та сансев'єрія. Баланс світлих скандинавських тонів із контрастними деревними або чорними акцентами Японії [2].

Японський і скандинавський стиль базуються на принципах функціональності та екологічності. Лаконічні меблі з натуральних матеріалів, підкреслюють прагнення до раціонального використання простору. Вони характеризуються низькими формами й ергономічністю [3]. Характерними



японськими особливостями декорування є низькопрофільні меблі, такі як пуфи, журнальні столики, килими, футони та мати-татамі; зелень, а саме ікебани, сади цибоніва та інші окремі рослини; освітленням слугують лампи з рисового паперу, дерев'яні світильники, розсувні двері та ширми сьодзі; додатковим декором є орнаменти японської каліграфії. Характерними скандинавськими ознаками стилю Japandi є фурнітура з ротангу; багатофункціональні меблі для зберігання; полиці; лінійні малюнки; м'які вироби з текстилю; кераміка; зелень; просторе середовище; природне освітлення.

Прикладом реалізації є роботи дизайнерки Лілі Грін (рис. 1). У своїх проєктах вона інтегрує елементи японської естетики, зокрема каліграфічні орнаменти, низькопрофільні меблі та паперові світильники, скандинавський підхід відображається через кераміку та природним освітленням простору.



Рис.1. проєкти Лілі Грін (2024-2025)

Отже, дослідження мультикультурного стилю **Japandi** дає можливість простежити процес взаємодії різних культурних естетик, а також підкреслити значення натуральних матеріалів та особливості декору у формуванні новітніх підходів до організації житлового простору.

ЛІТЕРАТУРА

1. Margarita Bravo. Cultural Interior Design: A Fusion of Global Aesthetics. URL: <https://www.margaritabravo.com/blog/cultural-interior-design-a-fusion-of-global-aesthetics>.<https://www.margaritabravo.com/cultural-interior-design-a-fusion-of-global-aesthetics>
2. 士Japandi Color Scheme工業株式会社. Japandi Color Scheme. 2025. URL: <https://global.fujioh.com/japandicolorscheme/>
3. An Exploration of Japanese Materials: The Beauty of Natural Imperfection. URL: <https://www.shopjapandi.com/blogs/design/japandimaterials/>

УДК 7.038.53:004.032.6

Оксана КУЗНЯК
викладач-стажист кафедри дизайну,
Херсонський національний технічний університет



МУЛЬТИМЕДІЙНІ ІНСТАЛЯЦІЇ ЯК ПРОСТІР СПІВТВОРЧОСТІ: ЗМІНА РОЛІ АВТОРА І ГЛЯДАЧА В УМОВАХ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРИЙ

Анотація.

У роботі розглянуто мультимедійні інсталяції як простір співтворчості в умовах розвитку креативних індустрій. Проаналізовано трансформацію ролей автора і глядача в інтерактивному мистецтві, зумовлену впливом цифрових технологій та імерсивних практик. Визначено особливості взаємодії мистецтва з бізнесом, освітою та індустрією розваг. Окрему увагу приділено функціонуванню мультимедійних інсталяцій в умовах воєнного стану в Україні, їхній ролі в соціальній комунікації, колективній рефлексії та психологічній підтримці. Окреслено основні проблеми та перспективи розвитку інтерактивних художніх практик у сучасному культурному середовищі.

Підкреслено значення міждисциплінарного підходу у створенні мультимедійних проєктів, що поєднують мистецтво, технології та комунікацію. Акцентовано на зростанні ролі досвіду як ключового чинника взаємодії з аудиторією.

Ключові слова: мультимедійні інсталяції, співтворчість, глядач, автор, медіамистецтво, цифрові технології, інтерактивність, індустрії розваг, креативні індустрії, бізнес.

Стрімкий розвиток цифрових технологій і соціокультурні зміни в умовах глобалізованого світу зумовлюють глибокі трансформації сучасного мистецтва. Провідні наукові дослідження дедалі частіше фокусуються як на аналізі технологічних особливостей інтерактивних практик, так і на вивченні їхнього впливу на культурні та суспільні процеси. Дослідники Є. Маловічко та В. Харченко (2023) розглядають медіамистецтво крізь призму цифрових інтерфейсів, що забезпечують активну дію глядача з художнім простором.

Дослідження доводять, що використання AR-технологій дає змогу створити емоційно адаптивне мистецьке середовище, здатне посилювати комунікативну складову культурного процесу. Водночас результати цих досліджень активно застосовуються у бізнесі, освіті та розважальній індустрії для розробки інноваційних продуктів, комунікаційних стратегій та інтерактивних рішень. Отже, мистецтво дедалі більше постає як міждисциплінарна сфера, що функціонує на перетині різних галузей і відіграє важливу роль у формуванні сучасного культурного та соціального середовища.

Як зазначає Олівер Грау у праці *Virtual Art: From Illusion to Immersion* (MIT Press, 2003), нові медіа створюють віртуальну реальність, що повністю занурює глядача в ілюзорний світ. На його думку, найяскравішим прикладом є комп'ютерні ігри, які мають значний маніпулятивний потенціал і можуть бути



використані як у навчальних, так і в деструктивних цілях. (Grau, Oliver. *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. MIT Press, 2003.).

На відміну від традиційних мистецьких практик, мультимедійні інсталяції працюють не лише з матеріальними об'єктами та статичними формами, а й з динамікою простору й часу, що суттєво змінює характер художнього досвіду. Це впливає на спосіб художньої комунікації, та змінює ролі автора і глядача в умовах цифровізації та розвитку креативних індустрій. Основні відмінності порівняльного аналізу традиційного та інтерактивного мистецтва, а також їхньої взаємодії з бізнесом подано в таблиці.

Таблиця 1.

Порівняльний аналіз традиційного та інтерактивного мистецтва та їх взаємодії з бізнесом

Критерії порівняння	Традиційне мистецтво	Інтерактивне мистецтво	Взаємодія з бізнесом
Художня форма	Статична, завершена форма	Динамічна, змінна, процесуальна	Орієнтація на досвід (experience-based продукт), створення іммерсивних форматів для споживача
Матеріальність	Фізичні об'єкти (полотно, скульптура, графіка)	Поєднання матеріальних і цифрових компонентів (проекції, сенсори, AR/VR)	Використання digital-рішень у маркетингу (інтерактивні стенди, AR-реклама, брендові інсталяції)
Часовий вимір	Переважно позачасовий, фіксований момент	Час як ключовий елемент (зміни в реальному часі, реакція на дії)	Актуалізація контенту під події, кампанії, реакція на аудиторію в режимі реального часу
Простір	Локалізований, обмежений (галерея, музей)	Розширений, гібридний (фізичний + цифровий), можливість дистанційної участі	Інтеграція у публічні, комерційні та онлайн-простори (ТРЦ, виставки, івенти, цифрові платформи)
Роль автора	Центральна, домінуюча	Автор як ініціатор середовища та сценарію взаємодії	Співпраця з брендами, робота в міждисциплінарних командах (дизайнери, розробники, маркетологи)
Роль глядача	Пасивний спостерігач	Активний учасник, співтворець досвіду	Користувач/споживач як співучасник брендової комунікації
Комунікація	Одностороння	Діалогічна, мережева, інтерактивна	Інтерактивна комунікація бренду з аудиторією, залучення (engagement)
Сприйняття твору	Інтерпретація завершеного образу	Формування досвіду в процесі взаємодії	Формування емоційного зв'язку з брендом через досвід
Технологічна складова	Допоміжна або відсутня	Ключова (цифрові платформи, інтерактивні системи)	Інструмент інновацій, конкурентної переваги бізнесу
Варіативність твору	Фіксований результат	Змінний, залежний від участі користувача	Персоналізація контенту під користувача
Емоційний	Через образ, символіку	Через занурення,	Емоційний



Продовження таблиці 1.

вплив		взаємодію, ефект присутності	маркетинг, сторітелінг, бренд-досвід
Контекст функціонування	Культурно-естетичний простір	Міждисциплінарний (культура, технології, соціальні практики)	Частина креативних індустрій і економіки досвіду
Функціонування в умовах воєнного стану	Обмежене фізичним доступом до просторів; ускладнена експозиційна діяльність; акцент на збереженні культурної спадщини	Гнучке й адаптивне: дистанційна участь, онлайн-експозиції; засіб документування, комунікації та рефлексії.	Перехід у digital, підтримка соціальних ініціатив, використання мистецтва в комунікації кризових меседжів
Основні виклики в умовах війни	Руйнування інфраструктури, обмежений доступ до аудиторії, ризики втрати творів	Технічні обмеження, нестабільність умов і потреба швидкої адаптації.	Скорочення бюджетів, зміна пріоритетів, необхідність соціально відповідальної комунікації

Подальший розвиток мультимедійних інсталяцій пов'язаний із розширенням технологічних можливостей і зростанням ролі досвіду як ключового продукту креативних індустрій. У цьому контексті інтерактивні художні практики орієнтуються не лише на естетичний результат, а й на формування унікального користувачького досвіду, що виникає в процесі взаємодії. За таких умов художній проєкт функціонує як відкрита система, у межах якої значення формується через активну участь аудиторії.

В умовах воєнного стану в Україні мультимедійні інсталяції набувають додаткового соціального та комунікативного значення. Вони використовуються як інструмент фіксації колективного досвіду, репрезентації травматичних подій, а також як засіб психологічної підтримки та консолідації суспільства. Водночас розвиток цього напрямку супроводжується низкою викликів, серед яких — обмежений доступ до технічних ресурсів, нестабільність енергетичної та цифрової інфраструктури, а також необхідність швидкої адаптації мистецьких практик до змінних умов. Незважаючи на це, саме гнучкість і технологічна адаптивність інтерактивного мистецтва забезпечують його життєздатність і актуальність у кризових обставинах.

Окрім того, важливим є зростання ролі співпраці між митцями, технологіями та представниками бізнесу. У межах креативних індустрій мультимедійні інсталяції дедалі частіше інтегруються у комунікаційні стратегії брендів, виставкові простори, освітні проєкти та цифрові платформи. Це сприяє формуванню нових моделей взаємодії між культурною та економічною сферами, де мистецький продукт виступає не лише об'єктом естетичного сприйняття, а й інструментом залучення, комунікації та створення цінності.

Отже, мультимедійні інсталяції відображають новий етап розвитку мистецьких практик, що базується на інтерактивності, міждисциплінарності та орієнтації на досвід. Вони трансформують ролі автора і глядача, формуючи



модель співтворчості. В умовах креативних індустрій і воєнного стану такі практики набувають важливого соціального та комунікативного значення, демонструючи високий потенціал адаптації та подальшого розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Маловічко Є., Харченко В. Інтерактивне мистецтво: мультисценарні AR-технології на підставі аналізу емоційного стану. Системи управління, навігації та зв'язку. 2023. Т. 2, № 72. С. 125–130. DOI: <https://doi.org/10.26906/sunz.2023.2.125>.

2. Grau, Oliver. *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. MIT Press, 2003.

3.

<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0-%D0%BC%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%BE>

4. Волинець В. О. Інтеграція віртуальної та доповненої реальності у мистецтво. *Культура і сучасність: альманах*. 2021. № 1. С. 9–16. URL: <https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3530/ИНТЕГРА%20ВИПУАЛЬНОЇ%20ТА%20ДОПОВНЕНОЇ%20РЕАЛЬНОСТІ.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 16.04.2025).

5. Колесник Н. Використання цифрових технологій та штучного інтелекту в мистецькому просторі. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : зб. матеріалів VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 25 квіт. 2024) Київ, 2024. С. 95–97. URL: eprints.zu.edu.ua/40841/1/Том%20_2024-95-97.pdf (дата звернення: 16.04.2025).*

6. Потапенко М. В., Демиденко О. І., Потапенко Г. М. Використання цифрових інтерактивних технологій в освітньому середовищі спеціальності 022 дизайн. *Ukrainian art discourse*. 2023. № 3. С. 85–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/uad.2023.3.11>.

УДК 711.168:711.55

Романа КЮНЦЛІ,

*доктор мистецтвознавства, професор кафедри архітектури,
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені Степана Гжицького, м. Львів, Україна*

Андрій СТЕПАНЮК,

*кандидат архітектури, доцент кафедри архітектури,
Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
імені Степана Гжицького, м. Львів, Україна*



ПРОБЛЕМИ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ПЛОЩ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Трансформація міських площ, що тривалий період функціонували переважно як транспортні вузли або простори тимчасового зберігання автотранспорту, у повноцінні багатофункціональні громадські середовища є однією з ключових тенденцій сучасного урбаністичного розвитку. Цей процес відображає глибинну зміну парадигми просторової організації міста — від домінування автомобілецентричних моделей до пріоритету пішохідної доступності, безпеки, соціальної взаємодії та якості публічного простору.

У сучасному контексті ревіталізація міських площ виходить далеко за межі суто інженерно-будівельного оновлення покриттів чи благоустрою територій. Йдеться про комплексне переосмислення їх функціонально-просторової ролі як середовищ, що мають потенціал трансформації з транзитних зон у місця тривалого перебування, комунікації та формування соціальних зв'язків. Історично площі виконували мультифункціональні ролі — від осередків торгівлі та громадських зібрань до арен культурних подій і політичної активності. Водночас упродовж кінця XX — початку XXI століття в багатьох пострадянських містах відбулося їх поступове перетворення на транспортні перехрестя або великомасштабні паркувальні простори, що призвело до втрати їх соціально-комунікативного потенціалу. Сучасні урбаністичні практики демонструють тенденцію до повернення площам їх первісної ролі як центрів громадського життя.

Концептуалізація міської площі як «сучасної агори» передбачає її осмислення не лише як відкритого простору між забудовою, а як інтегрованого соціокультурного ядра міста. Такий підхід апелює до античної традиції, у якій агора функціонувала як синкретичний простір — одночасно ринок, політичний центр і місце суспільного діалогу. У сучасних умовах ця концепція трансформується у модель публічного простору, що забезпечує можливість комунікації, співучасті та формування колективної ідентичності міської спільноти.

Міська площа як «третє місце» (у термінах соціальної теорії) виконує функцію середовища поза межами приватного та професійного простору, де відбуваються неформальні соціальні взаємодії, обмін інформацією та формування горизонтальних зв'язків. Водночас вона зберігає політичний вимір як простір публічного висловлення, громадянської активності та колективних практик участі. Економічна функція площі проявляється у формуванні локальних ринків, ярмаркових активностей, функціонуванні закладів громадського харчування та тимчасових комерційних структур. Культурний вимір реалізується через проведення масових заходів, фестивалів, виставок і публічних подій, що сприяють соціальній інтеграції та культурній репрезентації громади.



У функціонально-структурному аспекті сучасна міська площа як агора реалізує низку взаємопов'язаних функцій. Передусім, це функція відкритого громадського простору, що стимулює соціальну активність та взаємодію, забезпечуючи доступність і інклюзивність для різних груп населення. Другий вимір пов'язаний із формуванням «третього місця» як середовища полілогу, у межах якого відбувається продукування ідей та колективне прийняття рішень; до таких просторів можна віднести сучасні коворкінги, культурні хаби та відкриті бібліотеки.

Окремого значення набуває феномен «цифрової агори», у межах якої значна частина публічного дискурсу переноситься у віртуальний простір соціальних мереж та онлайн-платформ. Попри розширення можливостей комунікації, цифрові середовища не здатні повною мірою відтворити якість безпосереднього фізичного контакту, характерного для традиційних публічних просторів. Політична функція сучасної площі реалізується через її роль як простору громадянської участі — як у фізичному (мітинги, зібрання, публічні події), так і в цифровому вимірах (електронні петиції, бюджети участі тощо).

Ефективність функціонування площі як сучасної агори безпосередньо залежить від ряду просторово-планувальних та середовищних характеристик. Насамперед йдеться про забезпечення універсальної доступності, відсутність бар'єрів для маломобільних груп населення, наявність комфортних умов перебування (місця для сидіння, затінення, освітлення), а також програмну насиченість простору активностями, що стимулюють його використання.

Важливим аспектом є також відповідність геометричних параметрів площі психофізіологічним особливостям сприйняття простору людиною. Дослідження показують, що найбільш комфортними є пропорційно збалансовані простори з достатнім кутом огляду та візуальним доступом до небесного простору. Надмірна висотність забудови по периметру за відсутності відповідного масштабування площі може формувати ефект просторової «затисненості», що негативно впливає на психологічне сприйняття середовища. Водночас надмірно великі відкриті простори можуть спричинити дезорієнтацію та зниження рівня відчуття безпеки. Соціально комфортна дистанція взаємодії, що становить орієнтовно до 30–35 м, визначає межі просторового контролю та безпосереднього сприйняття інших учасників середовища.

Серед ключових тенденцій, що визначають сучасні підходи до ревіталізації міських площ, слід виокремити кілька взаємопов'язаних напрямів. По-перше, це орієнтація на екологічну стійкість і кліматичну адаптивність, що передбачає інтеграцію зелених насаджень, створення «дощових садів», використання матеріалів із високою світловідбивною здатністю та формування затінених зон для зменшення ефекту «теплових островів».



По-друге, актуалізується підхід тактичного урбанізму, що передбачає використання тимчасових і мобільних рішень для апробації просторових сценаріїв — мобільних меблів, тимчасових інсталяцій, контейнерного озеленення та елементів вуличного мистецтва. Така гнучкість дозволяє адаптувати простір до змінних потреб користувачів і мінімізувати ризики капітальних втручань.

По-третє, спостерігається чіткий перехід до пріоритету пішохода та розвитку мікромобільності, що реалізується через концепцію «shared space», інтеграцію велосипедної інфраструктури та обмеження транзитного автотранспорту в межах площ.

Четвертим важливим вектором є забезпечення соціальної інклюзивності, що включає універсальний дизайн, створення безкоштовних сервісів (питні фонтанчики, зарядні станції, Wi-Fi), а також формування різноманітних сценаріїв використання простору для різних вікових і соціальних груп.

Нарешті, суттєвого значення набуває робота з локальною ідентичністю, яка передбачає збереження та актуалізацію історичних елементів, використання локальних матеріалів і символів, а також інтеграцію сучасних мистецьких практик, що репрезентують культурний контекст території.

Таким чином, ревіталізація міських площ у сучасних умовах постає як комплексний міждисциплінарний процес, що поєднує просторове проектування, соціокультурний аналіз, екологічні підходи та інструменти громадської участі, спрямовані на формування життєздатних, інклюзивних і ідентифікаційно насичених публічних просторів.

ЛІТЕРАТУРА

1. ДБН Б.2.2-12:2019. *Планування і забудова територій*. Київ : Мінрегіон України, 2019.
2. Gehl J. *Cities for People*. Washington, DC : Island Press, 2010. 269 p.
3. Gehl J., Svarre B. *How to Study Public Life*. Washington, DC : Island Press, 2013. 200 p.
4. Jacobs J. *The Death and Life of Great American Cities*. New York : Random House, 1961. 458 p.
5. Whyte W. H. *The Social Life of Small Urban Spaces*. New York : Project for Public Spaces, 1980. 125 p.
6. Montgomery J. Making a city: Urbanity, vitality and urban design // *Journal of Urban Design*. 1998. Vol. 3, No. 1. P. 93–116.
7. Montgomery, J. (1998). Making a City: Urbanity, Vitality and Urban Design. *Journal of Urban Design*, 3, 93-116. <http://dx.doi.org/10.1080/13574809808724418>



8. Project for Public Spaces. What Makes a Successful Place? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.pps.org/article/grplacefeat> (дата звернення: 25.04.2026).

9. UN-Habitat. *Streets as Public Spaces and Drivers of Urban Prosperity*. Nairobi : UN-Habitat, 2013.

УДК 659.127:663.91

Аліна МОРДВІНОВА

студентка 4 курсу факультету дизайну

Київський національний університет технологій та дизайну

Оксана МАЗНІЧЕНКО

доцент кафедри графічного дизайну

Київський національний університет технологій та дизайну

ДИЗАЙН УПАКОВКИ ЛІМІТОВАНОЇ СЕРІЇ ШОКОЛАДУ «СНОСОАТ» ЯК ЗАСІБ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ БРЕНДУ

Ключові слова: дизайн упаковки, графічний дизайн, брендинг, шоколадна продукція, візуальна комунікація, лімітована серія.

Актуальність теми. У сучасному ринковому середовищі дизайн упаковки відіграє важливу роль у просуванні товарів та формуванні іміджу бренду. Упаковка виконує не лише функцію захисту продукції, але й виступає важливим елементом маркетингової комунікації. Саме через дизайн упаковки виробник може передати характер бренду, створити певний настрій та сформулювати емоційний зв'язок із покупцем.

Особливо значення дизайну упаковки зростає у випадку створення лімітованих серій продукції. Такі серії використовуються компаніями для підвищення інтересу до бренду, залучення нової аудиторії та формування відчуття унікальності продукту. У цьому випадку упаковка стає важливою частиною загальної концепції товару.

У сфері шоколадної продукції дизайн упаковки є одним із ключових факторів, що впливає на сприйняття товару споживачем. Відомі світові бренди активно використовують візуальні образи, кольорові рішення та типографіку для формування впізнаваного стилю. Наприклад, деякі бренди роблять акцент на традиційності та преміальності, використовуючи темні кольори та елементи золотого декору, тоді як інші обирають яскраві кольори та авторські ілюстрації, що підкреслюють індивідуальність продукту.

У зв'язку з цим актуальним є дослідження можливостей використання дизайну упаковки для створення оригінального образу бренду та розробка концепції оформлення лімітованої серії шоколаду.



Мета дослідження. Метою роботи є розробка концепції дизайну упаковки для лімітованої серії шоколаду «ChocoArt», яка поєднує естетику графічного мистецтва та сучасні принципи брендингу.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити такі основні завдання:

- проаналізувати особливості дизайну упаковки сучасних шоколадних брендів;
- визначити основні принципи створення ефективною візуальною концепції упаковки;
- розробити ідею та стилістичне рішення для бренду ChocoArt;
- створити ескізні варіанти оформлення упаковки.

Основна частина. Концепція бренду ChocoArt базується на поєднанні двох ідей – шоколаду та мистецтва. Назва бренду об'єднує слова chocolate та art, що підкреслює творчу спрямованість проекту. У межах цієї концепції шоколад розглядається не лише як продукт харчування, а як своєрідний об'єкт естетичного сприйняття.

Однією з основних ідей проекту є створення упаковки, яка виглядатиме як невеликий художній твір. Для цього у дизайні можуть використовуватися елементи, пов'язані з живописом, графікою або сучасними мистецькими напрямками. Наприклад, композиція упаковки може нагадувати художнє полотно, а графічні елементи – мазки фарби чи абстрактні композиції.

Такий підхід дозволяє створити емоційний зв'язок між продуктом і споживачем. Покупець сприймає упаковку не лише як оболонку товару, а як частину творчої ідеї бренду. Крім того, різні варіанти дизайну можуть утворювати серію, що створює ефект колекційності.

Важливим моментом розробки дизайну стало визначення цільової аудиторії бренду. Основними споживачами продукції ChocoArt можуть бути молоді люди та дорослі, які звертають увагу не тільки на смак продукту, але й на його візуальне оформлення. Це аудиторія, яка активно користується соціальними мережами і часто ділиться фотографіями цікавих предметів.

Тому дизайн упаковки має виглядати привабливо не лише на полиці магазину, але й на фотографіях, що поширюються в цифровому середовищі. Такий підхід дозволяє використовувати упаковку як додатковий інструмент популяризації бренду.

У процесі розробки концепції також було враховано сучасні тенденції дизайну упаковки. Однією з таких тенденцій є орієнтація на екологічність. Використання картону та інших екологічних матеріалів дозволяє підкреслити відповідальне ставлення бренду до навколишнього середовища.

Ще однією тенденцією є використання мінімалістичних композицій, які не перевантажують дизайн зайвими елементами. Простота форм і чітка



структура композиції дозволяють зробити упаковку більш зрозумілою та естетичною.

Висновки. У результаті проведеного дослідження було визначено основні принципи створення дизайну упаковки для лімітованої серії шоколаду. Аналіз сучасних прикладів оформлення шоколадної продукції показав, що ефективна упаковка поєднує естетичну привабливість, зрозумілу концепцію та відповідність стилю бренду. Запропонована концепція дизайну упаковки «ChocoArt» базується на ідеї поєднання шоколаду та мистецтва. Такий підхід дозволяє сформулювати оригінальний образ бренду та створити емоційний зв'язок зі споживачем. Розроблена концепція може бути використана як основа для подальшого створення дизайнерських макетів упаковки та впровадження їх у виробництво.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ambrose G., Harris P. Packaging the Brand. Lausanne : AVA Publishing, 2011. 192 p.
2. Heller S., Vienne V. Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design. Hoboken : John Wiley & Sons, 2015. 240 p.
3. Klimchuk M., Krasovec S. Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf. Hoboken : John Wiley & Sons, 2012. 320 p.
4. Underwood R. L. The Communicative Power of Product Packaging. Journal of Marketing Theory and Practice. 2003. Vol. 11, № 1. P. 62–76.
5. Wheeler A. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. Hoboken : John Wiley & Sons, 2018. 352 p.
6. Лаптон Е., Філліпс Дж. Графічний дизайн. Нові основи. Київ : ArtHuss, 2021. 262 с.

УДК 7.012: 502/504

Олена САНДІК

*старший викладач кафедри дизайну,
Херсонський Національний технічний університет*

ПРОЄКТУВАННЯ ЗУПИНОК-УКРИТТІВ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Питання укриттів в Україні на 2026 рік залишається критично високою, оскільки вони є базовим елементом **національної безпеки** та стратегії виживання цивільного населення в умовах триваючого військового конфлікту.

На початок 2026 року в країні нараховується понад 62 тисячі укриттів різних типів, значна частина яких – це спеціальні конструкції та об'єкти подвійного призначення. Укриттями слугують сховища, герметичні споруди,



підвали, підземні паркінги, цокольні поверхи, станції метро та підземні переходи.

За часи війни з'явилися мобільні укриття – блок-модульні конструкції для швидкого захисту від уламків та нетривалих обстрілів. Активно встановлюються зупинки-укриття для захисту пасажирів під час повітряних тривог. Знайти найближчі зупинки-укриття та інші захисні споруди в Україні можна за допомогою офіційних цифрових сервісів, функціонує мапа укриттів, що доступна через застосунок «Дія».

Зупинки-укриття – це мобільні залізобетонні споруди, призначені для захисту людей від уламків і вибухової хвилі. Їх встановлюють поблизу зупинок громадського транспорту в місцях, де складно облаштувати капітальне укриття.

Мережа зупинок-укриттів в Україні стала невід'ємною частиною міської інфраструктури, що забезпечує швидкий доступ до захисту під час повітряних тривог. Існує декілька типів зупинок-укриттів – спеціально спроектовані конструкції з армованого бетону, здатні витримати ударну хвилю та уламки та мобільні бетонні блоки які встановлюються безпосередньо біля зупинок громадського транспорту.

Проектування зупинок-укриттів базується на вимогах максимальної безпеки від уламків та вибухової хвилі. Як правило це модульні швидкоспоруджувані конструкції з бетонних блоків, розраховані на короткочасне перебування (до 4 годин), розраховані на 15–20 осіб. Такі укриття встановлюються поверхнево, зазвичай заглиблювати їх не потрібно, що пришвидшує монтаж, але критично важливо забезпечити стійкість до сейсмічного впливу при вибухах. Зазвичай вони мають залізобетонні стіни, внутрішнє освітлення, місця для сидіння, іноді – камери спостереження та прямий зв'язок із диспетчером [2].

Основним нормативним документом для проектування зупинок-укриттів в Україні з 1 листопада 2023 року є **ДБН В.2.2-5:2023 «Захисні споруди цивільного захисту»**. З весни 2026 року в Україні набувають чинності суворіші вимоги до проектування зупинок-укриттів, орієнтовані на обов'язковість захисних споруд у нових об'єктах, підвищення інклюзивності та безпеки, обов'язковості сертифікації та інтеграції в генеральні плани міст. Ключові зміни включають актуалізацію ДБН щодо безбар'єрності, обов'язкове облаштування укриттів при будівництві інфраструктурних об'єктів та суворі норми [1].

У проектуванні зупинок-укриттів обов'язково врахувати технічні характеристики та конструктивні рішення:

- Місткість та площа: для укриттів загального типу мінімальна площа на одну особу становить 0,6 м². Місця для сидіння мають бути не менше 0,45×0,45 м.

- Висота приміщень: має бути не менше ніж 2 метри від підлоги до стелі.



- Матеріали: монолітний залізобетон або збірні бетонні блоки.
- Товщина стін: для надійного захисту рекомендується від 20–40 см при правильному армуванні.
- Армування: використання прутків діаметром 10–12 мм для стін та подвійної сітки для перекриттів.
- Оснащення: камери відеоспостереження з виводом зображення на внутрішні екрани, місця для сидіння, іноді — системи зв'язку та тривожні кнопки.
- Інклюзивність: обов'язкова наявність пандусів або підймальних механізмів для маломобільних груп населення.

Отже, проектування зупинок-укриттів в Україні під час війни фокусується на створенні швидких, модульних та захисних споруд для захисту людей від уламків ракет та дронів. Такі зупинки стають критично важливим елементом інфраструктури, особливо в прифронтових та прикордонних містах та потребують сучасного та іноваційного підходу до проектних рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Нові правила будівництва у 2026 році: укриття стають обов'язковими для всіх об'єктів (Закон №4778) URL: <https://od.cmr.gov.ua/news/300509-novi-pravila-budivnictva-u-2026-roci-ukrittia-staiut-oboviazkovimi-dlia-vsix-objektiv-zakon-4778>.

2. Державні будівельні норми. Що таке первинне мобільне укриття (ПМУ): Визначення та вимоги. URL: https://dbn.co.ua/publ/pervinne_mobilne_ukrittja/4-1-0-1508.