

УДК 7.071.1(043.2)

ADEOTI A. A., KALILU R. O. R.

Ladoke Akintola University of Technology, Ogbomosho, Nigeria

DOI:10.30857/2617-0272.2023.4.1.

**FASHION ACCESSORIES FROM ANKARA WAX PRINTS
IN NIGERIA**

The purpose of this study is to provide preliminary art history of the accessories made from Ankara fabrics and make a scholastic record of the production of the accessories with the use of Ankara wax print fabrics in Nigeria. The ephemerality nature of fabrics with creativity, innovation and the dearth of literary materials in this area of art make the study to be expedient.

Methodology: this study adopts both descriptive and explanatory research designs to carry out the research with qualitative method in analyzing the data. The sources of data are from both primary and secondary sources making the data to be concise and effective.

Result: the study identified that the cotton texture and colourful designs make the accessories to be easily produced without stress. Therefore, many accessories for fashion are produced daily showing African nature in day-to-day dressing.

Scientific novelty: the study discovered the usefulness of African fabrics and wears which could be publicize rather than the imported fabrics and wears being widely used in Nigeria which will be of great value in Nigerian fashion system.

Practical significance: the findings of this research reveal that Ankara wax prints transcends sewing the fabric into dress wears. Inspirations are increasing daily, and the fabric is becoming more popular in the market world. With the technology in place and the taste of the consumers dictate the kind of styles and accessories to be created for the users.

Keywords: Ankara wax print, ephemeral, Nigerian art, designs, adire (tie/dye) motif, creativity, innovations, fashion accessories.

Introduction. Ankara is a fabric fondly called African fabric in Nigeria. It is a type of cloth for those who want to be fashionable and those who are interested in wearing designed clothes that are stylish with accessories matching the type of Ankara worn on a very special occasion. Ankara fabrics are considerably cheap, and they are in varieties of colours. The colourful nature of the fabrics with the expertise ideas of some artists who are making fortune out of the accessories produced from the fabrics make ways for the fabrics to be more acceptable in Nigeria. In the olden days, the fabrics were meant for the poor and the village women [1]. But today, the fabric has undergone a magic transformation to become a choice of the rich and famous [2] also noted this by saying that 'fabric which were once considered as out of fashion has changed to become a sizzling fad'.

Nowadays, Ankara fabric has become an inevitable part of any social functions. Fashion

refers to the newest creations of textile designers and so, the fashion designers, having sensed this trend, are continually producing appealing designs to capture the apparel market [3] reiterated that Ankara designs already have influence on the international world of fashion and lifestyle, and they are inspirational source for designers and companies. The appeal of the finished product depends on the creativity, and skills of the designer.

Analysis of previous research. Ankara was originally known as wax resists dyed fabric (also known as batik which is of Indian origin). It was reported that batik diffused from India to Indonesian islands and Japan, and later perfected by the Japanese before the thirteenth century [4]. It is a technique for dyeing fabric and had been developed into an art form in Java and Indonesia by the nineteenth century [5; 6]. Nevertheless, Ankara is a term used in Nigeria and some other parts of West Africa, especially, Ghana and Ivory Coast to identify the

fabrics that are printed with machine using wax resist and dyes to achieve the effect of batik on both sides of the cloth. This is to imitate a wax type of product [6; 7].

Ankara as a fabric has vibrant patterns of very rich colourful designs. It is generally made of 100% cotton or cotton poly materials which are largely produced in Nigeria. *Ankara* fabrics became extremely popular over time, and it is usually worn as everyday casual outfit customized to suit the designs of the wearer. *Ankara* was introduced to Nigeria from Dutch and so, it was usually referred to as Dutch Wax [8; 9; 10]. It was then of very high quality, with exorbitant price and unaffordable by the poor. Later, the Turks from Ankara (the name of the Capital City of Turkey which was formerly known as Angora) produced a cheaper version of the high quality for the benefit of those who could not afford the high prices of the Dutch. So, the fabric was changed from Dutch wax to *Ankara* [11; 12]. The production of the fabric for the West African markets [13] started since the nineteenth century. It is consequently referred to as African fabric [14]. In East Africa, the fabric is known as Kanga and in Zambia and Southern Africa; it is called Chitenge or Kitenge. Even though fashion in Nigeria and all over the world is dynamic, the *Ankara* fabric has been able to stand the test of time [15].

Statement of the problem. Even though making accessories with *Ankara* fabrics is a skill that is very vast in Nigeria, there has not been serious scholarly attention paid to its usage in fashion in Nigeria. There are also problems of the ephemeral nature of the fabric coupled with lack of preservation by the fashion designers and users of the accessories. Tracking the trends or trajectories of the development of this aspect of textile art tradition later will therefore become difficult or impossible. Hence, the present study is pertinent.

Against this background, this study is an art history of fashion accessories in Nigeria with the use of *Ankara* over a period of ten (10) years. In terms of scope, the study covered the period between 2008 and 2018. The study was

conducted with the aim of making a scholastic record of the production of fashion accessories with the use of *Ankara* fabrics in Nigeria. This will eventually be useful for the future fashion designers who will want to venture into the skill for continuity before it gets out of fashion.

Methodology. Be that as it may, the paper investigates the origin of *Ankara* fabric, its usage forms and accessories making out of the fabrics in Nigeria in particular. The study was based on field research conducted in Nigeria between 2008 and 2018. Fashion accessories with the use of *Ankara* in the market and in individual collections in Nigeria were considered. Some fashion designers and users of the accessories were interviewed with a view to eliciting from them the required information. The study adopts descriptive research design. Since it is a theory-based design method, the data were gathered, analyzed, and presented.

The results of the research and their discussion.

Typology of *Ankara*. *Ankara* fabrics in Nigeria are generally of two types: resist prints called 'wax', which has colours that last longer called "*Ankara nla*", in Yoruba language, that is, big, expensive, and slow to fade type of *Ankara*; and then there is roller prints called 'fancy', which can fade away easily called "*Ankara kekere*", that is, inferior and cheap *Ankara*. Both wax and fancy are produced in Nigeria and sold in a standard size that coincides with the amount of cloth it takes to make a woman's wrapper, which is six (6) yards (5,49 meters). The fabrics are of various grades. Some of them are; Real Dutch Wax, Nichem, Veritable English Wax, Veritable Dutch Wax, Hitarget and Holladaise, Java Gold, Real English Wax, Guaranteed Super Woodina Prints, Guaranteed Real Wax Beauty Lady BTL, Veritable Block Wax HIFASHION, Veritable Java Print, English Gold, Super Woodin, London Woodin, etc [16]. Many of these types of *Ankara* could be found in stalls depending on the financial capacity of the seller. Some of these merchants sell in wholesales, some of them sell in retail and some of them sell both in wholesale and retail.

Significantly, in quality, durability and price, wax and fancy are conceived as two parts of a whole in Africa and are valued in ways that are related to their market value. Both are linked through historical associations and frequently prized for the feelings of nostalgia that they can motivate. This kind of value is rooted in the importance of textiles of all sorts throughout West and Central Africa, not only as commodities, but also as symbols of wealth and a means of communicating ideas, thus bringing innovations in printing coupled with taste of fashion.

With many innovations and the ability of designers to respond to the ever-changing taste of fashion, soon, their designs gained more popularity. European factory designers began to imitate indigenous designs like tie and dye designs, batik designs, etc to compete with the indigenous industry. These are popularly called *Ankara* Kampala known for their printed imitations of the *adire* motifs of the Yoruba by textile factories having nearly all the techniques of *adire*. Imported wax prints, not only from Europe but also from Asia, flooded the Nigerian local markets, at low prices. Interestingly, the Japanese duplicated designs of "*adire eleko*" and tie-dye designs and used the designs to manufacture clothes for the Nigerian markets [16; 17].

Usage forms of *Ankara* fabrics. *Ankara* prints are principally adorned by women and are worn as clothing and accessories to match the clothes they put on. *Ankara* is a type of fabric that is highly cherished in Nigeria. Due to its uniqueness in aesthetical appeal, colour and design motifs, it is usually held in such a high esteem. The use of *Ankara* is at times specific and can also reveal the wearer's identity and status [18]. The uniqueness of *Ankara* to communicate both specific by its design, motifs, name, and by implication the taste, style and affluence of its wearer adds to its importance. *Ankara* could serve as a social function and day-to-day clothing.

Fashion accessories with *Ankara*. Fashion is a general term for a popular style or

practice, especially in clothing, footwear, accessories, makeup, body piercing, or furniture. It is a habitual trend in the style in which a person dresses in the prevailing styles. Production of accessories for fashion needs passion, and to have passion for fashion, there is need to be inspired, it is this idea that will bring innovation and creativity, the innovation and creativity will bring uniqueness. When the artist is unique, he will be outstanding among others. When he is outstanding, he can think critically. It takes a lot of skills and mental calculation to make any of the *Ankara* accessories. The skill is a form of technique that requires time, patience and technical knowledge.

It becomes interesting for the artists and those around them when there is passion for the skill. This is a craft that gives the artist a sense of self-worth, accomplishment and fulfillment if he is able to manipulate different shades of colours to create wonderful bags, shoes and jewelries as the case may be. Most interestingly, is the fact that used old bags with peeling leather skin can be transformed into new bodies with *Ankara*. This is also applicable to shoes, because, wrapping of old bags and shoes with *Ankara* fabrics elongates the life span of the product. This is known as recycling. This helps to save people from the financial ordeal of purchasing new bags for wrapping.

As fashion accessories, *Ankara* prints fabric has infinite creative applications like shoes, bags, slippers and bag to match, bangles, hair and neck piece, brooch and hair clip, bibs and earrings, shoes and, etc. Styles and designs available for this cloth are endless which makes all people, men and women, young and the aged became glued to it. Fashion accessories are items that are used to match the wearer's outfit. They are decorative items that complement one's garment. These include jewelry, gloves, handbags, hats, belts, scarves, watches, watches, sunglass, and pins. Style-conscious men and women make efforts to add accessories to complement their attire whether it is used for a party, dinner, casual or

office. With creativity and innovation, the artist is able to dress other people up because your accessories indicate who you are and they also can help to project your image.

Making Ankara accessories. *Ankara* fabrics have been gaining popularity in Nigeria nowadays. Therefore, they are useful in making accessories. The fabric has successfully become part of fashion accessories in Nigeria in particular [19]. The uniqueness of the fabric is that it is vibrant and beautiful. There are various accessories that could be produced with *Ankara* fabrics. Some of these are earrings (loop, button, drop), bangles, belts, brooches, hairpieces, pocket squares, neck pieces and neck chains, rings, hand fans, wallets, phone pouches, sun shades, head band, flower pouch, note books and cake decorations. Others are shoes (high heels, flats), bags (school bags, sling, and baskets), slippers, purses and clutches, souvenirs, etc. The fashion designers could creatively exhibit their skills in any of these accessories without repeating designs.

Tools and materials needed for the production of the above are scissors, thread and needle, UHU gum, chain hooks and clasps, felt, interfacing, ribbon elastic, clips and bands, pins, lining, adhesive, craft glue, thin cardboard.

Ankara button earrings are made using metal-based plastics. Needle is used to remove the plastic from the metal-base. Then, *Ankara* fabric of their choice is cut to place the earring on the material. UHU gum is applied on the inner side of the plastic and the excess fabric is tucked inside. The plastic parts firmly inside the metal base, allow it to dry. When it is well dried, it is ready for use. The *Ankara* bib necklace is also used to accessorize the dressing making a perfect combination with the attire worn, as shown in Fig. 1.

The fashion designers are very vast in the making of *Ankara* clutch bags (Fig. 2). The materials used comprise perforator, *Ankara* piece, aluminum chain or jewelry, coral beads (spiky ones), office pins, UHU gum, fabric stay, scissors, tape measure, embroidery yarn, chalk. The fabric is usually placed in a position

whereby the sides are even together. Chalk is applied to mark out the edges of the clutch on the fabric. Extra inches of fabric around the markings are left while cutting with scissors. This is to give room for the folding later.

Place the fabric in any position you want but evenly on both sides. They fold neatly and press with iron to hold the folding in place. The fabric-stay is then pressed again to the *Ankara* fabric with hot iron for thickness. Holes are created for the clasp to snap the clutch in place on both sides. Glue is evenly spread across the surface of the clutch and the fabric is placed over it gently with good smoothen over. At times, holes are punctured in the flap to insert the jewelry such as chain, spikes, or coral beads. Then, the clutches are sewn all around with decorative embroidered stitch. When it is fully dried, it is ready for use. It could be taken to any party or event.

It is also very interesting to see the designers covering already made shoes or sandals with *Ankara* fabrics to match the cloth worn. This dressing creates an explosion effect, and it is very common among ladies that want to look trendy. It is also a good addition to monochrome looks and neutral inspired clothes [20; 21]. The materials are few and the processes are very easy. The materials include *Ankara* fabric, blade, scissors, glue and flowered net lace if desired (Fig. 3).

The high-heeled shoe to be used is on the table with the markings of the areas the lady wants *Ankara* to cover. Glue is applied smoothly on the areas and fabric is used to cover the areas and smoothening with fingers, then the excess fabric is removed with scissors or blade. The heels are also covered with fabrics and well smoothened with fingers. In some occasions, the shoe is left to dry for use, but in other occasions, further work is done on the shoe by applying glue again on the shoe and covering it with flowered net lace with the fingers to smoothen it again and about half an inch is left to fold in before cutting the excess with either blade or scissors. It is then allowed to dry very well before it is ready for use.

Ankara handbag (Fig.4) is also an accessory that was trendy among the ladies between 2008 and 2018. *Ankara* handbags make the users to be different from the crowd. They give the lady an astounding look of attractive brightness making her very eye-catching among her peers [22]. The materials used for making these fashionable bags are *Ankara* fabric, stud for decoration, strawboard for stability, desired shape of bag, back panel, leather for the lining, leather combined with fabric and glue.

The leather and straw board are to hold the bag in shape and so the two are cut with

scissors to a desired shape [23]. They spread glue smoothly on the leather and then cover it with *Ankara* fabric. Glue is also spread on the strawboard and placed on the leather while smoothing it with hands which will help the bag to serve as back panel. The back panel is also wrapped with *Ankara* fabric giving space for excess fabric to fold in round. Glue is spread on the *Ankara* fabric again and both the leather and the fabric are joined together with glue and smoothed with hands. The excess fabric is tucked inside, and the inside is covered with linen and the zip or clamp is fixed as required. When it is fully dried, it is ready for use.



Fig. 1. Ankara bib and earring
Photograph by Adeoti A.A.,
2017



Fig. 2. Ankara clutch bag and
slippers Photograph
by Adeoti A.A., 2018



Fig. 3. Ankara shoes Photograph
by Adeoti A.A., 2018



Fig. 4. Ankara hand bag
Photograph by Adeoti A.A., 2015



Fig. 5. Cake decoration with Ankara design
Photograph by Olukemi's blog –
<https://m.facebook.com>

Decorating cake in *Ankara* design (Fig. 5) is another way in which the designers use to catch the interest of the celebrant and well-wishers who attend the celebration. After the cake has been baked, it is allowed to cool down. The processes are of two types. It is either the

printing is done on paper or done with fondant to cover the cake. The design is first searched for on google or get the photograph of the desired *Ankara* fabric. Edible printing can be done on paper to cover the cake. On the other hand, art paper or ordinary paper on either A3

or A4 could be used to cover the cake. If fondant is to be used, the cake will be covered with fondant measure, cut it out, rub edible glue

on the fondant and get the designs cut pasted. Then, add the border or desired designs of the cake.



Fig. 6 a – Bow ties from Ankara fabric
Photograph by Adeoti A.A., 2018



Fig. 6 b – A man using Ankara bow tie
Photograph by Adeoti A.A., 2018



Fig. 7 a – Long neck ties
Photograph by Adeoti A.A., 2018



Fig. 7 b – A man using Ankara long tie
Photograph by Adeoti A.A., 2018



Fig. 8. Ankara bangle – kamjstyles
Photograph by Kamj – www.kamjstyles.com



Fig. 9. a – Ankara cap styled with black bow
Photograph by Adeoti A.A., 2018



Fig. 9. b – A little girl wearing Ankara cap
Photograph by Adeoti A.A., 2018



Fig. 10. A little girl wearing Ankara elastic headband
Photograph by Adeoti A.A., 2018

Bow ties (Fig. 6) are mostly used by men. The accessory is very easy to produce as the materials are the fabric, needle and thread, scissors, and elastic band. The fabric is cut into rectangle size of about 8 inches by 14 inches and fold into three equal vertical shapes. It is folded again to tuck the two ends into each other and sew with needle and thread to fasten them together, called 'A'. Another small rectangle size is cut, neatly used to fasten 'A' at the middle tightly inserting elastic band or sew thin Ankara strand long enough to hang it on the neck. A bow tie is produced and easy to wear. Also, long neck ties are predominantly used by men as fashion making the dressing to be unique (Fig. 7).

Bangles (Fig. 8) are also wrapped with *Ankara* fabrics to match the dress worn. The processes are easy, and the materials used are very few. The only materials usually used are the metal or the plastic bangles, *Ankara* fabrics, glue and scissors or blade. The fabric is folded half an inch on the right side. The bangle is held with one hand and the Ankara is placed on it with the other hand. Glue is applied on both the fabric and the bangle, and the fabric is wrapped round the bangle until it is fully covered with fabric with the assurance that the distance between each wrap is equal. The designers are always conscious of the neat finishing while removing the excess fabric with scissors but leaving half an inch for folding inside the bangle. Then, glue is used to hold down the fabric on to the bangle. When it is fully dried, it is ready for use.

Little children are not left out of the Ankara fashion accessories. Head accessories of different shapes and styles can be produced to make astonishing fashion ensemble for them [24; 25] reiterated that head wrapping is a fantastic way to pay tribute to tradition. It could be produced by using the left over Ankara pieces like cap (Fig. 9) head band (Fig. 10), scarf, hair bonnet and fascinator. The picture below shows a small head cap styled with a bow. Get

the size of the head, Use stay material and wrap the stay with the Ankara fabric to cover all the part. Produce a bow of another fabrics and attach to the Ankara cap at the back. Then it is ready for use. So also the head band is produced by using elastic rubber to fasten it to the head, wrap the elastic with Ankara fabric and create a squeeze in the front while the elastic will be at the back. The style brings a burst of decoration and character, transforming ordinary to extraordinary.

Conclusion. The creative ingenuity and originality of the designers in creating beautiful outfit, and the skill trend of creating accessories are making *Ankara* fabric more acceptable in the society. The usage of *Ankara* fabric transcends the sewing into dress wears, but the making of the fabrics into fashion accessories of diverse styles for individuals. The usage trend is becoming more interesting and irresistible as the inspiration for the production is becoming higher. Different types of accessories are being produced daily through inspirations.

Ladies are the most prominent people patronizing *Ankara* with lots of accessories in different kinds which is making the fabric to be more acceptable in Nigeria in particular. Wearing an outfit with the same fabric as shoe and bag or other *Ankara* accessories gives the fabric more popularity in the world market. This is why the fabric is now imbibed in fashion shows and seen on international celebrities. The technology in place and the taste of the consumers dictate the kind of styles and accessories to be created for the users. Production of Ankara fabric into fashion accessories is a demonstration of artistry, creativity and social continuousness. The days of the European fashion are gradually fading out of fashion as the Ankara fabric is inculcated into African fashion making the fabric more vibrant for continuity. This is part of the reason *Ankara* is largely and widely used by all irrespective of the class.

Література:

1. Kalilu R. O. R., Adeoti A. A. Morphological categorization and typological classification of lace fabrics in Nigeria. *Clothing Culture*. 2020. № 6(3). P. 351–363.
2. Ibeto F. O., Ogunduyile S. R. Design and marketing of textile and clothing in Nigeria. *Nigeria Journal of Clothing and Textiles* (NIJOCT). 2015. Vol. №1.
3. Abraham I., Howard, E. K. The growing popularity of fashion accessories of African prints in Ghana. *International conference on Applied Sciences and Technology (ICAST)*. 2017. P. 229–236.
4. Kuwonu F. African history told through fashionable printed clothing. *United Nations*. 2020. URL: <https://www.un.org/africarenewal/magazine/september-2020/fashion-and-fabric-african-history-told-through-printed-wax-clothing> (Last accessed: 09.06.2023).
5. Thomas S. S. *Batik in Java*. Encarta Encyclopedia Inc., 2009.
6. Sarlay A., Jurkowitsch S. An analysis of the current denotation and role of wax and fancy fabrics in the world of African textiles. *International Journal of Management Cases*. 2016. Vol. 12(3). P. 30–31.
7. Abraham I., Howard E. K. The growing popularity of fashion accessories of African prints in Ghana. *International conference on Applied Sciences and Technology (ICAST)*. 2017. P. 229–236.
8. Okafor C. Oleku, the recreated iro and buba. *Realnewsmagazine*. 2013. URL: www.realnews-magazines.net/lifestyle (Last accessed: 02.06.2023).
9. Kuwonu F. African history told through fashionable printed clothing. *United Nations*. 2020. URL: www.un.org/africarenewal/ (Last accessed: 09.06.2023).
10. Kalilu R. O. R., Adeoti A. A. Typology and Fashion Usage Trends of Ankara in the Twenty-First Century Southwestern Nigeria. *TEXTILE: Cloth and Culture*. 2023. Vol. 21(1). P. 235–253. DOI: <https://www.doi.org/10.1080/14759756.2022.2053275>.
11. Okafor C. The New Soul of Ankara. *Realnewsmagazine*. 2013. URL: www.realnews-magazines.net/lifestyle (Last accessed: 02.06.2023).
12. Kuwonu F. African history told through fashionable printed clothing. *Africarenewal*. 2020. URL: <https://www.un.org/africarenewal/magazine/september-2020/fashion-and-fabric-african-history-told-through-printed-wax-clothing> (Last accessed: 09.06.2023).
13. Nielsen R. The History and Development of Wax Printed Textiles, Intended for West Africa and Zaire. In: J. M. Cordwell and R. A. Schwarz (eds.). *The Fabric of Culture*. 1979. P. 467–498.
14. Adeoti A. A. Structural relationship of Ankara and lace fabrics in Nigeria. *Fashion Style and Popular Culture*. 2023. DOI: https://doi.org/10.1386/fspc_00169_1.
15. Okafor C. The new soul of Ankara. *Realnewsmagazine*. 2013. URL: www.realnews-magazines.net/lifestyle (Last accessed: 02.06.2023).
16. Kalilu R. O. R., Adeoti A. A. Typology and fashion usage trends of Ankara in the twenty-first century southwestern Nigeria. *TEXTILE: Cloth and Culture*. 2022. DOI: <https://www.doi.org/10.1080/14759756.2022.2053275>.
17. Sarlay A., Jurkowitsch S. An analysis of the current denotation and role of wax and fancy fabrics in the world of African textiles. *International Journal of Management Cases*. 2016. Vol. 12(3). P. 26–48.
18. Adeoti A. A. A comparative study of occurrence of Ankara, lace and other fabrics in Christian worship centres in Osogbo. *International Journal of progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*. 2022. Vol. 31(1). P. 416–425.
19. Okoh P. A. The use of Nigerian fabrics for high couture in fashion: A case for “Ankara” fabric. 2011. *ResearChgate*. URL: <https://www.researchgate.com> (Last accessed: 09.06.2023).
20. Ankara styles: Top 5 trendy Ankara accessories with unique styles. 2018. *Koko*. URL: <https://koko.ng> (Last accessed: 09.06.2023).
21. Ankara innovative accessories for fashionistas. *SisiCouture*. 2023. URL: <https://www.sisicouture.com/ankara-accessories> (Last accessed: 28.10.2023).
22. Feshchuk I. How to make Ankara accessories. *JijiBlog*. 2018. URL: <https://jiji-blog.com/2018/10/how-to-make-ankara-accessories/> (Last accessed: 27.10.2023).
23. Okoh M. Dazzle your wardrobe with vibrant Ankara accessories. *Alimoshotoday.com*. 2023. URL: <https://www.alimoshotoday.com/beauty-fashion/dazzle-your-wardrobe-with-vibrant-ankara-fashion-accessories-7395278> (Last accessed: 28.10.2023).
24. Lasisi L. A., Oridola A. I., Oligbide S. R. Increase in patronage of printed fabrics “Ankara” as a wearable dress for ceremonial occasions. *International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Field*. 2022. Vol. 8(2). P. 87–73.
25. John St. Accessories You can Make with Your Left over Ankara fabrics. *Boomsplay*. 2022. URL:

<https://www.boomplay.com/buzz/3680036> (Last accessed: 27.10.2023).

References:

1. Kalilu, R. O. R., & Adeoti, A. A. (2020). Morphological categorization and typological classification of lace fabrics in Nigeria. *Clothing Culture*, 6(3), 351–363.

2. Ibeto, F. O., & Ogunduyile, S. R. (2015). Design and marketing of textile and clothing in Nigeria. *Nigeria Journal of Clothing and Textiles* (NIJOCT).

3. Abraham, I., & Howard, E. K. (2017). The growing popularity of fashion accessories of African prints in Ghana. *International conference on Applied Sciences and Technology (ICAST)*, pp. 229–236.

4. Kuwonu, F. (2020). African history told through fashionable printed clothing. *United Nations*. URL: <https://www.un.org/africarenewal/magazine/september-2020/fashion-and-fabric-african-history-told-through-printed-wax-clothing> (Last accessed: 09.06.2023).

5. Thomas, S. S. (2009). *Batik in Java*. Encarta Encyclopedia Inc.

6. Sarlay, A., & Jurkowsitch, S. (2016). An analysis of the current denotation and role of wax and fancy fabrics in the world of African textiles. *International Journal of Management Cases*, 12(3).

7. Abraham, I., & Howard, E. K. (2017). The growing popularity of fashion accessories of African prints in Ghana. *International conference on Applied Sciences and Technology (ICAST)*, pp. 229–236.

8. Okafor, C. (2013). Oleku, the recreated iro and buba. *Realnewsmagazine*. URL: www.realnewsmagazines.net/lifestyle (Last accessed: 02.06.2023).

9. Kuwonu, F. (2020). African history told through fashionable printed clothing. *United Nations*. URL: www.un.org/africarenewal/ (Last accessed: 09.06.2023).

10. Kalilu, R. O. R., & Adeoti, A. A. (2023). Typology and fashion usage trends of Ankara in the twenty-first century southwestern Nigeria. *TEXTILE: Cloth and Culture*, 21(1), 235–253. DOI: <https://www.doi.org/10.1080/14759756.2022.2053275>.

11. Okafor, C. (2013). The new soul of Ankara. *Realnewsmagazine*. URL: www.realnewsmagazines.net/lifestyle (Last accessed: 02.06.2023).

12. Kuwonu, F. (2020). African history told through fashionable printed clothing. *Africarenewal*. URL: <https://www.un.org/africarenewal/magazine/september-2020/fashion-and-fabric-african->

[history-told-through-printed-wax-clothing](https://www.doi.org/10.1080/14759756.2022.2053275) (Last accessed: 09.06.2023).

13. Nielsen, R. (1979). The History and Development of Wax Printed Textiles, Intended for West Africa and Zaire. In: J. M. Cordwell and R. A. Schwarz (eds.). *The Fabric of Culture*, 467–498.

14. Adeoti, A. A. (2023). Structural relationship of Ankara and lace fabrics in Nigeria. *Fashion Style and Popular Culture*. DOI: https://doi.org/10.1386/fspc_00169_1.

15. Okafor, C. (2013). The new soul of Ankara. *Realnewsmagazine*. URL: www.realnewsmagazines.net/lifestyle (Last accessed: 02.06.2023).

16. Kalilu, R. O. R., & Adeoti, A. A. (2022). Typology and fashion usage trends of Ankara in the twenty-first century southwestern Nigeria. *TEXTILE: Cloth and Culture*. DOI: <https://www.doi.org/10.1080/14759756.2022.2053275>.

17. Sarlay, A., & Jurkowsitch, S. (2016). An analysis of the current denotation and role of wax and fancy fabrics in the world of African textiles. *International Journal of Management Cases*, 12(3), 26–48.

18. Adeoti, A. A. (2022). A comparative study of occurrence of Ankara, lace and other fabrics in Christian worship centres in Osogbo. *International Journal of progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 31(1), 416–425.

19. Okoh, P. A. (2011). The use of Nigerian fabrics for high couture in fashion: A case for “Ankara” fabric. *ResearChgate*. URL: <https://www.researchgate.com> (Last accessed: 09.06.2023).

20. Ankara styles: Top 5 trendy Ankara accessories with unique styles. *Koko* (2018). URL: <https://koko.ng> (Last accessed: 09.06.2023).

21. Ankara innovative accessories for fashionistas. *Sisicouture* (2023). URL: <https://www.sisicouture.com/ankara-accessories> (Last accessed: 28.10.2023).

22. Feshchuk, I. (2018). How to make Ankara accessories. *JijiBlog*. URL: <https://jiji-blog.com/2018/10/how-to-make-ankara-accessories/> (Last accessed: 27.10.2023).

23. Okoh, M. (2023). Dazzle your wardrobe with vibrant Ankara accessories. *Alimoshotoday.com*. URL: <https://www.alimoshotoday.com/beauty-fashion/dazzle-your-wardrobe-with-vibrant-ankara-fashion-accessories-7395278> (Last accessed: 28.10.2023).

24. Lasisi, L. A., Oridola, A. I., Oligbide, S. R. (2022). Increase in patronage of printed fabrics “Ankara” as a wearable dress for ceremonial occasions.

International Journal of Innovative Research in Multidisciplinary Field, 8(2), 87–73. <https://www.boomplay.com/buzz/3680036> (Last accessed: 27.10.2023).

25. John, St. (2022). Accessories You can Make with Your Left over Ankara fabrics. *Boomsplay*. URL:

АДЕОТІ А. А., КАЛІЛУ Р. О. Р.

Технологічний університет Ладоке Акінтола, Огбомошо, Нігерія

МОДНІ АКЕСУАРИ З ВОСКОВИХ ПРИНТІВ З АНКАРИ В НІГЕРІЇ

Мета дослідження полягає в наданні попередньої історії мистецтва аксесуарів, виготовлених з воскових принтів з Анкари, та створення наукового опису виробництва аксесуарів із використанням воскових принтів з Анкари в Нігерії. Ефемерність тканин, креативність, інновації та відсутність літературних матеріалів у цій галузі мистецтва зумовлюють доцільність дослідження.

Методологія: це дослідження використовує описові та пояснювальні методи з використанням якісного методу аналізу даних. Основою даних є як первинні, так і вторинні джерела, що робить дані лаконічними та ефективними.

Результат: у дослідженні визначено, що бавовняна текстура та кольорові дизайни дозволяють легко виготовляти аксесуари без зайвих зусиль. Таким чином, щоденно виробляється багато аксесуарів для моди, демонструючи африканський характер у повсякденному одязі.

Наукова новизна: дослідження виявило корисність африканських тканин та одягу, які можуть бути популяризовані, замість імпортованих та широко використовуватися в Нігерії, що матиме велику цінність для нігерійської системи фешн-індустрії.

Практична значущість: результати цього дослідження показують, що воскові принти Анкари розширюють можливості використання тканини для сукні. Натхнення зростають щодня, а тканина стає все більш популярною на ринку. Сучасні технології та смаки споживачів диктують, які стилі та аксесуари слід створювати для користувачів.

Ключові слова: восковий принт Анкари, ефемерність, нігерійське мистецтво, дизайни, мотив "адіре" (вузликове/барвникове), творчість, інновації, модні аксесуари.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Адеоті Адеола Абідун, лектор, завідувач кафедри, кафедра образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва, Технологічний університет Ладоке Акінтола, Нігерія, ORCID 0000-0002-2196-4015, **e-mail:** aaadeoti29@lautech.edu.ng

Калілу Разік Олатунде Рим, професор мистецтвознавства та історії мистецтв, кафедра образотворчого та прикладного мистецтва, в.о. проректора, Технологічний університет Ладоке Акінтола, Нігерія. ORCID 0000-0002-2467-8567, **e-mail:** romkalilu@lautech.edu.ng

Цитування за ДСТУ: Adeoti A. A., Kalilu R. O. R. Fashion Accessories from Ankara Wax Prints in Nigeria. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 11–20.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.1>

Citation APA: Adeoti, A. A., Kalilu, R. O. R. (2023). Fashion Accessories from Ankara Wax Prints in Nigeria. *Art and Design*. 4(24). 11–20.

УДК 747+7.012:
725.54

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.2.

¹AHLIULLIN R. M., ¹BULHAKOVA T. V., ²SKLIARENKO N. V.,
¹OSTAPYK S. V., ¹ISKIMZHI A. A.

¹ Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

² Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine

FEATURES OF DESIGNING A MODERN OFFICE SPACE, ITS EQUIPMENT AND FURNITURE

The aim of the study is to identify the main factors, modern approaches and methods of creating a comfortable office space based on the analysis of modern domestic and foreign experience in designing this type of premises.

Methodology. Critical analysis of scientific sources on the research topic, normative and reference literature, comparative analysis of advanced domestic and foreign experience in office interior design, and a synthesis of the research results have been used in the study.

Results. Historical aspects of the development of offices and modern trends in the interior design of this type of premises are considered. The main factors of creating a comfortable office space are identified: design in accordance with modern ergonomic requirements; implementation of aesthetic principles of interior design, effective functional and planning organisation. The ergonomic criteria for workplace organisation are presented, and the main aspects of office ergonomics are highlighted. Based on the analysis of modern design experience, approaches and techniques of artistic and aesthetic, functional and planning solutions for office spaces are identified. In particular, rational planning that combines common communication spaces with individual workstations, artistic and aesthetic solutions with balanced colour palette and accents, optimal lighting and modern ergonomic equipment are becoming integral components of an effective modern office space.

The scientific novelty lies in determining the main factors in creating a comfortable office space based on the analysis of modern interior design practice for this type of premises, identifying current trends, approaches and techniques for creating the office interior, which is a further contribution to the development of research on office environment design.

The practical significance of the results obtained lies in the possibility of their application by designers and employers when designing office interiors.

Keywords: interior design, office space, comfortable environment, ergonomics, artistic and aesthetic solution, functional and planning structure.

Introduction. Today's dynamic world requires companies to quickly adapt to new conditions and challenges. The COVID-19 pandemic, the development of technology, and the change in the work paradigm have led to the need for a substantial review of the organization of office spaces. Historically, the office environment has reflected the cultural and technological advances of its era, evolving in response to external stimuli. Today, we are faced with the challenge of creating a space that would not only meet modern technical requirements, but would also be optimized in terms of ergonomics, psychological comfort, and communication efficiency.

The relevance of the problem of designing modern office spaces lies in the fact that they

become a mirror of corporate culture, reflecting the company's values and approaches to the well-being of its employees. A scientific study of this problem can provide practical material for designers and employers who seek to provide optimal working conditions that will contribute to the growth of productivity, preservation of the health of personnel, and improvement of corporate culture.

Analysis of previous studies. Theoretical provisions regarding the goals, objectives and requirements of ergonomics and engineering psychology have become the subject of research by domestic scientists in the field of architecture and design: S. Apostoliuk, A. Apostoliuk, P. Bekhta, V. Brusentsov, O. Brusentsov, I. Buhaichenko and I. Kyseliov [10], O. Gervas

[12], V. Holoborodko [14], V. Danylenko [15], I. Lynnyk [20], M. Potapenko [24], S. Serdiuk [25], Yu. Trofimov [26] and others. The principles and approaches to workplace optimization and safety were the focus of such scientists as V. Arbakitov and I. Tkachenko [8], T. Bulgakova and I. Sova [11], N. Savina [9], S. Shklyar [27] and others, who considered the factors of regulation and safety, as well as comfort and functionality of workplaces of office workers, principles of flexible design that allow for easy reconfiguration of office space depending on the needs of the team. For example, V. Arbakitov and I. Tkachenko examined in detail the ergonomic aspects of the human body position during work, paying attention to the criteria for determining the optimal working posture and methods of preventing fatigue in people. S. Shklyar described two main types of office: open space and cubicle, and also considered in detail the ergonomic requirements for the organization of the workplace in the office premises. The impact of design and ergonomics on the emotional state and productivity of workers has been studied and highlighted by modern Ukrainian researchers: O. Burov, A. Honcharov, S. Dudka [17], V. Koveziuk, M. Kuprienko [9], O. Polyakova, T. Bulgakova and D. Kosenko [23] and others, who emphasized the exceptional importance of colour solutions, lighting and materials in modern office design and their impact on the psychophysical state of employees. V. Koverziuk emphasizes the aesthetic aspects of interior design, in particular visual design. S. Dudka considers design as an aesthetic phenomenon of creating an ergonomic object environment, defines the features of ergodesign to achieve the compositional aesthetic integrity of objects and space.

Despite a significant number of studies in the field of interior design of administrative premises, offices in particular, the constant development of design in this area, the emergence of new requirements and challenges require clarification of the features of the

formation of a comfortable and efficient office at the current stage.

Objectives. To analyse the modern domestic and foreign experience of designing office premises; determine the main factors of the formation of a comfortable office space, modern approaches and methods of artistic and aesthetic, functional and planning solutions for office interiors.

Research results. The evolution of office spaces is inextricably linked to the development of society, economy, technology and culture. After all, the office has always reflected the structure of social relations, the level of development of production, communications, and art of a certain era. Office spaces have always been a mirror of socio-economic relations, the level of technological development and cultural features of a particular era.

For example, the first offices of Ancient Rome reflected the management system of the Roman Empire in the form of *Officiums* – small rooms in central squares where state clerks, tax collectors, and archivists worked. The layout and arrangement of these premises corresponded to the administrative needs of the empire [3].

The scriptoriums of the Middle Ages, located at monasteries, were associated with the dominance of the church in cultural life. These were large halls with lecterns and shelves for storing manuscripts. Books were copied and decorated here, which was the main occupation of the monks [4].

The emergence of large office buildings in the 18th century is associated with the development of bureaucracy and paperwork in public administration. Long rows of desks reflected the need to process paper documents. Active use of typewriters and paper has become part of office culture [1].

The concept of the streamlined office-factory, which became widespread in the 19th century, is directly related to the industrial revolution and the rise of industrial production. The office was organized according to the principle of a conveyor belt, with a clear regulation of the labour process, which reflected

the factory system. On the one hand, R. Propst's "Action Office" system in the 1960s was a revolutionary step as it brought flexible modular partitions to quickly change the office layout. It corresponded to the desire to democratize and humanize the office environment [2].

However, the economic crisis of the 1970s forced companies to cut costs, which led to the regression – the proliferation of monotonous cubic offices without taking into account human needs. It was a step back from the progressive ideas of the 1960s. On the other hand, the spread of open offices in the 20th century became possible due to the change in social relations – the transition to a post-industrial society, democratization and the perception of employees as individuals. The open space symbolized the departure from rigid hierarchy and authoritarian control [2]. Only since the 2000s, with the development of technology, it became possible to return to the concept of a humanistic, ergonomic office with an emphasis on employee comfort.

Thus, the evolution of office spaces proceeded in a wave-like manner – periods of innovation were replaced by simplification under the pressure of economic realities, but the general vector is towards the humanization of the environment.

Historical experience shows that the office has always evolved in accordance with the cultural and technological achievements of the era. At each historical stage, office design absorbed the essential features of the era – from the technological development to values and social relations. This provides a basis for understanding the principles of designing modern office spaces taking into account the latest possibilities.

Modern trends in office design continue to move towards creating the most comfortable and functional workspaces. Today's office premises must meet the requirements of not only functionality, but also comfort and aesthetic appeal. After all, the office is a place where people spend a significant part of their time, so the productivity and overall well-being of

employees largely depend on how ergonomic and comfortable it is.

With globalisation and the rapid development of technology, the concept of the office as a conventional working space is expanding. Today, the office is becoming a place where the emphasis is shifting from mere efficiency to comfort, collaboration and corporate culture. All this, in turn, has an impact on the productivity of employees [18; 21].

Ergonomics plays an extremely important role in ensuring the physical comfort of the employee. Height-adjustable desks, ergonomic chairs and proper lighting create a healthy working environment and reduce the risk of health problems. At the same time, natural light is considered the best for office space, and artificial light should complement it, ensuring there is now glare on screens and creating a comfortable atmosphere [22, p. 12]. It is equally important to take into account the composition and temperature of the air and the noise level in the room. Modern technologies, such as advanced ventilation systems and acoustic solutions, help to create an optimal climate and reduce noise levels, which are important for the comfort and productivity of employees in large open spaces.

Based on the research of American scientists conducted at a number of US enterprises, it was found that a properly organized (from the point of view of ergonomics) workplace of an employee in the office increases their productivity during the entire working day by an average of 15–25% (Tab. 1) [27, p. 49].

The design and arrangement of the workplace must ensure the optimal working posture of the employee, which takes into account and does not interfere with the natural physiological processes of the body and provides the best opportunity to perform the work for which it is intended. In today's world, a significant part of the work is done in a sitting position. Prolonged sedentary work is harmful to a person in the general sense: they hunch or lean forward, and the spine is deformed, injuring the

discs; a person raises their shoulders and bends their arms, keeping them in tension – and naturally, they start to hurt. Research has determined what wrong posture leads to (Tab. 2) [27, p. 50].

Table 1

Ergonomic criteria for organizing an employee's workplace

№	Name	Description
1	Physical difficulty of the work	Taking into account the comfort and physical load required of the employee.
2	Dimensions of the work area	Taking into account the spatial parameters of the work area and the employee's need for movement during the performance of tasks.
3	Technological characteristics	Features and technical aspects of the work process affecting the location and organization of the workplace.
4	Static loads	Loads on the employee arising from long-term staying in one position.
5	Time spent	The time the employee spends at the workplace.
6	Location of control facilities	Optimal location of control facilities within the motor space depending on the frequency and accuracy of actions, as well as in the range of the motor field.
7	Overview of sources of visual information	Ensuring the absence of obstacles for the observation of visual sources of information.
8	Change of posture during work	The possibility of changing the employee's position during the working day to reduce physical strain.
9	Access to places of adjustment and repair	Providing free access to areas where maintenance, adjustment or repair of equipment takes place.
10	Placement of main and auxiliary equipment	Organization of the workspace in such a way that the main and auxiliary equipment are optimally located for the convenience and efficiency of work performance.

Table 2

Consequences of incorrect posture

№	Consequence	Description
1	Impaired respiratory function	The volume of the lungs decreases, less oxygen and blood reach the tissues and brain.
2	Digestive disorders	The work of the intestines is disturbed, the digestive system does not function properly.
3	Premature aging of tissues and curvature of the spine	Body tissues age prematurely; the spine loses its resistance to deforming influences, its curvature develops.
4	Chronic muscle tension	Muscles are in a state of chronic tension; pain occurs in the back and muscles, and headaches appear.
5	Increased fatigue	Systematic overstrain of muscles causes increased fatigue.
6	Decreased cognitive ability and concentration	Liveliness of thinking, working capacity and speed of reaction decrease, drowsiness and poor concentration appear.

There are several key aspects to consider when organizing a seated workplace. Firstly, the height and size of the workspace should be adapted to ensure that it can be adjusted to suit the individual needs of the employee. Secondly, it is important to consider the characteristics of the support surface, including its height and type

(whether flat, saddle or inclined). Finally, it is essential to ensure that there is adequate space for the employee's feet to rest comfortably. The relative location and layout of the workplaces should ensure safe access to the workplace and the possibility of quick evacuation in case of danger.

Thus, the main aspects of office ergonomics are as follows:

- space planning: space standards, isolation of workplaces, possibility of cooperation and communication, variability of equipment, multifunctionality or narrow specialization of the premises, alternate, collective, individual use taking into account not only general trends, but also specific functions, for example, bank, campaign management, law firm, etc.

- ergonomic equipment design: placement of the worker taking into account work movements and movements according to the functional process; table height adjustment, the possibility of changing the position during work, partitions with hinged elements and equipment (between tables and zones), stationary and mobile furniture elements, placement of ergonomic elements (keyboard, monitor), ergonomic chair;

- microclimate: temperature, air humidity, its composition; the possibility of controlling the composition of the air with the addition of disinfectant elements, which became especially relevant during the COVID-19 pandemic;

- optimal lighting and colour scheme: lighting design and selection of colours that do not create additional glare and do not overload the employee's vision in the work area;

- psychological aspects: overall satisfaction with working conditions, the possibility of active participation in the layout and "customization" of the workplace, the psychological climate of the team, etc.;

- social and psychological factors acquired in the course of the campaign development: social partnership of all team members, concern for optimizing the social and psychological climate, optimal working conditions with a seat near the window, an individual "cell", comfortable furniture with adjustment and filling of the workplace, the opportunity to relax, take a break, have proper nutrition, communication with other team members, creating an atmosphere of pride for the company, etc.

Aesthetics also plays an important role in psycho-emotional comfort and stimulation of creativity. An interior that is pleasing to the eye, bright colours or, on the contrary, calm neutral tones can create an atmosphere that will encourage productive work.

The aesthetic design of the workplace is a key element in creating a favourable environment for employees. According to the results of the research by L.R. Hnatiuk and Y.I. Polishchuk, 69.81% of respondents preferred warm light colours, 15.09% chose cold light ones, and minority groups chose warm dark ones (5.66%), achromatic (7.55%) and cold dark colours (1.89%). These data confirm that soft and light shades are the most desirable for an ergonomic office interior, reflecting the needs of the employee's nervous system. Research also shows that 64.15% of respondents feel that the interior affects their mood, 30.19% feel this influence weakly, and 5.66% do not feel it at all [13, p. 65].

The role of decorative elements cannot be overlooked as they help employees feel at home, promote relaxation, and help reduce stress. The atmosphere of the room and attention to detail significantly affect the mood of the team. For example, integrating artistic elements and visually appealing details into the design demonstrates respect for employee preferences. This helps to increase motivation because people see their working conditions improve as they progress in their careers. Representing the philosophy and culture of the brand through the interior helps the team feel united, inspires them to have new achievements and be proud of their organization [19].

In addition, an original and striking design can be not only a company's business card, but also a marketing tool that tells a much deeper story about the company than ordinary promotional material. At the same time, the choice of expressive furniture materials, the quality of lighting, simplicity and cleanliness of the design without unnecessary things also play an important role in maintaining the company's aesthetics.

An example of this approach is the Ukrainian studio Yakusha Design, which not only creates unique architectural and design projects but also receives international recognition, as was the case with their My Universe project (Fig. 1). This project combined a design studio, a furniture showroom, and a lecture hall, highlighting the brand's deep connection to culture and heritage. This is a vivid example of how design can tell the story of a company and become its true identity [16].

Therefore, the aesthetics of the workspace not only reinforces the corporate culture, but also has a direct impact on the employee productivity, motivation and satisfaction.

Designing a comfortable office space for work which combines the principles of ergonomics and aesthetics begins with choosing the type of office layout. As is known, offices have several types of planning solutions: cubicle office space, open space, group office and combi-office. The cubicle office has shortcomings in the organization of teamwork and space efficiency, while the open space and group office have disadvantages in the organization of individual work and ensuring sound insulation. It is the last type of layout – the combi-office – that combines the advantages and allows avoiding the disadvantages of the previous types.

For example, in the building complex of "Scandinavian Airlines" (Stockholm, Sweden) (Fig. 2) [6; 7], built on the shore of an artificial lake, around a large central space (a street with pockets) communal spaces of the second rank are formed (cafes, shops, a swimming pool, a fitness centre, which are used by both 1.5 thousand employees and everyone else who wishes), as well as local "communal" zones of the actual office part. Such a zone for 30–40 people includes a sector for negotiations and informal communication, a centre for office equipment and telecommunications equipment, a kitchen and dining room.

The main functional modules are personal cabins with an area of approximately 12 m² – are grouped around "communal areas".

Partitions and cabinet doors leading to these areas are made of glass, which eliminates the effect of physical isolation and ensures that the space of compact cabinets "flows" into more spacious volumes. Therefore, every employee can feel good psychophysically.

Furniture and equipment, cabinet details are designed in the local national style, although in general, the international style dominates. Furniture made of wood is "rough", functional, with simple forms, creating a business atmosphere. At the same time, each employee can complement the interior of the office to their taste with decorative and artistic products, peasant and household items, and personal items.

Communal areas for informal communication between employees and visitors are located on open terraces overlooking the lake; furniture contributes to rest with the wicker supplemented with plants and decorative elements.

All this together provides an optimal psychological climate in the team and contributes to the psychophysiological comfort of each employee.

The Citizen Office (Vitra Campus, Weil am Rhein, Germany) of the Vitra company is another vivid example of the concept of combining group and individual work in the office, implementing the principles of ergonomics and aesthetics, and creating an environment that maximizes productive work. In 2000, a revolutionary office concept was introduced at the Vitra campus: the network office. Vitra replaced individual offices in the Action Office style with a collaborative environment that reflected the company's innovative spirit. In 2006, the network office was transformed into the Net 'n' Nest Office to reflect the realisation that an office should offer both privacy and collaboration. In 2010 and 2018, further changes were made to create the Citizen Office, in which an "office forum" for direct interaction and communication is surrounded by traditional workstations. The office is viewed as a living environment with a

complex infrastructure, i.e., like a city. The forum is the central square, and the surrounding

workstations are the individual neighbourhoods of this city.



a

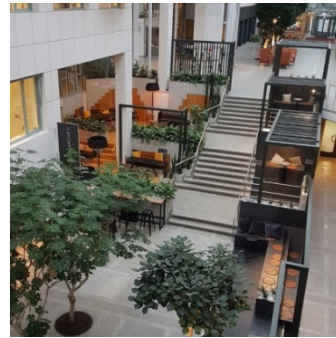


b

Fig. 1. The My Universe project for the Yakusha Design studio is located near Palats Ukraina metro station, *a* – studio reception; *b* – office premises



a



b

Fig 2. "Scandinavian Airlines" building complex (Stockholm, Sweden): *a* – general view of the building; *b* – "communal" areas of the office



Fig 3. Citizen Office (Vitra Campus, Weil am Rhein, Germany). Zones for teamwork



a



b



c

Fig 4. Citizen Office (Vitra Campus, Weil am Rhein, Germany): *a* – places for meetings or work of two or three people; *b* – workplaces; *c* – zones for individual work

The effective functional and planning organisation of the space allowed combining comfortable areas for teamwork and communication of large groups of employees, cosy corners and places for meetings or work of two or three people, as well as isolated areas for individual work that requires concentration and inadmissibility of distraction (Fig. 3–4) [5].

In terms of artistic and aesthetic solutions, the office is dominated by simple, regular geometric shapes of furniture and equipment that do not overload or tire the visual perception of employees. The expressiveness is based on the use of colour accents against the background of neutral light interior colour. All this, together with the harmonious proportions of objects and space, creates a unique comfortable environment where it is pleasant to be and work.

Integrating nature through biophilic design, which includes the use of plants and natural materials, not only improves air quality but also makes the office more aesthetically pleasing. Modern office spaces also need to be adaptable to the rapidly changing needs of the team. Therefore, adaptability in design, which includes mobile furniture on wheels, modular solutions and adjustable partitions, is becoming a key element in ensuring a comfortable and efficient workspace.

Thus, designing in accordance with modern ergonomic requirements using aesthetic principles and effective functional and planning organisation are prerequisites for creating a comfortable office that promotes productivity and employee satisfaction.

Conclusions. The paper examines the historical aspects of the development of offices and modern trends in the interior design of this type of premises. The main factors of creating a comfortable office space are identified: design in accordance with modern ergonomics requirements; implementation of aesthetic principles of interior design, effective functional and planning organization. Analysis of the domestic and foreign experience of office interior design showed that taking into account

the mentioned factors transforms the office from a simple place to perform tasks into an environment that stimulates creativity, promotes communication and preserves the health of employees. Modern office design is a harmonious combination of rational zoning, expressive aesthetic solutions, use of the latest technologies and creation of a healthy environment.

Comfort of the office space shaped by several key factors, starting with the organization of the workplace. Correct placement of furniture and equipment creates optimal conditions for using space. In addition, lighting plays an important role by providing sufficient natural and artificial light to improve comfort and efficiency. Controlling noise and creating a quiet working environment is another factor that affects office comfort. In particular, acoustic solutions help in providing a favourable working environment. The choice of colour palette is important for maintaining productivity and comfort, while integration of different colours can have a positive effect on the emotional state of employees. Zoning of space, which involves dividing it into functional areas, helps to support various types of activities. This is important for organizing effective work in the office.

Modern approaches to artistic and aesthetic design include minimalism, use of minimal decor, and biophilic design, which is based on the use of natural elements to improve the mental well-being of employees. Technological design, which involves the integration of modern technologies and innovations, helps to create a modern and functional work environment.

Functional and planning solutions include open space for collaborative work, flex spaces for adaptive zones and multimedia zones for presentations and meetings. Ergonomics also plays a key role, ensuring the use of furniture and equipment that supports the health and comfort of workers. The result is an office space that not only improves comfort, but also serves as a key factor in increasing productivity and job satisfaction of each employee.

Література:

1. A History of the Office: What Has and Hasn't Changed. *Knight Frank* : website. 2020. URL: <https://www.knightfrank.co.uk/office-space/insights/culture-and-space/a-history-of-the-office> (Last accessed: 04.10.2023).
2. Deering S. Guys, Frank Lloyd Wright Was a Small-Space Renovation Guru. *Architectural Digest*: website. 2017. URL: <https://www.architecturaldigest.com/story/frank-lloyd-wright-small-space-renovation-guru> (Last accessed: 25.09.2023).
3. Lovell M. The Evolution of Office Design. *Morgan Lovell* : website. 2022. URL: <https://www.morganlovell.co.uk/the-evolution-of-office-design> (Last accessed: 06.10.2023).
4. Serrano D. M. A multifunctional product design for performing work from home : Dissertações de Mestrado. Universidade Europeia. 2022. 125 p.
5. Citizen Office. Vitra Campus, Weil am Rhein. *Vitra* : website. 2022. URL: <https://www.vitra.com/en-no/professionals/projects/concepts/citizen-office> (Last accessed: 09.10.2023).
6. Fasadtvätt Stockholm Referensobjekt g:a SAS Huvudkontor Frösundavik 1. *Specialrengöringar*: website. 2020. URL: <https://specialrengoringar.se/referens/fasadtvatt-stockholm-referensobjekt-ga-sas-huvudkontor-frosundavik-1/> (Last accessed: 15.09.2023).
7. SAS Frösundavik. *Foursquare*: website. 2020. URL: <https://ru.foursquare.com/v/sas-frösundavik/52820a5e11d2c313f1906df3/photos> (Last accessed: 09.09.2023).
8. Абракітов В. Е., Ткаченко І. О. Ергономіка робочих місць: конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 78 с.
9. Архітектура, будівництво, дизайн в освітньому просторі : монографія / за заг. ред. В. В. Карпова. Рига, Латвія : Baltija Publishing, 2021. 604 с.
10. Брусенцов В. Г., Брусенцов О. В., Бугайченко І. І., Кисельова С. О. Основи ергономіки: навчальний посібник. Харків : УкрДАЗТ, 2011. 141 с.
11. Булгакова Т. В., Сова І. В. Особливості формування інтер'єрів офісних приміщень типу OPEN SPACE. *Технології та дизайн*. 2019. № 4(33). С. 1–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2019_4_6 (Last accessed: 11.09.2023 p.).
12. Гервас О. Г. Ергономіка : навчально-методичний посібник. Умань : ВПЦ «Візаві», 2011. 130 с.
13. Гнатюк Л. Р., Поліщук Я. І. Використання та роль кольору в дизайні інтер'єрів офісних приміщень. *Вісник національного авіаційного університету*. 2014. №5. С. 16–22.
14. Голобородько В. М. Вибрані глави проективної ергономіки. Антропоморфний фактор : навчальний посібник. Харків : ХДАДМ, 2004. 216 с.
15. Даниленко В. Я. Дизайн : підручник. Харків : ХДАДМ, 2003. 320 с.
16. Друзюк Я. Трембіти і лекторій в офісі Yakusha Design і Faina. *The Village Україна* : вебсайт. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/interior/287449-office-yakusha-design-faina-dezeen-palats-ukrayina> (Last accessed: 05.09.2023).
17. Дудка С. О. Дизайн як естетичний феномен при створенні ергономічного предметного середовища. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*: науково-технічний збірник / за ред. М. М. Дьомін. Київ : КНУБА, 2012. Вип. 31. С. 3–7.
18. Карнаухова А. Переосмислення робочого простору 2023: ставка на соціалізацію та якість. *Dev.ua* : вебсайт. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/karnaukhova-1693511792> (Last accessed: 04.10.2023).
19. Карнаухова А. Як дизайн інтер'єру робочого простору впливає на настрій, самопочуття та мотивацію працівників. *dev.ua* : вебсайт. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/zykzak-1682853610> (Last accessed: 05.10.2023).
20. Линник І. Е. Архітектурно-дизайнерська ергономіка: методичні рекомендації для виконання практичних завдань і самостійної роботи. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 46 с.
21. Матвєєва Ю. Т., Майборода Т. М., Кириченко К. І. Офіс-менеджмент : підручник. Суми : СумДУ, 2021. 400 с.
22. Носенко Ю. Г., Сухіх А. С. Здоров'я зберезувальне використання програмно-апаратних засобів : навчально-методичні рекомендації для учнів. Київ : Компрінт, 2017. 156 с.
23. Полякова О. В., Булгакова Т. В., Косенко Д. Ю., Шмельова О. Є., Марета О. Є. Особливості дизайну офісних приміщень для людей з порушеннями опорно-рухового апарату. *Art and Design*. 2021. №1. С. 96–106.

24. Потапенко М. В. Основи ергономіки, біоніка: методичні рекомендації до практичних занять для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн». Запоріжжя : ЗНУ, 2018. 56 с.

25. Сердюк С. М. Ергономічні питання проектування людино-машинних систем : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗНТУ, 2014. 334 с.

26. Трофімов Ю. Л. Інженерна психологія : підручник. Київ : Либідь, 2002. 264 с.

27. Шкляр С. П. Ергономіка в архітектурі : конспект лекцій. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 55 с.

References:

1. A History of the Office: What Has and Hasn't Changed. *Knight Frank* (2020). URL: <https://www.knightfrank.co.uk/office-space/insights/culture-and-space/a-history-of-the-office> (Last accessed: 04.10.2023).

2. Deering, S. (2017). Guys, Frank Lloyd Wright Was a Small-Space Renovation Guru. *Architectural Digest*. URL: <https://www.architecturaldigest.com/story/frank-lloyd-wright-small-space-renovation-guru> (Last accessed: 25.09.2023).

3. Lovell, M. (2022). The Evolution of Office Design. *Morgan Lovell*. URL: <https://www.morganlovell.co.uk/the-evolution-of-office-design> (Last accessed: 06.10.2023).

4. Serrano D. M. (2022). *A multifunctional product design for performing work from home*. Universidade Europeia.

5. Citizen Office. Vitra Campus, Weil am Rhein. *Vitra* (2022). URL: <https://www.vitra.com/en-no/professionals/projects/concepts/citizen-office> (Last accessed: 09.10.2023).

6. Fasadvätt Stockholm Referensobjekt g:a SAS Huvudkontor Frösundavik 1. *Specialrengöringar* (2020). URL: <https://specialrengoringar.se/referens/fasadvatt-stockholm-referensobjekt-ga-sas-huvudkontor-frosundavik-1/> (Last accessed: 15.09.2023).

7. SAS Frösundavik. *Foursquare* (2020). URL: <https://ru.foursquare.com/v/sas-frösundavik/52820a5e11d2c313f1906df3/photos> (Last accessed: 09.09.2023).

8. Abrakitov, V. E., & Tkachenko, I. O. (2017). *Erhonomika robochykh mists* [Ergonomics of workplaces: lecture notes]. Kharkiv: KhNUMH im.

O. M. Beketova [in Ukrainian].

9. Karpov, V. V. (Ed.). (2021). *Arkhitektura, budivnytstvo, dyzain v osvithnomu prostori* [Architecture, construction, design in the educational space]. Riga, Latvia: Baltija Publishing [in Ukrainian].

10. Brusentsov, V. G., & Brusentsov, O. V., Buhaichenko, I. I., Kyselova, S. O. (2011). *Osnovy erhonomiky* [Fundamentals of ergonomics]. Kharkiv: UkrDAZT [in Ukrainian].

11. Bulgakova, T. V., & Sova, I. V. (2019). Osoblyvosti formuvannia interieriv ofisnykh prymishchen typu open space [Features of the formation of office interiors of the open space type]. *Tekhnologii ta dyzain – Technologies and design*, 4(33), 1–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2019_4_6 [in Ukrainian].

12. Hervas, O. H. (2011). *Erhonomika* [Ergonomics]. Uman: Vizavi [in Ukrainian].

13. Hnatiuk, L. R., & Polishchuk, Ya. I. (2014). Vykorystannia ta rol kolidoru v dyzaini interieriv ofisnykh prymishchen [The use and role of color in the design of office interiors]. *Visnyk natsionalnoho aviatsiinoho universytetu – Bulletin of the National Aviation University*, 5, 16–22 [in Ukrainian].

14. Holoborodko, V. M. (2004). *Vybrani hlavy proektyvnoi erhonomiky. Antropomorfnyi faktor* [Selected chapters of projective ergonomics. Anthropomorphic factor]. Kharkiv: KhDADM [in Ukrainian].

15. Danylenko, V. Ya. (2003). *Dyzain* [Design]. Kharkiv: KhDADM [in Ukrainian].

16. Druziuk, Ya. (2019) Tremibyti i lektorii v ofisi Yakusha Design i Faina [Tremities and lectern in the Yakusha Design and Faina office]. *The Village Ukraina*. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/interior/287449-office-yakusha-design-faina-dezeen-palats-ukrayina> (Last accessed: 05.09.2023). [in Ukrainian].

17. Dudka, S. O. (2012). Dyzain yak estetychnyi fenomen pry stvorenni erhonomichnoho predmetnoho seredovyshcha [Design as an aesthetic phenomenon in creating an ergonomic objective environment]. *Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia – Modern problems of architecture and urban planning*, 31, 3–7 [in Ukrainian].

18. Karnaukhova, A. (2023). Pereosmyslennia robochoho prostoru 2023: stavka na sotsializatsiiu ta iakist [Rethinking workspace 2023: focus on socialization and quality]. URL: <https://dev.ua/>

[blogs/posts/karnaukhova-1693511792](https://dev.ua/blogs/posts/karnaukhova-1693511792)

(Last accessed: 04.10.2023) [in Ukrainian].

19. Karnaukhova, A. (2023). Yak dyzain interieru robochoho prostoru vplyvaie na nastrii, samopochuttia ta motyvatsiiu pratsivnykiv [How the interior design of the workspace affects the mood, well-being and motivation of employees]. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/zykzak-1682853610> (Last accessed: 05.10.2023) [in Ukrainian].

20. Lynnyk, I. E. (2018). *Arkhitekturno-dyzainerska erhonomika* [Architectural and design ergonomics]. Kharkiv: KhNUMH im. O. M. Beketova [in Ukrainian].

21. Matvieieva, Yu. T., Maiboroda, T. M., & Kyrychenko, K. I. (2021). *Ofis-menedzhment* [Office management]. Sumy: Sumskyi derzhavnyi universytet [in Ukrainian].

22. Nosenko, Yu. H., & Sukhikh, A. S. (2017). *Zdoroviazberezhuvalne vykorystannia prohramno-aparatnykh zasobiv* [Health-saving use of software and hardware]. Kyiv: Komprypt [in Ukrainian].

23. Poliakova, O. V., Bulgakova, T. V., Kosenko, D. Yu., Shmelova, O. Ie., & Mareta, O. Ie. (2021). Osoblyvosti dyzainu ofisnykh prymishchen dlia liudei z porushenniamy oporno-rukhovaloho aparatu [Features of office space design for people with disorders of the musculoskeletal system]. *Art and Design*, 1, 96–106 [in Ukrainian].

24. Potapenko, M. V. (2018). *Osnovy erhonomiky, bionika* [Fundamentals of ergonomics, bionics]. Zaporizhzhia: ZNU [in Ukrainian].

25. Serdiuk, S. M. (2014). *Erhonomichni pytannia proektuvannia liudyno-mashynnykh system* [Ergonomic issues of human-machine system design]. Zaporizhzhia : ZNTU [in Ukrainian].

26. Trofimov, Yu. L. (2002). *Inzhenerna psykholohiia* [Engineering psychology]. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].

27. Shkliar, S. P. (2019). *Erhonomika v arkhitekturi* [Ergonomics in architecture]. Kharkiv : KhNUMH im. O. M. Beketova [in Ukrainian].

¹ АГЛІУЛЛІН Р. М., ¹ БУЛГАКОВА Т. В., ² СКЛЯРЕНКО Н. В.,

¹ ОСТАПИК С. В., ¹ ІСКІМЖІ А. А.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Луцький національний технічний університет, Луцьк, Україна

ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННЯ СУЧАСНОГО ОФІСНОГО ПРОСТОРУ, ЙОГО ОБЛАДНАННЯ ТА МЕБЛІВ

Мета: визначити основні чинники, сучасні підходи та прийоми формування комфортного офісного простору на основі аналізу сучасного вітчизняного та закордонного досвіду проектування даного типу приміщень.

Методологія. В роботі використано критичний аналіз наукових джерел за темою дослідження, нормативної та довідкової літератури, порівняльний аналіз передового вітчизняного та зарубіжного досвіду дизайну інтер'єру офісів, синтез результатів дослідження.

Результати. Розглянуто історичні аспекти розвитку офісів та сучасні тенденції в дизайні інтер'єру даного типу приміщень. Визначено основні чинники створення комфортного офісного простору: проектування у відповідності до сучасних вимог ергономіки; втілення естетичних принципів формування інтер'єру, ефективна функціонально-планувальна організація. Наведено ергономічні критерії для організації робочого місця, виділено основні аспекти ергономічності офісу. На основі аналізу сучасного досвіду проектування виявлені сучасні підходи та прийоми художньо-естетичних та функціонально-планувальних рішень офісних просторів. Зокрема, раціональне планування, що поєднує загальні комунікативні простори з окремими робочими станціями, художньо-естетичні рішення з виваженим обранням колірної палітри і акцентів, оптимальне освітлення та сучасне ергономічне обладнання стають невіддільними компонентами ефективного сучасного офісного простору.

Наукова новизна полягає у визначенні основних чинників створення комфортного офісного простору на основі аналізу сучасної проєктної практики інтер'єру даного типу приміщень, виявленні сучасних тенденцій, підходів та прийомів формування інтер'єру офісу, що є подальшим вкладом у розвиток досліджень з дизайну офісного середовища.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування дизайнерами та роботодавцями при проектуванні інтер'єру та меблів для офісів.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, офісний простір, комфортне середовище, ергономіка, художньо-естетичне рішення, функціонально-планувальна структура.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Агліуллін Руслан Марселєвич, д-р філософії, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-2467-8567, **e-mail:** marsdesigne@gmail.com

Булгакова Тетяна Володимирівна, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-2467-8567, Scopus 57219057613, **e-mail:** bulgakova358@ukr.net

Скляренко Наталія Владиславівна, д-р мист., доцент, професор кафедри архітектури та дизайну, Луцький національний технічний університет, ORCID 0000-0001-9188-1947, Scopus 57338605300, **e-mail:** nata_skliarenko@ukr.net

Остапик Світлана Валеріївна, асистент, кафедра дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-2467-8567, **e-mail:** lanaostapyk@gmail.com

Іскімжі Анастасія Анатоліївна, магістр, кафедра дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0009-0005-3071-7250, **e-mail:** anastasiaskimzi@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Ahliullin R. M., Bulhakova T. V., Skliarenko N. V., Ostapyk S. V., Iskimzhi A. A. Features of Designing a Modern Office Space, its Equipment and Furniture. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 21–32.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.2](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.2)

Citation APA: Ahliullin, R. M., Bulhakova, T. V., Skliarenko, N. V., Ostapyk, S. V., Iskimzhi, A. A. (2023). Features of Designing a Modern Office Space, its Equipment and Furniture. *Art and Design*. 4(24). 21–32.

УДК 766.05:7.049.1
(510):004.928:
[316.613.4:791.43

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.3.

^{1,2} CHEN L., ¹ KHYNEVYCH R.

¹ Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

² Shaanxi University of Science and Technology, Xi'an City, China

EMOTIONAL DESIGN OF CHINESE ANIMATION IMAGE BASED ON AUDIENCE'S PSYCHOLOGICAL LEVEL

Purpose. Study the underlying logic of shaping the image of Chinese animation with the help of emotional design, on the basis of respecting and understanding the transformation of audience's psychological needs. Starting from the psychological level of Chinese animation audience, analyze the aesthetic tendency and characteristics of Chinese animation image-building.

Methodology. In the way of combining theory with demonstration, the relationship between the psychological transformation of animation audience and animation image is deeply discussed. It includes case analysis and comparative analysis.

Results. Animation creation is deeply influenced by the audience's psychology and emotion. On the basis of understanding the audience's aesthetic experience, have been analyzed the different emotional needs of Chinese animation images in the audience's instinctive level, behavioral level and reflective level, which are embodied in the tendency of "popularization", the combination of realism and freehand brushwork. By comparing the successful and classic animation images, have been researched the internal emotional connection between the audience and the animation images, indicating a tendency for future creation of animated images.

Scientific novelty. In terms of studying the image of Chinese animation, this paper proposes to correspond the three levels of emotional design theory to different levels of emotional needs of animation audiences, and focuses on summarizing new phenomena in animation image from the perspective of audience psychology.

Practical significance. Relying on the emotional design of animation images caused by the psychological needs of the audience, this paper makes an in-depth analysis of Chinese animation image design, providing new ideas for the design and creation of animation images, opening up a new situation for the animation market in China and creating new animation images for more audiences.

Keywords: Chinese culture, visual design, animation, emotional connection, aesthetic experience, animation trends.

Introduction. At present, the creation, dissemination and acceptance of animation are based on the needs of the audience and emphasize people-oriented. Audience is the embodiment of the value of animation works and the foundation of the existence of animation industry. Among them, animation image, as the soul of animation works, is a key link in animation design and creation. The relationship between animation art, animation image and audience emotion is very close and inseparable. In this paper, we introduce emotional design to help creators better analyze the emotional needs of animation images from the psychological level of the audience, and give animation images more spiritual connotations.

Analysis of previous researches. The scientific research related to this article mainly focuses on the following two aspects.

The first is the audience's psychological needs and animation design. In the field of psychology, "humanistic psychology" represented by Abraham Harold Maslow and Carl Ransom Rogers appeared in 1950s, which adhered to the principle of "people-oriented", studied the needs of normal people such as motivation, desire and emotion, explored the value and essence of human beings, and carried forward the potential and self-realization of human nature. The emergence of "cognitive psychology school" founded by Jean Piaget focuses on the study of people's cognitive way of information. In the field of communication,

Frankfurt School's "clamped audience" changed to Birmingham School's "active audience" in the 1960s. From the analysis of the process of audience acceptance after 1980s, it can be seen that the development of communication has changed from the theory of "communicator-centered" to the theory of "audience-centered", the status of the audience has been continuously valued and improved, the satisfaction of the audience's needs has become the purpose of communication, and the audience has become "the starting point and destination of artistic creation" [1].

The same is true in the fields of art and aesthetics. Reception aesthetics, represented by German *Hans Robert Jauss* and *Wolfgang Iser*, and hermeneutics, represented by *Hans-Georg Gadamer*, have risen, and it is art that has been paid constant attention to in the dimension of reception. *M.H. Abrams*, an American scholar, summed up the order of artistic elements, namely, the world, artists, works of art and recipients, in his book *Mirrors and Lights: Tradition of Romantic Theoretical Criticism* [2].

It can be seen that the focus of the development of western art theory has changed from emphasizing the "imitation" of artistic creation to emphasizing the trend change of the receiver's artistic acceptance theory. The above research affirms the important position of the audience and explains the importance of studying the audience's psychology accordingly. China scholars *Li Ming* and *Geng Shuai* respectively discussed the importance of audience's psychological needs for animation creation. Analyzing the experiences of animation audience at different levels and dimensions can improve animation creation's in-depth understanding of animation audience [3], transform audience's psychological needs into animation creation goals, and provide animation audience with spiritual needs of technology and art, humanity and rationality [4].

An Peibin analyzed the relationship between animation image design and audience psychology of different ages. He divided the audience into three groups: children, teenagers

and adults, and combined with developmental psychology, Freud's personality theory and other related knowledge systems and theoretical achievements, put forward that children, teenagers and adults have different reactions to character color, which provided reference for animation image modeling design [5].

The second is the emotional expression of animation image design. In his book *Emotional Design* [6], *Donald Norman* expounded the three-level concept of emotional design, including instinct, behavior and reflection, which represents the three operational levels of the brain. The first level of emotion is innate, belonging to an innate emotion in the subconscious, which appeared earlier than thinking and understanding. The second level is the "behavior level", which uses actions such as touching to interact with products to stimulate the behavior pattern of the brain. The third level is the reflection level, which is an extension of the intuitive level of emotion and can affect the audience's emotional feelings for a long time. In emotional design, the level of reflection is an emotion beyond other levels, and the audience can get a stable emotional experience in the process of reflection and interaction with animation. *Michael Martes*, an American scholar, used charcoal drawing in his book *Power: Animation Sketch and Character Design* [7] to show various scenes and angles of character sketch, which provided a lot of inspiration and reference materials for the personification of image design. China scholar *Li Chaoyang* [8] mainly discusses the expression strategy of Chinese animation. From the perspective of "nationalization", it concludes that Chinese animation can seek the development path of "artistic conception", and puts forward the choices of modernity and transcendence of Chinese traditional culture, nationalization and noumenon of animation. Scholars *Zhou Guozhen* and *Fang Xin* discussed the relationship between emotional design and animation image design from the macro level, analyzed the animated literary script and character shaping, and explored the realization

path of emotional design in animated character design [9]. *Fang Xin* made a preliminary discussion on the emotional expression and characteristics in the graphics, structure, materials and colors of the animation images, and comprehensively analyzed the factors influencing the emotional modeling of the animation images from the dimensions of plot, personality, nationality, background of the times, modeling style and commercial value [10], calling on people to pay attention to the emotional expression of the characters. Taking the animated film *NeZha* as an example, *Liu Yeling* deeply analyzed the inheritance and innovation of the classic image of *Nezha* in the article "Role, Plot and Theme: Narrative Aesthetic Analysis of the animated film «NeZha: I Am The Destiny»" [11], and affirmed his image design and role performance logic. At the same time, it also reveals the social problems that are easy to appear in real life, such as family communication, children's mental health and family order. Starting from the emotional needs of the audience, it causes the audience to reflect and recall after watching the movie, which is also a big reason for the success of this film.

Statement of the problem. Scholars have gradually noticed the importance of audience psychological needs for animation creation and called for people to pay attention to the emotional expression of animated characters, but there is a lack of research on the relationship between animation image shaping and audience emotional needs. This paper introduces *Donald's* emotional design as the theoretical basis to explore the emotional needs of Chinese animation image shaping.

Results of the research. Audience psychology belongs to the category of psychology, which refers to the sum of a series of psychological factors produced by the audience in the process of accepting, spreading and understanding media information, including psychological activities on the material level and psychological needs on the spiritual level. The psychology of animation audience refers to a series of psychological

activities produced by animation audience in the process of watching animation, including the needs of the audience in sensory, aesthetic and spiritual aspects. *The Dictionary of Psychology* provides the following explanation for emotion: "In the process of human cognition, the stimuli of the surrounding environment have a certain signal effect on people, causing a relatively stable attitude and experience, including the psychological state of emotions... Emotion is the attitude experience of people about whether objective things meet their own needs" [12]. The combination of emotion and design forms a new word: emotional design. Emotional design is a design method that appears to provide the audience with a better emotional experience. It can be combined with *Maslow's* theory of human needs, and emotional design corresponds to the highest level of needs in the "need for self realization". The introduction of emotional design in the process of animation image design is aimed at making some elements in animation trigger emotional fluctuations of animation audience. An animated work that can reasonably use the method of emotional design should first impress the audience at the visual and auditory levels, then make the audience recall their own experiences through the shaping of animation images, and finally make the audience feel appeased or gain some emotional experiences.

Based on *Donald's* emotional design theory, this paper analyzes the emotional needs of Chinese animation images from the audience's instinct level, behavior level and reflection level.

1. The Emotional Demand of Chinese Animation Images at the Level of Audience Instinct. The theorist *Laura Murrya* once pointed out that among the many experiences that movies bring to the audience, the most obvious and direct one is the pleasure of watching and being watched [13]. As a special film and television art, animated film is also the same. At the instinctive level, the first image of human perception is usually the direct meaning

of the perceived object, mainly bringing sensory stimulation. It can quickly judge whether it is good or bad, safe or dangerous, and send appropriate signals to human muscles. For animation audiences, the first intuitive response is the visual effect of animation, reflected in the shaping of animation image, which is the authentic expression of shape, color and movement.

However, due to the limitation of technology, the early animation creation methods were relatively simple, relying only on hand-drawn animation to create animations, using exaggerated anthropomorphic expressions and actions to shape animated images, and expressing the real emotional activities of the characters in an abstract way. This kind of animation art is often difficult to bring the audience a sense of participation and immersion. With the update and iteration of animation technology and the change of aesthetic concept, animation audiences put forward higher requirements for animation art: a more realistic animation world, a more figurative and three-dimensional role image. The simulation trend of animation satisfies people's psychological nature of pursuing truth, and is also used by the audience to preliminarily judge aesthetic standards. The audience's viewing mode has changed from one-way and

static passive acceptance to interactive and experiential active output. In recent years, the animation team in China has become more and more aware of the importance of authenticity in the animation world, which is not only reflected in the shaping of external form, but also in the expression of internal character. For example, in the animation film "*I Am What I Am*" (Fig. 1) released in December 2021, the creative team used various technical means to simulate the details of human hair, skin and pupils in the real world. Although many viewers were dissatisfied with the "oriental face under western aesthetics" in the figure design, on the whole, the audience could intuitively feel that this is the real "*A Juan*" teenager living around us. In character, it is no longer the image of "truth, goodness and beauty" in the previous animation, but it has the character of most ordinary people. The appearance is very ordinary, but the heart is very strong. With its own strength and wisdom, it finally won the victory. There are always some unsurprising shortcomings in these civilian heroes. Some of them are lonely, some are timid and some are selfish. In short, they are not as perfect as traditional animation images. However, it is these popular cartoon characters that make the distance between them and the current animation audience smaller and smaller.



Fig. 1. The main characters in the animation film "*I Am What I Am*", Director: Sun Haipeng, China, 2021 [16]

Therefore, the emotional demand of Chinese animation images at the instinctive level of the audience is mainly reflected in the fact that the animation images tend to shape the real image of ordinary people, showing a tendency of "popularization".

2. The Emotional Demand of Chinese Animation Images at the Level of Audience Behavior. Behavior level is where most human behaviors lie, which is closely related to usage. At this stage of behavior level, more attention is paid to the realization of functions. The four elements of function, understandability, ease of use and feeling are indispensable for an excellent emotional design of behavior level. Then, the behavior level is reflected in the animation "product", such as whether the audience can accept this animation, whether the animated film is applauded and popular, and whether the animated work has entertainment, commercial and cultural value.

First of all, due to the differences of aesthetic individuals, different audiences have different attitudes and opportunities when appreciating animation works, and the aesthetic activities are also different, which promotes the development of animation works to present different styles and diverse values. In the process of watching, the audience will mobilize their own emotions and emotions to judge whether the animation works are beautiful or not, thus producing a more subjective emotional experience. In this process, the audience may empathize with the characters in the animated film, and this feeling and memory will evolve into new aesthetic feelings and experiences with the growth of the audience. Secondly, the development of Chinese animation can't be separated from Chinese traditional culture. The animation works with Chinese style have always taken root and sprouted on the basis of Chinese traditional culture. The theme, script, role, scene and core of the animation works are deeply influenced by Confucian traditional culture, and the audience in China is increasingly aware of the rich history of Chinese traditional culture for 5,000 years. Then, in Chinese animation works,

on the one hand, the creation of animation images continuously absorbs the essence of traditional art, on the other hand, it conforms to the inheritance and inheritance of traditional culture that the audience is proud of. Since the 1960s, *Shanghai Fine Arts Film Studio* has produced the first Chinese Ink Animation "*Baby Tadpoles Look for Their Mother*" (Fig. 2), which is artistically taken from the images of fish and shrimp of *Qi Baishi*, a famous painter in China. Even though the production process of ink animation is tedious and time-consuming, the early animation pioneers still produced a number of excellent ink animation films. The shepherd boy and buffalo in "*Buffalo Boy and the Flute*" (Fig. 3), the deer and little girl in "*Deer Bell*" (Fig. 4), the mountains and rivers and huts in "*Feelings of Mountains and Waters*" (Fig. 5) and other images with China characteristics are beautiful, flexible and full of poetry. The opening stunning lion dance image in "*I Am What I Am*" (Fig. 6) tells the lion dance culture in the form of freehand brushwork ink, which is full of rhythm and enhances the appeal, tension and cultural value of the whole animation. These excellent animated films are the embodiment of China's traditional aesthetic style in animation art, and also the perfect expression of China's profound traditional culture.

There are also a number of Chinese animations, such as "*White Snake: The Origin*" (Fig. 7), which absorb the traditional elements of Chinese painting in visual design, use freehand brushwork to create artistic conception to express emotions, and convey infinite artistic conception through limited images. The subtle ancient images such as hairpins, skirts, paper umbrellas and flower screens add empty inspiration and transparency to the picture. Another example is the ingenious design in the animation image space of "*NeZha: I Am The Destiny*" (Fig. 8). The images of snow-capped mountains, waterfalls, mountains and lakes presented in the picture of mountains and rivers show the freehand brushwork style of China's animation to the audience, and show the aesthetic style of

describing the spirit with form and having both form and spirit. The use of traditional images such as immortals, demons and dragons in China's traditional mythology in *NeZha* has also realized the representation of China's aesthetics, and displayed the classical beauty of China while being close to the feelings of

modern audiences, which undoubtedly made animation an effective and unique carrier of China's excellent traditional culture. After the modern expression and deduction of various images in folk stories, the animated audience undoubtedly gained a brand-new viewing experience and aesthetic experience.



Fig. 2. Fragment of the tape "*Baby Tadpoles Look for Their Mother*", Director: Te Wei et al., China, 1960 [17]



Fig. 3. Fragment of the tape "*Buffalo Boy and the Flute*", Director: Te Wei et al., China, 1963 [18]



Fig. 4. Fragment of the tape "*Deer Bell*", Director: Tang Chen et al., China, 1982 [19]



Fig. 5. Fragment of the tape "*Feelings of Mountains and Waters*", Director: Te Wei et al., China, 1988 [20]

Therefore, the emotional needs of Chinese animation images at the level of audience behavior are mainly reflected in the inheritance and innovation of traditional Chinese culture, the increase of classical aesthetic imagery, and the emergence of fantasy themed animation images.

3. The Emotional Demand of Chinese Animation Images at the Level of Audience Reflection. The level of reflection is a complex emotion which is interwoven with many factors such as deeper emotion, consciousness, understanding, personal experience and

cultural background due to the function of the first two levels. The reflection level in animation shows that the audience gets emotional satisfaction and spiritual resonance from the animation works. Animation image is the soul of animation works, whether it can win the love of the audience depends on whether the animation image conforms to the mainstream aesthetic consciousness of the current society and the connotation of The Times. With the development of modern technology and the birth of new media, art has become more popular and everyday. On the basis of

considering the audience's aesthetic condition and emotional needs, the image modeling in the current animation works is gradually developing in the direction of "examining the ugly". The concept of "judging ugliness" is more of a broader and inclusive aesthetic ability, and more inclined to express the attitude of irony,

subversion and reflection on the traditional aesthetic. "Examining ugliness" can bring the audience a novel experience on the senses, subversion and innovation on the aesthetic, cause strong emotional conflicts and contradictions, and finally present diversified styles in the animation market.



Fig. 6. Opening animation of "I Am What I Am", Director: Sun Haipeng, China, 2021 [21]



Fig. 7. Fragment of the tape "White Snake: The Origin", Director: Zhao Ji et al., China, 2019 [22]



Fig. 8. Fragment of the tape "NeZha: I Am The Destiny", Director: Yu Yang, China, 2019 [23]

The animation market in China has been innovated by the change of public aesthetic consciousness, and the main images set in animation works are closely related to the characteristics of ugliness appreciation. The image of the Monkey King (Fig. 9) in *"The Monkey King"* released in 1961 and *"Monkey King: Hero is Back"* released in 2015, and the image of Nezha (Fig. 10) in 1979 and 2019 are in sharp contrast, all of which reflect the trend of "judging ugliness". It is not difficult to see that the Monkey King, created in 1961, completely conforms to the image of the Monkey King with Chinese aesthetics, with facial depiction in traditional operas, strong and

bright clothing color matching and slender and symmetrical body proportion. It is an animation image with a delicate face, bright spirits, wit and courage and a "lofty" style. In 2015, the Monkey King was created as an "ugly" image with a horse-faced monkey body, a long nose and fine eyes and wild animals, and the character setting even subverted the traditional text [14].

In addition to the original symbols of children's figure, red Chinese-style chest covering and double bun, Nezha boldly created the image of "ugly Nezha" and created a rebellious teenager with dark eyes, ferocious expression, irregular teeth, two bun, bare clothes and hands in his pockets [15].



Fig. 9. Comparison of the Monkey King's image in *"The Monkey King"* (1961) and *"Monkey King: Hero is Back"* (2015) [23; 24]



Fig. 10. Comparison of Nezha's image in *"Prince Nezha's Triumph Against Dragon King"* (1979) and *"NeZha: I Am The Destiny"* (2019) [25; 26]

From the psychological point of view, people have the characteristics of pursuing the trend and being curious about the external world. Therefore, new ideas and new contents should be explored in animation. In this case, "judging ugliness" has become a new means of animation image design. Under the impact of the same truth, goodness and beauty and family style in animation works, the audience will inevitably have aesthetic fatigue and expect to see unique images and stories. Undoubtedly, the image of "judging ugliness" has brought a brand-new emotional experience to the audience.

Therefore, the emotional demand of Chinese animation images at the level of audience reflection is mainly reflected in the "ugliness appreciation" of image modeling, which conforms to the audience's pursuit of fresh and exciting visual images, embodies the pleasure people get by disassembling classic authority and lofty images in the new era, and shows the improvement of the freedom and

acceptance of ordinary audiences with the right to speak in modern society.

Conclusions. Emotion can be the creative source of animation art, animation art is a way of expression and catharsis of emotion, and emotional resonance is an ideal state between audience and animation art. Successful animation image-building is not only a collection of artistic expression and emotional expression, but also a perfect combination of vivid external image and full inner emotion.

According to *Donald Norman*, an American cognitive psychologist, when we analyze the psychological activities and emotional needs of animation audience in the process of watching movies, we find from the instinctive level, behavioral level and reflective level that the psychological activities of the audience have changed from sensory stimulation at the first contact to the recognition of aesthetic behavior, and finally, after reflection and aftertaste, they have risen to thoughtful and deep emotional experience.

Література:

1. 黄会林. 受众:艺术创作的起始与归宿——关于电视剧传播与生存的思考. 现代传播. 2003. № 05. P. 42-45.
2. Abrams M. H. *The Mirror and the Lamp: Romantic Theory and the Critical Tradition*. OUP USA. 1971. 416 p.
3. 李明,& 刘达斌,& 张慧. 中国动漫受众群体研究. 中国书籍出版社. 2016. 246 p.
4. 耿帅. 媒介融合时代的中国动画受众心理转化研究(博士学位论文,武汉理工大学). 2017. 284 p.
5. 安培彬. 受众心理分析下的动画角色设计研究. 艺术与设计(理论). 2020. № 08. P. 119-120. DOI: [10.16824/j.cnki.issn10082832.2020.08.036](https://doi.org/10.16824/j.cnki.issn10082832.2020.08.036).
6. Donald A. N. *Emotional design: why we love (or hate) everyday things*. Basic Books. 2004. 272 p.
7. 迈克尔·马特斯. 力量:动画速写与角色设计. 译者: 吴伟. 人民邮电出版社. 2009. 229 p.
8. 李朝阳. 中国动画的民族性研究基于传统文化表达的视角. 中国传媒大学出版社. 2011. 207 p.
9. 周国珍. 情感化设计在动画角色设计中的应用研究(硕士学位论文,成都大学). 2021. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202102&filename=1021583740.nh> (Last accessed: 15.09.2023).
10. 房昕. 动画角色的情感化造型元素研究(硕士学位论文,西北大学). 2014. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201402&filename=1014253791.nh> (Last accessed: 15.09.2023).
11. 刘也铃. 角色·情节·主题:动画电影《哪吒之魔童降世》叙事美学分析. 戏剧之家. 2021. № 13. P. 150-152.
12. 林崇德,& 杨志良,& 黄希庭. 心理学大辞典. 上海教育出版社. 2003. 2261 p.
13. 李恒基,& 杨远婴. 外国电影理论文选. 生活·读书·新知三联书店. 2006. 879 p.
14. 高原. 从“期待视野”的转变看国产动画电影中孙悟空形象的变迁(硕士学位论文,天津美术学院). 2022. 50 p.
15. 彭慧媛,& 李柯颖. 1961-2019民族动画中哪吒银幕形象的嬗变. 电影新作. 2019. № 06. P. 90-95.
16. The main characters of "I Am What I Am", Director: Sun Haipeng, China, 2021. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2703435508/> (Last accessed: 29.10.2023).
17. Movie "Baby Tadpoles Look for Their Mother", Director: Te Wei et al., China, 1960. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2034971936/> (Last accessed: 29.10.2023).

18. Movie "Buffalo Boy and the Flute", Director: Te Wei et al., China, 1963. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2294062084/> (Last accessed: 29.10.2023).
19. Movie "Deer Bell", Director: Tang Chen et al., China, 1982. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2620275412/> (Last accessed: 29.10.2023).
20. Movie "Feelings of Mountains and Waters", Director: Te Wei et al., China, 1988. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2581755636/> (Last accessed: 29.10.2023).
21. Opening animation of "I Am What I Am", Director: Sun Haipeng, China, 2021. URL: <https://www.imdb.com/title/tt16345484/reviews/> (Last accessed: 29.10.2023).
22. Movie "White Snake: The Origin", Director: Zhao Ji et al., China, 2019. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2545419468/> (Last accessed: 29.10.2023).
23. The Monkey King's image in "The Monkey King". 1961. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2261851013/> (Last accessed: 29.10.2023).
24. The Monkey King's image in "Monkey King: Hero is Back". 2015. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2241301045/> (Last accessed: 29.10.2023).
25. Nezha's image in "Prince Nezha's Triumph Against Dragon King". 1979. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/1176241096/> (Last accessed: 29.10.2023).
26. Nezha's image in "NeZha: I Am the Destiny". 2019. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2564563319/> (Last accessed: 29.10.2023).
- References:**
- Huang, H. L. (2003). Audience: the origin and destination of artistic creation-Reflections on the spread and survival of TV series. *Modern communication, Journal of Communication University of China*, 2003, (05), 42–45 [in Chinese].
 - Abrams, M. H. (1971). *The Mirror and the Lamp: Romantic Theory and the Critical Tradition*. OUP USA.
 - Li, M., Liu, D. B., & Zhang, H. (2016). *Research on China Animation Audience*. China Book Publishing Press [in Chinese].
 - Geng, S. (2017). *Research on the psychological transformation of China animation audience in the era of media convergence*. Doctor's thesis. Wuhan University of Technology [in Chinese].
 - An, P. B. (2020). Research on Animation Character Design under the Psychological Analysis of Audience. *Art and Design (Theory)*, 08, 119–120. DOI: [10.16824/j.cnki.issn.10082832.2020.08.036](https://doi.org/10.16824/j.cnki.issn.10082832.2020.08.036).
 - Donald, A. N. (2004). *Emotional design: why we love (or hate) everyday things*. Basic Books.
 - Martes, M. (2009). *Power: Animation Sketch and Character Design*. (Y. Wu, Trans.). People's Posts and Telecommunications Publishing Press [in Chinese].
 - Li, C. Y. (2011). *The study of the nationality of China's animation is based on the perspective of traditional cultural expression*. Communication University of China Press [in Chinese].
 - Zhou, G. Z. (2021). *Research on the Application of Emotional Design in Animation Character Design*. Master's thesis. Chengdu University. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202102&filename=1021583740.nh> (Last accessed: 15.09.2023) [in Chinese].
 - Fang, X. (2014). *Research on Emotional Modeling Elements of Animation Characters*. Master's thesis. Northwest University. URL: <https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbname=CMFD201402&filename=1014253791.nh> (Last accessed: 15.09.2023) [in Chinese].
 - Liu, Y. L. (2021). Role, Plot and Theme: An Analysis of NeZha's Narrative Aesthetics in the Animated Film. *Drama House*, (13), 150–152 [in Chinese].
 - Lin, C. D., Yang, Z. L., & Huang, X. T. (2003). *Dictionary of Psychology*. Shanghai Education Press [in Chinese].
 - Li, H. J., & Yang, Y. Y. (2006). *Selected Works of Foreign Film Theory*. Life, Reading and Knowledge Joint Publishing [in Chinese].
 - Gao, Y. (2022). *On the Change of the Monkey King's Image in Domestic Animated Films from the Perspective of Expectation*. Master's thesis. Tianjin Academy of Fine Arts [in Chinese].
 - Peng, H. Y., Li, & K. Y. (2019). Evolution of Nezha's screen image in national animation from 1961 to 2019. *New film*, 2019, (06), 90–95 [in Chinese].
 - The main characters of "I Am What I Am", director: Sun Haipeng, China. (2021). URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2703435508/> (Last accessed: 29.10.2023).

17. Movie "Baby Tadpoles Look for Their Mother" (1960). Director: Te Wei et al., China. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2034971936/> (Last accessed: 29.10.2023).
18. Movie "Buffalo Boy and the Flute" (1963). Director: Te Wei et al., China. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2294062084/> (Last accessed: 29.10.2023).
19. Movie "Deer Bell" (1982). Director: Tang Chen et al., China. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2620275412/> (Last accessed: 29.10.2023).
20. Movie "Feelings of Mountains and Waters" (1988). Director: Te Wei et al., China. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2581755636/> (Last accessed: 29.10.2023).
21. Movie "Opening animation of "I Am What I Am" (2021). Director: Sun Haipeng, China. URL: <https://www.imdb.com/title/tt16345484/reviews/> (Last accessed: 29.10.2023).
22. Movie "White Snake: The Origin" (2019). Director: Zhao Ji et al., China. URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2545419468/> (Last accessed: 29.10.2023).
23. The Monkey King's image in "The Monkey King". (1961). URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2261851013/> (Last accessed: 29.10.2023).
24. The Monkey King's image in "Monkey King: Hero is Back". (2015). URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2241301045/> (Last accessed: 29.10.2023).
25. Nezha's image in "Prince Nezha's Triumph Against Dragon King". (1979). URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/1176241096/> (Last accessed: 29.10.2023).
26. Nezha's image in "NeZha: I Am the Destiny". (2019). URL: <https://movie.douban.com/photos/photo/2564563319/> (Last accessed: 29.10.2023).

^{1,2} ЧЕНЬ Л., ¹ ХИНЕВИЧ Р.

¹ Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

² Університет науки і технологій Шеньсі, Сіань, Китай

ЕМОЦІЙНИЙ ДИЗАЙН КИТАЙСЬКОГО АНІМАЦІЙНОГО ОБРАЗУ З ВРАХУВАННЯМ ПСИХОЛОГІЇ АУДИТОРІЇ

Мета: вивчити основну логіку формування образу китайської анімації за допомогою емоційного дизайну на основі розуміння трансформації психології аудиторії. Враховуючи вплив на емоції аудиторії китайської анімації, проаналізувати тенденції та особливості побудови іміджу китайської анімації.

Методологія. Застосовано комплексний підхід для теоретичного аналізу зв'язку між психологічною трансформацією анімаційної аудиторії та анімаційним зображенням. Використано порівняльний аналіз китайських анімаційних образів.

Результати. Виявлено вплив психології та емоцій аудиторії на створення анімації. На основі розуміння естетичного досвіду аудиторії було проаналізовано зв'язок китайських анімаційних зображень та емоційного стану аудиторії на трьох рівнях: підсвідомому, поведінковому і рефлексійному, які втілені в тенденціях «популяризації», поєднання реалізму та малюнка від руки. Шляхом порівняння існуючих анімаційних образів встановлено емоційний зв'язок між аудиторією та анімаційними образами, що і визначає майбутні напрями створення анімаційних зображень.

Наукова новизна. У контексті вивчення образів китайської анімації, надано пропозиції щодо відповідності трьом рівням теорії емоційного дизайну та різним рівням емоційних потреб анімаційної аудиторії. Зосереджено увагу на узагальненні нових явищ в анімаційному зображенні з точки зору психології аудиторії.

Практичне значення. Спираючись на емоційний дизайн анімаційних зображень, зумовлений психологічними потребами аудиторії, наведено результати поглибленого аналізу китайського дизайну анімаційних зображень та надано пропозиції щодо створення образів в анімації.

Ключові слова: китайська культура, візуальний дизайн, анімація, емоційний зв'язок, естетичний досвід, тенденції анімації.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Чень Лінцюн, аспірантка, факультет дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна; Університет науки і технологій Шеньсі, Китай, ORCID 0009-0005-4035-2435, **e-mail:** 191852332@qq.com

Хиневич Руслана Вікторівна, канд. техн. наук, доцент кафедри мультимедійного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3130-5785, **e-mail:** h.ruslana.v@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Chen L., Khynevych R. Emotional Design of Chinese Animation Image Based on Audience's Psychological Level. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 33–44.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.3](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.3)

Citation APA: Chen, L., Khynevych, R. (2023). Emotional Design of Chinese Animation Image Based on Audience's Psychological Level. *Art and Design*. 4(24). 33–44.

УДК 769.91:
74.01.09

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.4.

^{1,2,3}LIU Q.,¹SHMELOVA-NESTERENKO O.

¹Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

²Shaanxi University of Science & Technology, Xi'an, China

³Jincheng College of Nanjing University of Aeronautics and Astronautics, Nanjing, Jiangsu, China

THE ROLE OF DESIGN OBJECTS IN CREATING THE VISUAL IDENTITY OF A CITY BASED ON THE CULTURAL HERITAGE OF CHINA

The purpose: to investigate and analyze the current situation regarding the integration of Chinese cultural heritage into design objects aimed at creating the city's image, substantiating the necessity of such integration in modern conditions.

Methodology. The research used the methods of literature review, synthesis, analysis, and systematization of the obtained results. Additionally, a situational analysis of the visual image of Chinese sports events is conducted.

Results. The importance and necessity of integrating aesthetic elements of Chinese cultural heritage into the design production of the city's visual identity are justified. Future research directions in this field are identified. The study analyzes successful examples of design objects for major sports events in China developed using cultural heritage elements.

Scientific novelty. The study involves the analysis and synthesis of previous research on the topic. Based on this analysis, four promising directions for further research in the field of design production for creating the urban image are identified.

Practical significance. The findings of this research can be applied in studying innovative design based on cultural heritage and in practical design of objects visualizing the urban image.

Keywords: visual identity, city image, city identity, design objects for sports events, graphic design, regional culture, logo design, corporate identity, cultural heritage.

Introduction. Under the trend of economic globalization, the homogenization of urban culture is intensifying. How to maintain the uniqueness and independence of urban culture has become a hot topic for many scholars. In today's "visual era", visual communication has become an important channel for information dissemination. The urban image includes people's overall perception and overall cultural cognition of the city, representing the cultural cohesion and unique characteristics generated by the integration of historical and current elements. It is a cultural memory field that integrates natural landscapes and local customs, presenting the typical and diverse regional symbols of the city. The visual design of the urban image provides an objective basis and an effective communication channel for creating a unique urban identity. However, under the increasingly homogenized urban development status quo,

the relationship between cultural heritage and urban image also faces challenges and problems, such as obscure highlighting of urban culture and a lack of visual image design. Therefore, combing and analyzing the regional cultural heritage characteristics such as geographical location, scenic spots, history, culture, folk culture, food culture, and using artistic visual language expressions for urban image design can form a systematic urban visual image. This can more intuitively and quickly convey the regional characteristics of the city to the public, which can not only enhance the image of the entire city but also show its unique charm, allowing people to have a deeper understanding and increase recognition.

Analysis of previous researches. The cultivation of image and identity in cities through the strategic use of local cultural heritage assets has become an important focus in urban planning and design scholarship. As

cities increasingly compete for investment, talent, and tourism on the global stage, developing a distinctive and compelling brand and reputation rooted in cultural heritage can provide advantages [1; 2].

Academic literature has explored various approaches to leveraging historic, cultural and creative assets to enhance the image and identity of cities in ways that speak to unique local values and traditions. The earliest study on urban image was conducted by American communication scholar Kevin Lynch [3]. In "The Image of the City", he first proposed the concept of "urban image", and in emphasizing the five elements of urban image (paths, districts, nodes, edges and landmarks), he proposed the visual identifiability of landmarks. It only stays in the field of architecture and does not fully integrate the concept of urban image into the visual communication system to be understood and studied. At first, "markers" refers to the buildings and signs with characteristics in each region, but gradually the concept of urban markers becomes clear, involving the visual signs of the city brand, new cultural landmarks, squares, etc.

A significant area of research examines the linkage between built cultural heritage conservation and urban image building. Scholars such as G.J. Ashworth [1] and F. Bandarin [2] argue that preserving and adaptively reusing historic buildings, older townscapes, and cultural landscapes provides powerful image differentiation. Heritage conservation through designation, regulation, and sensitive reuse helps nurture place distinctiveness and authenticity. Both argue for integrating heritage stewardship with economic development and tourism strategies to nurture an appealing image that benefits residents and investors alike.

Another focus has been on major new architectural icons and cultural flagships as tools for rapidly repositioning a city's global image. B. Plaza [4] demonstrates how high-profile museum projects in post-industrial cities like Bilbao have quickly reshaped external

perceptions of those cities as dynamic cultural tourism destinations. Other researchers have examined new cultural districts and quarters as image enhancement mechanisms, signaling a diverse, creative urban lifestyle attractive to young professionals [5]. While culture-led branding is influential, risks exist. Critics argue that top-down initiatives marginalize local identity and impose a homogenized, marketable image [6]. Excessively commercial approaches undermine heritage authenticity and community ownership [7]. It reveals urban image design drawing on cultural heritage is a major global phenomenon and has a bright future.

Statement of the problem. Currently, based on the above literature review and analysis, there are several issues with urban image design related to cultural heritage:

Innovation and dissemination of cultural heritage can contribute to the development of urban image, while leveraging the broadcasting capability of cities can also help regional cultural heritage gain better opportunities for output.

In many studies, the urgency of urban cultural transformation is emphasized, and the importance of applying regional culture to improve the stereotyped urban image is pointed out, but there is still a lack of research on how to reasonably establish urban image symbols by drawing on elements of cultural heritage.

The application of cultural heritage in urban development can effectively promote sustainable urban development, but the specific design areas and application methods covered by urban visual image have not been well demonstrated.

These issues need to be addressed with cases and designs of the role of cultural heritage in urban visual image design in order to propose more comprehensive methods and strategies.

The results of the research and their discussion. At present, urban image building has become the focus of related research on urban image. There are also some discussions in the scientific literature considering the

interactive relationship between cultural heritage and urban image design.

An important contribution to these studies is the article by C. Cheng [8], which outlines the research and development trends of urban image theory worldwide and reviews the scientific achievements in various parts of the world by dividing them into budding, formation and sustainable development stages. In her summary, whether in China or other parts of the world, urban development has evolved from "functional cities" to "cultural cities" and then to "image-featured cities". She proposes the importance of expanding the urban image visual system and urban brand design strategies through regional cultural resources.

So far, in research on urban image design, many have proposed the importance of regional cultural heritage, but specialized research on the relationship between cultural heritage and urban image design is still lacking. Various research perspectives have been analyzed in research related to urban image.

In the article X.-y. Yang and W.-W. Wang [9] recommended using the design DNA analysis and construction method, taking Xi'an, China as an example, semantic analysis and model creation of local culture-based urban visual elements were performed. It particularly emphasizes using urban cultural heritage as the starting point and pulse of urban culture.

The research of R.G. Harland [10] discusses the relationship between graphic objects and urban identity. It argues that graphic objects such as logos, symbols and displays are ubiquitous but often overlooked. Taking Dubai as a case study, it analyzes how its brand center effectively fuses its urban image and cultural identity by juxtaposing modern architecture and Arab heritage.

The articles of H. Sameh and D.-h. Kim [11; 12] studied urban branding promotion practices in three major metropolitan areas in China against the backdrop of global cities. Using city branding strategies, these cities introduce themselves to the outside world and reposition their relationships with each other.

The analysis of some cities shows different results, indicating that some cities are not interested in manufacturing-centered brands. In contrast, cities focusing on cultural and knowledge-based approaches show advantages in promoting urban sustainability and brand building. G. Muratovski [13] argues that a successful city brand needs a comprehensive design strategy, not just iconic architectural landmarks for marketing purposes. Successful city brands like New York, Paris and London have strong social and cultural characteristics as well as architectural features.

The paper of H. Yang [14] uses a hierarchical approach to divide the urban cultural branding system into three subsystems: first is the cultural identity and symbols of products; second is the scenic cultural spaces and scenes; third is the semantic cultural experiences and events. It pointed out the possible paths and practical approaches for the construction of urban cultural branding with intangible cultural heritage. Its research also provides inspiration for the need to build visual symbols in urban brand development, which is consistent with the research perspectives of some scholars. For example, X. Hou [15] also mentions the importance of cultural heritage for constructing visual symbols in urban image building. It can be seen that in urban brand design, the visual symbolization of cultural heritage should be emphasized.

In the construction of visual symbols, the mascot representation of urban culture is an aspect considered by many scholars and designers. In the article by J.L. Shao [16], takes Xi'an's "Tang Girl" as an example, it discusses the brand building of urban IP images. It emphasizes the importance of original IP images combined with local culture in enhancing urban image and competitiveness. It provides valuable insights into IP image development strategies, including leveraging cultural creativity, storytelling, social media engagement and strategic partnerships. It also demonstrates how to fully utilize IP imagery to

boost tourism and economic growth. These creative strategies and best practices can serve as useful references for other cities seeking to develop unique cultural IP images to enhance their brand identities.

Some other scholars provide directions and guidance on international communication and the application of new technologies in city branding research. Important is the result of the study of D.h. Xu & L.y. Guo [17], which discusses the building of Hangzhou's urban image from the perspective of urban culture. It emphasizes leveraging Hangzhou's unique cultural features, including historical heritage, regional characteristics and innovation capabilities. From excavating cultural resources to optimizing cultural industries, to enhancing international image, it provides valuable insights into incorporating urban culture throughout the process of city branding. Notably, it mentions utilizing internet technologies to build a virtual urban space. With the development and application of virtual technologies, the future development of urban image construction will rely on the development and creation of virtual urban images, providing new research directions for the innovative development of this study.

The papers of A. Smith [18], M.C. tom Dieck & T.H. Jung [19] are devoted to emphasize that designing and establishing a unique urban image contributes to sustainable urban development and a sense of belonging for urban residents. N. Duxbury et al. [20] argues that local culture plays a role in shaping sustainable urban development, with cultural heritage emphasized as a key component. It points out that integrating cultural heritage with contemporary urban life can effectively promote the development of the urban economy, inclusiveness and creativity. This integration not only preserves history and tradition but also injects cities with unique allure and charm. By protecting and disseminating cultural heritage, cities can better achieve their goals of economic prosperity and social progress.

The design and individualization of urban image requires the integration of cultural

attributes and urban image. As the essence of cultural elements, integrating cultural heritage into modern urban visual image design is a feasible approach to enhancing urban influence and a way to broaden the dissemination of cultural heritage through urban tourism. This study proposes four methods to achieve this goal.

First, select identifiable and cultural heritage symbols and integrate them into the design of urban image logos to build an influential urban brand and increase the city's external recognition. For example, H. Liu. [21] proposes urban image design concepts, principles and methods from the perspective of regional cultural background. C. Guan [22] takes Hangzhou, China, as an example, combined with the historical and cultural development and urban image characteristics of Hangzhou, refers to the public's cognition of Hangzhou's urban image symbols, clarifies Hangzhou's urban positioning, and constructs a graphic symbol system for Hangzhou's urban image.

Secondly, large-scale sports events and international activities are effective ways to enhance a city's influence incorporating the visual image design of major urban public events into the city's image development, integrating cultural heritage visual elements. For example, X. Mo [23] analyzed how three cities, Beijing, Shenzhen, and Sheffield, used large international sports events to shape their urban brand images. She also pointed out that Chengdu can utilize the World University Games to develop a cultural city image strategy.

Thirdly, selecting region-specific urban products as channels for promoting the city's image, applying packaging designs that incorporate cultural heritage elements to emphasize the cultural distinctiveness of the city's region. For instance, Y. Li & B. Wang [24] conducted research on Macau's tourism food products, exploring the approaches and strategies of city image integration in the packaging design of these products. Using city image communication theories, he analyzed the development of tourism food products and

the tourism food industry. Starting from classic city image elements such as cultural heritage, traditional crafts, gambling, festivals, and events, Li Yixuan extended the analysis to four dimensions: color, visual symbols, language, and design style in the packaging of tourism food products.

Fourthly, developing regional cultural heritage festivals and folk celebrations and promoting the cultural city by showcasing and offering cultural activities, thus highlighting the distinctive elements of the city's image.

For example, Beth Perry et al. [25] conducted research on 18 festivals in the global North and South regions, studying the role of festivals as integrative spaces and revealing the entanglement between tangible and intangible cultural heritage forms. The study calls for further research into the transformative potential of festivals in supporting cultural democracy and just cities as a platform for exploring contested urban heritage. It also cites numerous examples related to festivals, urban tourism, and urban community in the context of urban cultural heritage, offering new research avenues for city image design.

In recent years, the hosting of large sports events has garnered attention from some scholars regarding the establishment and development of city images. J.B. Ritchie & B.H. Smith [26] studied the 1988 Calgary Winter Olympics in Canada, demonstrating the positive impact of sports events on shaping the city's brand image. Y. Liu, using Beijing as an example, researched the effects of large sports events on enhancing the city's brand image. The hosting of large sports events provided Beijing with opportunities for better city image promotion and established distinctive visual elements using cultural heritage visual symbols.

Currently, most Chinese and international research focuses on the impact of large sports events on city image, while there is relatively less research on how to promote city brand image through the development and implementation of design methods and strategies during large sports events.

Consider the numerous design cases from the recent Chengdu World University Games in China that have incorporated cultural heritage into the visual image design of the large sports event, playing a significant role in the dissemination of Chengdu's global image.

Chengdu, as a representative of China's well-established city visual image, introduced its city emblem in 2011, which is modeled after the "Sun Bird" gold ornament. The "Sun Bird" gold ornament is an important cultural heritage discovered at the Jinsha archaeological site. Its overall design resembles a paper-cut pattern with four flying birds on the outer layer, expressing the ancient Chinese reverence and worship for nature and life (Fig. 1).

As the organizer of the 31st World University Games, the primary visual design for the Chengdu Universiade is an extension of Chengdu's cultural heritage and the image of the "Sun Bird" visual emblem.

In terms of visual integration, the design of the Universiade emblem continues the image of the Sun Bird, expressing the positive and upward spirit of people's pursuit of enlightenment. The fusion of the English letter "u" as a design pattern forms the integration of the city's own image with the sports event emblem. In the design of the Universiade torch, the Chengdu city emblem and the Chinese cultural heritage symbol, the "Sun Bird," are integrated through perforations at the top of the torch, creating a fusion of shapes (Fig. 2).

From a cultural fusion perspective, Chengdu, being an ancient city in China, possesses not only the iconic "Sun Bird" heritage but also various other regional cultural legacies. In the design of the Universiade medals, the designer incorporated elements from different eras, such as the Liangzhu culture's jade bird, Shang and Zhou dynasty bronze human figurines, oracle bone script, and more. These cultural elements were presented through fast-surface cutting techniques.

On the back of the medals, surrounding the emblem of the World University Games, silhouettes of Chengdu's iconic landmarks, such

as sports venues and museums, were integrated. This fusion of city cultural heritage and the city's image through medal decoration

design creates a rich tapestry that celebrates the cultural diversity and heritage of Chengdu (Fig. 3).



Fig. 1. The visual identity emblem of Chengdu City, 2011 [27]



Fig. 2. The LOGO and torch design for the Chengdu World University Games, 2021 [28]

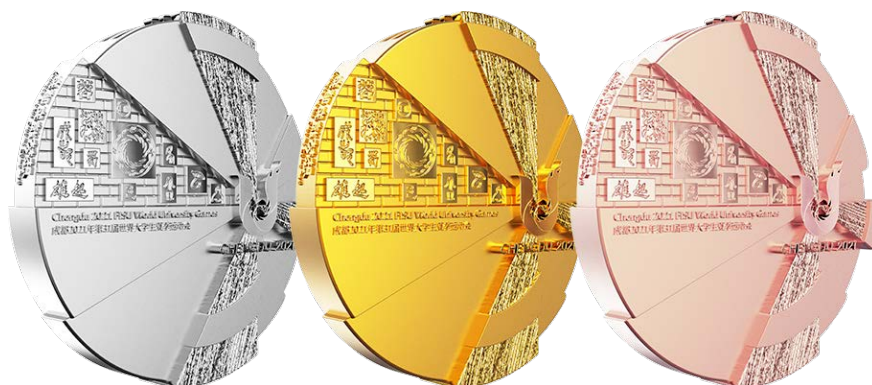


Fig. 3. The medals of the Chengdu 2021 FISU Games, 2023 [29]

Conclusions. In the context of global development and urbanization, the unique design of a city's image has become increasingly important. To maintain a city's distinctiveness, integrating the aesthetic elements of cultural heritage into the city's visual identity design is an effective solution. Through literature analysis, it is evident that there has been substantial attention given to city branding, sustainable urban design, and city identity design. However, there are still

several areas where specific case designs and design strategies need further improvement.

Indeed, a comprehensive approach to establishing and researching a city's visual identity is a promising future direction for research. This approach can be explored from various angles, including city branding design, urban symbol discovery, packaging design for well-established city brands, and large-scale sports event design.

China, with its rich cultural heritage, has provided numerous research cases in recent

years, especially in the context of large sports events and cultural festivals. Future research should continue to collect more diverse and in-depth case studies, allowing for a thorough analysis of specific methods and strategies in city visual identity design. This research will

contribute to a deeper understanding of how cities can leverage their cultural heritage and visual elements to create strong and unique visual identities that resonate with their residents and make a lasting impression on visitors in a globalized world.

Література:

1. Ashworth G. J. The Instruments of Place Branding: How Is It Done? *European Spatial Research and Policy*. 2009. Vol. 16. P. 9–21. DOI: <https://doi.org/10.2478/v10105-009-0001-9>.
2. Bandarin F., Oers R. The Historic Urban Landscape: Managing Heritage in an Urban Century. Wiley, 2012. 272 p.
3. 凯文·林奇；方益萍，何晓军. 城市意象 华夏出版社. 2001. 150 p.
4. Plaza B. On Some Challenges and Conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to be an Effective Economic Re-activator. *International Journal of Urban and Regional Research*. 2008. Vol. 32. Iss. 2. P. 506–517. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2008.00796.x>.
5. Montgomery J. Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters. *Planning Practice and Research*. 2003. Vol. 18. Iss. 4. P. 293–306. DOI: <https://doi.org/10.1080/1561426042000215614>.
6. Grazuleviciute-Vileniske I. Cultural Heritage in the Context of Sustainable Development. *Environmental research, engineering and management*. 2006. No. 3(37). P. 74–79.
7. Su M. M., Wall G., Xu K. Heritage tourism and livelihood sustainability of a resettled rural community: Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*. 2016. Vol. 24. Iss. 5. P. 735–757. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1085868>.
8. 成朝晖. 中国城市形象系统设计研究思辨. 创意与设计. 2023. Iss. 2. P. 12–21. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/ChIQXJpb2RpY2FsQ0hJTmV3UzlwMjMwODMxEg5jeXlZajlwMjMwMjAwMxolaG11eDZrNHk%3D> (Last accessed: 13.09.2023).
9. Yang X.-y., Wang W.-W., Research on the construction method of urban cultural characteristic design DNA supporting regional recognition. *Proceedings of the 11th International Conference on Computer-Aided Industrial Design & Conceptual Design 1* (CAIDCD 2010) (17–19 Nov. 2010). Yiwu: IEEE, 2010. Vol. 2. P. 864–868. DOI: <https://doi.org/10.1109/CAIDCD.2010.5681883>.
10. Harland R. G. Graphic Objects and their Contribution to the Image of the City. *Journal of Urban Design*. 2015. Vol. 20. Iss. 3. P. 367–392. DOI: <https://doi.org/10.1080/13574809.2015.1031211>.
11. Sameh H., Abd El-Aziz H., Hefnawy N. Building a successful city branding case study: Dubai. *Journal of Al-Azhar University Engineering Sector*. 2018. Vol. 13. Iss. 48. P. 1058–1065. DOI: <https://doi.org/10.21608/aej.2018.18949>.
12. Kim D.-H. The effects of city brand image on city brand recognition and city loyalty. *The Journal of Industrial Distribution & Business*. 2018. Vol. 9. Iss. 3. P. 69–79. DOI: <https://doi.org/10.13106/jiidx.2018.vol9.no3.69>.
13. Muratovski G. The role of architecture and integrated design in city branding. *Place Branding and Public Diplomacy*. 2012. Vol. 8. Iss. 3. P. 195–207. DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2012.12>.
14. 杨洪吕. 文旅融合视角下非遗文旅转化与城市文化品牌构建: 产品、场景与事件[J]. 艺术管理 (中英文). 2023. Iss. 1. P. 109–114. URL: https://qikan.cqvip.com/Qikan/Article/Detail?id=00002EKG51807JP0MJDO8JP16NR&from=Qikan_Article_Detail (Last accessed: 05.10.2023).
15. 侯晓辉. 文化遗产传播对于城市形象建构的意义研究. *新闻研究导刊*. 2021. Iss. 10. P. 88–89. URL: <https://m.fx361.cc/news/2021/0910/9674765.html> (Last accessed: 12.10.2023).
16. 邵婧斐, 鲁米亚·张淑霞. 城市品牌设计中IP形象的开发思路——以西安“唐妞”为例美与时代. 2021. Iss. 07. P. 77–79. URL: <https://m.fx361.com/news/2021/0905/8820514.html> (Last accessed: 22.10.2023).
17. 许丹虹 郭兰英. 城市文化视阈下杭州城市形象塑造与国际推广策略. *美与时代(城市版)*. 2022. Iss. 09. P. 112–114. URL: <https://m.fx361.com/news/2022/1029/21984684.html> (Last accessed: 25.10.2023).
18. Smith A. Conceptualizing City Image Change:

The 'Re-Imaging' of Barcelona. *Tourism Geographies*. 2005. Vol. 7. Iss. 4. P. 398–423. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616680500291188>.

19. tom Dieck M. C., Jung T. (2018). A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism. *Current Issues in Tourism*. Vol. 21. Iss. 2. P. 154–174. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1070801>.

20. Duxbury N., Hosagrahar J., Pascual J. Why must culture be at the heart of sustainable urban development? *Agenda 21 for Culture*. United Cities and Local Governments, 2016. 35 p. URL: https://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/en/culture_sd_cities_web.pdf (Last accessed: 29.10.2023).

21. 刘慧. 地域文化背景下的临汾城市形象设计及推广·硕士学位论文,太原师范学院). 2023. URL: <https://link.cnki.net/doi/10.27844/d.cnki.gtysf.2023.000091> (Last accessed: 30.10.2023).

22. 管畅. 城市形象动态广告中的图形符号设计应用研究(硕士学位论文,浙江科技学院). 2022. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/thesis/D02992535> (Last accessed: 02.11.2023).

23. 莫斌筱. 成都“世界大运会”视角下的城市品牌形象塑造研究硕士学位论文,四川音乐学院). 2022. URL: <https://link.cnki.net/doi/10.27349/d.cnki.gsyyc.2022.000225> (Last accessed: 04.11.2023).

24. 李逸轩 王伯勋. 城市形象传播视域下澳门旅游食品包装设计研究. *包装工程*. 2020. Iss. 24. P. 330–336. URL: <http://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?doi=10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.24.050> (Last accessed: 07.11.2023).

25. Perry B., Ager L., Sitas, R. Cultural heritage entanglements: festivals as integrative sites for sustainable urban development. *International Journal of Heritage Studies*. 2019. Vol. 26. Iss. 6. P. 603–618. DOI: <https://doi.org/10.1080/13527258.2019.1578987>.

26. Ritchie J. R. B., Smith, B. H. The impact of a mega-event on host region awareness: A longitudinal study. *Journal of travel research*. 1991. Vol. 30. Iss. 1. P. 3–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287591030001>.

27. 成都市城市形象视觉识别发布. 2011. URL: <https://www.logonews.cn/chengdu-visual-identity.html> (Last accessed: 14.11.2023).

28. 揭秘成都大运会火炬设计理念及研制过程 (2021). URL: <https://www.2021chengdu.com/>

[cn/activity/news/newsDetail?id=10462&lang=zh&cid=focus](https://www.2021chengdu.com/cn/activity/news/newsDetail?id=10462&lang=zh&cid=focus) (Last accessed: 18.11.2023).

29. 成都大运会奖牌设计·太细节了!. 2023. URL: <https://www.163.com/dy/article/IA756HFL0511AR28.html> (Last accessed: 26.11.2023).

References:

1. Ashworth, G. J. (2009). The Instruments of Place Branding: How Is It Done? *European Spatial Research and Policy*, 16, 9–21. DOI: <https://doi.org/10.2478/v10105-009-0001-9>.

2. Bandarin, F., Oers, R. (2012). The Historic Urban Landscape: Managing Heritage in an Urban Century. Wiley.

3. Lynch, K. (2001). The image of the city. Fang Yiping & He Xiaojun (Trans.). Huaxia Publishing House (Original work published 1960) [in Chinese].

4. Plaza, B. (2008). On Some Challenges and Conditions for the Guggenheim Museum Bilbao to be an Effective Economic Re-activator. *International Journal of Urban and Regional Research*, 32(2), 506–517. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2008.00796.x>.

5. Montgomery, J. (2003). Cultural Quarters as Mechanisms for Urban Regeneration. Part 1: Conceptualising Cultural Quarters. *Planning Practice & Research*, 18(4), 293–306. DOI: <https://doi.org/10.1080/1561426042000215614>.

6. Grazuleviciute-Vileniske, I. (2006). Cultural Heritage in the Context of Sustainable Development. *Environmental research, engineering and management*, 3(37), 74–79.

7. Su, M. M., Wall, G. & Xu, K. (2016). Heritage tourism and livelihood sustainability of a resettled rural community: Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 735–757, DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1085868>.

8. Cheng, Z. (2023). Thoughts on the Design of Urban Image System in China. *Creativity and Design*, 02, 12–21. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/ChIQZXJpb2RpY2FsQ0hTmV3UzlwMjMwODMxeg5jeXlzaWwMjMwMjAwMxolaG11eDZrNHk%3D> (Last accessed: 13.09.2023) [in Chinese].

9. Yang, X.-y., & Wang, W.-W. (2010). Research on the Construction Method of Urban Cultural Characteristic Design DNA Supporting Regional Recognition. *11th International Conference on Computer-Aided Industrial Design & Conceptual Design 1* (pp. 864–868). IEEE. DOI: <https://doi.org/10.1109/CAIDCD.2010.5681883>.

10. Harland, R. G. (2015). Graphic Objects and their Contribution to the Image of the City. *Journal of Urban Design*, 20(3), 367–392. DOI: <https://doi.org/10.1080/13574809.2015.1031211>.
11. Sameh, H., Abd El-Aziz, H., & Hefnawy, N. (2018). Building a Successful City Branding Case Study: Dubai. *Journal of Al-Azhar University Engineering Sector*, 13(48), 1058–1065. DOI: <https://doi.org/10.21608/aej.2018.18949>.
12. Kim, D.-H. (2018). The Effects of City Brand Image on City Brand Recognition and City Loyalty. *The Journal of Industrial Distribution & Business*, 9(3), 69–79. DOI: <https://doi.org/10.13106/ijidb.2018.vol9.no3.69>.
13. Muratovski, G. (2012). The Role of Architecture and Integrated Design in City Branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(3), 195–207. DOI: <https://doi.org/10.1057/pb.2012.12>.
14. Yang, H. (2023). The Tourism Exploration of Intangible Cultural Heritage and the Construction of Urban Cultural Brand from the Perspective of the Integration of Culture and Tourism: Products, Scenes and Events. *Art Management*, (01), 109–114. URL: https://qikan.cqvip.com/Qikan/Article/Detail?id=00002EKG51807JP0MJDO8JP16NR&from=QikanArticle_Detail (Last accessed: 05.10.2023) [in Chinese].
15. Hou, X. (2021). Research on the Significance of Cultural Heritage Communication for City Image Construction. *News Research Guide*, (10), 88–89. URL: <https://m.fx361.cc/news/2021/0910/9674765.html> (Last accessed: 12.10.2023) [in Chinese].
16. Shao, J., Lumia, & Zhang, S. (2021). Ideas for the Development of IP Image in Urban Brand Design – Taking Xi'an "Tang Niu" as an Example. *Beauty and Times* (Part I), (07), 77–79. URL: <https://m.fx361.com/news/2021/0905/8820514.html> (Last accessed: 22.10.2023) [in Chinese].
17. Xu, D. h., & Guo, L. y. (2022). Hangzhou's Urban Image Building and International Promotion Strategies from the Perspective of Urban Culture. *Beauty and Times (Urban Edition)*, (09), 112–114. URL: <https://m.fx361.com/news/2022/1029/21984684.html> (Last accessed: 25.10.2023) [in Chinese].
18. Smith, A. (2005). Conceptualizing City Image Change: The 'Re-Imaging' of Barcelona. *Tourism Geographies*, 7(4), 398–423. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616680500291188>.
19. tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2018) A Theoretical Model of Mobile Augmented Reality Acceptance in Urban Heritage Tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(2), 154–174. DOI: <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1070801>.
20. Duxbury, N., Hosagrahar, J., & Pascual, J. (2016). Why Must Culture Be at the Heart of Sustainable Urban Development? *Agenda 21 for Culture*. United Cities and Local Governments. URL: https://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/en/culture_sd_cities_web.pdf (Last accessed: 29.10.2023).
21. Liu, H. (2023). *City Image Design and Promotion in Linfen Under the Background of Regional Culture*. [Master's thesis, Taiyuan Normal University]. URL: <https://link.cnki.net/doi/10.27844/d.cnki.gtysf.2023.000091> (Last accessed: 30.10.2023) [in Chinese].
22. Guan, C. (2022). *The Application Research of Graphic Symbol Design in city Image Dynamic Advertising* [Master's thesis, Zhejiang University of Science and Technology]. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/thesis/D02992535> (Last accessed: 02.11.2023) [in Chinese].
23. Mo, X. (2022). *The Study of City Brand Image Building From the Perspective of Chengdu World University Games* [Master's thesis, Sichuan Conservatory of Music]. URL: <https://link.cnki.net/doi/10.27349/d.cnki.gsyyc.2022.000225> (Last accessed: 04.11.2023) [in Chinese].
24. Li, Y., & Wang, B. (2020). Packaging Design of Macau Tourism Food from the Perspective of City Image Communication. *Packaging Engineering*, (24), 330–336. URL: <http://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?doi=10.19554/j.cnki.1001-3563.2020.24.050> (Last accessed: 07.11.2023) [in Chinese].
25. Perry, B., Ager, L., & Sitas, R. (2019). Cultural Heritage Entanglements: Festivals as Integrative Sites for Sustainable Urban Development. *International Journal of Heritage Studies*, 26(6), 603–618. DOI: <https://doi.org/10.1080/13527258.2019.1578987>.
26. Ritchie, J. R. B., Smith, B. H. (1991). The Impact of a Mega-Event on Host Region Awareness: A Longitudinal Study. *Journal of travel research*, 30(1), 3–10. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287591030001>.
27. Chengdu City Image Visual Identity Released (2011). URL: <https://www.logonews.cn/chengdu-visual-identity.html> (Last accessed: 14.11.2023) [in Chinese].
28. Revealing the Design Concept and Development Process of the Chengdu Universiade

Torch. (2021). URL: <https://www.2021chengdu.com/cn/activity/news/newsDetail?id=10462&lang=zh&id=focus> (Last accessed: 18.11.2023) [in Chinese].

29.Chengdu Universiade Medal Design is so Detailed! (2023). URL: <https://www.163.com/dy/article/IA756HFL0511AR28.html> (Last accessed: 26.11.2023) [in Chinese].

^{1,2,3} ЛЮ Ц., ¹ ШМЕЛЬОВА-НЕСТЕРЕНКО О.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Університет науки і технологій Шеньсі, Сіань, Китай

³Цзіньченгський коледж Нанкінського університету авіації та астронавтики, Нанкін, Цзянсу, Китай

РОЛЬ ДИЗАЙН-ОБ'ЄКТІВ У СТВОРЕННІ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ МІСТА НА ОСНОВІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КИТАЮ

Мета: дослідити та проаналізувати поточну ситуацію щодо інтеграції китайської культурної спадщини у дизайн-об'єкти, розроблені з метою створення образу міста, обґрунтувати необхідність такої інтеграції в сучасних умовах

Методологія. У дослідженні застосовано метод огляду літератури, узагальнення, аналізу та систематизації отриманих результатів, також проведено ситуаційний аналіз візуального образу китайських спортивних подій.

Результати. Обґрунтовано важливість і необхідність інтеграції естетичних елементів китайської культурної спадщини в дизайн-продукцію візуальної ідентичності міста. Визначено майбутні напрями досліджень у цій галузі. Проаналізовано деякі успішні приклади об'єктів дизайну для великих спортивних подій у Китаї, розробленого з використанням елементів культурної спадщини

Наукова новизна. Проведено аналіз та узагальнення попередніх досліджень за тематикою роботи. На основі аналізу виокремлено чотири перспективні напрями подальших досліджень у галузі дизайну продукції для створення міського образу..

Практичне значення. Результати цього дослідження можна використати при вивченні інноваційного дизайну на основі культурної спадщини та в практичному дизайні об'єктів, що візуалізують міський образ.

Ключові слова: візуальна ідентичність, образ міста, айдентика міста, дизайн об'єктів для спортивних подій, графічний дизайн, регіональна культура, дизайн логотипу, фірмовий стиль, культурна спадщина.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Лю Цін, аспірантка, Київський національний університет технологій та дизайну, Університет науки і технологій Шеньсі, Китай, Цзіньченгський коледж Нанкінського університету авіації та астронавтики, Китай ORCID 0009-0000-6391-5740, Scopus 58743312500, **e-mail:** mollyliu0408@gmail.com

Шмельова-Нестеренко Олександра Євгеніївна, д-р філософії, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7073-3574, Scopus 58743312600, **e-mail:** alexpissenlit@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Liu Q., Shmelova-Nesterenko O. The role of design objects in creating the visual identity of a city based on the cultural heritage of China. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 45–54.

Citation APA: Liu, Q., Shmelova-Nesterenko, O. (2023). The role of design objects in creating the visual identity of a city based on the cultural heritage of China. *Art and Design*. 4(24). 45–54.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.4>

УДК 659.126:159.
937.51:[004.738.5:
339]

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.5.

VASYLIEV O. S., KOLOSNIHENKO O. V.

Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

THE FEATURES OF COLOR SOLUTIONS OF UKRAINIAN ONLINE STORES` LOGOS

Purpose. *To select, analyze, and systematize the logos of Ukrainian online stores of various product categories to identify the characteristic features of their color solutions.*

Methodology. *The methodological basis of the study is a comprehensive approach, methods of analytical and visual-analytical analysis of research objects, and systematization of information on the varieties of color solutions of logos of well-known Ukrainian online stores of 24 product categories. The selection of e-commerce enterprises has been carried out using search engine ratings.*

Results. *An analysis of scientific and practical literature on the specified topic has been conducted. And the information on the psychological and associative influence of colors on consumers has been systematized. Therefore, based on the analysis of color solutions of 720 logos of Ukrainian online stores, their typical variants in different product categories have been selected and described. Also, a clear relationship between the color solution of the online store logo and the category of goods sold has been revealed. Typical color solutions of one-color logos, as well as schemes of color combinations in two-color, three-color, and multi-color logos of linguistic and mixed types of online stores of various product categories, are defined and described. The logos of online stores of certain product categories with similar color schemes were selected and combined into groups.*

Scientific novelty. *Information on color solutions of online store logos is systematized. Typical colors and color combinations for logos of e-commerce brands of various product categories are identified. The principles of color combinations in logos of online stores of various product categories are determined.*

Practical significance. *It is advisable to use the obtained results both in the development of logos of new e-commerce enterprises and in the redesign of existing ones. The results of the research can be used in further scientific research on the design of corporate style of sites for e-commerce enterprises.*

Keywords: *design, color, color scheme, e-commerce enterprise, product categories.*

Introduction. Every year, the number of online purchases in the world, as well as the number of online stores and competition among them are growing. Due to the information richness of the current e-commerce market, consumers are constantly faced with a large number of means of advertising communication and other marketing tools. A logo plays a key role in a company's success, and the importance of its presence and positive impact cannot be overestimated. It is one of the first elements that a visitor to an online store sees, and it is present both on all pages of the site and on all other corporate identity media. In logos, colors are important as they carry both a decorative load and an associative one, ensuring the purchase intentions of customers. Also, color is used in the logo as an effective visual signal to attract attention and convey the desired image

and other information necessary for consumers. Unlike other components used in branding, color is perceived and translated by the brain out of context. When facing with a logo of an unknown brand, the consumer perceives its individuality based on the activated brain association caused by the reference value of its color solutions, as well as on the experience with the color solutions of the market leaders of various product categories.

Despite a significant number of scientific, theoretical, and practical developments on the design of logos, diverse effects of colors on consumers, and the dynamics of market competition, there are no studies of existing logos of online stores of various product categories. In this regard, it is appropriate to study the logos of well-known e-commerce brands of Ukraine to systematize information on their typical color solutions considering the

marketing associative values of colors and the correspondence to a certain product category.

Analysis of previous studies. As a marketing tool, color attracts consumers and forms their perception of the brand. In several scientific works, it is stated that colors in logos carry not only a decorative but also primarily an associative load. Therefore, e-commerce enterprises use color as an effective visual signal to attract attention, convey the desired image and other information necessary for consumers [6; 12; 19; 22]. And several authors presented information about how people perceive and react to color in all aspects of life [8; 13]. J. Ridgway and B. Myers [20] have determined that consumers perceive brands based on colors, including ethical judgments about the company [21] and gender audience [4; 14]. In some works, it is shown how the colors of logos affect the consumers' perception of brand image. The scientists [7; 14; 18; 20] have proven that a positive evaluation of the brand can be formed through the correct use of color and leads to increased purchase intentions [7]. And in the work [18], it is stated that the more colorful the logo, the more it is perceived as friendly, feminine, brave, modern, unique, and memorable. The researchers have emphasized the need to choose logo colors according to images [9] or the brand's field of activity [6]. J. Morton [17] has identified that the use of color increases brand recognition by 80%, which leads to an increase in purchase intentions. L. Labrecque and G. Milne [14] have empirically proved that there is a significant negative connection between the color difference from the market leader and the brand conversion. The scientists [10; 11] have determined that the logo of the market leader becomes crucial in consumers' memory and influences the perception of competing brands. In the article [3], with reference to the research conducted by Marketo company [23], the use of colors in the logos of the 100 most profitable brands in the world is analyzed. M. Wang and X. Li [24] have shown that mobile application icons, which are designed with a higher level of

colorfulness, lead to an increase in the number of site downloads.

The research on the design of trademarks, their composition, and components are presented in the works of domestic [1; 2; 3; 13; 16] and foreign [5; 8] scientists. Thus, the authors of the article [2] study the features of logo design as the basis of corporate style and the meaning of colors used in its creation. The article provides recommendations on the combination of colors in two-color, three-color, and multi-color logos. D. Drew and S. Meyer [8] in their work explain the technical issues related to the transfer of colors in two- and three-dimensional environments, in still and moving images. They also provide detailed information on color theory, color systems, as well as peculiarities of mixing different colors, etc.

Summarizing all the above, it is possible to state that in modern scientific and periodical literature, a significant number of topics have been researched that explain how the color of logo affects the consumers' perception of the brand and its image, highlight the consumers' intentions on purchase and differences in color preferences depending on age, gender, and cultural characteristics, describe the combination of colors in two-color, three-color, and multi-color logos, as well as reveal the relationship of colors with brands and certain products, etc. However, there are currently no studies on the existing logos of Ukrainian e-commerce enterprises of various product categories, including on the features of their color solutions.

Problem statement. The positioning of the online store to its target audiences becomes an important factor for its real success in the e-commerce market. Based on the analysis of available scientific research, it is determined that color is one of the main elements of influence on consumers, and both a positive evaluation of the brand image and trust in it can be formed with the color. Considering a significant negative connection between the color difference from the market leader and brand conversion, it is relevant to

study the color solutions of e-commerce enterprises in Ukraine. So, the purpose of the paper is to analyze and systematize information on the typical color solutions of logos of the most successful Ukrainian online stores of various product categories – the leaders of e-commerce in Ukraine.

The results of the research. When designing a logo, the color has great significance. That's because it is a part of the overall image of the e-commerce brand and should elicit certain emotions in buyers, contributing to site conversion. The results of the study of logos of the 100 most profitable companies in the world, conducted by Marketo company [3; 23], have shown that 95% of companies use one or two colors in their logos, and only 5% use more than two colors; 41% of companies use only text, and 9% do not indicate the company's name in the logo [23]. Also, this study includes a preliminary conclusion on the relationship between the field of activity and the color decision of logo. To determine the features of color solutions of Ukrainian online stores, 720 logos of 24 product categories have been identified and analyzed. Therefore, the logos of those Internet-trade enterprises have been selected for the analysis, which, according to the search engine ratings, are on the first 8-10 pages considering the request for the name of a certain group of products. Accordingly, from 30 to 34 websites of Ukrainian online stores have been selected for each product category, and their logos have been analyzed. Based on a preliminary analysis of logos of Ukrainian online stores, the main colors used in their design have been identified. When analyzing the color solutions of online stores' logos, their connection with the product category and the type of logo in relation to its morphological structure have been revealed. At the first stage of the research, logos of linguistic, graphic, and mixed types have been singled out among the logos of each product category. Therefore, only 2 graphic two-color logos (hlibvino.com.ua, frukt-sad.com.ua) have been identified; all other logos of Ukrainian

online stores belong to linguistic or mixed types. Both the presence of logos of a certain type and their color solutions depend on the product category. Therefore, the paper shows the features of color solutions of logos of each product category, which is confirmed by the percentage of presence of one or another solution compared to the total number of logos of the group. All logos of Ukrainian online stores are conditionally divided into several groups depending on typical color solutions.

The *first group* includes logos of online stores that sell premium goods: clothes, wine, antiques, shoes, watches, suitcases, and jewelry. Most of these online stores have one-color and two-color logos, in which black is often the only one or main color. Also, one-color logos of burgundy (wine, antique, shoe, and jewelry stores), red (watch, wine, and shoe stores), dark brown (antique and shoe stores), gold (jewelry, watch, and antique stores), orange (shoe and suitcase stores), and purple (clothing stores) colors have been identified. In two-color logos of this group, combinations of the abovementioned colors are used. In such logos, black is often the main color, and the secondary color is a bright or saturated chromatic color. For example, burgundy can be the accent color for all online stores of this group, gold – for jewelry and antique stores, orange – for wine stores, purple – for jewelry stores, red and pink – for clothing stores, etc. As logos of online stores of the first group, three-color logos are rarely used. Only 11 (5%) such logos are singled out among the 203 analyzed ones, 6 of which belong to online stores of suitcases. Multi-color logos consisting of four or more colors are found in just 2 online stores of suitcases.

It is also revealed that 24 (80%) out of 30 analyzed Ukrainian online clothing stores have one-color black logos, and only 1 –purple. In two-color logos of online clothing stores, black is also the main color. It is used to reproduce the brand's name. Additionally, in such online store logos, designers often use red, less often pink, burgundy and blue colors for accents.

When analyzing the logos of Ukrainian online shoe stores, 26 (88%) one-color logos have been singled out of the 30 analyzed ones. It is determined that 19 logos of this group are made in black, 2 logos – in red, and one each in burgundy, orange, pink, and dark brown colors. In the composition of two-color logos, colors typical for one-color logos are often combined. For example, black with burgundy, or orange with brown.

Among the 30 analyzed logos of online stores of jewelry, 25 (84%) companies have one-color logos, 17 (57%) of which are black. Also, 2 one-color logos in gold and dark brown colors, and 2 in burgundy color are singled out. In general, in the design of 21 (70%) store logos of this product group, black is used as the main color. Most of two-color logos of Ukrainian online jewelry stores have the main font part in black. Gray, burgundy, and sky blue colors are additionally used in two-color logos. Only 1 two-color logo of this group has been found, in which gold and brown colors are combined.

12 (60%) out of 20 online antique stores have one-color logos and half of them are black. Also, one-color logos in dark brown color that emphasizes the preciousness of the product are typical for this group. 7 two-color logos of online antique stores are singled out, the main color of which is often black combined with gold, burgundy, yellow, or gray colors. Brown and gold colors are present in a single three-color logo of this group.

When studying the logos of Ukrainian online stores of elite vodka products and wine, 16 (55%) one-color logos have been singled out of the 30 analyzed ones. Among them, 10 black logos, 3 burgundy logos, 2 dark blue logos, and 1 red logo are found. All two-color logos are of the combined type, of which 12 logos have a black font, including 4 logos with red graphic part, 3 logos with burgundy, and 2 logos with orange graphic part. Also, there is 1 sky blue logo and 1 gray logo. Additionally, 2 two-color logos are identified, in which, on the contrary, the font part is chromatic and the graphic part is achromatic: black, gray, or white.

As to the Ukrainian online watch stores, it is found that 15 (48%) out of 31 analyzed online stores have one-color logos. Among them, 10 have black logos and 3 have red logos. Also, there is 1 gold logo and 1 blue logo. 14 (45%) Ukrainian online watch stores have two-color logos. In 10 two-color logos of this group, the main color is often black, which is combined with red (3 units), yellow (2 units), gold (1 unit), burgundy (1 unit), sky blue (1 unit), or bright green (1 unit) colors. Another 3 two-color logos have dark blue font part, and 1 two-color logo – orange font part. As a rule, blue fonts in two-color logos of this group are combined with a graphic part of burgundy or red colors.

Among the 33 analyzed online stores of suitcases and travel bags, 18 (54%) companies have one-color logos, 7 (21%) have two-color logos, and 6 (18%) have three-color logos. Also, there are 2 multi-color logos. Among the one-color logos, 11 black, 2 burgundy, 1 sky blue, 1 blue, 1 orange, 1 yellow, and 1 gold logos are found. In two-color logos of online stores of this product category, achromatic black color is combined with various chromatic colors typical for one-color logos. Black color is most often used to display the font part of two-color logos. The second color used in these logos is orange (1 unit), yellow (3 units), or sky blue (5 units), which are typical for one-color logos of this group. As for three-color logos of online suitcase stores, the combination of colors in such logos is quite diverse. For example, a combination of one achromatic (black) color and two chromatic complementary colors (blue and yellow), or two achromatic colors (black and gray) with any third chromatic color. In multi-color logos of online suitcase stores, the combination of the linguistic part of achromatic (neutral) black color with the graphic part, in which colors are combined according to an analog scheme (yellow, two different shades of orange and terracotta, or several shades of sky blue of different saturation), is highlighted.

The *second group* includes logos of online stores that sell perfumes, décor, and handmade goods. These logos have features similar to the

logos included in the first group. One-color logos also prevail. However, chromatic colors of pastel shades are often used in such logos. In addition to black color, one-color logos of dark brown (décor stores), sky blue (perfume and handmade stores), pink, purple, and lilac (perfume stores) colors are also common in this group. In two-color logos of this group, combinations of the abovementioned colors prevail.

When studying 34 logos of Ukrainian online stores of décor, 21 (62%) one-color logos have been singled out. Among them, 12 black, 3 dark brown, 2 blue, 1 gray, 1 burgundy, and 1 gold, as well as 1 logo in pastel shades of orange and 1 logo in pastel shades of raspberry color are found. As to the two-color logos of this group, they are characterized by a combination of achromatic black or gray colors with pastel sky blue, pink, orange, lilac, and gold colors.

Among the 34 analyzed logos of online perfume stores, 24 (71%) have one-color logos, 16 of which (47%) are black. 4 one-color logos of sky blue and one each of pink, lilac, light purple, and burgundy colors are identified. Two-color logos of Ukrainian online perfume stores most often have a font part of black (6 units) or gray colors. The second most frequently observed color in these logos is pink (4 units). However, logos in sky blue, yellow, and burgundy colors are also identified.

The *third group* includes logos of online stores that sell goods for children, which are characterized by multi-color logos and logos in which black color is not used. Among the 34 analyzed logos of online stores of children's goods, 6 logos made in pastel colors and 28 logos made in bright and saturated colors have been singled out. Among the logos of this group, only 7 one-color logos have been identified, which in most cases are made in bright orange, red, cyclamen, and sky blue colors. As for online stores of children's goods, they are not characterized by two-color logos. Therefore, only 4 two-color logos of the combined type have been found, which are

characterized by combinations of pastel colors, for example, pink and sky blue (sofko.com.ua), or lilac with the color of a sea wave (kids-sole.com). And only this group includes three-color logos of both linguistic (2 units) and combined (8 units) types. In their design, red, orange, yellow, terracotta, and sky blue colors, as well as various shades of green, are used. Thus, multi-color logos, in which from 4 to 12 colors are combined (mamapapaya.com.ua), are typical for online stores of children's goods. During the research, 6 multi-color logos of linguistic and combined types (each) have been identified. These logos are very diverse in terms of color solutions, brightness of colors, use of ingredients, and design of the surface of letters with different patterns. In three-color and multi-color logos of online stores of children's goods, chromatic-contrasting combinations of colors are used, in which colors that have the same brightness/saturation but are in different areas of the spectrum, are combined [2]. An acceptable option for filling letters in logos of online stores of children's goods is the use of rainbow colors, resembling a complex gradient.

The *fourth group* includes logos of online stores that sell eco-products, food products, flowers, and plants. Their main difference is the use of natural colors, especially various shades of green. All but one of the 33 researched logos of plant and flower online stores have green in their logo, which is most often the main color. One-color logos make up just over a quarter of the total number of logos studied and mostly use bright shades of green. But two-color logos are more typical for stores of this product category and make up half of the researched ones. They are characterized by a combination of a green font inscription with a burgundy, red, orange, or yellow graphic element. The linguistic part of most of the 6 detected three-color logos is made in black. The second and the third colors in these logos are achromatic or chromatically contrasting to each other. Achromatic contrast occurs when colors are located in the same area of the spectrum but have different brightness/saturation, for

example, different shades of green (*vseroste.com.ua*, *iflowers.com.ua*). Conversely, chromatic contrast occurs between colors from different areas of the spectrum that have the same brightness or saturation. For example, a combination of green and orange in the logos of online stores *matla-flowers.com.ua* and *megasad.net*.

Among the 31 analyzed logos of online stores of eco-products, 10 (30%) have one-color logos, 7 of which are green. In this group, 14 two-color logos are identified, in which either the font part of black color is combined with a graphic element of green color or the font part of green color is combined with a graphic element of orange, brown, and green colors of a different shade and saturation. Also, the combination of two different shades of green with sky-blue or brown colors is typical for the design of three-color logos of eco-products online stores, of which 5 units are found. In addition, 3 multi-color logos are identified during the research, which are characterized by a combination of black, and several shades of green with yellow or orange.

The color solutions of logos of online food stores often depend on the group of products that they sell. For example, logos of stores specializing in the sale of fish and sea products (*ribonka.com.ua*) use different shades of blue and sky blue colors. In this group of 34 analyzed logos, 17 two-color, 12 one-color, 2 three-color, and 2 multi-color logos have been singled out. Among one-color logos of online food stores, 4 green logos (*organichni-producty.com.ua*, *delikatto.com.ua*, *foodex24.com*), 3 black (*good-product.kh.ua*, *delikatto.com.ua*) and 3 red logos (*shop.nashkraj.ua*, *100pudov.in.ua*, *delikates.ua*) are identified. Two-color and three-color logos of online food stores that emphasize the environmental friendliness of their products use green graphic elements (*napoli.ua*, *vip.shuvar.com*, *wowfoods.com.ua*), and those that sell a wide range of products use red ones (*redfish.com.ua*, *kozub.com.ua*, *vova.ua*). To emphasize the cheapness of goods, the orange

color is used (*produktoff.ua*, *edak.com.ua*) in the design of logos of e-commerce enterprises.

The *fifth group*, surprisingly, includes logos of online stores that sell household chemicals and products for sport and recreation, since logos of such stores have a similar color scheme. Most of these logos are characterized by the elements of blue, sky blue, or green colors. In this group, two-color logos prevail, which in total are typical for half of the online stores of the specified product categories. Black color is rarely used in the design of this group of logos. Its presence is found only in 5 online stores of household chemicals and 8 online stores of products for sport and recreation.

When studying 30 logos of Ukrainian online stores of household chemicals, 15 two-color, 6 one-color, 6 three-color, and 3 multi-color logos, in the design of which 4 or more colors are used, have been singled out. 3 one-color logos of green color and one each of black, gray, and sky blue colors are identified. In two-color logos of this group, a combination of the related blue and sky-blue colors (7 units), sky blue with gray (2 units), or green (3 units) colors is found. In three-color logos of Ukrainian online stores of household chemicals, mostly black or white achromatic colors are combined with two related colors, one of which is green, or with two contrasting colors, one of which is sky blue.

Among the 30 analyzed logos of online stores of products for sport and recreation, 15 two-color, 10 one-color, 3 three-color, and 2 multi-color logos have been singled out. Among one-color logos, 7 blue-sky blue, 1 black, 1 red, and 1 green logos are singled out. And in all three-color and multi-color logos of online stores of products for sport and recreation, the presence of elements of blue or sky blue colors is found. Half of two-color logos of this group are characterized by a combination of elements of blue-sky blue color range with the elements of red, green, or gray colors. Also, two-color logos are distinguished,

in which black font elements are combined with green, red, or yellow graphic or font elements.

Logos of online stores of building materials, household appliances, electronics, and electrical goods, which can be attributed to the *sixth group*, have common features in color solutions. In this group, two-color and one-color logos, as well as logos with elements of blue, sky blue, green, orange, and yellow colors prevail.

Among the 30 logos of online stores specializing in the sale of various lamps, 14 one-color, 12 two-color, and 4 three-color logos have been singled out. One-color logos in black (4 units), burgundy-red (6 units), and sky blue-blue (4 units) color scheme are identified. Most of two-color logos of this group are characterized by the presence of a black color (10 units), which is used for all or part of its linguistic component. The second color in two-color logos of this group is the elements of yellow, orange, red, and gold colors. And all three-color logos of this group of online stores have white elements combined with yellow and gold elements that are located on a black or dark blue background.

When studying 30 logos of Ukrainian online stores specializing in the sale of electronics, 17 one-color logos have been singled out. Among them, 6 black logos, 8 blue-sky blue logos, 2 green, and 2 orange logos have been found. 7 out of 8 two-color logos of this group are characterized by the presence of achromatic black or gray colors in combination with sky blue or green colors. In all 4 three-color and 1 multi-color logo of Ukrainian online electronics stores, the presence of one or two achromatic colors (black and white) in combination with bright and rich chromatic colors (blue, red, purple or green) is noted.

During the analysis of sites of 34 online stores of household appliances, 15 two-color, 14 one-color, and 4 three-color logos have been singled out. Among one-color logos of this group, 5 logos are made in blue-sky blue and 4 logos – in orange-red color scheme. Also, 4 one-color linguistic logos of black color and

1 logo of green color of mixed type are identified. 12 out of the 15 two-color logos of this group have two contrasting colors, which are typical for one-color logos, while the remaining 3 logos have one element of blue or sky blue colors. Blue or sky-blue colors are present in 8 out of the 15 two-color logos of the group, and black or gray font elements are found in 11 two-color logos. Three-color logos are designed as a combination of one (black) or two (black, gray, or white) achromatic colors with one or two chromatic colors, one of which must be sky blue.

When analyzing 30 logos of online stores of building materials, 14 two-color, 10 three-color, 4 one-color, and 2 multi-color logos have been singled out. 1 one-color sky-blue logo, 1 blue, 1 red, and 1 burgundy logo are identified. In 12 two-color logos, the entire linguistic part or its elements are made in black (7 units), gray (2 units), or dark blue (4 units) colors, and the graphic part and some elements of the brand name are decorated in red (4 units), orange (4 units), and green (4 units) colors according to the principle of contrast. Multi-color logos of this group are saturated and bright. They are characterized by the combination of black color with the classic triad of sky blue, yellow, and burgundy colors, or four colors located next to each other on the color wheel. Such an analog combination of 2 to 5 colors, located next to each other on the color wheel, creates the impression of calmness and adequacy and has a positive effect on users [1].

The *seventh group* includes logos of online stores that sell furniture and tableware, which often contain elements of red, orange, and burgundy colors. Two-color logos prevail among online stores of these product categories.

Among 30 logos of online furniture stores, 7 one-color logos, 6 of which are black, as well as 15 two-color, 7 three-color, and 2 multi-color logos are found. In 13 two-color logos, combinations of achromatic black (10 units) or gray (3 units) with orange (6 units), burgundy (3 units), red (2 units), pink, and green

colors are identified. Also, two-color logos designed as a combination of two chromatic colors, one of which is orange, are identified. In most three-color logos, a linguistic part made in black color (6 units) is found. Meanwhile among other colors, in contrast to two-color logos, elements of blue, green, or yellow colors prevail.

When studying 33 logos of Ukrainian online stores of tableware, 16 two-color, 10 one-color, and 6 three-color logos have been singled out. Among one-color logos of this group, 4 logos are made in blue-sky blue, and 2 logos – in red-burgundy color scheme. Also, 3 one-color black logos and 1 green logo are identified. In 14 two-color logos, a combination of achromatic black (11 units) or gray (3 units) colors with burgundy (5 units), red (4 units), green (4 units), and yellow (1 unit) colors is found. In 2 two-color logos, a combination of sky blue with blue or red colors is found. In three-color logos, two achromatic colors (black and white) are most often combined with burgundy, gold, and bright pink colors. But with only 1 multi-color logo, it is not possible to identify typical solutions of such logos of this group.

The last *eighth group* includes logos of online stores that sell books and carpets. They are characterized by a variety of bright saturated colors, two-color and one-color solutions. Based on the analysis of 34 sites of online bookstores, it is found that most often they have two-color (17 units) and one-color (14 units) logos. Despite the large number of one-color logos in this group, they all have different color solutions. And among two-color logos, three groups are distinguished. In the color solutions of logos of the first group, black chromatic color is the main one (12 units) and is combined with sky blue (5 units), orange (4 units), red (2 units), or green (1 unit) colors. In the second group (7 units), white chromatic color is combined with red (2 units), blue (2 units), pink (1 unit), violet (1 unit), and blue-green (1 unit) colors. Also, logos that combine two contrasting chromatic colors (purple and

orange) or two related ones (sky blue and blue) are identified. For all three-color and multi-color logos, the presence of black and white elements is typical.

Among the 30 logos of online carpet stores, 10 one-color, 11 two-color, 7 three-color, and 2 multi-color logos are distinguished. Among 10 one-color logos, 6 logos are made in black, and one each in sky blue, purple, red, and pink colors. Most two-color logos are characterized by a combination of one achromatic black (4 units) or gray (3 units) color with different chromatic colors: red, orange, burgundy, sky blue, green, brown, etc. For three-color logos of this group, a combination of one achromatic black or white color with two complementary or related chromatic colors is typical.

The colors of logos are extremely important for brands. Understanding the influence of colors on people's subconscious, it is possible to choose color solutions for logo that will evoke the necessary emotions and reactions in response to certain categories of goods. Color can help to program the appropriate response from the target audience. Therefore, systematized information on the psychological and associative influence of colors on consumers and the relevance of each color to certain market segments is provided in Table 1.

Conclusions. The information on the color solutions of logos of Ukrainian online stores, as well as on the psychological and associative influence of different colors on consumers, considering the use of such colors in marketing, is systematized. Typical colors and color combinations for logos of Ukrainian e-commerce brands of various product categories are determined. It is shown that most online stores are characterized by one-color and two-color logos of linguistic and mixed types, which account for more than 80% of all analyzed ones. The exceptions are the logos of online stores of children's goods, where three-color and multi-color logos prevail, in which from 4 to 12 different

chromatic colors are used. Typical color solutions of one-color logos, as well as schemes of color combinations in two-color, three-color, and multi-color logos of online stores of various product categories of linguistic and mixed types, are defined and described. Also, eight groups of online store logos that have similar color solutions are identified and described. It is found that black logos are the most common

and are typical for online stores of all product categories, except for online stores of products for children, eco-products, flowers and plants, household chemicals, and products for sports and recreation, where this color is rarely used. In more than 45% of cases, black color is the only one or the main color in the logos of online stores.

Table 1

Characteristics of typical colors of online store logos

Color	Segments of product categories: active, possible, undesirable	Positive and negative associations with colors. Importance in marketing
1	2	3
Achromatic colors		
Black	<p>Active. All categories of premium goods: clothes, wine, antiques, shoes, watches, suitcases, jewelry, décor, perfumes, electronics, furniture, tableware, household appliances, carpets.</p> <p>Possible. Building materials, products for sport, flowers and plants, food products, household chemicals.</p> <p>Undesirable. Products for children, eco-products.</p>	<p>Positive. Power, strength, authority, professionalism, honesty, reliability, seriousness, elegance, prestige, sexuality, expensiveness.</p> <p>Negative. Depression, coldness, threat, heaviness, evil, mourning, loneliness, indifference, laziness.</p> <p>Importance in marketing. Classic style. The color of logos of premium class products and designer products.</p>
Gray	<p>Active. Not identified.</p> <p>Possible. Jewelry, décor, antiques, household chemicals, tableware, lighting devices, household appliances, electronics, building materials, carpets.</p> <p>Undesirable. Products for children, flowers and plants, eco-products, food products.</p>	<p>Positive. Nobility, modernity, elegance, reliability, balance, strength, intelligence, perfection, modesty, confidence, and generosity of the brand.</p> <p>Negative. Depression, lethargy, lack of energy, uniformity, lack of trust.</p> <p>Importance in marketing. Classic style, elegance, minimalism, prestige, modernity.</p>
White	<p>Active. Products for sport, electronics.</p> <p>Possible. Décor, antiques, clothes, shoes, wine, watches, flowers and plants, eco-products, household chemicals, tableware, household appliances, building materials, carpets.</p> <p>Undesirable. Not identified.</p>	<p>Positive. Elegance, purity, clarity, freshness, peacefulness, happiness, power, authority, openness, trust.</p> <p>Negative. Coldness, unfriendliness, indifference, isolation, emptiness.</p> <p>Importance in marketing. Gives a feeling of free space and cleanliness.</p>
Chromatic colors		
Yellow	<p>Active. Lighting devices.</p> <p>Possible. Suitcases, products for children, flowers and plants, eco-products, food products, household chemicals, products for sport, tableware, lighting devices, building materials, carpets.</p> <p>Undesirable. Clothes, wine, antiques, shoes, watches, suitcases, jewelry, décor, perfumes, electronics, furniture, household appliances.</p>	<p>Positive. Optimism, luck, richness, happiness, warmth, light, progress, kindness, joy, motivation, creativeness, intelligence, juvenility, youthfulness.</p> <p>Negative. Weakness, jealousy, betrayal, dishonesty, irrationality, fear, carefulness, concern, disappointment. Increased attention. Warning signs.</p> <p>Importance in marketing. Stimulates appetite. Attracts attention. Emphasizes innovations. Relevant for young people.</p>

Continuation of Table 1

1	2	3
Chromatic colors		
Orange	<p>Active. Products for children, food products.</p> <p>Possible. Shoes, décor, wine, watches, flowers and plants, eco-products, household chemicals, products for sport, furniture, tableware, lighting devices, household appliances, electronics, building materials, carpets, suitcases.</p> <p>Undesirable. Clothes, perfumes, antiques.</p>	<p>Positive. Optimism, positiveness, joy, healthiness, youthfulness, creativeness, accessibility.</p> <p>Negative. Excitation, sorrow, disorder.</p> <p>Importance in marketing. Attracts attention and calls to action. Causes appetite. Associated with risk, discounts, products for children, handmade products.</p>
Red	<p>Active. Food products, products for children, products for sport, furniture, tableware, lighting devices, household appliances, clothes.</p> <p>Possible. Shoes, jewelry, décor, watches, flowers and plants, household chemicals, building materials, carpets.</p> <p>Undesirable. Jewelry, antiques, perfumes.</p>	<p>Positive. Youthfulness, love, life, healthiness, romanticism, happiness, richness, aristocratism.</p> <p>Negative. Aggressiveness, danger, anxiety, audacity, excitation, excitement, impulsiveness. Reduces analytical thinking, accelerates and strengthens reactions.</p> <p>Importance in marketing. Excitation. Stimulates appetite. Indicates the effect of urgency and faster decision-making. The color of sales and promotions.</p>
Pink	<p>Active. Perfumes, products for children.</p> <p>Possible. Clothes, décor, flowers and plants, eco-products, furniture, tableware, carpets.</p> <p>Undesirable. Products for sport, food products, antiques, lighting devices, household appliances, electronics, building materials.</p>	<p>Positive. Sophistication, creativeness, romanticism, femininity, figurativeness, passion, innovations.</p> <p>Negative. Immaturity, frivolity, impulsiveness, eccentricity, ephemerality.</p> <p>Importance in marketing. Modern, fashionable, aimed at women and children.</p>
Burgundy	<p>Active. Clothes, jewelry, wine, suitcases, perfumes, furniture, tableware.</p> <p>Possible. Shoes, décor, antiques, watches, plants, food products, products for sport, lighting devices, household appliances, building materials.</p> <p>Undesirable. Products for children, eco-products.</p>	<p>Positive. Confidence, extravagance, stability, originality, purposefulness, firmness, vigor, exclusivity.</p> <p>Negative. Depression, limitation, destructiveness, moderateness, conservatism.</p> <p>Importance in marketing. Symbol of elegance and luxury.</p>
Purple	<p>Active. Wine, perfumes.</p> <p>Possible. Clothes, antiques, products for children, carpets.</p> <p>Undesirable. Flowers and plants, eco-products, food products, household chemicals, products for sport, furniture, tableware, lighting devices, household appliances, electronics, building materials.</p>	<p>Positive. Creativeness, uniqueness, luxury, expensiveness, elegance, aristocratism, mysteriousness, dignity, wisdom, loyalty.</p> <p>Negative. Sorrow, depression, melancholy, loneliness, coldness, indifference, conservatism.</p> <p>Importance in marketing. Attracts attention, promotes trust and loyalty. It is liked by children and women.</p>
Sky blue	<p>Active. Perfumes, products for children, household chemicals, products for sport, lighting devices, household appliances, electronics.</p> <p>Possible. Jewelry, décor, watches, suitcases, flowers and plants, eco-products, food products, furniture, tableware, building materials, carpets.</p> <p>Undesirable. Wine, clothes, shoes, décor, food products.</p>	<p>Positive. Strength, honor, confidence, safeness, friendliness, reliability, professionalism, peacefulness, tenderness, purity, youthfulness, trust.</p> <p>Negative. Conservatism, traditionalism.</p> <p>Importance in marketing. Technological, exclusive, and sophisticated goods.</p>

*Note. Active segments include those in which the color is often present in one-color logos, while possible segments include those in which the color is actively used in two-color, three-color, and multi-color logos.

Continuation of Table 1

1	2	3
Blue	<p>Active. Household appliances, household chemicals and appliances, electronics, building materials, products for sport, lighting devices.</p> <p>Possible. Clothes, wine, watches, products for children, tableware, carpets.</p> <p>Undesirable. Eco-products, flowers and plants, furniture, food products.</p>	<p>Positive. Success, trust, dignity, strength, power, comfort, traditionalism, peacefulness, safeness, reliability, authority, professionalism, friendliness.</p> <p>Negative. Sorrow, depression, loneliness, coldness, unfriendliness, conservatism.</p> <p>Importance in marketing. It is liked by adult men and women. Typical for everyday goods.</p>
Green	<p>Active. Flowers and plants, eco-products, food products, household chemicals, products for sport.</p> <p>Possible. Suitcases, products for children, furniture, tableware, household appliances, electronics, building materials.</p> <p>Undesirable. Clothes, shoes, jewelry, décor, antiques, perfumes, lighting devices.</p>	<p>Positive. Environmental friendliness, usefulness, organicity, growth, richness, healthiness, life, novelty.</p> <p>Negative. Boredom, stagnation, jealousy, perfection, exhaustion, illness.</p> <p>Importance in marketing. Eco-friendly goods. The international sign "Movement is allowed".</p>
Brown	<p>Active. Furniture, décor, antiques, shoes.</p> <p>Possible. Jewelry, antiques, flowers and plants, eco-products, food products, carpets.</p> <p>Undesirable. Products for children, household chemicals, products for sport, lighting devices, household appliances, electronics, building materials, clothes, perfumes.</p>	<p>Positive. Naturalness, peacefulness, elegance, seriousness, utility, safeness, richness, experience, durability, traditionalism, coziness.</p> <p>Negative. Annoyance, depression.</p> <p>Importance in marketing. For goods related to traditions, home comfort, creativity.</p>
Gold	<p>Active. Jewelry, watches.</p> <p>Possible. Décor, antiques, suitcases, lighting devices, tableware, carpets.</p> <p>Undesirable. Products for children, perfumes, shoes, plants, eco-products, food products, furniture, household chemicals and appliances, products for sport, etc.</p>	<p>Positive. Luxury, abundance, success, triumph, achievement, elegance, optimism, positiveness, extravagance, passion, charisma, wisdom, demandingness.</p> <p>Negative. Greediness, egocentricity.</p> <p>Importance in marketing. Status, image products.</p>

Because the logo of the market leader becomes crucial in consumers' memory and influences the perception of competing brands, it is advisable to use the obtained results both in the development of logos of new e-commerce enterprises and in the redesign of existing ones. Monochrome black logos should be used for online stores of premium product categories. Elements of blue or green colors should be present in the logos of online stores of household chemicals and goods for sports and recreation. Green should be the main color in the logos of online stores selling flowers, plants, eco-goods and ecological food products. Conversely, for the logos of online children's goods stores, it is not advisable to

use black color, because it leads to a significant decrease in site conversion. The use of elements of pink and soft purple colors in the logos of online stores of women's and children's goods leads to an increase in sales, and therefore is justified. The presence of orange or bright red colors in logos is perceived by most consumers as a signal of cheap goods or various sales. Therefore, these colors should not be used in the logos of online stores of premium product categories. In further research, it is necessary to analyze the relationship between the color solutions of logos and websites of e-commerce enterprises, depending on the product category and the type of enterprise.

Література:

1. Васильєв О. Колірні рішення логотипів підприємств електронної комерції. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених ДДПУ ім. І. Франка*. 2023. № 64, Т. 1. С. 97–103. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/64-1-13>.
2. Гніденко М. С., Колесніков В. В. Дизайн логотипу як основа фірмового стилю. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. Київ: КНУТД. 2015. № 1(82). С. 73–78.
3. Кудіна А. В. Роль визначників бренду у формуванні лояльності споживачів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Київ, 2019. № 37. С. 56–62. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2019/37-2019/10.pdf> (дата звернення: 04.05.2023).
4. Романюк О. Н., Кательніков Д. І., Косоєць О. П. Веб-дизайн і комп'ютерна графіка: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2007. 142 с.
5. Adir V., Adir G., Pascita N. E. How to design a logo. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. Vol. 122. P. 140–144. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1316>.
6. Bottomley P., Doyle J. The interactive effects of colors and products on perceptions of brand logo appropriateness. *Marketing Theory*. 2006. Vol. 6(1). P. 63–83. DOI: <https://doi.org/10.1177/1470593106061263>.
7. Chang W., Lin H. The impact of color traits on corporate branding. *African Journal of Business Management*. 2010. № 4(15). P. 3344–3355.
8. Drew J., Meyer S. Color Management: A Comprehensive Guide for Graphic Designers. USA, California: Allworth 1st edition. 2012. 224 p.
9. Hynes N. Colour and meaning in corporate logos: An empirical study. *Journal of Brand Management*. 2009. № 16(8). P. 545–555.
10. Jacoby J. The psychological foundations of trademark law: Secondary meaning, generic-ism, fame, confusion and dilution. *The Trademark Reporter*. 2001. № 91(5). P. 1013–1071. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.229325>.
11. Kamins M., Alpert F., Perner L. How do consumers know which brand is the market leader or market pioneer? Consumers' inferential processes, confidence and accuracy. *Journal of Marketing Management*. 2007. № 23(7-8). P. 590–611. DOI: <https://doi.org/10.1362/026725707X229957>.
12. Kim M., Lim J. A comprehensive review on logoliterature: research topics, findings, and future directions. *Journal of Marketing Management*. 2019. № 35(3). P. 1291–1365. DOI: <https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1604563>.
13. Kolocnichenko O., Pashkevych K. Methodology for the development company style on the study of analogues. In: *Graphic design in information and visual space: Scientific monograph*. M. Kolosnichenko, Ye. Gula, K. Pashkevych et al. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2023. P. 73–97. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-274-6-4>.
14. Labrecque L., Milne G. To be or not to be different: Exploration of norms and benefits of color differentiation in the marketplace. *Marketing Letters*. 2013. № 24(2), P. 165–176. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11002-012-9210-5>.
15. Lieven T., Grohmann B., Herrmann A., Landwehr J., van Tilburg M. The effect of brand design on brand gender perceptions and brand preference. *European Journal of Marketing*. 2015. № 49(1/2). P. 146–169. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2012-0456>.
16. Liu J., Krotova T., Yezhova O., Pashkevich K. Traditional Elements of Chinese Culture in Logo Design. *International Circular of Graphic Education and Research*. 2018. № 11. P. 66–75. URL: <https://www.researchgate.net/publication/333403337> (Last accessed: 04.05.2023).
17. Morton J. Why color matters. Colorcom. 2019. URL: <https://www.colorcom.com/.research/why-color-matters> (Last accessed: 14.06.2023).
18. Nasseraldin A., Westland S., Marsden J. The role of colour in a successful logo. *AIC 2019, Color and Landscape: Midterm Meeting*. 14–17 October 2019, Universidad de Belgrano, Argentina: Buenos Aires. 2019. P. 14–17. URL: <https://www.researchgate.net/publication/344298770> (Last accessed: 10.05.2023).
19. Ranaweera A., Wasala K. Color matters: The Impact of Logo Color on Consumer Perceived Eco-Friendliness. *Expert Journal of Marketing*. 2020. № 8(2). P. 129–139. URL: <https://marketing.expertjournals.com/23446773-811/> (Last accessed 10.06.2023).
20. Ridgway J., Myers B. A study on brand personality: Consumers' perceptions of colours used in fashion brand logos. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. 2014. № 7(1). P. 50–57. DOI: <https://doi.org/10.1080/17543266.2013.877987>

21. Sundar A., Kellaris J. How logo colors influence shoppers' judgments of retailer ethicality: The mediating role of perceived eco-friendliness. *Journal of Business Ethics*. 2017. №146 (3). P. 685–701. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2918-4>.

22. Tavassoli N. Color memory and evaluations for alphabetic and logographic brand names. *Journal of Experimental Psychology: Applied*. 2001. №7 (2). P. 104–111. DOI: <https://doi.org/10.1037/1076-898X.7.2.104>.

23. True colors: what your brand colors say about your business. *Marketo*. URL: <https://blog.marketo.com/2012/06/true-colors-what-your-brand-colors-say-about-your-business.html> (last accessed: 04.05.2023).

24. Wang M., Li X. Effects of the aesthetic design of icons on app downloads: Evidence from an android market. *Electronic Commerce Research*. 2017. №17 (1). P. 83–102. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10660-016-9245-4>.

References:

1. Vasyliiev, O. (2023). Kolirni rishennia lohotypiv pidpriemstv elektronnoi komertsii [Color solutions for logos of e-commerce companies]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk – Humanities science current issues*, 64(1), 97–103. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/64-1-13> [in Ukrainian].

2. Hnidenko, M. S., & Kolesnikov, V. V. (2015). Dizain lohotypu yak osnova firmovoho styliu [Logo design as the basis of corporate style]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnogo universytetu tekhnolohii ta dizainu. – Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design*, 1(82), 73–78 [in Ukrainian].

3. Kudina, A. V. (2019). Rol vyznachnykiv brendu u formuvanni loialnosti spozhyvachiv [The role of brand determinants in shaping consumer loyalty]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnogo humanitarnogo universytetu – International Humanitarian University Herald*, 37, 56–62. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2019/37-2019/10.pdf> (Last accessed: 04.05.2023) [in Ukrainian].

4. Romaniuk, O. N., Katielnikov, D. I. & Kosovets, O. P. (2007). *Veb-dyzain i kompiuterna hrafika* [Web design and computer graphics]. Vinnytsia: VNTU, 242 p. [in Ukrainian].

5. Adir, V., Adir, G., & Pascita, N. E. (2014). How to design a logo. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 122, 140–144. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1316>.

6. Bottomley, P. & Doyle, J. (2006). The interactive effects of colors and products on perceptions of brand logo appropriateness. *Marketing Theory*, 6(1), 63–83. DOI: <https://doi.org/10.1177/1470593106061263>.

7. Chang, W. & Lin, H. (2010). The impact of color traits on corporate branding. *African Journal of Business Management*, 4(15), 3344–3355.

8. Drew, J., & Meyer, S. (2012). *Color Management: A Comprehensive Guide for Graphic Designers*. 1st edition. USA, California: Allworth. 224 p.

9. Hynes, N. (2009). Colour and meaning in corporate logos: An empirical study. *Journal of Brand Management*, 16(8), 545–555.

10. Jacoby, J. (2001). The psychological foundations of trademark law: Secondary meaning, generic-ism, fame, confusion and dilution. *The Trademark Reporter*, 91(5), 1013–1071. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.229325>.

11. Kamins, M., Alpert, F., & Perner, L. (2007). How do consumers know which brand is the market leader or market pioneer? Consumers' inferential processes, confidence and accuracy. *Journal of Marketing Management*, 23(7–8), 591–611. DOI: <https://doi.org/10.1362/026725707X229957>.

12. Kim, M., & Lim, J. (2019). A comprehensive review on logoliterature: research topics, findings, and future directions. *Journal of Marketing Management*, 35(3), 1291–1365. DOI: <https://doi.org/10.1080/0267257X.2019.1604563>.

13. Kolocnichenko, O., & Pashkevych, K. (2023). Methodology for the development company style on the study of analogues. In: *Graphic design in information and visual space*. M. Kolosnichenko, Ye. Gula, K. Pashkevych (Ed.). Riga, Latvia: Baltija Publishing, pp. 73–97. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-274-6-4>.

14. Labrecque, L., & Milne, G. (2013). To be or not to be different: Exploration of norms and benefits of color differentiation in the marketplace. *Marketing Letters*, 24(2), 165–176. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11002-012-9210-5>.

15. Lieven, T., Grohmann, B., Herrmann, A., Landwehr, J., & Van Tilburg, M. (2015). The effect of brand design on brand gender perceptions and brand preference. *European Journal of Marketing*, 49(1/2), 146–169. DOI: <https://doi.org/10.1108/EJM-08-2012-0456>.

16. Liu, J., Krotova, T., Yezhova, O., & Pashkevich, K. (2018). Traditional Elements of

- Chinese Culture in Logo Design. *International Circular of Graphic Education and Research*, 11, 66–75. URL: <https://www.researchgate.net/publication/333403337> (Last accessed: 04.05.2023).
17. Morton, J. (2019). Why color matters. Colorcom. URL: <https://www.colorcom.com/research/why-color-matters> (Last accessed: 14.06.2023).
18. Nassereldin, A., Westland, S., & Marsden, J. (2019). The role of colour in a successful logo. AIC 2019, Color and Landscape: *Midterm Meeting (14–17 October 2019) Universidad de Belgrano* (pp. 14–17). Argentina: Buenos Aires. URL: <https://www.researchgate.net/publication/344298770> (Last accessed: 10.05.2023).
19. Ranaweera, A., & Wasala, K. (2020). Color matters: The Impact of Logo Color on Consumer Perceived Eco-Friendliness. *Expert Journal of Marketing*, 8(2), 129–139. URL: <https://marketing.expertjournals.com/23446773-811> (Last accessed: 10.06.2023).
20. Ridgway, J., & Myers, B. (2014). A study on brand personality: Consumers' perceptions of colours used in fashion brand logos. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 7(1), 50–57. DOI: <https://doi.org/10.1080/17543266.2013.877987>.
21. Sundar, A., & Kellaris, J. (2017). How logo colors influence shoppers' judgments of retailer ethicality: The mediating role of perceived eco-friendliness. *Journal of Business Ethics*, 146(3), 685–701. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2918-4>.
22. Tavassoli, N. (2001). Color memory and evaluations for alphabetic and logographic brand names. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 7 (2), 104–111. DOI: <https://doi.org/10.1037/1076-898X.7.2.104>.
23. True colors: what your brand colors say about your business. *Marketo: website*. URL: <https://blog.marketo.com/2012/06/true-colors-what-your-brand-colors-say-about-your-business.html>.
24. Wang, M., & Li, X. (2017). Effects of the aesthetic design of icons on app downloads: Evidence from an android market. *Electronic Commerce Research*, 17(1), 83–102. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10660-016-9245-4>.

ВАСИЛЬЄВ О. С., КОЛОСНІЧЕНКО О. В.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОЛІРНИХ РІШЕНЬ ЛОГОТИПІВ УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІВ

Мета: виокремити, проаналізувати та систематизувати логотипи українських інтернет-магазинів різних товарних категорій для виявлення характерних особливостей їх колірних рішень.

Методологія. Методологічною основою дослідження стали комплексний підхід, методи аналітичного і візуально-аналітичного аналізу об'єктів дослідження, систематизація інформації про різновиди колірних рішень логотипів відомих українських інтернет-магазинів 24 товарних категорій. Вибір підприємств e-commerce було здійснено за допомогою пошукових систем відповідно рейтингів.

Результати. Проведено аналіз наукової та практичної літератури стосовно означеної тематики. Систематизовано інформацію про психологічний і асоціативний вплив кольорів на споживачів. На основі аналізу колірних рішень 720 логотипів українських інтернет-магазинів виокремлено та описано їх типові варіанти відповідно різних товарних категорій. Виявлено чіткий взаємозв'язок між колірним рішенням логотипа інтернет-магазину та категорією товарів, що продаються. Визначено та описано типові колірні рішення одноколірних логотипів, схеми поєднання кольорів у двоколірних, триколірних і багатоколірних логотипах лінгвістичного і змішаного типів інтернет-магазинів різних товарних категорій. Виокремлено товарні категорії, логотипи інтернет-магазинів яких мають подібні колірні рішення з наступним об'єднанням їх в групи.

Наукова новизна. Систематизовано інформацію про колірні рішення логотипів інтернет-магазинів. Визначено типові кольори та колірні поєднання для логотипів брендів електронної комерції різних товарних категорій. Визначено принципи поєднання кольорів в логотипах інтернет-магазинів різних товарних категорій.

Практична значущість. Отримані результати доцільно використовувати при розробці логотипів нових підприємств e-commerce і при редизайні існуючих. Результати дослідження можуть бути використані при подальших наукових дослідженнях з дизайну фірмового стилю сайтів підприємств e-commerce.

Ключові слова: дизайн, колір, схема кольорів, підприємство e-commerce, товарні категорії.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Васильєв Олександр Сергійович, аспірант, асистент, кафедра мультимедійного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-1255-3756, **e-mail:** aleksandr.vasylievs@gmail.com

Колосніченко Олена Володимирівна, д-р мист., професор, професор кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-5665-0131, Scopus 55791007500, **e-mail:** kolosnichenko.ov@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Vasyliiev O. S., Kolosnichenko O. V. The Features of Color Solutions of Ukrainian Online Stores` Logos. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 55–69.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.5](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.5)

Citation APA: Vasyliiev, O. S., Kolosnichenko, O .V. (2023). The Features of Color Solutions of Ukrainian Online Stores` Logos. *Art and Design*. 4(24). 55–69.

УДК 711.01/09

DOI:10.30857/2617-0272.2023.4.6.

^{1,2}WANG K., ¹SHMELOVA-NESTERENKO O.¹Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine²Shaanxi University of Science and Technology, Xi'an City, China

EXPLORING URBAN STREETScape DESIGN: COMPREHENSIVE REVIEW OF SCIENTIFIC RESEARCH

The purpose: to analyse and synthesize research on urban street space and the evolution of urban streetscape design concepts, tracing their origins, development, classifications, and design practices.

Methodology. The study conducts a historical and theoretical review of scientific and literary sources, employing methods of analysis, systematization, classification, and summarization of the obtained results.

Results. Classical theories of designing public spaces, as well as the development of concepts related to spatial perception and a human-centric approach in design, have been examined and analysed. The interaction of these theories with big data and artificial intelligence in the research and design of urban public spaces has been identified, revealing that such collaboration accelerates the emergence of cutting-edge theoretical and practical innovations.

Scientific novelty. Based on the analysis conducted, three main research directions in street space are identified and systematized: macro-level research, micro-level research, and research in urban design practices.

Practical significance: The results of this research establish theoretical foundations and outline directions for the future development of studies in the field of street space design. They can be utilized by architects and urban designers in the process of planning and design.

Keywords: street space, urban design, spatial perception, public space, streetscape design, environmental design.

Introduction. In the face of global urbanisation and the proliferation of cars, trams and other motorised vehicles, the attributes and characteristics of the original public space of the city have changed considerably. This phenomenon, known as "urban sprawl", is reflected in Chinese urban design as the suburbanisation of the urban core, closed urban transit traffic, large commercial complexes that destroy the original mechanism of the city, extended high-density residential environments, and large closed communities [1]. This logic of urban planning, with its emphasis on clear functional differentiation and motor-orientation, has resulted in public space being fragmented by numerous wide streets, and pedestrian space being divided into a multitude of fragmented corners by motor lanes and parking spaces. At the same time, on a microscale, residents are increasingly feeling the lack of living space, and foreign tourists are tired of the homogeneous landscape of the city. There is a growing demand for pleasant and vibrant spaces in traditional neighbourhoods. Since the 20th century, academics and local

governments have begun to gradually realise the various problems in urban construction, and design theories and methods for creating and renewing street space have been proposed, practised, validated and critiqued. By summarising the theoretical research and practical methods of street design worldwide, this paper is a compendium of the classical research theories, the latest research developments and practical case studies in academia and the design community.

Analysis of previous researches. In recent years, research on streetscape design has mainly focused on street measurement and evaluation, summarising street design practice cases, etc. There are relatively few studies on the system of combining the theory and practice of streetscape design in terms of temporal and spatial scales. W. Xiong and B. Liu [2] classified the research on environmental evaluation theory and index system of street space in recent years accordingly. Yi. Long, J. Tang [3] sorted out the progress of quantitative research methods of global street space quality through the measurement methods and evaluation methods

of street space quality. R. R. Jayakody, K. Keraminiyage, M. Alston & M. Dias [4] summarised the design elements, design methods and paths of shared-space streets through three streetscape design case studies in the UK. Yi. Wang, Q. Zhou, X. Yang et al. [5] classified urban streetscape types into six types based on pedestrians' subjective perspectives. Wenzhi Wu et al. made a comparative study of street design guidelines of ten cities in China and western countries, listing the differences and focuses of street space design principles and concepts in different countries. W. Wu, J. Lu, B. Zhao [6] made a comparative study of street design guidelines of ten cities in China and western countries, listing the differences and focuses of street space design principles and concepts in different countries. L. Bertolini [7] analysed different types of urban street space transformation experiments and developed an assessment framework for these space types.

Statement of the problem. Literature review studies of street space and streetscape design have focussed on case studies, comparative studies and quantitative methods. This paper hopes to make use of the macroscale and micro-scale of spatial observation, combined with the discourse and practice of streetscape design, to sort out and summarise the theories and methods of urban streetscape design after the 20th century. At a time when the living space of the street is disappearing, and the traditional cultural lineage and imagery of the city are dying, the spatial transformation of street space from "design for traffic" to "design for people" is an important issue now. The street design for people is not only for the residents, but also for the people. People-oriented street design not only provides basic communication space for residents, but also further develops more spatial functions, such as revitalising community commerce and enriching urban imagery. Therefore, it is necessary to compare and summarise the concepts, research methods and practice cases of streetscape design under different systems in Eastern and Western countries, so as to provide

a theoretical and methodological framework for the subsequent sustainable development of street space.

The results of the research and their discussion. Streets are a primary component of the urban public space system, forming the backbone of urban spatial morphology. They are also vital places where residents perceive the city's character and vitality. In the process of rapid urban development, the deterioration of the urban street environment due to urban sprawl and the development of motorised transport networks has been a concern for scholars from various disciplines. Scholars in different fields have studied strategies to maintain the vitality of urban spaces, seeking mechanisms to create pedestrian-friendly street spaces from multiple perspectives, and exploring theoretical breakthroughs and practical deepening of urban streetscape design.

1. Macro Research Approaches to Urban Space in the 20th Century. As an essential linear component of urban space, streets serve as the primary conduits for pedestrian traffic and interpersonal interaction. They are also a significant focus of study in fields such as design, architecture, landscape architecture, and urban planning, while simultaneously drawing attention from urban management processes.

Systematic theoretical research on streets can generally be traced back to the first half of the 19th century, when scholars from disciplines like architecture, sociology, and geography introduced morphological concepts into the realm of urban space research, forming the foundation for urban morphology theory. In the 1960s, Western scholars in the field of urban design began discussing the social effects, human-environment relationships, spatial aesthetics, and other aspects of street space. For instance, Kevin Lynch, in his 1959 book "The Image of the City", proposed the concept of "legibility" by observing five elements of the city: paths, edges, districts, nodes, and landmarks, which collectively create a graphic representation of the city's form [8]. Jane

Jacobs, in her work "The Death and Life of Great American Cities", emphasized that streets not only bear the responsibility for the safe operation of urban transportation but also serve as public and communal spaces for residents to engage in social activities [9].

Subsequently, the design field began to focus on the spatial organization of urban public streets, design techniques, and how to enhance the quality and vitality of cities through this fundamental element. For example, Jan Gehl introduced the theory that the quality of social activity spaces influences people's interactions and activities. William Whyte, in "The Social Life of Small Urban

Spaces", employed street filming methods to systematically record the activities of people on streets over time, comparing and analysing the gathering patterns in different public spaces to study the relationship between street quality and public space vitality [10]. Ashihara Yoshinobu, in "The Aesthetic Townscape", applied Gestalt psychology to introduce the concepts of positive and negative spaces and discussed the appropriate scale of street space using the height-to-width ratio [11].

These scholars recognized the significant impact of street quality on urban vitality and conducted qualitative research on street spaces from various theoretical perspectives (Tab. 1).

Table 1

Review of Macro Research of Streetscape in the 20th Century

Researcher	Time	Research object	Constituent elements/viewpoints
Kevin Lynch	1960	The image of the city	Path, boundary, node, area, landmark
Jane Jacobs	1961	Street vitality	Short streets, sufficient pedestrian density, mixing of main functions, and mixing of building ages
Jan Gehl	1971	Street vitality	Integration rather than separation, convergence rather than dispersion, openness rather than closure, invitation rather than exclusion
Yoshinobu Ashihara	1979	Street aspect ratio (D/H)	When D/H=1, the street ratio is appropriate When D/H>1, the street gives people a sense of alienation When D/H<1, the street gives people a sense of oppression
Kevin Lynch	1981	Street form evaluation	Vitality, sensation, suitability, accessibility, controllability, efficiency, and fairness
Allen B Jacobs	1993	Street spatial form	Clear street boundaries, continuous street landscape, street accessibility, building coordination and diversity, transparency, diversity of activities, pedestrian density, etc.
Montgomery	1998	Street vitality	Appropriate urban texture, humanized scale, urban blocks and permeability, public areas, green spaces and water features, street connections, appropriate density, mixed use, landmarks and visual stimuli and details, architectural style as imagery

2. Micro-Level Research Advances in Street space. In the latter half of the 20th century, research methods in urban public space often relied on researchers' subjective judgments and theoretical summaries, lacking a strong empirical foundation. This was mainly due to several factors: First, at the time,

information technology was not sufficiently advanced to explore crowd activities and spatial data indicators within neighbourhoods from a big data perspective, resulting in a lack of effective quantitative tools. Second, the spatial scale of the research objects, such as interior building spaces, exterior street spaces, and

connecting grey spaces, was quite micro, making data collection and observation challenging. Third, due to the extensive development of urban construction during specific historical periods, designers and researchers did not pay enough attention to the micro-perspective of street environments. Studies in this context often focused on larger-scale urban communities, emphasizing technical and social aspects of space. Consequently, research from a human-centric perspective on street space at the micro-level was lacking, underestimating the crucial role of different types of public spaces in urban vitality and quality.

With the rise of quantitative thinking in various disciplines, the field of street space research also began to focus on micro-level studies. Street spaces typically have some level of enclosure and are often defined by buildings or structures on both sides, creating linear public open spaces primarily divided into pedestrian and vehicular spaces, interspersed with trees, shrubs, and small public amenities. Existing quantitative research on public spaces generally uses the spatial elements of streets for data collection and measurement. Recent advancements in quantifying physical street space include four main categories:

Streetscape Research Based on Neighbourhood Survey Data. Traditional studies on spatial quality often rely on common methods such as statistical and sociological surveys and field investigations to collect information about street space elements and their characteristics. Field surveys and questionnaires, by conveying information from respondents, can summarize the physical features of different streets as well as the usage patterns and spatial perceptions of different groups of people. These methods are widely applicable and have high effectiveness. However, they are limited by their relatively small data collection scope. For instance, Yong Chen and Xinghua Zhao focused on commercial street spaces, particularly Huaihai Road, and collected data on pedestrian activities in

ground-floor commercial spaces to explore the relationships between variables affecting interactions between people and commercial interfaces [12].

Streetscape Research Based on Geographic Information Data. The widespread use of Geographic Information Systems (GIS) across various disciplines has created conditions for the quantitative study of block space characteristics and its environment at the city scale. Platforms like «Baidu Maps» and «Amap» in China, as well as «OpenStreetMap» globally, provide valuable geographical data for urban research. With the increasing availability of digital information on these platforms, the feasibility of studying street space in various dimensions using GIS has grown. Researchers use GIS to study street vitality by measuring aspects such as block density, accessibility, street width, and more, based on different types of points of interest. For example, researchers like Ying Long conducted large-scale block measurements in cities like Beijing and Shanghai using points of interest, covering data indicators related to block density, block accessibility, street width, and more [13].

Streetscape Research Based on Live Street Pictures. Street view images, forming image databases based on human visual perception, have become a new research method for obtaining street space data. They offer advantages such as convenient data collection in large quantities and independence from natural conditions like location, time, and weather. Internet-based map services have also introduced urban street view features, providing researchers with easier access to information. Today, street view maps are widely used as effective means of measuring street space.

Moreover, the advent of the big data and artificial intelligence era has introduced new trends, including the application of intelligent recognition, image segmentation, and machine learning to street space environment research. Researchers can automatically identify and

classify numerous image data with computers, creating databases of street elements that can be used for further research. For instance, by analysing the visual elements of street images (vegetation, sky, fast and slow road surfaces, motorized and non-motorized vehicles, pedestrians, public furniture and other elements of urban design etc.), researchers can calculate their proportional distribution and quantitatively analyse the spatial quality and vitality of linear streets.

Streetscape Research Based on Three-Dimensional Building Data. As a linear enclosed spatial form, streets are influenced by various factors, including the proportion, scale, colour, shape, texture, and real-virtual relationships of buildings and structures on both sides. These factors affect visual perception and human perception. Researchers like C. Harvey used three-dimensional scale data of these buildings and structures, employing computer algorithms to automatically identify road centrelines, road boundaries, and boundary facades. This allowed for the quantitative measurement of 12 street space element variables related to building morphology and street space. These variables included street width, continuity of the building skyline on both sides, the number and height of buildings on both sides, the width-to-height ratio of street space to surrounding buildings, and the visual curvature of the street [14].

3. Research on Street Design Practices.

During the period of extensive development of urban construction, streets mainly adopted the red line management model in upper-level planning. This management model was often considered a bottom-line logic planning method. Its purpose was mainly to avoid the "worst design" rather than pursue the "best design" and "good planning". As China's urban construction enters a new development process, higher-level planning levels have gradually become aware of some problems with planning methods, and the "people-oriented" urban development concept has

received attention. Therefore, urban design represented by streets and acupuncture-style urban renewal based on microscale observation have gradually become an important issue in urban construction.

The concept of Shared Streets Space (SSS) first appeared in the concept of "Inclusive Multi-functional Road Design" first proposed by Buchanan in his 1963 book "Urban Transportation", and was applied to urban traffic. It laid the foundation for the later street sharing model [15]. Complete Streets was proposed by David Goldberg, head of the Smart Growth Alliance, which advocates improving pedestrian and bicycle facilities and encouraging people to walk, bike or take public transportation.

In 2002, San Diego in the United States released the first guidelines for the "Complete Streets" concept. In 2004, London, England released the "Streetscape Design Guide – Better Streets", which is generally considered by academic circles to be the first mature, complete and influential guideline and proposed an initiative to build London into the world's leading pedestrian-friendly city. In terms of the overall strategy and design update method, the guideline proposes six attributes, liveability, accessibility, safety, durability, openness, and sustainability [16]. In 2005, the National Complete Streets Alliance was established, and the Complete Streets movement spread rapidly across the United States; by 2012, 125 communities across the United States had adopted Complete Streets policies. Complete streets fully consider the needs of walking and non-motorized vehicles encourage walking and public transportation to give priority, and make the distribution of urban road rights more balanced.

The Active Streets movement, which grew out of the Complete Streets movement, is even more visionary. It regards street space as a kind of urban public space, improves the quality of the urban environment in many ways, and enhances economic vitality and social cohesion. Vibrant Streets combines public space creation

and cultural preservation with the participation of people in street design and construction. The spatial environment design of the street focuses on forming characteristics to enhance the recognition of the street. Vibrant streets focus on improving street functions, facilities and pedestrian environment, improving walking convenience and comfort, thereby increasing the proportion of walking trips on the street, increasing the attractiveness of street space and activities, and increasing the diversity of people's activities.

In Western countries, improving the vitality and liveability of neighbourhoods has also been an ongoing urban issue, with governments, parliaments, NGOs and residents involved in proposing and improving strategies for urban design and regeneration. Numerous famous cities have put forward and improved initiatives, declarations and strategies for friendly street spaces.

Copenhagen, the capital of Denmark, launched the "Copenhagen Bicycle Policy" (2002–2012) and "Copenhagen Bicycle Strategy" (2011–2025) in 2001 and 2010 respectively, with the aim of promoting the use of street-friendly spaces. The aim is to promote low-carbon mobility, while at the same time introducing policies to limit the development of small cars. Copenhagen has also been adhering to the public Transport-Oriented Development (TOD) mode, so the "Finger Plan" model was created in this context, five radial rail corridors and urban development along the land and green space between the corridors, and continues to be interlocked with the neighbourhood bicycle system, forming the famous bicycle-friendly low-carbon city. The city is known as a bicycle-friendly, low-carbon city. Another example is the Tokyo Bay Area, a metropolitan area with more developed public transport, whose street design guidelines emphasise the importance of prioritising the construction of pedestrian and cycling zones in streets, while at the same time developing public transport. For example, New York issued the New York Vibrant Streets Design Guidelines

in 2009, proposing the construction of more vibrant, green and attractive streets to improve the quality of life of the people; the guidelines are divided into five major parts: user manuals, geometry, materials, lighting, and furniture [17].

In China, street design guidelines have also been issued to guide streetscape design, and in October 2016, the Shanghai Street Design Guidelines were issued, with "complete streets" as the core concept and "people-centred" as the primary goal, with highlights such as convenience, efficiency and attention to vulnerable groups, while focusing on local culture [18]. In September 2018, the Beijing Urban Design Guidelines for Street Renewal and Governance were released to the public, highlighting the local architectural and spatial characteristics, protecting the city's cultural lineage, and enhancing the aesthetics of the environment in the design guidelines for Beijing as an important historical city (Fig. 1).

In summary, since the beginning of the 21st century, urban planners, users, and regulators have collectively shifted their focus to human-centred urban development. They have advocated and implemented numerous declarations and examples of resident-friendly streets. Simultaneously, excellent street design and renewal projects require not only the expertise and aspirations of managers and designers but also precise scientific data, analytical methods, and measurement techniques. These theories, analyses, and design experiences combined can better implement construction concepts such as green, innovative, open, and shared, promoting the creation of safe, liveable, and sustainable friendly living environments in cities with different backgrounds and at different times.

Conclusion. In the era transitioning from extensive urban development to meticulous design and renewal of urban spaces, streets have evolved beyond being mere passageways. They have become pedestrian-friendly neighbourhood spaces grounded in human-centred thinking, or become a spiritual place for tourists to learn about the city culture. Thanks

to urban design, streets now need to serve as places for conversation, entertainment, relaxation, and social interaction for people of different age groups and professions.

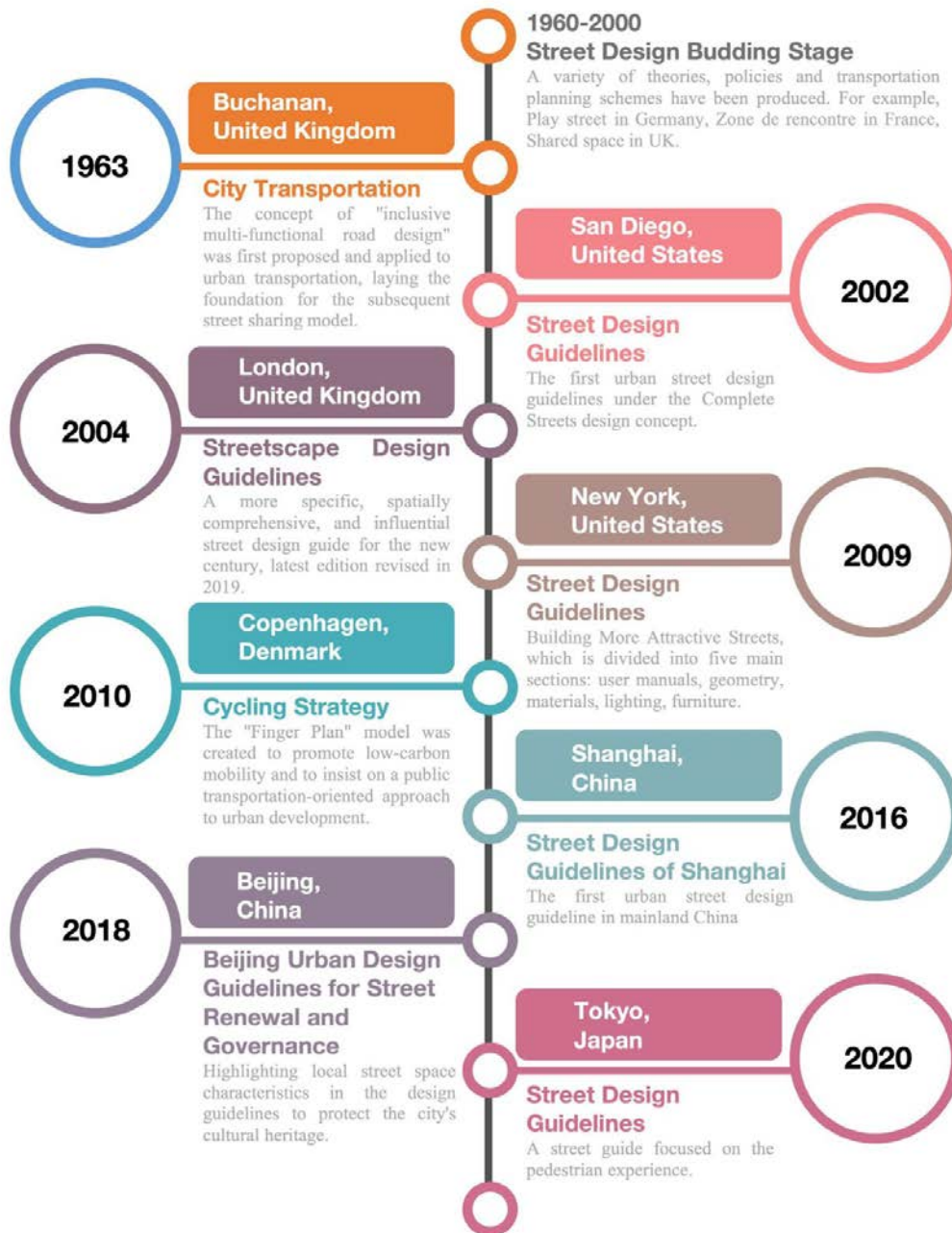


Fig. 1. Timeline of Global Urban Street Design: Guidelines and Practice

Existing research encompasses multifaceted qualitative studies that arise from interdisciplinary collaboration. For instance, early social scientists, architects, and urban researchers interpreted the classic theories of street space from various perspectives during the Industrial Revolution and the era of humanism. Urban designers and social practitioners, from that period to the present

day, have developed diverse theoretical frameworks related to street design through the implementation and review of design projects. These theoretical frameworks continue to evolve.

As the field of data processing and artificial intelligence continues to advance, there is an increasing variety of methods for acquiring streetscape research data. These

methods include live street pictures, three-dimensional spatial data, or geographic information data. At the same time, starting from the United States and the United Kingdom, streetscape design guidelines have been compiled based on different street design concepts. These systematic guidance frameworks have been continuously practised

and verified in street spaces in cities around the world, and different types of design cases have been accumulated. These techniques and practices help to enrich research methods aimed at improving the quality of streetscapes and contribute to the creation of comfortable, functional and aesthetically pleasing designs for street spaces.

Література:

1. 张永和 尹舜. 城市蔓延和中国. 建筑学报. 2017. Iss. 08. P. 1–7. URL: <http://www.cqvip.com/qk/94827x/20178/672996167.html> (Last accessed: 13.08.2023).
2. 熊文 刘丙乾. 国内外街道空间环境评价理论与指标体系研究. 活力城乡 美好人居中国城市规划年会论文集 (城市交通规划) 北京工业大学建筑与城市规划学院. 2019. Iss. 06. P. 169–180.
3. 龙瀛 唐婧娴. 城市街道空间品质大规模量化测度研究进展. 城市规划. 2019. Iss. 06. P. 107–114.
4. Jayakody R. R., Keraminiyage K., Alston M., Dias N. Design factors for a successful Shared Space Street (SSS) design. *International Journal of Strategic Property Management*. 2018. Vol. 22(4). P. 278–289. DOI: <https://doi.org/10.3846/ijspm.2018.3685>.
5. 王一睿, 周庆华, 杨晓丹, 南佳博 程铭. 基于感知体验的城市空间类型探讨. 规划师. 2022. Vol. 38(07). P. 135–140. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/ghs202207019> (Last accessed: 26.09.2023).
6. 吴文治, 陆佳顺 赵斌. 国内外街道设计导则比较研究. 规划. 2022. Is. 07. P. 58–65. URL: <http://www.planners.com.cn/uploads/20220909/60c8e2b66ee3accf5560e74e2b063c8c.pdf> (Last accessed: 04.10.2023).
7. Bertolini L. From “streets for traffic” to “streets for people” can street experiments transform urban mobility? *Transport Reviews*. 2020. Vol. 40(6). P. 734–753. DOI: <https://doi.org/10.1080/01441647.2020.1761907>.
8. Lynch K. *The Image of the City*. Cambridge, Mass: The MIT Press, 1960. 194 p.
9. Jacobs J. *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House, 1961. 458 p.
10. Whyte W. H. *The social life of small urban spaces*. Washington, D.C.: Conservation Foundation, 1980. 125 p.
11. 芦原义信. 街道的美学. 尹培桐, 译. 天津: 百花文艺出版社. 2006. 351 p.
12. 陈泳 赵杏花. 基于步行者视角的街道底层界面研究——以上海市淮海路为例. 城市规划. 2014. Iss. 06. P. 24–31. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/csggh201406004> (Last accessed: 27.10.2023).
13. 龙瀛, 周垠. 街道活力的量化评价及影响因素分析——以成都为例. 新建筑. 2016. Iss. 1. P. 52–57. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/xjz201601009> (Last accessed: 02.11.2023).
14. Harvey C., Aultman-Hall L., Troy A., Hurley S. E. Streetscape skeleton measurement and classification. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*. 2017. Vol. 44(4). P. 668–692. DOI: <https://doi.org/10.1177/0265813515624688>.
15. Karndacharuk A., Wilson D. J., Dunn R. A Review of the Evolution of Shared (Street) Space Concepts in Urban Environments. *Transport Reviews*. 2014. Vol. 34(2). P. 190–220. DOI: <https://doi.org/10.1080/01441647.2014.893038>.
16. Mayor of London. *Streetscape Guidance: Fourth Edition, 2022 Revision 2*. Transport for London. 2022. URL: <https://content.tfl.gov.uk/streetscape-guidance-2022-revision-2.pdf> (Last accessed: 16.11.2023).
17. 戴金. 国际城市街道设计导则综述. 城乡建设. 2020. Iss. 02. P. 76–79. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/cxjs202002034> (Last accessed: 18.10.2023).
18. 葛岩, 唐雯. 城市街道设计导则的编制探索以《上海市街道设计导则》为例. 上海城市规划. 2017. Iss. 01. P. 9–16. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/shcsggh201701004> (Last accessed: 23.11.2023).

References:

1. Zhang, Y., & Yin, S. (2017). Urban Sprawl and China. *Journal of Architecture*, 08, 1–7. URL: <http://www.cqvip.com/qk/94827x/20178/672996167.html> (Last accessed: 13.08.2023) [in Chinese].
2. Xiong, W., Liu, & B. Q. (2019). Research on the Theory and Index System of Street Space Environment Evaluation at Home and Abroad (Eds.) *Vibrant Urban and Rural Areas Better Habitat: 2019 China Urban Planning Annual Conference (06 Urban Transport Planning)* (pp. 169–180). School of Architecture and Urban Planning, Beijing Institute of Technology [in Chinese].
3. Long, Yi., & Tang, J. (2019). Research Progress on Large-Scale Quantitative Measurement of Urban Street Spatial Quality. *Urban Planning*, 06, 107–114 [in Chinese].
4. Jayakody, R. R., Keraminiyage, K., Alston, M., & Dias, N. (2018). Design Factors for a Successful Shared Space Street (SSS) Design. *International Journal of Strategic Property Management*, 22(4), 278–289. DOI: <https://doi.org/10.3846/ijspm.2018.3685>.
5. Wang, Y., Zhou, Q., Yang, X., Nan, J., & Cheng, M. (2022). Discussion on Urban Space Types Based on Perception. *Planners*, 38(7), 135–140. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/ghs202207019> (Last accessed: 26.09.2023) [in Chinese].
6. Wu, W., Lu, J., & Zhao, B. (2022). A Comparative Study of Street Design Guidelines at Home and Abroad. *Planners*, 07, 58–65. URL: <http://www.planners.com.cn/uploads/20220909/60c8e2b66ee3accf5560e74e2b063c8c.pdf> (Last accessed: 04.10.2023) [in Chinese].
7. Bertolini, L. (2020). From "Streets for Traffic" to "Streets for People": Can Street Experiments Transform Urban Mobility? *Transport Reviews*, 40(6), 734–753. DOI: <https://doi.org/10.1080/01441647.2020.1761907>.
8. Lynch, K. (1960). *The Image of the City*. MIT Press.
9. Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. Random House.
10. Whyte, W. H. (1980). *The Social Life of Small Urban Spaces*. Washington, D.C.: Conservation Foundation.
11. Ashihara, Yo. (2006). *The Aesthetic Townscape (Yin Peitong, Trans.)*. Baihua Literature and Art Publishing House [in Chinese].
12. Chen, Y., & Zhao, X. (2014). Research on Ground-Floor Interfaces Along Streets From the Perspective of Pedestrians: a Case Study of Huaihai Road in Shanghai. *Urban Planning*, 06, 24–31. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/csggh201406004> (Last accessed: 27.10.2023) [in Chinese].
13. Long, Y., & Zhou, Y. (2016). Quantitative Evaluation on Street Vibrancy and its Impact Factors: A Case Study of Chengdu. *New Architecture*, 01, 52–57. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/xjz201601009> (Last accessed: 02.11.2023) [in Chinese].
14. Harvey, C., Aultman-Hall, L., Troy, A., & Hurley, S. E. (2017). Streetscape Skeleton Measurement and Classification. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 44(4), 668–692. DOI: <https://doi.org/10.1177/0265813515624688>.
15. Karndacharuk, A., Wilson, D. J., & Dunn, R. (2014) A Review of the Evolution of Shared (Street) Space Concepts in Urban Environments. *Transport Reviews*, 34(2), 190–220. DOI: <https://doi.org/10.1080/01441647.2014.893038>.
16. Mayor of London (2022). *Streetscape Guidance: Fourth Edition, 2022 Revision 2*. Transport for London. URL: <https://content.tfl.gov.uk/streetscape-guidance-2022-revision-2.pdf> (Last accessed: 16.11.2023).
17. Dai, J. (2020). An Overview of International Urban Street Design Guidelines. *Urban and Rural Construction*, 02, 76–79. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/cxjs202002034> (Last accessed: 18.10.2023) [in Chinese].
18. Ge, Y., & Tang, W. (2017). Exploration on the Preparation of Street Design Guidelines: A Case Study on Shanghai Street Design Guidelines. *Shanghai Urban Planning*, (01), 9–16. URL: <https://d.wanfangdata.com.cn/periodical/shcsggh201701004> (Last accessed: 18.10.2023) [in Chinese].

^{1,2}ВАН К., ¹ШМЕЛЬОВА-НЕСТЕРЕНКО О.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Шеньсїський університет науки і технологій, Сіань, Китай

ВИВЧЕННЯ ДИЗАЙНУ АРХІТЕКТУРНОГО СЕРЕДОВИЩА МІСЬКИХ ВУЛИЦЬ: КОМПЛЕКСНИЙ ОГЛЯД НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Мета: проаналізувати та узагальнити дослідження міського вуличного простору та еволюцію концепцій міського вуличного дизайну, відстежити їх походження, розвиток, класифікації та дизайн-практики.

Методологія. У дослідженні проведено історико-теоретичний огляд наукових та літературних джерел із застосуванням методів аналізу, систематизації, класифікації та узагальнення отриманих результатів.

Результати. Розглянуто та проаналізовано класичні теорії проектування громадських просторів, а також розвиток концепцій просторового сприйняття і людиноцентричного підходу в дизайні у поєднанні з великими даними та штучним інтелектом. Виявлено, що така взаємодія у сфері дослідження та дизайну міських громадських просторів прискорює появу передових теоретичних та практичних інновацій.

Наукова новизна. На основі проведеного аналізу виділено та систематизовано три основні напрями дослідження вуличного простору: дослідження на макрорівні, дослідження на мікрорівні та дослідження міської дизайн-практики.

Практичне значення. Результати цього дослідження створюють теоретичні основи та окреслюють напрями розвитку подальших досліджень у сфері дизайну вуличного простору і можуть бути використані архітекторами та міськими дизайнерами у процесі планування та дизайну.

Ключові слова: вуличний простір, міський дизайн, просторове сприйняття, громадський простір, вуличний ландшафтний дизайн, дизайн середовища.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Ван Кань, аспірант, Київський національний університет технологій та дизайну, Університет науки і технологій Шеньсі, Китай, ORCID 0009-0006-4223-0391, **e-mail:** wangkan@zwu.edu.cn

Шмельова-Нестеренко Олександра Євгеніївна, д-р філософії, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7073-3574, Scopus 58743312600, **e-mail:** alexpissenlit@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Wang K., Shmelova-Nesterenko O. Exploring urban streetscape design: comprehensive review of scientific research. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 70–79.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.6](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.6)

Citation APA: Wang, K., Shmelova-Nesterenko, O. (2023). Exploring urban streetscape design: comprehensive review of scientific research. *Art and Design*. 4(24). 70–79.

УДК [747:725.7]:
7.011.26

АБИЗОВ В. А., СЬОМКІН С. О.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.7.

ЕТНОДИЗАЙН РЕСТОРАНІВ: СУЧАСНИЙ ДОСВІД ТА ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Мета: виявлення основних характеристик створення сучасного етнодизайну ресторанів з виокремленням характерних рис етнічних особливостей у дизайну інтер'єрів закладів громадського харчування на основі аналізу творчості українських і зарубіжних дизайнерів

Методологія. Дослідження базується на методі комплексного аналізу та синтезу об'єктивних даних з доступних джерел інформації. Аналітична частина виконана на основі тематичних видань і інтернет-ресурсів, а також власному досвіді авторів. Використано також методи натурних обстежень, порівняльного й типологічного аналізу.

Результати. Проаналізовано сучасний досвід створення етнодизайну ресторанів і виявлено його характерні риси у різних країнах світу та України. Розглянуто зв'язок етнічного дизайну зі збереженням культурної спадщини й використанням регіональних виробів. Відокремлені основні характеристики та ключові особливості етнодизайну закладів харчування.

Наукова новизна. Спираючись на сучасний проектно-будівельний досвід і аналіз літературних джерел, окреслено місце українського етнічного дизайну у світовому просторі, визначені й сформульовані ключові характеристики створення сучасного етнодизайну ресторанів.

Практична значущість. Проведений аналіз сприятиме формуванню комплексних практичних рекомендацій до майбутніх розробок інтер'єрів закладів громадського харчування в стилі етнічного дизайну та узагальненню особливості створення сучасного етнодизайну. Результати проведеного дослідження можуть бути використані в практиці проектування, реконструкції та будівництва ресторанів.

Ключові слова: етнодизайн; традиції; ресторани; народне мистецтво; екологічність.

Вступ. В останні роки явище етнодизайну набуло популярності як у різних країнах, так і серед різних груп населення. Цей різновид дизайну став популярним у повсякденному житті сучасної людини – від дизайну громадських просторів і ресторанів до дизайну одягу й аксесуарів, від архітектури житлових комплексів та комплексів відпочинку до створення і збереження декоративних елементів і посуду. Багато факторів вплинули та продовжують впливати на стрімкий ріст кількості закладів саме етнічного напрямку, зокрема ресторанів. Антиглобалізм за останні декілька років досяг свого найвищого рівня і людство знаходиться в стані переосмислення життєвих цінностей. На перший план виходить екологічність життя, просторів, будівельних матеріалів тощо. Люди дедалі більше вдаються до пошуків своїх першоджерел та національної ідентичності,

наразі набагато глибше почали занурюватись у ці аспекти, а також в історичні джерела як свого народу, так і інших.

Аналіз попередніх досліджень.

Етнодизайн закладів громадського харчування сприяє популяризації цього напрямку. Він отримує відображення в літературних джерелах у галузі дизайну та його різноманітних спеціалізацій. Так, останнім часом з'являється багато публікацій стосовно етнодизайну у сфері одягу, графічного й промислового дизайну тощо. Серед літературних джерел, присвячених особливостям етнодизайну середовища, слід відмітити праці В. Даниленка [5], Л. Обуховської «Сучасний український етнодизайн інтер'єру: стрімка динаміка і світове визнання» [6], Т. Булгакової, А. Окончук, Н. Бутукової «Сучасні тенденції в дизайні інтер'єру ресторану» [4], Т. Булгакової, В. Бабенко «Принципи використання етнічних мотивів в сучасному інтер'єрі готелів» [3].

На особливу увагу заслуговують праці В.А. Абизова, такі як та «Засади соціально-культурної ідентичності сучасного архітектурного середовища» [1], «Роль сучасних будівельних матеріалів у розвитку етнодизайну міського середовища» [2], основною метою яких є визначення особливостей національної своєрідності в дизайні архітектурного середовища, що об'єднує історичні, культурні та новітні форми дизайну, включаючи використання будівельних матеріалів. Цей підхід дозволяє зрозуміти соціально-культурну ідентичність сучасної архітектури та дизайну, систематизувати засоби їх створення та визначити майбутні тенденції етнодизайну на всіх рівнях формування середовища.

Швидкий розвиток етнодизайну в Україні значно покращив не тільки рівень дизайну та якість інтер'єрів, але й поставив питання щодо трактування та використання характеристик етнічного дизайну як в цілому, так і стосовно внутрішнього середовища ресторанів. Досвід реалізованих проєктів ресторанів в етностилістиці в межах України та поза ними вже дає поле для аналізу й виокремлення певних ознак та особливостей, притаманних цьому напрямку.

Постановка завдання. Етнодизайн – напрям, який наразі досить активно поширюється, зробив проривний стрибок у розвитку за останнє десятиріччя. Цей напрям масово привертає увагу спільноти до екологічності та інтеграції етнічних, історичних, соціальних, естетичних та інших аспектів у повсякденне життя сучасності. Метою статті є аналіз творчості українських і зарубіжних дизайнерів у проєктуванні закладів громадського харчування з використанням різних етнічних особливостей та на основі цього визначення основних характеристик створення сучасного етнодизайну ресторанів.

Результати дослідження та їх обговорення. Сучасне проєктування закладів громадського харчування це комплексний підхід, що передбачає розуміння історико-культурних надбань, які пов'язані з особливостями розвитку конкретною

етнічної групи населення, її національними традиціями та їх інтеграцією в сучасні реалії.

Український етнодизайн розвивається відносно невеликий проміжок часу (останні десятиліття), але завдяки таланту та завзятості дизайнерів України досяг чималих успіхів. Ще десять років назад середній відсоток замовлень інтер'єрів житлового сектору в українському стилі складав 5–7%. Серед громадських закладів вирішення інтер'єрів у національній стилістиці зустрічалося подекуди частіше, переважно у закладах харчування – на околицях великих міст (наприклад, Київ, Львів, Полтава) або у туристичній глибинці Карпатського регіону. Зазвичай їхнє оформлення виглядало як пряме наслідування чи недбале копіювання української традиційної хати певного краю. У дизайні інтер'єрів цей стиль часто проявляється у використанні матеріалів, кольорів, елементів етноатрибутики [6]. Нерозривно з дизайнерським вираженням простору розробляється меню, ейдетика та історія закладу. Якщо ресторан позиціонує себе як японський або італійський, інтер'єр і екстер'єр повинні мати ознаки зазначеного етностилю. Разом з цим, при розробці дизайну варто уникати відображення стереотипних уявлень про країну [3, 4]. Некоректно також возвеличувати тільки поверхову традицію в матеріальній культурі (накладання традиційних орнаментів на поверхні сучасних предметів тощо). Цей підхід для творення національної ідентичності в дизайнерській культурі багато в чому непродуктивний, бо занадто примітивний. При поєднанні інноваційних дизайнерських рішень із традицією остання має відтворюватися на глибинному рівні. Подальше деталювання сучасного дизайнерського продукту неможливе без використання сучасних технологій. Хоча ці технології можуть бути національно нейтральні, вони не здатні стерти глибинні структурні дизайнерські засади, якщо тих було досягнуто у певному творі [1, 5].

Через історичні та інші чинники та процеси глобалізації, українська культура

пригнічувалася достатньо довгий період, але події останнього десятиліття не тільки «воскресли» її, але й зробили одним з найцікавіших та найпопулярніших трендів. Відбулося переосмислення культурного спадку і традицій, національної ідентичності та єдності, якої не було раніше.

Розвиток українського етнічного дизайну інтер'єрів значно розвинувся за останнє десятиліття і зробив вагомий внесок в ці важливі та глибокі трансформації національної ідентичності. Яскрава представниця даного напрямку – дизайнер Вікторія Якуша та її бренди «Yakusha Studio» та «Faina» [11; 12]. Філософія студії називається *live design* (живим дизайном), вона занурює в себе, взаємодіючи з тисячолітніми техніками, звичаями та первинними матеріалами. Лаконічний, але жвавий, глибоко пов'язаний із природою, *live design* усуває надлишки та повертає до суті. Споконвічні взаємозв'язки з природою – центр філософії живого дизайну, що відображається в екологічному підході студії до створення та будівництва об'єктів. Дизайн інтер'єрів «Yakusha Studio» поєднують минуле з майбутнім, спадщину з сучасним баченням дизайну. Важливим проектом студії Якуша став ресторан сучасної української кухні «Істетика» у м. Києві (рис. 1). Палітра, обрана студією, спрямована на баланс шорстких і гладких поверхонь, геометричних і органічних форм за допомогою деревини, сірого каменю, переробленого пластику, сталі та глини з ямками. Необроблений бетон, який утворює колони вздовж фасаду ресторану та вистилає його стелю, також був включений в інтер'єр. Автори закладу в описі даного проекту підкреслюють, що кожен їхній проект розповідає свою історію. Дизайнери поєднують сучасні матеріали та техніки з давно відомими, що передаються з покоління в покоління. Глиняні стіни за українською традицією мають дуже потужну енергетику, саме через що й стали провідним мотивом ресторану. Їх тепло певним

чином контрастує з холодом бетонних стін. Прості геометричні форми сидінь пом'якшені округлими лініями столиків і світильників. Шорсткість і нерівність текстури врівноважуються чистотою і гладкістю сталі. Достатньо м'який, але контрастний за матеріалами та текстурами проект ресторану – виразний приклад сучасного етнодизайну.

Ще одними з провідних українських дизайнерів ресторанів в цілому, та етнодизайну зокрема, є колектив студії дизайну Balbek Bureau. Основний підхід цієї студії виражається в тому, що архітектори завжди ставлять в пріоритет потреби людей, які взаємодіють із простором. Одним із відзначених проектів є представник етнодизайну – інтер'єр київського ресторану «100 років тому вперед» (рис. 2) [10]. Назва закладу відображає його концепцію. Власники ресторану прагнули переосмислити традиції українських страв та інтегрувати своє бачення у сучасний інтер'єр, створивши зв'язок між історичним минулим та сьогоденням України.

Традиційні матеріали та кольори, які дещо запозичені з традиційної української вишиванки набувають у дизайні інтер'єру сучасного мінімалістичного вигляду. Меблі, що використовувалися нашими пращурами, трактуються у сучасному прочитанні та стають певними акцентами інтер'єру, але у більш стилізованому вигляді. Усі декоративні елементи пов'язані мотивом «чарівного лісу», а для підкреслення атмосфери та географічного розташування закладу було використано властиві Україні рослини: папороть, цибуля й колосся пшениці.

Ще більший виклик у створенні успішної інтеграції етнодизайну в сучасний інтер'єр київського ресторану студія Balbek Bureau втілила в проекті «This is ruvbar podyl» (рис. 3) [10].

Цікаве розміщення в історичній будівлі, котра початково виконувала функцію кушнірського цеху, а в останні роки там вже розміщувались інші заклади харчування. Частина площі будівлі має статус пам'ятки

архітектури, тож всі можливі історичні деталі були максимально збережені. За створенням даного закладу стоять багато цікавих історій та складнощів, про котрі завжди цікаво дізнаватись з описів, фото- та відео-матеріалів студії.

Завданням дизайнерів було створити комфортний пивний ресторан THIS IS PUVBAR, який втілюватиме традиційні цінності й матиме зв'язок з українською культурою. І вони запропонували інтерпретувати етнічні мотиви на новий лад: створити сучасний еклектичний інтер'єр з використання українських фольклорних мотивів. Заклад наповнено цікавими елементами етнодизайну, котрі майстерно та органічно вписано в інтер'єр закладу (рис. 3). Прикладами таких елементів виступають сценарії за мотивами візерунків української вишивки, вирізані в металі; українські орнаменти доповнені деталями у вигляді динозаврів; стіна, котра повністю декорована візерунком, виплетеним із бавовняного канату на металевій сітці.

Ще одним з цікавих представників українського етнодизайну є ресторан «ШО» (рис. 4). Всі дерев'яні елементи закладу виготовлені з деревини, що привезена з Закарпаття. Кухня закладу виключно українська традиційна. Також тут проводяться майстер-класи сучасної української кухні, що популяризує нашу культуру й робить її цікавою для молоді, різних категорій населення та іноземців.

Естетична якість та ефективність формування середовища з урахуванням його національних традицій і цінностей багато в чому залежить від матеріально-технічних засобів його реалізації, серед яких визначна роль належить будівельним виробам і матеріалам [2]. У зв'язку з цим всі стіни закладу – це оригінальна мазанка, виконана сучасними майстрами, яку раніше використовували в українських селах, особливо на Західній Україні. Власники ресторану використовували не сучасне оздоблення, а саме ту обробку, котру використовували

наші пращури. Усі індивідуальні деталі інтер'єру від стільців до посуду виготовлені з локальних українських матеріалів, що також підкреслює етнічність цього закладу, дуже влучно інтегровану в сучасність.

Не менш цікавою темою є занурення в етнічні особливості інших країн, адже саме через порівняння й визначення відмінностей закріплюється самопізнання етнічної приналежності. Тому на теренах України останнім часом поширюються напрямки етнічних мотивів дизайну інших культур і країн. Найбільш розповсюдженими та успішними стають представники азійського напрямку (Китай, Таїланд, Японія). Разом з цим, у нашій країні також розвиваються й грузинський, східний та американський етнодизайн.

Помітними та одними з найпопулярніших ресторанів азійського етнодизайну у Києві є група «Привітів», більшість яких запроєктована дизайнерами студії Balbek Bureau [10]. Більш детально нижче проаналізовано «Тайський Привіт», але в групі також представлені китайський, в'єтнамський та японський напрямки кухні та дизайну. Заклад «Тайського привіту» (рис. 5) розташований у центрі Києва, але перетинаючи його поріг відвідувачі ніби подорожують не покидаючи межі міста.

Цікавим є не тільки інтер'єр закладу, але й підхід до проєктування. Збираючи відповідну інформацію специфіки культури та традицій Таїланду, архітектори, дизайнери та замовники вирушили до Таїланду у пошуках натхнення, знайомства з культурою та образом життя місцевого населення. Вони також знайшли старовинні меблі, елементи декору, прикраси, антикваріат і цікаві місцеві предмети побуту, які гармонійно поєднуються в інтер'єрі закладу. Всі матеріали та текстури тут є природними: багато дерева, лози, глини та металу. Саме через такий відповідальний підхід дизайнерам вдалося втілити якісний приклад етнодизайну інтер'єру іншої країни, що допомагає зануритись у її культуру в умовах напруженого темпу сучасного життя.



Рис. 1. Інтер'єр ресторану «Їстетика» з поєднання сучасного та етнічного дизайну Київ, Україна, 2021 [11; 12]



Рис. 2. Інтер'єр ресторану «100 років тому вперед» Київ, Україна, 2019 [10]



Рис. 3. Інтер'єр ресторану «This is ruubar». Використання етнічних візерунків у оздобленні Київ, Україна, 2021 [10]



Рис. 4. Інтер'єр ресторану «ШО». Київ, Україна, 2018. URL: <https://www.instagram.com/sho.kyiv/>

Іншим цікавим прикладом є інтер'єр ресторану «Китайський привіт» (рис. 6). У його внутрішньому середовищі гармонійно поєднано сучасний мінімалістичний дизайн з автентичними китайськими елементами оздоблення та освітлення, а також адаптовано традиції китайського мистецтва до сучасних вимог молодих місцевих та іноземних гостей. У закладі збережено крихкий баланс автентичності та сучасного стилю.

Ресторан японської кухні «Сосо» показує українському відвідувачу японську культуру у вигляді етностилізації інтер'єру. Японія дуже контрастна країна, тому насиченість інтер'єру контрастує з мінімалістичністю меню, привабливого для багатьох любителів японської кухні. Етнодизайн тут поєднується з авторським стилем студії «Беленко». Хоча, на перший погляд в інтер'єрі присутні досить шаблонні та впізнавані елементи – віяла, японська каліграфія, фарфор, класичні японські ліхтарі, вони майстерно поєднані з атмосферою ресторану, створеною персоналом, музикою та відчуттям простору. Всі ці елементи ніби стають сучасним трактуванням японської культурної спадщини.

Не можна оминати увагою й роботу закордонних дизайнерів та архітекторів. Першим прикладом постає один з найкращих ресторанів у світі «Noma» (чотириразовий переможець World's 50 Best Restaurant – найпрестижнішого рейтингу у сфері ресторанного бізнесу), реалізований у Копенгагені (рис. 7). Ресторан виконано у скандинавському етностилі, усі складові дизайну і предметно-просторове внутрішнього середовища притаманне цьому стилю, як, власне, й компоненти кухні. Застосовані місцеві матеріали обладнання та облаштування інтер'єру закладу. Щоб створити краще відчуття місця та дому, дизайнер закладу Девід Талструп звернув увагу на житлові приміщення, а не на ресторани, де матеріали займають центральне місце та служать більшою частиною декору.

«Усе ретельно відібрано, підібрано чи спроєктовано, і ніщо не кричить більше, ніж інше, у всьому є відчуття узгодженості та цілісний підхід на 360 градусів» – саме так описує автор проєкту провідну концепцію дизайну закладу [8]. У ресторані шеф-кухаря та співвласника Рене Редзепі, багато предметів виконано вручну скандинавськими виробниками та з місцевих матеріалів: деревини, кераміки, тканин. Для виготовленої на замовлення підлоги ресторану террасо використано великі річкові камені, форма яких може відчуватися при ходьбі по ним. Також етнічні мотиви простежуються у дизайні освітлення, оздобленні, декорі та рослинності.

Не менш виразним представником етнічного дизайну є інтер'єр ресторану грецької кухні «Egeo» у Валенсії (рис. 8). В цьому проєкті влучно поєднані різні старовинні грецькі традиції, які у комплексі з сучасними матеріалами та технологіями, надають етнодизайну інтер'єру закладу сучасний та привабливий вигляд.

Розробкою Egeo Greek restaurant займалася іспанська студія Masquespacio. Дизайн ресторану характеризується традиційною блакитно-білою палітрою кольорів, що нагадує вигляд багатьох грецьких будівель і споруд. У інтер'єрі обідніх зал підприємства з зонами відпочинку застосовано стіни вигнутих форм зі світлим мікроцементним покриттям, які перемежуються ефектними синіми колонами доричного ордера. Архітектори відтворили концепцію зламані колони з минулого, але надали їй сучасного вигляду. Дерев'яні табурети, схожі на масивні шахові фігури, як би розкидано у різних зонах ресторану навколо вбудованих дерев'яних столів на металевих синіх опорах. Бра прикріплені до декоративних органічних форм, які виступають зі стін, а характерні оливкові дерева розміщено у великих керамічних горщиках традиційної форми.



Рис. 5. Інтер'єр ресторану «Тайський привіт» Київ, Україна, 2019 [10]



Рис. 6. Інтер'єр ресторану «Китайський привіт» Київ, Україна, 2016 [10]



Рис. 7. Інтер'єр ресторану «Noma» Копенгаген, Данія, 2018 [8]



Рис. 8. Інтер'єр ресторану «Егео» Валенсія, Іспанія, 2022 [9]

Підсумовуючи аналіз наведеного проектно-будівельного досвіду, можна стверджувати, що етнодизайн стає дуже популярним і різноманітним напрямом дизайну сучасного інтер'єру. Він розвивається на теренах багатьох країн світу, охоплює велику кількість етносів та культур. Узагальнення характеристик, проаналізованих в ході дослідження проєктів ресторанів у світі, допомагають виокремити ключові особливості етнодизайну ресторанів, які наведено у висновках даної праці.

Висновки. У сучасному світі, який певним чином переповнюється процесами глобалізації та знеособлення культурних надбань, настає поворотний період переосмислення та переоцінки формування середовища життєдіяльності. Одним із важливих аспектів, що надає цим важливим глибинним процесам масовості та актуальності, є етнічний дизайн ресторанів та громадських просторів. В результаті проведеного аналізу наведених у статті прикладів і особливостей створення етнодизайну ресторанів стає зрозуміло, що цей напрям дизайну популяризується по всьому світу. Значних успіхів за останні десятиліття досяг і український етнодизайн. Підвищення рівня соціально-культурної ідентичності сучасного архітектурного середовища та відповідна гармонізація його просторів, використання різноманітних етнічних мотивів, форм та матеріалів допомагають не втрачати самоідентифікацію та своє місце у життєвому й культурному просторі сьогодення. Підтримка регіональних виробників допомагає розвивати та зберігати культурну спадщину, що є дуже важливим аспектом успішної нації.

Аналіз сучасних вітчизняних та закордонних проєктів дозволив встановити наступні ключові характеристики

Література:

1. Абизов В. А. Засади соціально-культурної ідентичності сучасного архітектурного середовища. *Art and Design*. 2018. № 1. С. 26–34.

етнодизайну закладів громадського харчування.

1. Комплексне інтегрування усіх засад і художньо-образні засобів етнодизайну у середовище ресторанів з наданням їм при цьому сучасного й гармонійного вигляду.

2. Застосування народних мотивів та прийомів облаштування у всіх сферах формування середовища ресторанів, від функціонально-планувальних і композиційно-просторових рішень до предметного наповнення та оздоблення столів та посуду.

3. Поєднання традиційних/старовинних і сучасних технологій та елементів дизайну предметно-просторового середовища.

4. Використання синтезу мистецтв у внутрішньому середовищі ресторанів з включенням в їх інтер'єр декоративно-ужиткових витворів ручної роботи регіональних митців: кераміки, гончарного, ткацького й інших ремесл, що сприяє збереженню, відродженню, та підтриманні творчості місцевих виробників та культурної спадщини в цілому.

5. Вміле використання поряд із традиційними будівельними матеріалами, що відображають історико-культурні традиції народу, інноваційних виробів і матеріалів для реалізації сміливих творчих етнодизайнерських задумів.

6. Включення в інтер'єр закладу відповідної до певної країни та регіону рослинності, що підкреслює контакт з природою та допомагає більш виразно виділити територіальну та етнічну локацію.

Проведені дослідження можуть бути корисними для розуміння та розвитку **феномену етнодизайну**, а також відкривають перспективи подальшого вивчення засад та глибинних рис соціально-культурної ідентичності у дизайні інтер'єрів не тільки ресторанів та закладів харчування, а й інших громадських просторів.

2. Абизов В. А. Роль сучасних будівельних матеріалів у розвитку етнодизайну міського середовища. *Європейський вектор розвитку і національний контекст*: зб. наук. праць.

Полтава : ПНПУ імені В.Г. Короленка. 2014. Кн. 1. С. 37–43.

3. Булгакова Т., Бабенко В. Принципи використання етнічних мотивів в сучасному інтер'єрі готелів. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 23 квіт. 2020 р. Київ : КНУТД. С. 160–163.

4. Булгакова Т., Окончук А., Бутукова Н. Сучасні тенденції в дизайні інтер'єру ресторану. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали Міжнар. науково-практ. конф.*, м. Київ, 22 квіт. 2021 р. Київ : КНУТД. 2021. С. 209–211.

5. Даниленко В. Майбутнє європейського дизайну. Чехія, Польща, Україна. Харків : Колорит. 2007. 197 с.

6. Обуховська Л. Сучасний український етнодизайн інтер'єру : стрімка динаміка і світове визнання. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2020. № 3(2). С. 202–220. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.3.2.2020.220080>.

7. Сафронова О. О. Особливості методики Design Thinking як сучасної стратегії проектування в контексті дизайну середовища. *Теорія та практика дизайну*. 2017. № 13. С. 202–215.

8. Angelopoulou S. David Thulstrup draws on scandinavian home interiors for copenhagen's new noma restaurant. *Designboom*. URL: <https://www.designboom.com/architecture/studio-david-thulstrup-noma-restaurant-copenhagen-big-08-21-2018/> (дата звернення: 21.10.2023).

9. Englefield J. Greek restaurant interior by Masquespacio takes cues from ancient ruins. *Dezeen*. URL: <https://www.dezeen.com/2022/05/22/greek-restaurant-interior-masquespacio-takes-cues-from-ancient-ruins/> (дата звернення: 21.10.2023).

10. Restaurants & bars. *Balbek bureau*. URL: <https://www.balbek.com/restaurants-and-bars> (дата звернення: 21.10.2023).

11. Yakusha design portfolio. *Behance*. URL: https://www.behance.net/victoriya_yakusha (дата звернення: 21.10.2023).

12. Yakusha Studio. Live design and architecture. *Yakusha Design*. URL: <https://www.yakusha.design/> (дата звернення: 21.10.2023).

References:

1. Abyzov, V. A. (2018). Zasady sotsialno-kulturnoi identychnosti suchasnoho arkhitekturnoho seredovyschcha [Principles of socio-

cultural identity of the modern architectural environment]. *Art and Design*, 1, 26–34 [in Ukrainian].

2. Abyzov, V. A. (2014). Rol suchasnykh budivelnnykh materialiv v rozvytku etnodyzainu miskoho seredovyschcha [The role of modern building materials in the development of the urban environment ethnic design]. *Yevropeyskyi vektor rozvytku i natsionalnyi kontekst – Europeisk utvikling og nasjonal kontekst*, 1, 37–43 [in Ukrainian].

3. Bulhakova, T., & Babenko V. (2020). Pryntsypy vykorystannia etnichnykh motyviv v suchasnomu inter'ieri hoteliv [Principles of using ethnic motifs in modern hotels design]. *Proceedings of the Actual Problems of Modern Design: II Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (23 kvitnia 2020 roku) – II International Scientific and Practical Conference* (pp. 160–163). Kyiv: KNUITD [in Ukrainian].

4. Bulhakova, T., Okonchuk, A., & Butukova, N. (2021). Suchasni tendentsii v dyzaini interieru restoranu [Modern trends in restaurants interior design]. *Proceedings of the Actual Problems of Modern Design: III Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (22 kvitnia 2021 roku) – III International Scientific and Practical Conference* (pp. 209–211). Kyiv: KNUITD [in Ukrainian].

5. Danylenko, V. (2007). *Maibutnie yevropeiskoho dyzainu: Chekhiiia, Polshcha, Ukraina* [The future of European design: Czech, Poland, Ukraine]. Kharkiv : Koloryt [in Ukrainian].

6. Obukhovska, L. (2020). Suchasnyi ukrainskyi etnodyzain inter'ieru: strimka dynamika i svitove vyznannia [Modern Ukrainian ethno-design of interior: dynamics and world recognition] *Demiurh: idey, tekhnolohii, perspektyvy dyzainu – Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*, 3(2), 202–220. DOI: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.3.2.2020.220080> [in Ukrainian].

7. Safronova, O. (2017). Osoblyvosti metodyky Design Thinking yak suchasnoi stratehii proektuvannia v konteksti dyzainu seredovyschcha [Features of the Design Thinking methods as a modern strategy of design in the context of environmental design]. *Teoriia ta praktyka dyzainu – Theory and practice of design*, 13, 202–215 [in Ukrainian].

8. Angelopoulou, S. David Thulstrup draws on scandinavian home interiors for copenhagen's new noma restaurant. *Designboom*. URL: <https://www.designboom.com/architecture/studio-david->

[thulstrup-noma-restaurant-copenhagen-big-08-21-2018/](#) (Last accessed: 21.10.2023).

9. Englefield, J. (2022). Greek restaurant interior by Masquespacio takes cues from ancient ruins. *Dezeen*. URL: <https://www.dezeen.com/2022/05/22/greek-restaurant-interior-masquespacio-takes-cues-from-ancient-ruins/> (Last accessed: 21.10.2023).

10. Restaurants & bars. *Balbek bureau*. URL: <https://www.balbek.com/restaurants-and-bars> (Last accessed: 21.10.2023).

11. Yakusha design portfolio. *Behance*. URL: https://www.behance.net/victoriya_yakusha (Last accessed: 21.10.2023).

12. Yakusha Studio. Live design and architecture. *Yakusha Design*. URL: <https://www.yakusha.design/> (Last accessed: 21.10.2023).

ABIZOV V. A., SYOMKIN S. O.

Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

ETHNO DESIGN OF RESTAURANTS: MODERN EXPERIENCE AND MAIN CHARACTERISTICS

The aim of the study. Identification of the main characteristics of the creation of modern ethno-design of restaurants, highlighting the characteristic features of various ethnic features in the interior design of public catering establishments based on the analysis of the creativity of Ukrainian and foreign designers

Research methodology. The research is based on the method of comprehensive analysis and synthesis of objective data from available sources of information. The analytical part is based on thematic publications and Internet resources, as well as the authors' own experience. The methods of examinations, comparative and typological analysis were also used.

Research results. The modern experience of creating ethno design of restaurants was analyzed and its characteristic features in different countries of the world and Ukraine were revealed. The connection of ethnic design with the preservation of cultural heritage and the use of regional products is considered. The main characteristics and key features of ethno design of food establishments are highlighted.

Scientific novelty. Based on modern design and construction experience and analysis of literary sources, the place of Ukrainian ethnic design in the world space is outlined, the key characteristics of the creation of modern ethnic design of restaurants are defined and formulated.

Practical significance. The conducted analysis will contribute to the formation of comprehensive practical recommendations for the future development of public catering establishments in the style of ethnic design and will help to generalize the features of the creation of modern ethnic design. The results of the conducted research can be used in the practice of design, reconstruction and construction of restaurants.

Keywords: ethno design; traditions; restaurants; folk art; environmental friendliness.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Абизов Вадим Адільєвич, д-р арх., професор, професор кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5494-8230, **e-mail:** vaddimm77@gmail.com

Сьомкін Сергій Олексійович, магістр, кафедра дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0009-0007-4566-3624, **e-mail:** serge.somkin@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Абизов В. А., Сьомкін С. О. Етнодизайн ресторанів: сучасний досвід та основні характеристики. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 80–89.

Citation APA: Абизов, В. А., Сьомкін, С. О. (2023). Етнодизайн ресторанів: сучасний досвід та основні характеристики. *Art and Design*. 4(24). 80–89.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.7>

УДК 76.026

DOI:10.30857/2617-0272.2023.4.8.

¹ГОЛОВАЧУК І. П., ²ВОРОБЧУК М. С., ¹ЛЕЛИК Я. Р., ¹ШМЕЛЬОВ В. М.¹ Луцький національний технічний університет, Луцьк, Україна² Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

РОЛЬ 3D ІЛЮСТРАЦІЇ В ОФОРМЛЕННІ ДИТЯЧОЇ КНИГИ

Мета дослідження – теоретичне вивчення ролі 3D ілюстрації в оформленні книги; виявлення та відображення основних етапів створення зображень з тривимірними об'єктами для дитячої книги; з'ясування перспектив 3D ілюстрацій у створенні візуального наповнення підручників.

Методологія. Використано аналітичний та структурний підходи, а також візуально-аналітичний метод художньо-композиційного аналізу при розробці тривимірної ілюстрації до дитячої книги.

Результати. Розглянуто способи створення комп'ютерних ілюстрацій у книгах та встановлено, що вони можуть бути фотореалістичні, абстрактні, векторні, містити анімацію чи інтерактивні елементи. Визначено, що комп'ютерні анімації легко адаптуються відповідно до потреб розробника тому є зручними та ефективними у використанні, а застосування тривимірної графіки у книгах є способом привернення уваги читача. Досліджено та описано основні методи створення тривимірних ілюстрацій для книг: метод анагліфу, терморельєфу, вкладки з тривимірними зображеннями. Розглянуто та практично відображено алгоритм створення зображень з тривимірними об'єктами для дитячої книги за допомогою програми Cinema 4D.

Наукова новизна. Розглянуто можливості використання 3D ілюстрацій в оформленні книг та розкрито особливості їх застосування на практиці. Розроблено схему створення ілюстрацій з використанням тривимірних об'єктів. Визначено, що тривимірні зображення приваблюють читача своєю реалістичністю та підсилюють інтерес до книги. Тому створення 3D зображень з використанням комп'ютерних технологій є одним із перспективних напрямів розвитку мистецтва.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані для подальшого вивчення використання 3D ілюстрацій при оформленні книг, а також слугувати теоретичним та практичним матеріалом при підготовці фахівців з дизайну.

Ключові слова: дизайн, графічний дизайн, дитяча книга, 3D ілюстрації, комп'ютерна графіка.

Вступ. Сучасне мистецтво переплелось з можливостями технічного прогресу й знайшло нові форми для існування. Зокрема, з'явилися нові способи розробки книги. Вона почала існувати й в електронному форматі. Використання комп'ютерної графіки розширює можливості дизайнера, адже рисунок можна виправити та змінити стиль зі значно меншими затратами часу на відміну від ручної праці. Один з головних плюсів комп'ютерної графіки полягає в можливості легко виправляти помилки та вносити зміни в ілюстрації без необхідності починати все спочатку. Це дозволяє ілюстраторам ефективно співпрацювати з авторами та редакторами, а також швидко виправляти зауваження. З допомогою комп'ютерної графіки можна втілити в життя різноманітні стилі та техніки, включаючи карикатури,

реалістичну графіку, векторні ілюстрації, анімацію тощо. До того ж у програмних продуктах можна використовувати безліч кольорів і створювати насичені та яскраві ілюстрації, що особливо важливо для дитячих книг та ілюстрованих казок. Графічні редактори та візуалізатори мають велику кількість інструментів, що надає ілюстраторам можливість експериментувати з різними ефектами, текстурами та композицією, що дозволяє створювати унікальні та вражаючі ілюстрації.

Аналіз попередніх досліджень. З розвитком технологій з'являються нові методи створення зображень, що використовуються в оформленні книг. Зразки використання 3D ілюстрацій, саме для дизайну книг, як ефективного

інструменту привернення уваги споживача вивчали Y. Zhou, F. Gao [13].

Можливості використання штучного інтелекту для внесення змін у 2D зображення та перетворення їх у 3D ілюстрацію досліджували S. Hicsonmez, N. Samet, E. Akbas, P. Duygulu [3]. Також у наукових роботах W. Vaughan [10] та M. Vorobchuk, K. Pashkevych [12] опрацьовано питання використання цифрових інструментів та QR-кодів для покращення комунікації між споживачем та продуктом.

X. Li, A. Bus [5] та S. Jung [4] пояснили ефективність удосконалення цифрової книжки з картинками, заснованої на принципах мультимедійного навчання звертаючи увагу на вікові особливості користувачів. Основи розробки зображень до гендерних інтерактивних книг вивчали I. Elorza [2]. Y. Mathov, L. Rokach, Y. Elovici [7] описують можливість 3D моделювання складних сцен для ілюстрації книг, проте дана інформація подана поверхнево та потребує подальшого вивчення.

При аналізі літературних джерел встановлено, що в останні роки 3D ілюстрації в оформленні дитячих книг розвиваються та проникають у різні сфери діяльності людини. Науковцями опрацьовано та висвітлено окремі способи створення комп'ютерних ілюстрацій у книгах, проте існують значні прогалини щодо висвітлення етапів розробки тривимірних ілюстрацій для книг за допомогою графічних редакторів, що й обумовлює актуальність даного дослідження.

Постановка завдання. Дизайнер, займаючись графічним оформленням книг повинен дотримуватись певних принципів, що передбачають сучасний та естетично привабливий, цілісний дотриманий стиль підручника, збалансованості кольорової гами художнього оформлення та ілюстративного ряду. Протягом усієї історії людства ілюстрації використовувалися як засіб спілкування та передачі повідомлень. У дитячих книгах вони допомагають дітям інтерпретувати текст [3].

Одна з важливих ролей ілюстрацій у дитячих книжках – привернення уваги дітей до читання тексту. Малюнки важливі для дітей: вони привертають увагу дітей, посилюють любов дітей до книжок, роблять текст приємнішим, сприяють читанню, зберігають культуру та ідентичність.

Ілюстрації дитячих книжок – це візуальні зображення, які супроводжують текст дитячих книжок. Зазвичай вони зображують ключові сцени в історії, де сюжет книги розвивається, як правило, через досвід головного героя [15]. Зображення у книзі повинні відповідати віковим особливостям, адже вони оживляють сюжет та допомагають читачам сформувати чіткі картини в їхній свідомості. Ілюстрації мають бути оригінальними, доступними, зрозумілими та сприяти естетичному вихованню читача, тому що, вони сприяють розвитку візуального мислення читача.

Таким чином, метою дослідження є теоретичне вивчення ролі 3D ілюстрації в оформленні книги та практичне відображення основних етапів створення зображень з тривимірними об'єктами для дитячої книги.

Результати дослідження та їх обговорення. У двадцятому столітті швидко розвинулись технології мультиплікації, кінематографу, радіо та відбулась комп'ютеризація. Досить широкого розповсюдження набуло 3D моделювання. Друковані книги почали переводити у цифровий формат, що покращувало доступ до інформації. Наприклад, аудіо книги створювалися для людей, які не мали можливості скористатись друкованою книгою. З розвитком кінематографа та анімації фотографії й зображення отримали динаміку. На даний час ми можемо створити ілюстрацію у цифровому форматі, використовуючи комп'ютер.

Тривимірні ілюстрації додають глибину та об'єм до зображень, роблячи їх більш реалістичними та захоплюючими. Анімація дозволяє читачам взаємодіяти з ілюстраціями, роблячи книгу більш ігровою та педагогічною. Наприклад, дитяча книга

може містити анімовані персонажі, які реагують на дотики читача [6]. Тривимірні ілюстрації та анімація можуть бути використані для пояснення складних процесів, які важко передати словами або звичайними двовимірними ілюстраціями. Наприклад, книга з педагогічною тематикою може включати анімацію для пояснення фізичних явищ. Діти часто більше цікавляться книгою, яка містить анімацію та ігрові елементи. Анімація може бути використана для підкреслення важливих моментів у книзі. Включення тривимірної графіки та анімації робить книгу більш привабливою для сучасних читачів, особливо для дітей та молоді. Це корисно для книг зі науковим чи фантастичним змістом, адже основна мета застосування тривимірних зображень – привабити читача та надати інформацію про вміст книги.

Комп'ютерні ілюстрації до книг – це зображення, які створюються або опрацьовуються за допомогою комп'ютерних програм та графічних технологій [13]. Ця форма ілюстрацій стала поширеною й популярною завдяки своїй гнучкості та можливостям.

Для створення комп'ютерних ілюстрацій художники використовують такі графічні програми, як: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, CorelDRAW, Clip Studio Paint, Procreate тощо. Ці програми дозволяють створювати візуальні елементи з великою деталізацією та контролем над кольорами й текстурою. Цифрові ілюстратори використовують графічні планшети та стилуси для малювання безпосередньо на екрані комп'ютера або планшета. Це дозволяє їм створювати мистецькі роботи, які можуть бути легко редаговані та адаптовані для друку в книгах. Відповідно, комп'ютерні ілюстрації можуть бути фотореалістичними (абстрактними) та векторними або растровими.

Фотореалістичні або абстрактні ілюстрації використовуються відповідно до потреб та стилю книги. Вони можуть відображати реальні об'єкти й сцени, або ж

бути абстрактними виразами та символами. Векторні зображення створюються за допомогою геометричних об'єктів, що дозволяє їх масштабувати без втрати якості. Натомість, растрові зображення базуються на пікселях і відображають більші деталі. Комп'ютерні ілюстрації можуть бути створені в обох форматах.

Також комп'ютерні ілюстрації можуть містити анімацію або інтерактивні елементи. Особливо це притаманно для електронних книг, що робить читання більш захоплюючим і взаємодійним. Відповідно існують переваги, які роблять електронні книги цікавими та захоплюючими для читача. Адже, комп'ютерні ілюстрації легко адаптуються для друку у книгах, використання на вебсайтах, в електронних книгах або навіть на постерах і рекламних матеріалах.

Комп'ютерні ілюстрації стали необхідною складовою сучасних книг, допомагаючи авторам і видавцям візуально передавати свої ідеї та надавати читачам новий рівень взаємодії з текстом. Використання комп'ютерних ілюстрацій дозволяє зекономити час та ресурси порівняно з традиційним малюванням, і вони можуть бути легко збережені та редагувати.

Тривимірні ілюстрації до книг – це зображення, які створюють враження глибини та об'єму за допомогою спеціальних технологій та ефектів [15]. Вони призначені для того, щоб зробити читання книги більш цікавим і захоплюючим, особливо для дітей, які можуть більше зацікавитися книгою, якщо вона містить візуальні ефекти.

Основні методи створення тривимірних ілюстрацій для книг включають:

1. Анагліфу. Він базується на використанні двох різних кольорів (зазвичай червоний і синій) для створення 3D-ефекту. Читачі використовують спеціальні 3D-окуляри з фільтрами для кожного оксиду, і це дозволяє їм бачити об'ємність на сторінках книги.

2. Терморельєфу. Він використовує спеціальні термочутливі барвники, які під впливом температури змінюють свій колір

або структуру. За допомогою нагрівання сторінок книги за допомогою руки чи іншого джерела тепла, ілюстрації можуть «оживати» і створювати враження глибини.

3. Спеціальні вкладки з тривимірними зображеннями, які можна розгорнути або витягти. Це допомагає створити об'ємність на сторінках книги.

За допомогою сучасних технологій, таких як смартфони та планшети, читачі можуть використовувати додатки для аргументованої реальності, які дозволяють перетворити звичайні ілюстрації у тривимірні об'єкти чи навіть взаємодіяти з ними через камеру пристрою. Ці тривимірні ілюстрації можуть додати новий рівень інтерактивності та візуальної привабливості до книг. Вони особливо популярні в дитячих книгах, науково-популярних виданнях та книгах для фанатів наукової фантастики та фентезі. Отже, об'ємні зображення у книгах – це візуальні елементи, які створюють ілюзію глибини та тривимірності на сторінках книги [13]. Вони додають відчуття об'єму та реалізму до ілюстрацій, роблячи читання більш захоплюючим і цікавим.

Об'ємні зображення можуть використовуватися для навчальних цілей, де вони допомагають дітям краще розуміти певні концепції або процеси. Наприклад, в наукових книгах для дітей можуть бути представлені об'ємні моделі складних механізмів або живих організмів. Такі 3D ілюстрації можуть бути важливим художнім засобом в книгах. Вони дозволяють ілюстраторам експериментувати з об'ємністю, глибиною і перспективою, щоб створювати динамічні та емоційно насичені зображення. Проте, у деяких книгах об'ємні зображення можуть бути взаємодійними, де читачі можуть відкривати, розгортати або пересувати деякі частини для розкриття додаткової інформації чи сюжетних деталей. Об'ємні зображення роблять читання більш цікавим і захоплюючим, особливо для молодших читачів. Вони можуть підсилити

відчуття участі й сприяти кращому засвоєнню матеріалу.

Ще одним способом привернення уваги читача є використання тривимірної графіки з можливістю анімації. Комп'ютерна графіка з віртуальними наборами інструментів стає все більш доступною для широкого загалу користувачів. Зокрема через програми 3Ds Max, Autodesk Maya, Blender та Cinema 4D. За допомогою наборів інструментів з модифікаторами та ефекторами можна створювати ряд перетворень й трансформації моделей. Рендеринг статичних об'єктів забезпечує створення складних, насичених ілюстрацій, елементів оформлення.

Під час створення ілюстрації можна поетапно зберігати дії, а у разі якщо ви допустили помилку можна повернутися до попереднього варіанту. Модифікатори призначені для моделювання та зміни форми й забезпечують створення 3D об'єктів. Створення комп'ютерної 3D ілюстрації для книги – це складний і творчий процес, який поєднує в собі комп'ютерну графіку, дизайн і художнє мистецтво.

За допомогою ефекторів можна створювати абстрактні сцени, імітувати динаміку. Таким чином, робота художника-візуалізатора більше не залежить від наявності робочого місця, а лише від технічного забезпечення (комп'ютера чи ноутбука). Створюються 3D локації, персонажі, застосовується анімація. Сконструйовані об'єкти використовуються у різних галузях, зокрема для ілюстрування книг. Як результат зазначимо, що зацікавити потенційного читача книг можна шляхом використання об'ємних ілюстрацій. Адже спроєктувавши 3D локацію з персонажами для ілюстрування книг, ми зможемо згодом оживити героїв оповідань, романів, поезій тощо. Особливо – це є актуальним для дитячої книги, коміксів або ж фантастичних історій. Головне вдало створити образи та локацію, що відповідає сюжету книги. У спроєктованому 3D середовищі можна

змінювати положення та форму об'єктів, локації тощо. Все це може бути використано для ілюстрування динаміки розвитку подій у книзі. Ще однією перевагою створення 3D ілюстрацій є те, що автор книги або видавець разом з ілюстратором можуть швидше досягти потрібного результату. Наповнення книги рисунками відбуватиметься інтенсивніше, а отже й процес підготовки до друку прискориться. Створивши 3D середовище, можна зацікавити читача тим, що наступним кроком буде створення на основі книги, анімаційного фільму. Основний акцент необхідно робити на відповідності персонажів, середовища сюжету та рівня складності 3D об'єктів, що проєктуються. Адже від цього залежить швидкість створення ілюстрації та її реалістичність.

Проєктувати 3D об'єкти та персонажі можна у різних програмних продуктах, серед них можна виділити: Blander, Cinema 4D тощо. Особливу увагу потрібно приділяти тим програмам в яких можна було б одночасно і створювати 3D об'єкти та персонажі й анімувати їх. Адже ми таким чином скорочуємо час на проєктування. У разі складних проєктів звісно ж необхідно залучати декілька спеціалізованих програмних продуктів. Наприклад, 3D Max і Maya або ж Когона тощо. Досить важливим фактором у проєктуванні є деталізація об'єктів, адже від цього залежить об'єм файлу. Особливе місце займає створення окремих локацій, а не великої сцени. Від об'єму створеної сцени залежить й час рендерингу. Тому окремі локації з використанням загального фону є оправданим способом створення сцен. Після налаштування освітлення та вибору ракурсу можна проводити рендеринг (рис. 2).

Локації, або сцени, є важливою частиною процесу створення тривимірних сцен у комп'ютерній графіці. Це віртуальні простори, де розташовуються всі об'єкти,

персонажі та обрані ефекти для моделювання тривимірної ілюстрації чи анімації. Перш ніж почати роботу над локацією, важливо зрозуміти, яка буде композиція сцени. Це включає в себе визначення розташування об'єктів, камери, освітлення і точки огляду, щоб досягти бажаного ефекту. Об'єкти, які будуть відображені в сцені, створюються або імпортуються у форматі 3D-моделей. Вони розміщуються відповідно до задуманої композиції сцени, і їх позиції можуть бути редаговані у віртуальному просторі локації. Налаштування камери, її позиція, орієнтація та область огляду важливі для визначення того, як буде виглядати сцена. Якщо сцена передбачає анімацію, то об'єкти мають рухатися в межах локації. Текстури та матеріали надають об'єктам реалістичний вигляд і відтінки. Їхнє використання в локації допомагає створити більш деталізовану ілюстрацію. Деякі сцени можуть потребувати спеціальних ефектів, таких як дим, дощ, вогонь тощо. Вони також створюються та розміщуються в межах локації. Важливо ретельно вивчити й проробити деталі сцени, навіть якщо вони не завжди видимі у головному плані. Доцільно створювати об'єкти та декорації для створення більш реалістичної атмосфери. Використання локацій – це креативний процес, який вимагає від дизайнера чіткого бачення та уважності до деталей.

Значною перевагою комп'ютерної графіки є те, що об'єктам на сцені можна задати динаміку (рух), а також спецефекти у вигляді фізичних процесів, імітуючи природні явища. Створення локації передбачає моделювання 3D об'єктів та середовища, вибір фону сцени. Наступним етапом є розташування персонажів та 3D моделей на сцені, налаштування освітлення та вибір ракурсу споглядання (розміщення камери). На завершальному етапі проводять рендеринг (рис. 1).

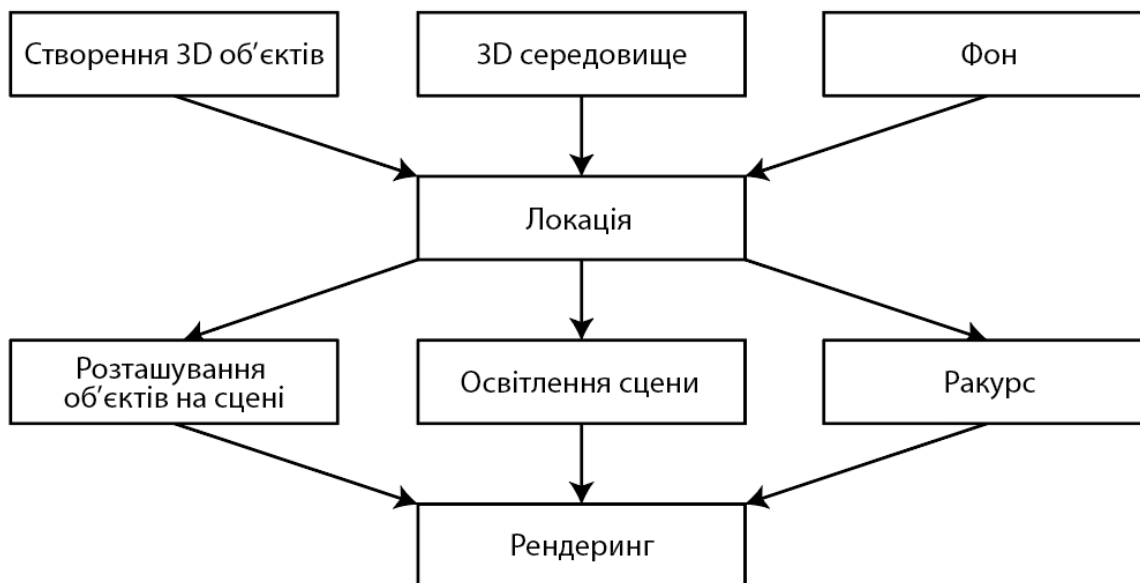


Рис. 1. Схема створення ілюстрації з використанням тривимірних об'єктів

Сьогодні існує ряд вимог до ілюстрування дитячих книг. Рисунок має підсилювати ефект від написаного автором. Зображення на обкладинці впливає на сприйняття самої книги. Читач отримує емоції як від зображення на обкладинці, так і від ілюстрацій у книзі. Досить важливим є те, щоб художнє оформлення було супроводом відповідного змісту книги [10]. Ілюстрації повинні викликати у читача, як емоції, так і бути інформативними та естетичними (рис. 3).

Обкладинка книги з тривимірними ефектами – це креативний спосіб залучити увагу читачів і надати книзі виразного обличчя. Необхідно, щоб зображення на обкладинці, ілюстрації в тексті вписувалися у композицію всього видання. Картинки повинні гармонійно створювати єдине ціле з текстом та не конфліктувати з ним (рис. 4).

Оформлення обкладинок книжок є важлива складова процесу видавництва, яка допомагає зробити книгу привабливою для потенційних читачів. Динамічні зображення та ефекти анімації можуть забезпечити створення більш цікавої обкладинки. Вона допоможе підкреслити тему книги та показати основний образ. Однак, використання такого роду зображень може збільшити вартість виготовлення.

Анімовані 3D об'єкти в ілюстраціях можуть додати багато динаміки та виразності до візуального контенту. Такі об'єкти стали популярними в останні роки завдяки зростанню інтересу до віртуальної реальності, анімації й відеоігор. Наведемо приклади анімованих 3D об'єктів, що використовуються в ілюстраціях: 3D персонажі можуть рухатися, мімікувати, взаємодіяти з оточенням і виконувати різні дії. Це може допомогти розповісти більш живі історії або навіть створити інтерактивні ілюстрації для електронних книг.

Окрім персонажів, можливо анімувати інші об'єкти, такі як автомобілі, тварини, об'єкти побутового вжитку тощо. Наприклад, анімація може показати рух велосипеда, птаха, що летить. Анімовані 3D ілюстрації можуть відображати різні природні явища, такі як дощ, сніг, блискавку, ефекти пожежі тощо. Це може створювати атмосферу та реалізм у сценах. Проте, статична сцена може стати живою завдяки анімованому оточенню. Наприклад, вода в річці, що рухається, коливання листя на деревах або рух вогню у каміні можуть надати ілюстрації реалізму. Також, анімація може включати спеціальні ефекти, такі як вибухи, дим, летючі іскри тощо.



Рис. 2. Створення різних локацій для персонажів (авторська розробка), Сінема 4D, Головачук Ігор, доцент ЛНТУ, 2023

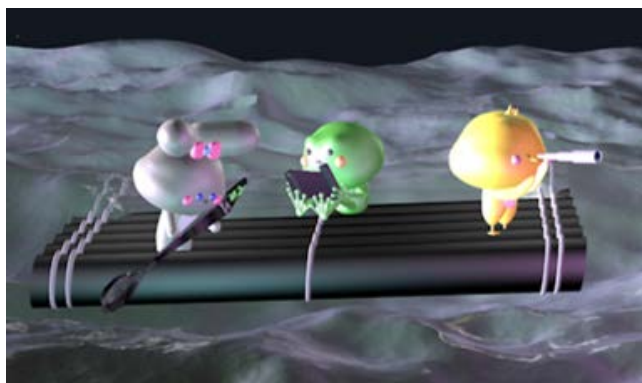


Рис. 3. Тривимірна ілюстрація до дитячої книги (авторська розробка), Сінема 4D, Головачук Ігор, доцент ЛНТУ, 2023



Рис. 4. 3D-ілюстрація для обкладинки книги (авторська розробка), Сінема 4D, Головачук Ігор, доцент ЛНТУ, 2023



Рис. 5. Казкові персонажі створені у програмі Сінема 4D (авторська розробка), Головачук Ігор, доцент ЛНТУ, 2023

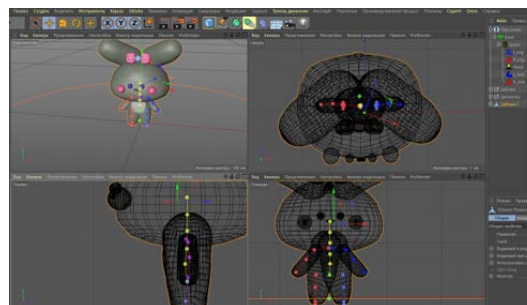


Рис. 6. Процес налаштування точок скелету, Сінема 4D (авторська розробка), Головачук Ігор, доцент ЛНТУ, 2023

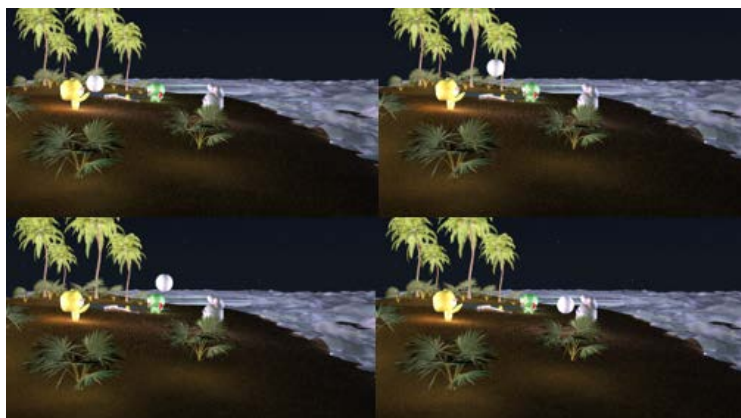


Рис. 7. Покрокове представлення анімації, Сінема 4D, Головачук Ігор, доцент ЛНТУ, 2023

Таким чином, відобразимо алгоритм створення зображення з тривимірними об'єктами для обкладинки книги:

1. Тривимірні зображення з візуальними ефектами можна створити у наступних програмах: Blender, 3D Studio Max або Cinema 4D.

2. Налаштуйте освітлення та тіні, щоб додати глибину та реалістичність до вашої 3D сцени.

3. Збережіть 3D ілюстрацію у форматі, що підходить для подальшої обробки, наприклад, JPEG, PNG або TIFF.

4. Обробку текстури для обкладинки книги можна провести у програмах для роботи з графікою, наприклад, Adobe Photoshop або GIMP. До текстури додають елементи дизайну, такі як текст, логотип видавництва, 3D ілюстрацію тощо.

5. Збережіть текстуру з елементами дизайну у форматі, що підходить для використання на обкладинці книги.

Ключовими аспектами анімування книжкових персонажів є створення перш за все сценарію. В ньому визначають, як герой рухається, веде себе та спілкується з іншими персонажами. Створення дизайну анімованого персонажа включає в себе вибір кольорів, форми, одягу та всіляких деталей, що визначають зовнішність персонажа. Дизайн повинен відповідати опису, наведеному в книзі, і водночас бути придатним для анімації.

Після створення тривимірної моделі аніматори задають рухи. Для цього персонажа, дотримуючись його характеру та взаємодії з оточуючими об'єктами. Часто анімовані книжкові персонажі отримують голосових акторів, які записують діалоги та голосові подробиці. Голос повинен відповідати характеру та особливостям персонажа, які описані в книзі. Звуковий дизайн та музика грають важливу роль у створенні атмосфери і підсиленні емоцій персонажів. Всі анімовані епізоди та сцени з книжковими персонажами монтуються разом, щоб створити повну історію. Монтаж

робиться так, щоб зберегти логічний хід подій та розвиток персонажів.

В процесі екранізації книги важливо дотримуватися принципів роботи з тривимірною графікою, а також знання фізики та математики для точного моделювання руху та взаємодії об'єктів у тривимірному просторі. Анімація тривимірних об'єктів – це процес створення рухомих зображень і сцен, які використовують тривимірну графіку [15].

Існує кілька різних методів анімації тривимірних об'єктів. Один із методів передбачає створення ключових кадрів, які визначають позицію, обертання і масштаб об'єкта в певні моменти часу. Потім програма автоматично інтерполює між цими ключовими кадрами, створюючи візуально плавну анімацію. Використання персонажів передбачає використання скелетної структури, яка дозволяє рухати окремі частини моделі незалежно одна від одної. Ще одним способом анімації змін форми об'єкта, таких як анімація обличчя є морфінг, що використовується для плавної трансформації одного 3D об'єкта в інший. Якщо ж об'єкти рухаються і взаємодіють один з одним на основі сили, маси, тиску та інших параметрів, тоді використовують фізичні закони для анімації об'єктів. Для анімування об'єктів, які складаються з великої кількості частинок, таких як вогонь, дим, вода або сніг використовують анімацію частинок, що можуть рухатися, змінювати колір і розмір, щоб створити реалістичний ефект.

Для того, щоб персонаж міг рухатися, потрібно створити рухомий скелет або рігінг. Cinema 4D та Blender надає інструменти для створення рухомого скелета та прив'язки його до моделі. Після цього можна створити анімацію для персонажа, встановлюючи ключові кадри та задаючи рухи. Для створення реалістичних сцен з персонажем потрібно налаштувати освітлення та розташувати камеру так, щоб вибрати кращий ракурс для анімації. Після створення моделі, текстур, анімації та налаштування сцени, можна перейти до рендерингу.

Cinema 4D та Blender використовується для створення високоякісних зображень та відео персонажа. Після рендерингу проводять редагування та обробку анімації або зображення в інших програмах для створення спеціальних ефектів.

Cinema 4D надає багато інструментів для створення різних типів 3D-персонажів, від карикатурних анімованих героїв до реалістичних людей та істот. Цей процес може бути досить складним і вимагає розуміння принципів 3D-моделювання, анімації та візуалізації (рис. 5).

Ріггінг в основному використовують для анімації персонажів, а також для різних об'єктів та істот. Процес ріггінгу в Cinema 4D відбувається в декілька етапів. Перший крок – це створення скелета або кісткової структури для вибраної моделі. Скелет включає в себе ряд зв'язаних об'єктів, які будуть служити для контролю над рухом моделі зайчика (рис. 6).

Для зручності анімації створюються об'єкти керування, такі як контрольні кістки (controllers), слайдери та інші інструменти, які дозволяють аніматору керувати рухами та позами персонажа. Після створення ріггінгу важливо протестувати його, перевірити, як персонаж рухається та чи виглядає це відповідно до задуму. Якщо є потреба, ріггінг налагоджується, відправляючи рухи більш гладкими та реалістичними.

Для створення анімації руху необхідно створити кадри, які показують різні позиції та рухи персонажа з часом. Процес створення анімації руху полягає у встановленні ключових кадрів для контролю руху. Анімування руху персонажа, відбувається шляхом переходу від одного ключового кадру до іншого й змінюючи позицію, обертання, масштаб або інші параметри вашої моделі. Щоб анімація виглядала природною, необхідно дотримуватися зв'язних та плавних рухів. Використання інтерполяції, забезпечує автоматичне розраховування проміжних позицій між ключовими кадрами для плавного переходу.

Cinema 4D автоматично розрахує інтерполяцію між початковим і кінцевим ключовими кадрами для створення руху. В процесі роботи була спроектована анімаційна сцена, на рис. 7 дискретно представлено результати у вигляді окремих картинок. На останньому кроці можна редагувати та обробити вашу анімацію у програмах для постпродакшну, додавати звук, спеціальні ефекти та інші покращення.

Анімацію використовують для створення інтерактивних елементів, які дозволяють глядачам взаємодіяти з вмістом книги. Проте, вона повинна підкреслювати вашу історію та повідомлення, а не заважати читачам. Також важливо, щоб анімація була відповідною до вашого стилю та теми книги.

Використання 3D-ілюстрації допомагає привернути увагу до книги. Тривимірні ілюстрації є досить популярними у сучасному оформленні обкладинок книг. Вони дозволяють створювати вражаючі, витончені та реалістичні зображення.

Висновки. З появою й розвитком комп'ютерної техніки та програмного забезпечення розпочався розвиток нових методів та технологій створення ілюстрацій до книг. Саме тому, комп'ютерна графіка в оформленні та представленні зображень має численні переваги, які дозволяють художникам й ілюстраторам створювати інноваційні та привабливі ілюстрації.

В процесі дослідження було описано основні методи, що застосовуються для створення тривимірних ілюстрацій до книг (метод анагліфу, терморельєфу, вкладки з тривимірними зображеннями) та розглянуто способи їх створення. Розроблено схему створення ілюстрації з використанням тривимірних об'єктів, яка включає в себе такі складові: створення 3D об'єктів, 3D середовище, фон, локація, розташування об'єктів на сцені, освітлення сцени, ракурс та рендеринг. Практично відображено алгоритм створення тривимірних об'єктів казкових персонажів для книги за допомогою програми Cinema 4D.

За допомогою програм для комп'ютерної графіки художники можуть редагувати та маніпулювати елементами ілюстрацій. Вони можуть змінювати розмір, кольори, текстури та інші атрибути. Розробники комп'ютерних програм створили цифрові аналоги інструментів художника, тому було розглянуто програми в яких можна проєктувати саме 3D об'єкти: Blander, Cinema 4D, 3D Max, Maya, Corona. Комп'ютерна графіка дозволяє художникам виражати свою творчу ідею ширшим спектром способів, включаючи відтворення різних стилів, використання спеціальних ефектів та інших засобів для

створення унікальних та запам'ятовуваних ілюстрацій.

Відповідно існує ряд програм в яких використовуються ефекти з імітацією фізичних процесів та явищ, що ще більш розкриває можливості дизайнера. Проте, варто враховувати, що додавання тривимірної ілюстрації та анімації може збільшити витрати на видавництво та вимагати спеціалізованих навичок у створенні такого контенту. Однак ці елементи можуть значно підвищити цінність та цікавість книги, зробивши її більш запам'ятовуванню та ефективною для передачі інформації.

Література:

1. Chin S-H., Chen C., Ko P-C., Lin S-Y. Wohlgenannt I. Design of museum advertisement picture management system based on web. *Journal of Visual Communication and Image Representation*. 2019. № 63:102595. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2019.102595>.
2. Elorza I. Gender-inclusive picture books in the classroom: A multimodal analysis of male subjective agencies. *Linguistics and Education*. 2023. 78: 101242. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.linged.2023.101242>.
3. Hicsonmez S., Samet N., Akbas E., Duygulu P. GANILLA: Generative adversarial networks for image to illustration translation. *Image and Vision Computing*. 2020. 95:103886. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.imavis.2020.103886>
4. Jung S. Text technologies, illustrated editions as multi-technological hybrids, and William Falconer's *The Shipwreck, 1762–1808*. *New Techno-Humanities*. 2022. № 2. P. 13–22. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techum.2022.02.002>.
5. Li X., Bus A. Efficacy of digital picture book enhancements grounded in multimedia learning principles: Dependent on age? *Learning and Instruction*. 2023. № 85:101749. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2023.101749>.
6. Lyall K., Iwasa J., Goodsell D., Holt L. Communicating science through visual means. *Trends in Biochemical Sciences*. 2023. № 48. P. 2–4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tibs.2022.08.005>.
7. Mathov Y., Rokach L., Elovici Y. Enhancing real-world adversarial patches through 3D modeling of complex target scenes. *Neurocomputing*. 2022. № 499. P. 11–22. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2022.05.031>.
8. Motawy Y., Ghaida S. Educational concerns in Arabic picture books. *Encyclopedia of Education*. 2023. P. 678–687. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.07067-6>.
9. Simeone L., D'ippolito B. The potential of design-driven foresight to support strategy articulation through experiential learning. *Long Range Planning*. 2022. 55:102181. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2021.102181>.
10. Vaughan W. *Digital Modeling*. USA: New Riders, 2012. 410 p.
11. Vlakveld W., Goldenbeld C., Groot J. Road signs depicting children's book illustrations temporarily reduce speed on urban roads. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*. 2022. № 87. P. 236–248. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.trf.2022.04.005>
12. Vorobchuk M., Pashkevych K. Digital code as an object graphic design for dissemination and promotion of brand. *Art History & Criticism*. 2023. № 19. P. 130–141. DOI: <https://doi.org/10.2478/mik-2023-0010>.
13. Zhou Y., Gao F. Smart batch process: The evolution from 1D and 2D to new 3D perspectives in the era of Big Data. *Journal of Process Control*. 2023. № 130:103088. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jprocont.2023.103088>.
14. Воробчук М., Пашкевич К., Шинкар А. Іммерсивні технології як інноваційний інструмент для проєктування в дизайні. *Art and Design*. 2023. №2(22). С. 96–104. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.2.11>.

15. Головачук І., Кукса С. Створення 3D ілюстрацій до книг. *Актуальні проблеми сучасного дизайну: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції* (27 квітня 2023 р., м. Київ). Київ : КНУТД. 2023. С. 324–328.

References:

1. Chin, S-H, Chen, C, Ko, P-C., & Lin, S-Y. (2019). Design of museum advertisement picture management system based on web. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 63:102595. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2019.102595>.
2. Elorza, I. (2023). Gender-inclusive picture books in the classroom: A multimodal analysis of male subjective agencies. *Linguistics and Education*, 78:101242. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.linged.2023.101242>.
3. Hicsonmez, S., Samet, N., Akbas, E., & Duygulu, P. (2020). GANILLA: Generative adversarial networks for image to illustration translation. *Image and Vision Computing*, 95:103886. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.imavis.2020.103886>.
4. Jung, S. (2022). Text technologies, illustrated editions as multi-technological hybrids, and William Falconer's *The Shipwreck, 1762–1808*. *New Techno-Humanities*, 2, 13–22. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techum.2022.02.002>.
5. Lateef, F., Chong, Y., Sethi, D., & Loh, C. (2023). Efficacy of digital picture book enhancements grounded in multimedia learning principles: Dependent on age? *Learning and Instruction*, 85:101749. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2023.101749>.
6. Lyall, K., Iwasa, J., Goodsell, D., & Holt, L. (2023). Communicating science through visual means. *Trends in Biochemical Sciences*, 48, 2–4. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tibs.2022.08.005>.
7. Mathov, Y., Rokach, L., & Elovici, Y. (2022). Enhancing real-world adversarial patches through 3D modeling of complex target scenes. *Neurocomputing*, 499, 11–22. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2022.05.031>.
8. Motawy, Y., & Ghaida, S. (2023). Educational concerns in Arabic picture books. *International Encyclopedia of Education*. 678–687. DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.07067-6>.
9. Simeone, L., & D'Ippolito, B. (2022). The potential of design-driven foresight to support strategy articulation through experiential learning. *Long Range Planning*, 55:102181. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2021.102181>.
10. Vaughan, W. (2012). *Digital Modeling*. USA : New Riders.
11. Vlakveld, W., Goldenbeld, C., & Groot, J. (2022). Road signs depicting children's book illustrations temporarily reduce speed on urban roads. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 87, 236–248. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.trf.2022.04.005>.
12. Vorobchuk, M., & Pashkevych, K. (2023). Digital code as an object graphic design for dissemination and promotion of brand. *Art History & Criticism*, 19, 130–141. DOI: <https://doi.org/10.2478/mik-2023-0010>.
13. Zhou, Y., & Gao, F. (2023). Smart batch process: the evolution from 1D and 2D to new 3D perspectives in the era of Big Data. *Journal of Process Control*. 130:103088. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jprocont.2023.103088>.
14. Vorobchuk, M., Pashkevich, K., & Shinkar, A. (2023). Imersyvni tekhnolohii yak innovatsiyni instrument dlia proiektuvannia v dyzaini. [Immersive technologies as an innovative tool for projecting in design]. *Art and Design*, 2(22), 96–104. DOI: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.2.11> [in Ukrainian].
15. Holovachuk, I., & Kuksa, S. (2023). Stvorennia 3D iliustratsii do knyh [Creation of 3D illustrations for books]. Proceedings of the Actual Problems of Modern Design: V Mizhnarodna naukovopraktychna konferentsiia (27 kvitnia 2023 roky) – V International Scientific and Practical Conference (pp. 324–328). Kyiv : KNUITD [in Ukrainian].

¹ GOLOVACHUK I., ² VOROBCHUK M., ¹LELYK Y., ¹SHMELYOV V.

¹Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine

²Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

THE ROLE OF 3D ILLUSTRATIONS IN THE DESIGN OF A CHILDREN'S BOOK

The aim of the research is a theoretical study of the role of 3D illustration in book design; identifying and displaying the main stages of creating images with three-dimensional objects for a children's book; clarifying the perspectives of 3D illustrations in creating visual contents of textbooks.

Methodology. Analytical and structural approaches, as well as a visual-analytical method of artistic and compositional analysis were used in the development of a three-dimensional illustration for a children's book.

Results. The methods of creating computer illustrations in books are considered and it is established that they can be photorealistic, abstract, vector, contain animation or interactive elements. It is determined that computer animations are easily adapted according to the needs of the developer, so they are convenient and effective to use, and the use of three-dimensional graphics in books is a way to attract the attention of the reader. The main methods of creating three-dimensional illustrations for books are studied and described: the method of anaglyph, thermorelief, tabs with three-dimensional images. The algorithm for creating images with three-dimensional objects for a children's book using the Cinema 4D program is considered and practically demonstrated.

Scientific novelty. The possibilities of using 3D illustrations in the design of books were considered and the features of their application in practice were revealed. A scheme for creating illustrations using three-dimensional objects has been developed. It was determined that three-dimensional images attract the reader with their realism and increase interest in the book. Therefore, creating 3D images using computer technologies is one of the promising areas of art development.

Practical significance. The results of the research can be used for further study of the use of 3D illustrations in the design of books, as well as serve as theoretical and practical material for the training of design specialists.

Keywords: design, graphic design, children's book, 3D illustrations, computer graphics.

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ:

Головачук Ігор Павлович, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри архітектури та дизайну, Луцький національний технічний університет, ORCID 0000-0003-0811-6107, **e-mail:** golovachuk.igor@gmail.com

Воробчук Марія Сергіївна, аспірантка, кафедра мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-4792-525X, **e-mail:** mariakalytiuk888@gmail.com

Лелик Ярослав Романович, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри архітектури та дизайну, Луцький національний технічний університет, ORCID 0000-0003-2678-896X, **e-mail:** jlelyk@gmail.com

Шмельов В'ячеслав Миколайович, асистент, кафедра архітектури та дизайну, Луцький національний технічний університет, ORCID 0000-0001-5226-9122, **e-mail:** shmelov_s@ukr.net

Цитування за ДСТУ: Головачук І. П., Воробчук М. С, Лелик Я. Р., Шмельов В. М. Роль 3D ілюстрації в оформленні дитячої книги. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 90–101.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.8](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.8)

Citation APA: Головачук, І. П., Воробчук, М. С, Лелик, Я. Р., Шмельов, В. М. (2023). Роль 3D ілюстрації в оформленні дитячої книги. *Art and Design*. 4(24). 90–101.

УДК 7.021+7.023]-
028.5:75.058:
75.036(510)

ДІНЕ Ч.

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.9.

АВТОРСЬКИЙ СТИЛЬ В ДЕКОРАТИВНОМУ ЖИВОПИСІ КИТАЮ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ (НА ПРИКЛАДІ ТВОРЧОСТІ ДІН ШАОГУАНА)

Метою статті є осмислення стильових, композиційних та колористичних рішень в реалізації авторського стилю Дін Шаогуана в декоративному живописі Китаю на сучасному етапі.

Методологія дослідження базується на використанні як загальнонаукових методів аналізу, так і спеціально-мистецтвознавчих, а саме: методах формально-стилістичного та композиційно-колористичного аналізу.

Результати. На прикладах аналізу декоративних картин Дін Шаогуана виявлені художні особливості втілення авторського стилю в декоративному живописі Китаю на сучасному етапі. Виявлені основні мотиви декоративних картин Дін Шаогуана в контексті розвитку авторського стилю в декоративному живописі Китаю на сучасному етапі. Осмислені стильові, композиційні та колористичні рішення формування авторського стилю декоративних картин Дін Шаогуана та та доведено, що основними особливостями авторського стилю зазначеного художника є наявність певних декоративних мотивів (мотиви з символічними, не текстуальними, побажаннями; квіткові мотиви; етніко-історичні мотиви); типове для художника графічно точне окреслення фігур жінок, що зображуються; виважене симетричне композиційне рішення; плавність ліній загального зображення; яскрава кольорова гама, або холодні блакитно-синьо-чорно-бузкова кольори або теплі помаранчево-червоно – жовто-коричневі кольори з контрастними акцентами. Доведено, що художні образи, створені в декоративних картинах Діна Шаогуана є авторськими, незважаючи на те, що вони існують у межах загального стильового напрямку в декоративного живопису Китаю, який отримав там назву «поп ар-нуво».

Наукова новизна. Вперше визначені художні особливості авторського стилю Діна Шаогуана в декоративному живописі Китаю кінця ХХ – початку ХХІ ст.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування для фахової мистецької освіти як в Україні, так і в Китаї. Дослідження відкриває перспективу вивчення декоративного живопису в контексті розвитку сучасного образотворчого живопису в Китаї.

Ключові слова: образотворче мистецтво, декоративний живопис, Китай, авторський стиль.

Вступ. Декоративний живопис Китаю складався поступово протягом багатьох сторіч. На сьогодні світові глобалізаційні процеси розширюють контакти китайських художників, включаючи майстрів декоративного живопису. При цьому вкрай підвищується статус такого художника як автора, адже частиною такого статусу стає ім'я художника, яке стає впізнаваним не тільки у себе в країні, але й за кордоном. Проблема статусу автора в сучасному китайському декоративному мистецтві тісно пов'язана з її аспектом – проблемою авторського стилю в сучасному китайському декоративному живописі. При цьому проблема авторського стилю корелюється з впливом національних

традицій на цей авторський стиль, або (за наявності) інших живописних традицій, можливо західних. Отже, індивідуалізація художньої професійної творчості китайських майстрів декоративного живопису актуалізує необхідність осмислення проблеми авторського стилю на прикладі творчості конкретного сучасного китайського митця.

Аналіз попередніх досліджень доводить, що наукові праці, тим чи іншим чином дотичні до аспекту проблеми, а саме: проблеми авторського стилю в декоративному живописі сучасного Китаю, можна розділити на три основні групи: перша група – це наукові праці, присвячені китайському інтер'єру, для якого

призначається авторська декоративна картина. Щодо першої групи, то до неї належать узагальнюючі роботи Дж. Ф. Пайла [15; 16], робота Р. Соммера про поведінкові основи дизайну, враховуючі і дизайн інтер'єру [19], цікава робота Л. Шерон «Китайський стиль», яка дозволяє подивитись на проблему розвитку сучасного китайського інтер'єру та так званого «китайського стилю» очима іноземної науковиці [18] та багаточисельні роботи китайських мистецтвознавців, які інтерпретують дію принципу фен-шуй в сучасному китайському інтер'єрі.

Друга група наукових праць присвячена різним аспектам жанрової типології китайського живопису, зокрема і декоративного живопису. Це і публікації Анжі Чжана [13], Сюй Шучеї [12], Ху Дунфана [14] та багатьох інших. Втім, аналіз цієї групи наукової літератури виявив недостатню увагу з боку науковців до проблеми розвитку саме декоративного живопису. Публікації автора цієї статті стали спробою розпочати дослідження зазначеної проблеми [5; 6; 7]. Третя група праць присвячена проблемі авторського стилю як мистецтві взагалі та в образотворчому мистецтві, зокрема. Закордонні дослідники доволі активно досліджували авторські стилі різних митців в різних видах образотворчого мистецтва та осмислювали різні аспекти зазначеної проблеми: 1) в контексті зміни статусу автора в ситуації комп'ютеризації певних візуальних практик – праці М. Шапіро [17], З. Алфьорової [1], та інших; 2) в контексті креативності автора в сучасному мистецтві – публікації Е. Торранса [20; 21] та інших; 3) в інших контекстах, актуальних для певних жанрів образотворчого мистецтва. Китайські вчені теж неодноразово звертались до аналізу авторського стилю різних відомих живописців. На сьогодні деякі дослідники звертаються до проблеми авторського стилю в китайському образотворчому в контексті існування сучасного мистецтва (або авангардового мистецтва, за визначенням китайських мистецтвознавців). Це такі китайські

дослідники як Ван Шаолунь [8], Гао Мінлу [10;11], Ван Чуньшен [9] та інші. Втім, в сучасній практиці декоративного живопису є художники, чий авторський стиль приваблює як експертів, так і широку публіку, але творчість цих майстрів є досі поза увагою навіть китайських мистецтвознавців. Серед цих художників – Дін Шаогуан, чий декоративні картини заслуговують на осмислення. Отже, можна констатувати, що актуалізація наукового дослідження авторського стилю майстра декоративного живопису Дін Шаогуана викликана популярністю творчості цього майстра, з одного боку, і відсутністю наукової рефлексії цієї творчості.

Постановка завдання. Проблема авторського стилю в декоративному живописі Китаю постала в ХХ ст., коли кількість художників, які навчались за кордоном зростає, а культура нашої країни стала відкритою та інтегрувалась в глобалізовану світову культуру. Категорія «стилю» є важливою категорією естетики та мистецтвознавства. Стиль являє собою сукупність ознак, які характеризують мистецтво певного часу та напряму або індивідуальну манеру художника стосовно ідейного змісту й художньої форми [3]. Поняття індивідуального (або авторського) стилю авторами «Словника літературознавчих термінів» трактується як «ідейно-художньої своєрідності творчості митця, риси його творчої індивідуальності, зумовлені життєвим досвідом, загальною культурою, характером, уподобаннями, орієнтацією на певні літературні (мистецькі) напрями [4]. Отже, стиль автора – це та сукупність особливостей творчості, яка відрізняє його твори від творів інших авторів. Сукупність зображально-виражальних засобів митця є ефективною, коли закономірно поєднується в художню мотивовану систему. Носіями стилю є елементи форми художнього твору – від композиції до конкретних інструментів художньої виразності.

Згідно деяким представникам українського мистецтвознавчого дискурсу (О. Шило, М. Панова) до авторського стилю можуть

належати так звані «іменні деталі», які присутні у більшості творів конкретного автора. Відома також думка про те, що авторський стиль може формуватись у межах більш широкого стильового напрямку, який має певні поширені стилістичні ознаки.

Мета статті – осмислення стильових, композиційних та колористичних рішень в реалізації авторського стилю Дін Шаогуана в декоративному живописі Китаю на сучасному етапі. Завданнями статі є наступні: виявити загально-стильові елементи творчого доробку Діна Шаогуана; охарактеризувати основні мотиви декоративних картин зазначеного художника; дослідити стильові, композиційні та колористичні засоби авторської художньої виразності в декоративному живописі Діна Шаогуана.

В статті використовується методика дослідження, в якій використовуються методи формально-стилістичного та композиційно-колористичного аналізу. Використання методів системного аналізу дозволило виявити елементи загального стилю, в якому репрезентовані декоративні картини Діна Шаогуана, та власне авторські елементи творчого доробку цього китайського майстра декоративного живопису. Метод формально-стилістичного аналізу дозволив проаналізувати стилістичні особливості авторського стилю Діна Шаогуана. Завдяки методу композиційно-колористичного аналізу в статті проаналізовані основні композиційні та колористичні прийоми, які використовував Дін Шаогуан в своєму авторському стилі створення декоративних картин.

Результати дослідження та їх обговорення. Дін Шаогуан є представником старшого покоління майстрів, які працюють в декоративному живописі Китаю. Вважається, авторський стиль Діна Шаогуана формувався у межах стилю, який отримав в нашій країні назву «популярний модерн», оскільки суто китайські популярні сюжети в межах цього стилістичного напрямку втілювались при використанні елементів стилістики як

модерну, так і ар-деко, характерної для західного мистецтва кінця XIX – початку XX ст.

Дін Шаогуан народився в 1939 р., навчався в Китаї та США, і ці обставини його біографії визначили траєкторію формування авторського стилю цього художника та відомого колекціонера.

Роботи Діна Шаогуана відрізняються сильним декоративним стилем, видатне почуття форми привертає увагу глядача, виражені емоції яскраві і мають сильну чарівність. Загальний стилістичний напрям, в якому працює художник, в Китаї називають «поп ар-деко», втім сам художник визнає наявність власного авторського стилю, який вирізняє його роботи серед інших.

Причиною того, що Дін Шаогуан сформував авторський декоративний стиль, слід назвати природний процес вивчення традиційного китайського мистецтва, народного мистецтва, західного класичного і сучасного мистецтва, а також його поетичного розуміння життя. У роботах Діна Шаогуана відчувається вплив декоративних композицій фресок Дуньхуана, портретних каменів та цеглин часів династії Хань, зображення на бронзі минулих династій, а також композиційні прийоми західних художників-модерністів.

У власних композиційних рішеннях він широко використовує методи «китайської перспективи» – своєрідний симбіоз традиційного та сучасного бачення перспективи. Так, в відомій картині «Гармонія», майстер декоративного китайського живопису постає досвідченим експертом експресивного західного ар-деко (іл. 1). Втім, декоративна картина, написана в 1986 р., вже має ознаки авторського стилю майстра. По-перше, в центрі творів Діна Шаогуана майже завжди постає жінка. В цій картині – це модель явно європейського типу, блондинка з довгим руським волоссям. Постає красуні ми бачимо крізь струни китайського музичного інструменту – який віддалено нагадує піпу – струнний щипковий музичний інструмент, один з найпоширеніших та найвідоміших китайських музичних інструментів. Але

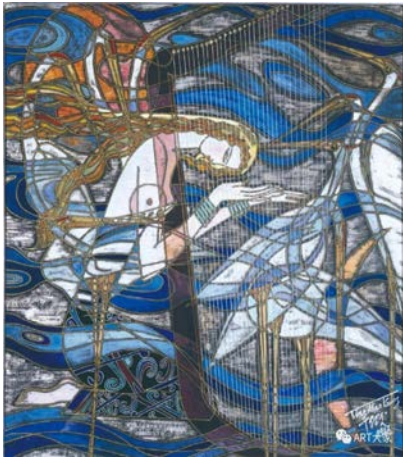
традиційна піпа – це дерев'яний грушоподібний корпус без резонаторних отворів та коротку шийку з наклеєним зубчастим грифом, тут ми бачимо щось середнє між піпою та європейською арфою. Скрізь струни цього музичного інструменту видно стилізовані фігури білих лелек. Білий лелека, хе, в китайській міфології вважався пов'язаним зі світлим початком Ян. У даоській традиції – одним із десяти символів вічного життя. Хе живиться субстанцією вогню та металу, і до 160-річного віку тіло його стає білим і чистим, а крик може бути почутий небом. Наявність в картині таких символів завжди замінює певний текст з побажанням. Цей прийом Діна Шаогуана є авторським, майстер ніколи не використовує текст в своїх декоративних картинах, між тим ясно дає зрозуміти глядачу, яке саме побажання «зашифровано» в ній. Відповідно до кольору птахів, символічних для цього зображення, уся колористична гама зазначеної декоративної картини є блакитно-білою. Втім, згідно авторській манері живопису, завжди також присутній колористичний акцент, в цьому випадку – це помаранчево-бузкові краплі, м'які та доречні. В декоративній картині «Пісня свободи» (1991) майстер певним чином повторює той же мотив – жінка та білі лелеки, яких ми бачимо скрізь струни музичного інструменту, подібного до того, який зображений був на попередній картині (іл. 2). Але кольоровий контраст картини «Пісня свободи» більш різкий, це вже контраст кобальтового та помаранчевого з темно-червоним. Кольоровий акцент цієї картини вже займає більше місця – це одяг жінки. Її тип теж інший, це вже білошкіра жагуча брюнетка. В цій картині з'являється ще одна авторська «іменна деталь» – наявність орнаментального малюнку. Орнамент є цікавою «іменною деталлю» авторського стилю Діна Шаогуана, адже він може бути присутній як на одязі моделю, або вплетений в загальне тло зображення, або, як на цій картині – в гриф музичного інструмента. В картині «Гранд і сонячне світло» (1990)

відсутній музичний інструмент, але наявні традиційні лелеки та характерна біло-блакитно-на кольорова гама з різкими вертикальними помаранчево-червоними акцентами (іл. 3).

В декоративних картинах «Фіолетовий сад» (1988) (іл. 4) та «Мрія» (1993) (іл. 5), «Рясний врожай» (1994) (іл. 6) та «Безкінечне життя» (2020) (іл. 7) втілений ще один мотив, характерний для творчості Діна Шаогуана – квітковий мотив. Різні квіти з'являються в картинах майстра як частина основного зображення, як смисловий акцент або як кольоровий акцент. В картині «Рясний врожай» кольорові грона квіткових букетів стають основою вертикальної композиції зображення, підтриманої вертикально-втягнутою фігурою моделі, чий колір є співзвучним кольору її одягу. В декоративній картині «Мрія» наявність квітів лотоса є явним смисловим акцентом, адже «лотос уособлює в Китаї чистоту і цнотливість, родючість і продуктивну силу; він співвідноситься з літом і є однією з восьми емблем вдалого передбачення. Красивий і ніжний лотос в буддизмі означає чистоту розуму. Він росте переважно в болотах і каламутних водах на глибині. Щоранку стебло лотоса піднімається на поверхню води та зі сходом сонця розпускається. Увечері квітка знову закриває свої пелюстки і занурюється в брудну воду. Саме тому лотос порівнюють з Сонцем. Духу Лотоса підносять пахощі з метою вигнання злих духів» [2]. Декоративна картина «Мрія» смислово відсилає глядача до мрії про дитину, бо зображена жінка одягнена художником таким чином, щоб було незрозуміло чи вона при надії, чи – ні. Картина теж виконана в глибоких блакитно-синьо-чорно-бузкових тонах, а червона квітка у волоссі жінки знову є яскравим кольоровим акцентом. Декоративна картина «Фіолетовий сад» теж виконана блакитно-синьо-чорно-бузкових тонах, одяг жінки, яка сидить у квітковому килимі, теж виконаний художником в такій же гамі, а її чорне довге волосся підкреслює графічність її фігури. В цьому сенсі картина «Безкінечне життя» є особливою: в ній

відсутня жінка, картина повністю присвячена квітам, при чому типова для Діна Шаогуана блакитно-синьо-чорно-бузкова кольорова

гама позбавлена яскравих кольорових акцентів, усе зображення викликає почуття містичності, таємничості.



Іл. 1. Дін Шаогуан «Гармонія», 1986 р. Олія, 150×150 см. Місце зберігання: зібрання Шанхайського художнього музею, Шанхай. Китай



Іл. 2. Дін Шаогуан «Пісня свободи», 1991 р. Олія, 83,5×83,5 см. Місце зберігання: невідоме



Іл. 3. Дін Шаогуан «Град і сонячне світло», 1990 р. Олія, 150×130 см. Місце зберігання: зібрання Національного художнього музею Китаю, Пекін, Китай



Іл. 4. Дін Шаогуан «Фіолетовий сад», 1988 р. Олія, 100×100 см. Місце зберігання: приватна колекція, Китай



Іл. 5. Дін Шаогуан «Мрія», 1993 р. Олія, 80×80 см. Місце зберігання: зібрання Художнього музею Сішунбаньна, Китай



Іл. 6. Дін Шаогуан «Рясний врожай», 1994 р. Олія, 180×160 см. Місце зберігання: зібрання Художнього музею Юньнана, Китай



Іл. 7. Дін Шаогуан «Бесконечне життя», 2020 р.
Олія, 190×250 см. Місце зберігання:
зібрання Національного художнього музею Китаю,
Пекін, Китай



Іл. 8. Дін Шаогуан «Світ, рівність,
прогрес», 1994 р. Олія, 250×130 см. Місце
зберігання: зібрання Художнього музею
Юньнаня, Китай



Іл. 9. Дін Шаогуан «Слава єгипетського
мистецтва», 1993 р. Олія, 150×134 см. Місце
зберігання: приватна колекція



Іл. 10. Дін Шаогуан «Благословення», 1994 р.
Олія, 41,5×40,5 см. Місце зберігання: зібрання
Національного художнього музею Китаю, Пекін, Китай



Іл. 11. Дін Шаогуан «Мирна мить», 1995 р. Олія,
160×160 см. Місце зберігання: приватна колекція



Іл. 12. Дін Шаогуан «Давня легенда», 1990 р.
Олія, 90×90 см. Місце зберігання: приватна
колекція

Третій мотив декоративних картин Діна Шаогуана умовно можна назвати етніко-історичним. Цікавість визнаного майстра декоративного живопису до етнічних прикмет проглядається в багатьох його творах. Це і багатофігурна композиція з жінок-представниць різних етносів в картині «Світ, рівність, розвиток, світ, рівність, прогрес» (1994 (іл. 8), «Слава єгипетського мистецтва» (1993) (іл. 9) з посиланням на історію Давнього Єгипту, «Благословення» (1994) (іл. 10) та «Мирна мить» (1995) (іл. 11) з арабськими візерунками в якості тла, на якому зображені чорноокі красуні та «Давня легенда» (1990) (іл. 12) з яскравими індійськими мотивами.

Окрім зазначених зображальних мотивів та типової колористичної гами, що ще об'єднує декоративні картини Діна Шаогуана? Це типове для майстра графічно точне окреслення фігур жінок, що зображуються; виважене симетричне композиційне рішення; плавність ліній загального зображення, яка відсилає глядача до ар-деко, але з авторськими «ремарками».

Споглядання декоративних творів Дін Шаогуана дійсно змушує людей відчувати, що він доклав багато зусиль, щоб досягнути такої філігранної майстерності. Він прагне простих, ясних форм художнього висловлювання, але, по суті, завдяки своїм істинним почуттям і любові, його роботи викликають доволі різноманітні смислові конотації.

Література:

1. Алфьорова З. І. Трансзображення у творчості Віктора Сидоренка. *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв* : зб. наук. пр. За ред. Є. О. Котляра. Харків : ХДАДМ, 2021. С. 51–56.
2. Лотос. *Ukrainian.cri.cn*. 2018. URL: <https://ukrainian.cri.cn/848/2018/04/13/2s54164.htm> (дата звернення: 12.09.2023).
3. Мистецтво. *Wikipedia*. 2023. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Мистецтво> (дата звернення: 03.08.2023).
4. Словник літературознавчих термінів. URL: <https://onlyart.org.ua/dictionary-literary-terms> (дата звернення: 03.10.2023).
5. Діне Ч. Китайський декоративний живопис: морфологічне визначення поняття. *Мистецтво та дизайн у художній мові мінливого часу: морфологія, семіотика, візуальність*: збірник наукових матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (14 квітня 2022 р. м. Харків). Харків: ХДАДМ, 2022. С. 122–124.
6. Діне Ч. Технологічні новації в декоративному живописі Китаю. *Modernization of today's science: experience and trends: collection of scientific papers «SCIENTIA» with Proceedings of the*

III International Scientific and Theoretical Conference, September 23, 2022. Athens, Hellenic Republic: European Scientific Platform. P. 100.

7. Діне Ч. Формування канонічних декоративних зображень у живописі Китаю. *Дизайн та мистецтво в контексті соціокультурного розвитку*: матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (07–08 вересня 2022 р.). ХНТУ. За ред. А. А. Білик. Херсон: ХНТУ, Кам'янець-Подільський: ФОП Панькова А.С., 2022. С.96-99.

8. 王雪. 今日中國藝術. 北京: 華文出版社, 2004. 119頁.

9. 王春生. 中國畫表現形式的探索. – 太原: 山西人民出版社. 2004. 196頁.

10. 高名潞. 中國前衛藝術. 南京: 出版社江蘇美術, 1997年. 275頁.

11. 高名潞. 中國現代美術史. 上海: 《人民美術》出版社, 1991.

12. 徐樹馳. 中國畫之美. 北京: 中國社會科學出版社, 1989.

13. 張安志. 中國繪畫史. 北京: 外文出版社. 2002.

14. 胡東方. 中國畫黑白系統. 北京: 人民美術出版社. 1991.

15. Pile J. F. History of interior design. London: Calmann and King Ltd, 2005. 464 p.

16. Pile J. F. Colour in interior design. N.-Y.: McGraw. Hill, 1997. 320 p.

17. Shapiro M. Style, artiste et société. Trans. Blaise Allan et al. Paris: Gallimard, 1982. 443 p.

18. Sharon L. China Style. Singapore: Periplus Edition, Ltd, 2002. 208 p.

19. Sommer R. Personal space: the behavioral basis for design. Englewood Cliffs (N.-Y.): Prentice Hall, 1969. 177 p.

20. Torrance E. P. Guiding creative talent. Englewood Cliffs. NY: Prentice-Hall, 1964. 278 p.

21. Torrance E. P. The Torrance Test of creative thinking: Technical-norm manual. Lexington, MA: Personal Press, 1966. 95 p.

References:

1. Alforova, Z. I. (2021). Transzobrazhennia u tvorchosti Viktora Sydorenka [Transimage in the work of Viktor Sydorenko]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv – Bulletin of the Kharkiv State Academy of Design and Arts. : Coll. of science pr. Ed. by E. O. Kotlyara*. Kharkiv: KhDADM,

2021. P. 51–56. (Art studies: No. 1) [in Ukrainian].

2. Lotos [Lotus]. *Ukrainian.cri.cn* (2018). URL: <https://ukrainian.cri.cn/848/2018/04/13/2s54164.htm> (Last accessed: 12.09.2023) [in Ukrainian].

3. Mystetstvo [Art]. *Wikipedia*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Art> (Last accessed: 03.08.2023) [in Ukrainian].

4. Slovyk literaturoznavchych terminiv [Dictionary of literary terms]. URL: <https://onlyart.org.ua/dictionary-literary-terms/> (Last accessed: 03.10.2023) [in Ukrainian].

5. Dine, Ch. (2022). Kytayskyi dekoratyvnyi zhyvopys: morfolohichne vyznachennia poniattia [Chinese decorative painting: morphological definition of the concept]. *Proceedings of the Art and Design in the Artistic Language of Changing Times: Morphology, Semiotics, and Visuality: Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (14 kvitnia 2022 roku) – International Scientific and Practical Conference* (pp. 122–124). Kharkiv: KhDADM, [In Ukrainian].

6. Dine, Ch. (2022). Tekhnolohichni novatsii v dekoratyvnomu zhyvopysi Kytau [Technological innovations in Chinese decorative painting]. *Modernization of today's science: experience and trends: collection of scientific papers "SCIENTIA" with Proceedings of the III International Scientific and Theoretical Conference, September 23, 2022. Athens, Hellenic Republic: European Scientific Platform*. 100. DOI: 10.36074/scientia-23.09.2022 [in Ukrainian].

7. Dine, Ch. (2022). Formuvannia kanonichnykh dekoratyvnykh zobrazhen u zhyvopysi Kytau [Formation of canonical decorative images in Chinese painting]. *Proceedings of the Design and Art in the Context of Socio-Cultural Development: Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (September 7-8, 2022 roku) – VIII International Scientific and Practical Conference* (pp. 96–99). Kherson: KhNTU, Kamianets-Podilskyi: FOP Pankova A.S. [in Ukrainian].

8. Wang, Sh. (2004). *Chinese Art Today*. Beijing: Huawen Publishing House [in Chinese].

9. Wang, Ch. (2004). *Searches of Chinese painting form of expression*. Taiyuan: Shanxi People's Publishing House [in Chinese].

10. Gao, M. (1997). *Chinese avant-garde art*. Nanjing: Publishing House Jiangsu Fine Art [in Chinese].

11. Gao, M. (1991). *History of Modern Chinese Art*. Shanghai: Folk Art [in Chinese].

12. Xu, Sh. (1989). *The beauty of Chinese painting*. Beijing: China Social Science Publishing House [in Chinese].
13. Zhang, A. (2002). *History of Chinese painting*. Beijing: Foreign Languages Publishing House [in Chinese].
14. Hu, D. (1991). *Black and white system of Chinese painting*. Beijing: People's Art Publishing House [in Chinese].
15. Pile, J. F. (2000). *History of interior design*. London: Calmann and King Ltd.
16. Pile, J. F. (1997). *Colour in interior design*. N.-Y. : McGraw. Hill.
17. Shapiro, M. (1998). *For Style*. London: Oxford.
18. Sharon, L. (2002). *China Style*. Singapore: Periplus Edition, Ltd.
19. Sommer, R. (1969). *Personal space: The behavioral basis for design*. Englewood Cliffs (N.-Y.) : Prentice Hall.
20. Torrance, E. P. (1964). *Guiding creative talent – Englewood Cliffs*. N-Y : Prentice-Hall.
21. Torrance, E. P. (1966). *The Torrance Test of creative thinking: Technical-norm manual*. Lexington, MA: Personal Press.

DINGYE Ch.

Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine

AUTHOR STYLE IN THE DECORATIVE PAINTING OF CHINA AT THE MODERN STAGE (ON THE EXAMPLE OF DING SHAOGUAN'S CREATIVITY)

The purpose of the article is to understand the stylistic, compositional and coloristic solutions in the implementation of the author's style of Ding Shaoguan in the decorative painting of China at the modern stage. The tasks of the class are the following: 1. to reveal the general stylistic elements of Ding Shaoguan's creative output; 2. describe the main motifs of decorative paintings by the specified artist; 3. to investigate the stylistic, compositional and coloristic means of the author's artistic expressiveness in the decorative painting of Ding Shaoguan.

Methodology. Methods of formal-stylistic and compositional-coloristic analysis are used. The use of systematic analysis methods made it possible to identify the elements of the general style in which the decorative paintings of Ding Shaoguan are represented, as well as the original elements of the creative work of this Chinese master of decorative painting. The method of formal and stylistic analysis made it possible to analyze the stylistic features of Ding Shaoguan's authorial style. Thanks to the method of compositional and color analysis, the article analyzes the main compositional and color techniques used by Ding Shaoguan in his original style of creating decorative paintings.

The results. An analysis of the author's style of the famous Chinese master of decorative painting Ding Shaoguan proves that with the emergence of certain socio-cultural conditions for the openness of modern China to the world, many domestic artists got the opportunity to receive art education abroad, to get acquainted with examples of Western art, while not forgetting their own ethnic roots. Among such artists was Ding Shaoguan, whose experience allowed him to integrate into his author's style the stylistic findings of such a direction as art deco. Ding Shaoguan's decorative paintings are distinguished by the presence of certain pictorial motifs, including: motifs with symbolic, not textual, wishes; floral motifs; ethno-historical motives. Graphically accurate delineation of the depicted women's figures, typical for the artist; balanced symmetrical compositional solution; the smoothness of the lines of the general image, which sends the viewer to art deco, but with the author's "remarks" are "name details" of the author's style Ding Shaoguan. Signs of the author's style of the artist in relation to the color solutions of his decorative paintings are a bright color scheme, or cold blue-blue-black-lilac colors or warm orange-red – yellow-brown colors with contrasting accents.

The scientific novelty of the article lies in the fact that there are practically no art studies devoted to the Ding Shaoguan author's style.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their application for professional art education both in Ukraine and in China. The study opens the perspective of studying other images of everyday life in modern Chinese decorative painting.

Keywords: fine art, decorative painting, China, author's style.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Діне Чун, аспірант, кафедра теорії і історії мистецтва, факультет образотворчого мистецтва, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, ORCID 0000-0002-5903-2598, **e-mail:** 493267795@qq.com

Цитування за ДСТУ: Діне Ч. Авторський стиль в декоративному живописі Китаю на сучасному етапі (на прикладі творчості Дін Шаогуана). *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 102–111.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.9](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.9)

Citation APA: Діне, Ч. (2023). Авторський стиль в декоративному живописі Китаю на сучасному етапі (на прикладі творчості Дін Шаогуана). *Art and Design*. 4(24). 102–111.

УДК 7.76./03.
769/2

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.10.

МИХАЙЛОВА Р. Д., ГУЛА Є. П., БЕРЕЗНИЦЬКА М. О.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

ОБРАЗНО-ЗМІСТОВНИЙ РЯД РОМАНУ «БЕРЕСТЕЧКО» У ГРАФІЧНІЙ ПРЕЗЕНТАЦІЇ СЕРГІЯ ЯКУТОВИЧА

Мета: дослідити ідею С. Якутовича щодо створення ілюстративного ряду до роману «Берестечко» Ліни Костенко та способи її втілення; проаналізувати творчі підходи митця до проекту оформлення книги; з'ясувати специфіку мистецьких рішень та їх роль у створенні візуального контенту зазначеного видання.

Методологія. Дослідження ґрунтується на історико-теоретичній, емпіричній, порівняльній, біографічній, мистецтвознавчій, культурологічній методології; використано також функціональний та морфологічний аналіз.

Результати. Вивчення творчого інструментарію С. Якутовича – одного із провідних українських митців другої половини ХХ – початку ХХІ ст., виявило особливості його роботи над текстом та виданням в цілому, а також специфіку процесу формування й становлення книжкового дизайну в Україні. Науковий аналіз видання «Берестечко» показав процес роботи митця над оформленням книги як цілісної системи, єдиної у співвідношенні образно-змістовного ряду, організації блоку книги, конструктивно-проектного рішення. З'ясовано, що в процесі вироблення зазначеної єдності, коди алгоритму перетворюють робочий матеріал на стилістично виразні зображення, з яких митець формує смисловий та образний художній ряд, в той час, як формотворчі елементи спрямовані на структурну організацію книги. Приклад художнього рішення роману у віршах «Берестечко» демонструє амплітуду можливостей творчого охоплення й перетворення вихідного матеріалу. Підсумовано, що візуалізація літературного тексту історично-філософського спрямування, здійснена С. Якутовичем, належить до кращих традицій українського графічного мистецтва, що у другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. стало основою актуалізації оформлення книги і залишається в наш час цінним зразком реалізації творчих ідей в книжковому дизайні.

Наукова новизна дослідження полягає у вивченні способів формування образу книги в другій половині ХХ – на початку ХХІ ст., розкритті ідейних підходів та мовно-графічних засобів у творчій практиці С. Якутовича, що є актуальними для сучасних дизайнерів книги. На основі інтерв'ю С. Якутовича з'ясовано нюанси творчих підходів та художнього бачення митця, що позначилися у роботі з текстом роману.

Практична значущість дослідження обумовлена розширенням інформації та поглибленням практичних навичок роботи дизайнера книги з літературним текстом, опануванням механізмів створення та презентації зразків графічного дизайну. Отримані результати доводять перспективність використання традицій українського графічного мистецтва в реалізації сучасних проектних рішень. Матеріали роботи можуть бути застосовані в навчальному процесі та практичній діяльності дизайнерів книги.

Ключові слова: книжкова графіка, мистецтво книги, творчий проєкт, візуальний образ, дизайн, змістовний ряд, національна героїка.

Вступ. Книжкові видання з ілюстраціями С. Якутовича (1952–2017) є вагомим здобутком національної культури України. Відзначені преміями та дипломами, видання С. Якутовича відомі у багатьох країнах світу, в тому числі у США, де вони демонструвалися у Білому домі та Смітсонівському музеї американського мистецтва у Вашингтоні; в Іспанії, де вони

були показані в музеї міста Катанья; в Німеччині, де вони були представлені у берлінському Altes Museum.

Киянин, який народився в мистецькій родині, де художниками були батько, мати та брат, Сергій Якутович з чотирнадцяти років працював в журналах і видавництвах [9]. Він прославився багатосюжетними книжковими циклами ілюстрацій до творів «Пісня про

Роланда» (2003), «Трістан та Ізольда» (2004), «Вечори на хуторі біля Диканьки. Миргород» й «Всі повісті» М. Гоголя (2008), глибокими щодо проникнення художника у зміст твору і, майстерними у володінні техніками графічного мистецтва. Найчастіше С. Якутовим звертався до офорту – гравюри на металі, яку у добу Відродження піднесли Андреа Мантенья, Альбрехт Дюрер, Лука Лейденський. Її різновиди – ритина різцем, офорт, меццотінто, акватінта, м'який лак, суха голка – представлені у розмаїтті художніх можливостей в ілюстраціях С. Якутовича до двотомника Марка Твена, багатотомників В. Шекспіра та модерної української літератури. Автор ілюстрацій до 164 книжкових видань, С. Якутович був відзначений як народний художник України (2008), член-кореспондент Академії мистецтв України (2004), лауреат Національної премії України імені Тараса Шевченка (2004).

Серед видань, автором графічного оформлення яких виступив С. Якутович – книга Ліни Костенко «Берестечко» київського видавництва «Либідь» у 2010 р. була визнана кращою на книжковому форумі в Ашгабаді [11].

Аналіз попередніх досліджень.

Впродовж останніх сорока років творчість С. Якутовича була і залишається предметом уваги багатьох українських мистецтвознавців. В працях, присвячених українській графіці другої половини ХХ-початку ХХІ ст., твори митця згадували О. Лагутенко, Г. Скляренко, О. Ламонова, Ю. Чекан, О. Авраменко, В. Михальчук, В. Олійник. Переважно, графічні роботи Сергія Якутовича аналізувалися в контексті українських мистецьких явищ другої половини ХХ – початку ХХІ ст. Окремо його творчість розглянула П. Ліміна, яка змальовує біографію митця через призму його професійного становлення, як віддзеркалення творчих пошуків цілого покоління митців, котрому належав С. Якутович [7]. Через призму особистості художника авторка розглядає його творчий

шлях, до якого ставиться як до мистецького акту. У філософському дусі авторка досліджує весь доробок художника.

Значну кількість інформації про творчість С. Якутовича надають його інтерв'ю у періодичній пресі. Оприлюднені Н. Дмитренко, Л. Олтаржевською та іншими журналістами, газетні публікації фіксують висловлювання митця, наближаючи до розуміння його світоглядно-особистісних уявлень щодо явищ культури, мистецтва, історії, місця художника у суспільстві. Інтерв'ю вводять до творчої лабораторії митця.

Джерелом вивчення творчості видатного графіка є також художні альбоми «Якутович Сергій Георгійович. Незавершений проект» та «Абсолютний слух часу» (обидва 2008 р. видання). Тексти передмов, створені письменницею М. Матіос, сповнені лірики й чарівності, проте не мають на меті оцінки професійних якостей творів С. Якутовича [14; 15].

Попри значну увагу до творчості С. Якутовича, його доробок залишається дослідженим недостатньо. Зокрема, практично, не аналізувалася його робота із романом у віршах «Берестечко», що актуалізує вивчення вітчизняного мистецтва книги та її ролі у становленні українського книжкового дизайну.

Постановка завдання полягає у теоретичному вивченні творчості С. Якутовича як зразка, важливого для становлення вітчизняного книжкового дизайну; у розгляді роману «Берестечко» з точки зору опрацювання історичної тематики у графічно-ілюстративному оформленні книги.

Результати дослідження та їх обговорення. «Берестечко» – історичний роман у віршах, автором яких є видатна українська поетеса – шістьдесятниця та дисидентка Ліна Костенко. Написаний в 1966–1967 рр. після хрущовської «відлиги», роман був опублікований у 1999 р. в незалежній Україні. Ідейно близька

С. Якутовичу тяжінням до широких історико-культурних узагальнень, Ліна Костенко охоплює в творчості широкі пласти історії, у якій питання особистого є частиною загальнолюдського та водночас загальноукраїнського. Роман «Берестечко» був обраний для художнього оформлення Сергієм Якутовичем з нагоди 80-річного ювілею поетеси. За словами митця журналу «Антиквар» у 2016 році, він усвідомлював, що робота над декорацією «Берестечка» буде вимагати душевної напруги: «вживання» в думки та почуття письменниці, а далі – в психологічний стан героїв роману, перш за все Богдана Хмельницького, людини і історичного діяча [10].

Основа твору – битва, яка відбулася у червні 1651 р. на Волині між Військом Запорозьким під командуванням Богдана Хмельницького і союзним йому кримськотатарським військом Ісляма III Герая та ворожою на той час армією Речі Посполитої під командуванням Яна II Казимира. Роман розповідає про трагічну поразку війська Богдана Хмельницького, її осмислення гетьманом і як подію власної біографії, і як історичну, водночас. Усвідомлення драматичної циклічності боротьби українського народу за волю та незалежність в результаті глибокого душевного переживання Богдана Хмельницького стають філософією відродження, ідеєю повстання з руїни, подоланням випробувань і для гетьмана, і для нації [6].

Робота над книгою була розгорнута С. Якутовичем як проєкт, що складався з ілюстративного оформлення текстової частини та блоку книги за системою взаємозалежних складових. Книгу складають обкладинка (кришка) та елементи, що її скріплюють, текстова частина (літературний твір), додаткові тексти (інформативно-наукові, біографічні, бібліографічні), ілюстративне оформлення. Специфіку основного тексту склали поетичні, віршовані рядки, специфіку додаткового –

матеріали різного обсягу та змісту: статті Івана Дзюби про творчість Ліни Костенко, Володимира Панченка про історію Берестечка, короткі біографії ілюстратора книги Сергія Якутовича та диктора Національної радіокомпанії Україна, заслуженого артиста Петра Бойка, який озвучив роман-монолог на радіо, вибрана бібліографія тощо.

Елементами книжкового макета є графічні композиції (ілюстрації) різного формату й змісту, портретні фотографії тощо. Ілюстрація, що належить до особливого різновиду творів графіки, несе подвійне навантаження: як твір мистецтва і як конструктивний елемент видання, його позірна частина, внутрішнє та зовнішнє художнє оформлення. У виданні «Берестечко» застосовано 15 розворотних ілюстрацій, 78 ілюстрацій на полях, 63 – напівсмугових ілюстрацій та 12 сторінкових, у правосторонньому та лівосторонньому розташуванні. Є, також, одна ілюстративна заставка. Окрім того, кожен сторінку в місці пагінації прикрашає мініатюрна ілюстрація у вигляді військового стягу та козака на коні (всього – 76). Також в книзі є 38 посторінкових прикрас у вигляді рядка, виділеного набором укрупнених літер червоно – брунатного кольору, що асоціюється із кольором сургучу для печаток.

Частина видання, де розташовані біографічні статті, перелік видань творів Л.Костенко та видань, присвячених її творчості, доповнюють ілюстрації у вигляді фотографій. Це чорно-білі фото Івана Дзюби, Володимира Панченка, Сергія Якутовича, Петра Бойка, які розташовані за принципом портрета на лівій стороні розвороту поряд з титульним аркушем, який має назву «фронтиспис», на червонувато-брунатному тлі. Титульна сторінка, стилістично та змістовно узгоджена із декоруванням обкладинки (кришки) книги (іл. 1), вміщує фотографію авторки роману поетеси Ліни Костенко (ліва сторона).

Поряд – назва книги, стилізована під скоропис XVII ст., що асоціюється із письмовими документами цього часу. Розташований на другому аркуші фронтиспису напис «Берестечко» виділений світлим тоном на темному брунатно-червоному тлі. Ілюстрації виконані у «традиційній» графічній манері штриховки (чорно-білі малюнки) та контурного малюнку чорним, сірим, брунатно-червоним кольором. Всього в книзі 365 графічних ілюстрацій. Одна композиція повторюється 17 разів – це геометричний квітковий орнамент, характерний для декору українських тканих килимів доби бароко. Цей елемент є своєрідним графічним лейтмотивом видання.

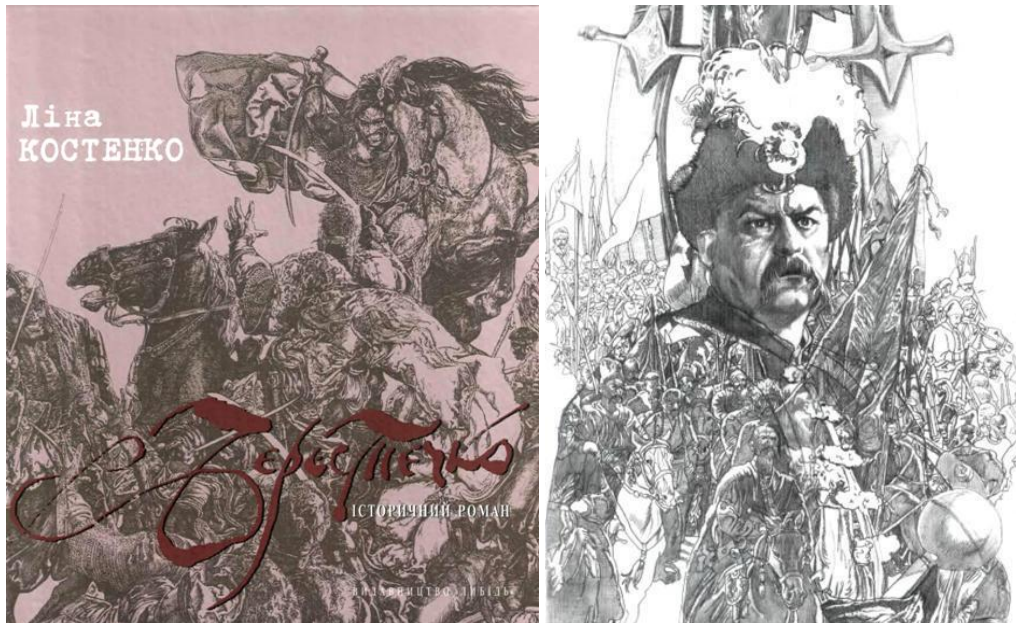
За задумом С. Якутовича, «Берестечко» розгортається та читається не як звичайна книга, а поперек фальця: сторінки перегортаються, наче в календарі. Ідею підтримала Ліна Василівна, одразу погодившись представити текст «Берестечка» як «рушник історії», де закарбувалися події [10].

Книжковий блок починається ілюстрацією з зображенням Архангела Михаїла, що в європейській культурі традиційно уособлює переможну боротьбу добра зі злом [8, с. 107–11]. Більшість ілюстрацій зображують образи українських воїнів, їх союзників та ворогів (іл. 3 та іл. 4). Низку зображень складають жіночі образи, в числі яких – портрет Гелени, коханої жінки Богдана Хмельницького.

Текст роману «Берестечко» починається з монологу Богдана Хмельницького, який переживає трагедію військової поразки та зради союзників. Сюжетна частина роману, що стосується спогадів й рефлексій Богдана на самоті у замку в Паволочі, передана в ілюстраціях колірною графікою чорного і сірого відтінків, що відображає і картини реалій, і марево хворобливого напівсну. Гетьман, змальований Ліною Костенко як грандіозна вольова постать на роздоріжжі історичних звершень, інтерпретований Сергієм

Якутовичем як державотворець, бунтар, стратег-полководець, софістичний дипломат. Богдан Хмельницький в зображенні Якутовича – історична постать, що долає кризу поразки й підіймає прапор гідності й свободи (іл. 2). Закоханий чоловік, відроджений у новій любові, він – яскрава, неординарна особистість, наділена дивовижним талантом надихати, залучати людей на перемогу [1, с. 26–30].

С. Якутович змалював не тільки портрет державного діяча, найзначнішої постаті Козаччини, організатора боєздатної армії, гетьманської влади, державотворця, він створив образ лідера-героя в значенні, що походить від античної традиції його розуміння в аспекті соціального, морального, психологічного феномену. Героїзм – явище історичне, де кожному століттю відповідає свій тип героя та героїзму [3, с. 118]. Слово «герой», що має грецьке походження і означає «доблесний чоловік, лідер, ватажок, керманіч», відповідає позитивній конотації у значенні видатної і діяльної людини, типової для певного оточення, часу, епохи, проте здатної на зразкову відвагу, мужність, самовідданість задля інших [12, с. 56]. Героїзм та героїка як змістовні компоненти культури суспільства, поряд з іншими духовними цінностями, підносять образ Героя на виключну висоту культурного метафоричного втілення кода людства [13]. Відображений в моральних прикладах, стверджений у свідомості народів як пріоритетний, персоніфікований через ціннісні орієнтири в ідеальних особистісних зразках суспільного життя, образ Героя постійно присутній у людській психіці: він спонукає до подолання перешкод й досягнення мети. Герой проходить крізь особисті й суспільні історичні обмеження до первинних джерел людського життя та, помираючи як сучасна, по суті, звичайна людина, народжується знову як вічна, довершена й універсальна, даючи тим самим урок життя [4, с. 22].



Іл. 1. Ілюстративно-декоративне оформлення обкладинки видання «Берестечко» Ліни Костенко (Київ, 2010).

Іл. 2. Ілюстративне оформлення сторінки 182 видання роману в віршах «Берестечко» Ліни Костенко до рядків: «Іще димлять під попелом багаття...». Образ гетьмана Богдана Хмельницького.



Іл. 3. Ілюстративне оформлення сторінки 16 видання роману в віршах «Берестечко» Ліни Костенко до рядків : «І хан як вилитий із воску».

Іл. 4. Ілюстративне оформлення сторінки 90 видання роману в віршах «Берестечко» Ліни Костенко до рядків: «Туркочуть в полі дикі голуби»

Героїчне, що є модифікатором розвитку особистості, невід'ємне від соціалізації індивідуума в системі «Я – концепції» [2, с. 447–453]. Героїчні риси характеру С.Якутович бачив в юності у батькові – непересічній людині і видатному митцеві. Звідси, вірогідно, походило його переконання, що приналежність до певного роду підвищує відповідальність за вчинки. В цій історичній та культурній наступності полягає відповідальність митця перед минулим та майбутнім і у творчості [9]. У 1990–2000 рр. він, як і усі інші спостерігав дефіцит духовних лідерів та культурних трансляторів, що є нагальною проблемою у всі часи та виражається через активізацію образів-носіїв ціннісних та моральних характеристик. Попри те, що масова культура нівелює сенс традиційного поняття «герой», замінюючи його новим, часто протилежним, спотвореним уявленням про героїзм [2, с. 448], моральний ідеал висвітлює особливу практичну цінність феномену Героя. С.Якутович підкреслює своєю творчістю, що героїчна поведінка реалізується в екстремальних діях, небезпечних для життя вчинках-подвигах. Пасіонарна діяльність героя за гуманістичні ідеали, відстоювання справедливості – це шлях боротьби за життя та благополуччя людства [2, с. 448].

У період становлення творчості С.Якутовича, яке припало на 70–80ті рр. ХХ ст. і відбувалося в умовах відновлення країни після Другої Світової війни (1939–1945), категорія героїчного залишалася однією з центральних. Через призму героїчного сприймалися естетичні якості творів літератури, музики, театру, кіно, образотворчого мистецтва. Визначальними ознаками «героїчної теми» у творчості С.Якутовича була оповідь про слов'янську ментальність як продовження в іншій добі основ українства, ствердження їх у нових історичних умовах на тлі поетизації стихії часу як життєдайної енергії буття [10]. Відтак, в об'ємно-просторових – точкових та

площинних, замкнених та відкритих формах «Берестечка» художник, фактично звертається до образу багатовимірною, ієрархічно організованого хронотопу з домінантою концентрованою руху часу в різних шарах історії, де фіксація «великого» онтологічного часу виконує структуроутворюючу функцію. Складне переплетення планів в ілюстраціях С.Якутовича, свідчить про створення образного ряду як поєднання різних часових поясів – подієвих та історичних, лінійних та циклічних. В цьому – його ідея хронотопу та хронотопічних зв'язків історії.

Історичні персонажі С.Якутовича – діячі періоду Козаччини та Гетьманщини, герої конкретного історичного часу. Учасники козацько-татарських війн, козацько-турецьких війн, Молдовських походів (1594-1595), Азовських походів (1695-1696), польсько-турецької війни (1683-1699), польсько-козацьких війн, в ілюстраціях С.Якутовича також є втіленням образу Героя, узагальненого у тематиці героїчного минулого через образи представників низового козацтва [10]. Народні герої, які стояли за спиною Б.Хмельницького, для С.Якутовича – сучасні люди. Козаків, попри їх історичні зачіски і костюми, він бачив серед свого оточення. Домагаючись переконливості й життєвості, С.Якутович уявляв Тараса Бульбу як полковника у відставці, до якого прибувають на канікули сини – студенти Київського військового училища; Богдана Хмельницького – як людину із зовнішністю Богдана Ступки за його роллю у фільмі Єжи Гоффмана «Вогнем і мечем» (1999), козаків із загону Тараса Бульби – як сучасних мешканців міста Запоріжжя, металургів.

С.Якутович не просто дотримувався точності у передачі вбрання та військового спорядження козаків, а, й, певною мірою, виступав режисером своїх художніх постановок. «Зрежисованість» образів С.Якутовича пояснює те, що він добре знав цю роботу, адже брав участь у сценографії

низки спектаклів та кінострічок, зокрема історичного художнього фільму Юрія Іллєнка «Молитва за гетьмана Мазепу», телефільмів «Ще як ми були козаками», «Загублений рай», «Останній гетьман». Своєрідним прийомом С. Якутовича була самоідентифікація зі своїми героями. Працюючи над ілюстраціями до творів М. Гоголя, він зобразив письменника у роздумах у своїй улюбленій позі – підперши голову руками й направивши погляд вдалину. Так само, С. Якутович самоідентифікувався з І. Мазепою, уявивши своє життя «зі стиснутими зубами та пам'яттю про всі пережиті від ворогів образи» [10]. Водночас, образи ватажків народного руху за волю, отаманів українського козацтва, представників козацької старшини, у «козацькому циклі» «Берестечко» С. Якутовича відповідають символічному та архітиповому звучанню наративних джерел та фольклору.

Художня модель С. Якутовича здатна як до «стискання», так і «розширення» хронотопу, просторово-часового фону, на якому розгортаються історичні події у рамках синтезу родового (взаємодія літературно-наративної та образотворчої традиції) і видового начала. Так, в ілюстрації до вірша «Оце і все. Ця Галич над містечком» [6, с. 10], він зображує захопника на коні, що вивищується над українським чоловіком-трудівником. Ілюстрацію до вірша «І Хан, як виліплений з воску» [6, с. 15] він розташовує на розвороті, крупним планом. Фронтально зображений, у багатому важкому спорядженні та обладунках, він наближається до глядача, що створює відчуття наростання небезпеки. В ілюстрації «На другий день було мені вже ліпше» зображено гетьмана та його кохану – Ганну [6, с. 161], які перебувають на мальовничій українській природі.

У тому ж ключі вирішені образи ілюстрацій «Берестечко» «А хто ж вас, хлопці, зміряє очеретиною?» (6, р. 36), «Прости мені, моя правдива мати» (6, р. 48), «Чи я ж не

любив тебе, моя рідна?» (6, р. 65), «І я сказав : Спасибі тобі, Ганно» (6, р. 165), «Туркочуть в полі дикі голуби» (6, р. 89), «Був при дворах. О вишукана чемність» (6, р. 99), «Мені клейноди, справді, дав король» (6, р. 109), «Іще димлять під попелом багаття» (6, р. 182), «... Був ґанок. Був туман. Було сто тисяч війська» (6, р. 12), «Шрамко – це чоловік непоказний на вроду» (6, р. 117), «Другі півні піють. Очі соловіють» (6, р. 125). Образи С. Якутовича є проєкцією на художню культуру часу, де козацька героїка набуває правдивого, психологічно виваженого, узагальнено – об'єктивного трактування.

Пізнавальною формою, що відображає об'єктивну дійсність в проєкті С. Якутовича «Берестечко», залишається художній образ. Ілюстративний ряд роману «Берестечко» об'єднує всі системи книги. Відмінний від інших форм пізнання, зокрема наукового та повсякденно-практичного, художній образ, як мислеформа, включає роботу з матеріалом дійсності у творчу переробку фантазії й переосмислення фактажу: звертаючись до реалій дійсності, С. Якутович відбирає матеріал, впорядковує враження, «шліфує» смислово виразність і на межі об'єктивного та особистісного, створює збираний образ «подібного та інакшого», досягаючи переконливості їх сприйняття як об'єктивної дійсності [5, с. 16–17].

Висновки. Аналіз образно-мовних засобів книжкової ілюстрації Сергія Якутовича, розглянутих як мистецький проєкт графічного оформлення роману у віршах «Берестечко» Ліни Костенко, демонструє модель організації поетичного тексту та рішення образу книги на основі опрацювання історичного матеріалу, включно зі створенням образів історичних персоналій. Прийоми та специфіка творчої роботи, репрезентовані у графіці Сергія Якутовича в ілюстраціях до роману «Берестечко, проявилися у циклі ілюстрацій, в їх продуманості, логіці, ритмуванні, динаміці, колористичному рішенні, узгодженні з текстом та іншими елементами

книги. Комплекс художніх засобів та професійних інструментів свідчить про мислення митця на рівні вимог книжкового дизайну, що унаочнює новий рівень осмислення мистецтва книги та більш сучасний підхід до створення образу видання.

Образи героїв-козаків в художньому відображенні С. Якутовича, отримали емоційно яскраве та узагальнено-об'єктивне трактування, що є результатом процесу творення в умовах певних політичних та соціальних обставин, досвіду митця щодо переробки вражень, традицій них підходів,

психологічних впливів. Військова героїка в художньому втіленні С. Якутовича відповідає літературному задуму Л. Костенко, а також основній ідеї видання, що визначає художнє, та водночас дизайнерське рішення видання. Візуалізація літературного тексту історично-філософського спрямування, здійснена С. Якутовичем, належить до кращих традицій української графічної мистецької школи, що у другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. стала основою актуалізації дизайну книги та залишається в наш час цінним досвідом реалізації творчих ідей.

Література:

1. Бондаренко Ю. Людина – центр історії в романі Ліни Костенко «Берестечко» (до проблеми формування історичної свідомості школярів). *Урок української*. 2004. № 11–12. С. 26–30.

2. Бончук Н. В. Образ героя в свідомості сучасних підлітків та молоді. *Young Scientist*. 2016. № 4(31). С. 447–453.

3. Герой. *Лексикон загального та порівняльного літературознавства*. Чернівці: Золоті литаври. 2001. 636 с.

4. Кемпбел Д. Герой із тисячею облич. Київ: Альтернатива, 1999. 392 с.

5. Козак Т. В., Грабко І. В. Художній образ у мистецтві. *Теорія і практика актуальних наукових досліджень: матеріали IV науково-практичної конференції (22-23 лютого 2019 р. м. Дніпро)*. Херсон: Молодий вчений. 2019. С. 16–17.

6. Костенко Л. Берестечко. Історичний роман. Київ: Либідь. 2010. 227 с. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=13779> (дата звернення: 16.09.2023)

7. Ліміна П. Професія: художник. Книга про Сергія Якутовича. Київ: Артбук. 2018. 192 с.

8. Михайлова Р. Д., Петрук Р. І. Майстерня живопису та храмової культури: іконописний ряд Великодмитровицької церкви на Київщині: монографія. Київ: КНУТД. 2021. 152 с.

9. Пригоди п'яти поколінь Якутовичів. Розповідь художника. URL: <https://web.archive.org/web/20150518101553/http://golosukraine.com/publication/kultura/parent/2618-prigodi-pyati-po>

kolin-yakutovichiv-rozpovid-hudozh/#.VVm73bP32c (дата звернення: 16.09.2023).

10. Інтерв'ю С. Якутовича журналу «Антиквар», 2016 рік. URL: <https://antikvar.ua/> (дата звернення: 15.09.2023).

11. Сергій Георгійович Якутович. 2022. URL: <https://csamm.archives.gov.ua/2022/11/22/sergly-georgiyovich-yakutovich-1952-2017/> (дата звернення: 14.09.2023).

12. Словник української мови. В 11 томах. Т. 3. 3–І. Київ: Наук. думка, 1972. 744 с.

13. Hofstede G. Culture's consequences: international differences in work-related values. London, 1980. 475 p.

14. Якутович Сергій Георгійович. Незавершений проект. Альбом. Київ: Грамота. 2008. 312 с.

15. Якутович Сергій Георгійович. Абсолютний слух часу. Альбом. Київ: Грамота, 2008. 312 с.

Reference:

1. Bondarenko, Yu. (2014). Lyudyna – tsentr istoriyi v romani Liny Kostenko «Berestechko» (do problemy formuvannya istorichnoyi svidomosti shkolyariv) [Man is the center of history in L. Kostenko's novel «Berestechko» (on the Problem of Forming Historical Consciousness of Schoolchildren)]. *Urok Ukrainskoi* [in Ukrainian].

2. Bonchuk, N. V. (2016). Obraz heroia v svidomosti suchasnykh pidlitkiv ta molodi [The image of the hero in the minds of modern adolescents and youth]. *Young Scientist* [in Ukrainian].

3. Heroy (2001) [Hero]. *Leksykon zahalnoho ta porivnialnoho literaturoznavstva*. Chernivtsi : Zoloti lytavry [in Ukrainian].
4. Campbell, D. (1999). *Heroy iz tysyacheyu oblych* [A hero with a thousand faces] Kyiv: Alternative [in Ukrainian].
5. Kozak, T. V., & Grabko, I. V. (2019). *Khudozhniy obraz u mystetstvi* [Artistic image in art]. *Teoriia i praktyka aktualnykh naukovykh doslidzhen : materialy IV naukovo-praktychnoi konferentsii* (22–23 liutoho 2019 r. m. Dnipro). Kherson : Molodyi vchenyi [in Ukrainian].
6. Kostenko, L. (2010). *Berestechko*. Istorychnyy roman [Berestechko. A historical novel]. Kyiv : Lybid. URL: <https://www.ukrlib.com.ua/books/printit.php?tid=13779> (Last accessed: 16.09.2023) [in Ukrainian].
7. Limina, P. (2018). *Profesiya: khudozhnyk*. Knyga pro Serhiya Yakutovycha [Profession: artist. A book about Serhiy Yakutovych]. Kyiv : Artbook [in Ukrainian].
8. Mikhailova, R. D., & Petruk, R. I. (2021). *Maysternya zhyvopysu ta khramovoyi kul'tury : ikonopysnyy ryad Velykodmytrovyts'koyi tserkvy na Kyivshchyni* [A workshop of painting and temple culture: the iconographic series of the Velykodmytrovychi Church in Kyiv region]. Kyiv : KNUTD [in Ukrainian].
9. Pryhody p'yaty pokolin Yakutovychiv. Rozpovid khudozhnyka [Adventures of five generations of Yakutovych. A story by the artist]. URL: <https://web.archive.org/web/20150518101553/http://golosukraine.com/publication/kultura/parent/2618-prigodi-pyati-pokolin-yakutovichiv-rozpovid-hudozh/#.VVm763bP32c> (Last accessed: 10.09.2023) [in Ukrainian].
10. Interviu S. Yakutovycha zhurnalu «Antykvary» (2016) [Interview by S. Yakutovych to the Antiquarian magazine]. *Antykvary*. URL: <https://antikvar.ua> (Last accessed: 15.09.2023) [in Ukrainian].
11. Serhii Heorhiiovych Yakutovych (2022) [Serhii Heorhiiovych Yakutovych]. URL: <https://csamm.archives.gov.ua/2022/11/22/sergly-georgiyovich-yakutovich-1952-017/> (Last accessed: 14.09.2023) [in Ukrainian].
12. *Slovyk ukrayins'koyi movy* (1972) [Dictionary of the Ukrainian language]. 3. Z-I. Kyiv : Nauk. dumka [in Ukrainian].
13. Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences : international differences in work-related values*. London.
14. Yakutovych, S. H. (2008). *An unfinished project* [Unfinished project]. Album. Kyiv : Hramota [in Ukrainian].
15. Yakutovych, S. H. (2008). *Absolyutnyy slukh chasu* [An absolute ear for time]. Album. Kyiv : Hramota [in Ukrainian].

MYKHAILOVA R. D., GULA Ye. P., BEREZNITSKA M. O.

Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

THE FIGURATIVE AND SEMANTIC SERIES OF THE NOVEL "BERESTECHKO" IN THE GRAPHIC PRESENTATION BY SERGIY YAKUTOVYCH

The purpose. To explore S. Yakutovych's idea of creating an illustration series for the novel *Berestechko* by Lina Kostenko and the ways of its implementation; to analyze the artist's creative approaches in the design of the selected book; to find out the specifics of artistic decisions and their role in creating the visual content of the publication.

Methodology. The study is based on historical and theoretical, empirical, comparative, biographical, art historical, and cultural methodology; functional and morphological analysis is also used.

The results. The study of the creative tools of S. Yakutovych, one of the leading Ukrainian artists of the second half of the twentieth and early twenty-first centuries, revealed the peculiarities of his work on the text and the publication as a whole, as well as, on this example, the specifics of the process of formation and development of book design in Ukraine. The scientific analysis of the publication "Berestechko" showed the process of the artist's work on the design of the book as an integral system, unified in the ratio of the figurative and content series, the organization of the book block, and the constructive and design solution. It has been found that in the process of developing this unity, the algorithm codes transform the work material into stylistically expressive images, from which the artist forms a semantic and figurative artistic series, while the formative elements are aimed at the structural organization of the book. The example of the artistic solution of the novel in verse "Berestechko" demonstrates the amplitude of possibilities for creative coverage and

transformation of the source material in a particular project. It is concluded that S. Yakutovych's visualization of a literary text of historical and philosophical orientation belongs to the best traditions of the Ukrainian graphic art school, which in the second half of the twentieth and early twenty-first centuries became the basis for updating the book design and remains a valuable artistic example of the implementation of creative ideas in book design.

The scientific novelty of the study the research is aimed at studying the ways of forming the image of the book by Ukrainian artists in the second half of the twentieth and early twenty-first centuries, revealing the ideological approaches and linguistic and graphic means in S. Yakutovych's creative practice that are relevant for contemporary book designers. On the basis of S. Yakutovych's interviews, the article reveals the nuances of the artist's creative approaches and artistic vision, which were reflected in his work with text.

The practical significance of the research is of the study is to expand the information and deepen the practical skills of a book designer working with a literary text, mastering the mechanisms of creating and presenting graphic design samples. The results prove the promising potential of the traditions of Ukrainian graphic art in the implementation of modern design solutions. The materials of this work can be used in the educational process and practical activities of book designers.

Keywords: book graphics, book art, creative project, visual image, design, content series, national heroism.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Михайлова Рада Дмитрівна, д-р мист., професор, професор кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-7264-0205, **e-mail:** radami1818@gmail.com

Гула Євген Петрович, професор, завідувач кафедри графічного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-3559-2179, **e-mail:** evgenush.gula@gmail.com

Березницька Марія Олегівна, магістр, кафедра графічного дизайну, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0009-0002-1774-4674, **e-mail:** mberez99@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Михайлова Р. Д., Гула Є. П., Березницька М. О. Образно-змістовний ряд роману «Берестечко» у графічній презентації Сергія Якутовича. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 112–121.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.10](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.10)

Citation APA: Михайлова, Р. Д., Гула, Є. П., Березницька, М. О. (2023). Образно-змістовний ряд роману «Берестечко» у графічній презентації Сергія Якутовича. *Art and Design*. 4(24). 112–121.

УДК 7.012:
687.2-055.2

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.11.

¹ПАШКЕВИЧ К. Л., ¹ГЕРАСИМЕНКО О. Д., ²СИМАК А. І.,

¹ЧУБОТІНА І. М., ¹МОНЬКО А. Л.

¹Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

²Кишинівський державний педагогічний університет імені Іона Крянге,
Кишинів, Молдова

ЕВОЛЮЦІЯ ЖІНОЧОЇ БІЛИЗНИ: СВІТОВИЙ І УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТИ

Метою статті є дослідження історичного розвитку жіночої білизни ХХ ст.; порівняльний аналіз художньо-композиційних ознак, різновидів крою, образного рішення та засобів оздоблення жіночої білизни зазначеного періоду; узагальнення сучасних напрямів еволюції жіночої білизни в світі та в Україні.

Методологія. Для досягнення поставленої мети було застосовано комплексний підхід, що поєднує вивчення історичних матеріалів, системно-інформаційний та візуально-аналітичний методи.

Результати. Досліджено еволюцію жіночої спідньої білизни та охарактеризовано особливості її розвитку у ХХ ст., проаналізовано основні тенденції розвитку жіночої білизни обраного періоду часу. Визначено, що світова еволюція відрізнялась від української через особливості політичного устрою країни тих часів, проте зі здобуттям незалежності наприкінці ХХ ст. Україна активно приєдналась до світового ринку виготовлення білизни. Охарактеризовано творчість сучасних світових і українських брендів, що займаються виготовленням спідньої білизни. На основі проведених досліджень розроблено творчу колекцію на основі трансформації творчого джерела – ретро-тенденції білизни ХХ ст.

Наукова новизна. Здійснено порівняльну характеристику основних тенденцій розвитку спідньої білизни ХХ ст. в світі та в Україні, виявлено фактори, які впливали на формування тенденції моди цього сегменту товарів в світі і України в зазначений період.

Практична значущість. Результати наукової роботи можуть бути використані в навчальному процесі підготовки дизайнерів та практичній діяльності сучасних дизайнерів одягу; при викладанні дисциплін з історії дизайну і моди. Крім того, результати наукової роботи сприятимуть усвідомленню необхідності збереження та поширення національних традицій у дизайні одягу.

Ключові слова: мода, дизайн, історія костюму, еволюція моди, стиль, модний показ, білизняні вироби, колекція.

Вступ. Лише після промислової революції у ХІХ столітті білизна стала не тільки поширеним засобом забезпечення гігієни тіла, а й елементом моди, а у доіндустріальну епоху білизну використовували переважно люди з вищим соціальним статусом і статком. Завдяки впровадженню масового виробництва з'явилася можливість виготовляти велику кількість білизни і реалізовувати її споживачам за помірною ціною. Крім того, новітнє обладнання та масове виробництво зробили можливим виникнення різноманітних стилів та призначень білизни.

До кінця ХІХ століття жіночою білизною вважався корсет, який набував популярності

в різні історичні періоди, був символом моди та жіночої елегантності, проте, він був шкідливим для здоров'я, оскільки стискав жіноче тіло, що призводило до дискомфорту та проблем зі здоров'ям. Тому, на початку ХХ століття розпочався рух за права жінок, які протестували проти корсетів та інших шкідливих обмежень жіночої моди.

Аналіз історії моди показав, що основні причини трансформації жіночої білизни в світовій моді – економічні, а саме, промислова революція та Перша світова війна. Жінки почали працювати, а отже, потребували більшої свободи рухів, тому з'явилась потреба в простіших моделях спідньої білизни.

XX століття насправді принесло багато інновацій у світовий розвиток спідньої білизни, особливо інтенсивну урбанізацію та трансформації у виробництві, розподілі та споживанні товарів, зростанні емансипації жінок і змін у стосунках між людьми. Ці процеси обумовили суттєві зміни і в світі моди, зокрема, і у сфері виготовлення білизни [15, с. 8].

Дослідження еволюції жіночої білизни та зміни модних тенденцій цього сегменту модної індустрії дадуть змогу зрозуміти вплив інновацій і соціокультурних змін на розвиток моди, дадуть інформацію для впровадження нових дизайнерських ідей та творчих рішень у створенні сучасної спідньої білизни.

Аналіз попередніх досліджень. У роботі [15] досліджено історію корсетів – жорстких поясів, які використовували жінки для моделювання фігури. Описано розвиток корсетів впродовж історії моди, починаючи з Стародавнього світу (Античності), Середньовіччя та до розквіту їхньої популярності в XV столітті у Франції.

У роботі [3] надано інформацію про білизняні вироби, їхню історію та основні композиційні характеристики. Авторами з'ясовано, що спочатку білизняні вироби за кроєм були схожими для чоловіків і жінок, але пізніше, наприкінці XIX століття, жінки стали носити білизну, виготовлену з більш дорогих матеріалів. У роботі надано інформацію про класифікацію виробів, про різноманітність матеріалів та оздоблення для їх виготовлення.

У роботі [18] досліджено зміну білизни американських жінок у 1920-х роках. Авторами проведено дослідження з історії костюма та соціальної історії цього періоду і підкреслено, що із зміною моральних кодексів змінювалося й розуміння жінками власної сексуальності, що впливало на зміну модних тенденцій в білизняних виробках.

У статті [13] автори дослідили історичний розвиток жіночої білизни та її вплив на здоров'я, зокрема у зв'язку зі

змінами в моді та матеріалах. Автори також звертають увагу на ергономіку білизни та її вплив на фізичний та психологічний комфорт споживачів. У статті наведено рекомендації щодо покращення дизайну жіночої білизни для забезпечення комфорту та здоров'я жінок.

У дослідженні [21] вивчено історію та культурне значення чоловічої білизни, історію і напрями її розвитку від корисного та функціонального одягу до модного предмета гардеробу.

У статті [20] авторами M. Isono, Y. Tateoka розглянуто типи бюстгальтерів, які є комфортними для жінок, та описано методику вимірювання тиску корсетних виробів на тіло жінки.

E.V. Gernerд у роботі [19] досліджено еволюцію білизни та аксесуарів у Великій Британії та колоніальній Америці від 1666 до 1819 року. Авторка проаналізувала деякі предмети одягу (баньяни, кокосові об'ємні обручі, манжети і корсети) та їх вплив на моду та культуру того часу через матеріальні артефакти і зображення у мистецтві та документах.

У роботі [7] створено авторську колекцію святкової жіночої білизни за мотивами історичного костюма 20–30-х років XX століття; виокремлено характерні риси білизняних виробів для різних стильових рішень, обґрунтовано застосування в колекції певних матеріалів та дизайнерських елементів.

У роботі [6] розглянуто еволюцію спідньої білизни у XX столітті, описано основні зміни від 1900-х до 1990-х років та сучасні тенденції моди, охарактеризовано процес проєктування колекції спідньої білизни, яка відповідає сучасним тенденціям і ергономічним вимогам споживачів.

У статті [22] досліджено використання жіночої білизни як предмету одягу в модній культурі XX століття. У роботі згадується про змінювані уявлення про жіночість та сексуальність через використання білизни як зовнішнього елементу одягу. Автори

аналізують вплив відомих особистостей, таких як співачка Мадонна, у формуванні цього іміджу.

Дослідження [2] спрямоване на розкриття факторів, які впливали на уявлення та зміну сприйняття одягу та білизни у період з 1917 по 1930 рік. Автор І.А. Касаткіна розглядала політичні, економічні та соціальні трансформації цього періоду як фактори, що вплинули на формування конструкції білизни та одягу.

Завданням кожної з цих робіт було висвітлення історії розвитку спідньої білизни як основного фактора комфорту та зручності одягу в повсякденному житті.

Постановка завдання. Основним завданням роботи є дослідження еволюції і зміни художньо-композиційних особливостей жіночої білизни ХХ століття. Для досягнення цієї мети було вирішено такі завдання: на основі огляду літературних джерел здійснено порівняльний аналіз еволюції жіночої білизни в світі та в Україні в контексті суспільно-історичного розвитку, визначено циклічність модних змін в білизні.

Результати дослідження та їх обговорення. На початку ХХ століття відбувся перехід від використання жінками корсетів до появи більш комфортних і практичних варіантів білизни. Корсет був знаковим і символічним предметом білизни у ХІХ столітті, але шкодив здоров'ю жінок. На початку ХХ ст. S-подібний корсет був популярним, він значно зменшував талію, моделював груди та формував сідниці, але поступово був замінений більш комфортною та функціональною білизною – бюстгальтером та трусами (рис. 1).

На думку авторів [21] еволюція білизни від предмету гігієни до елемента одягу було пов'язано із змінами у соціальному та політичному статусі жінок. Трансформація білизни в ХХ столітті значною мірою відбулась під впливом економічних чинників. Так, у 1903 році Гош Саро, жінка-лікар Паризької медичної академії, запропонувала розділити корсет на частини:

верхня частина стала прототипом бюстгальтера, а нижня – поясом [1].

Активістка та видавець Мері Фелпс Джейкобс (відома також як Каресс Кросбі) у 1910 році створила бюстгальтер як альтернативу обмежувальним корсетам. Він складався з двох носових хусток, з'єднаних стрічкою. У 1914 році вона отримала патент на цей винахід, який став важливим кроком у зміні жіночого білизняного одягу, поєднанням комфорту та практичності (рис. 2).

До 1920-х років перша хвиля фемінізму вже була тісно вкорінена в суспільстві. Нове покоління феміністок увійшло в суспільство зі своїми власними уявленнями про значення руху. Феміністки ХІХ століття підносили "самосувереність" як право відмовлятися від сексуального спілкування. Вчені, що досліджують жіночий одяг у 1920-х роках, дають багато доказів того, як скорочення довжини спідниць і стиль "гарсон" пов'язані зі зміною соціальних норм щодо жіночої сексуальності [18].

1920-ті роки відзначилися популярністю суконь прилеглого силуету. Їх носили молоді жінки, які стильно одягалися та вели активне суспільне життя. Було винайдено труси «сліпи», які стали ознакою зміни модних тенденцій в білизні на більш комфортні та зручні моделі. 1920-ті роки були важливими для моди завдяки появі Габріель Шанель, яка зробила революцію в моді, привносячи ідеали комфорту та практичності: сукні стали легшими, коротшими, прямого силуету. Новий стиль життя призвів до зміни модних тенденцій спідньої білизни: трусики стали коротшими, а панчохи з поясами для підв'язок стали популярними (рис. 3).

У 1930-ті роки емігрантка з України на ім'я Іда Розенталь заснувала у Сполучених Штатах разом із чоловіком підприємство Maidenform, на якому вперше стали виробляти бюстгальтери різних розмірів з еластичними бретельками. У 1935 році кількість варіацій форм бюстгальтера зросла, при цьому запускають виробництво

моделей чотирьох розмірів від А до D (рис. 4) [1].

Після Другої світової війни у 1947 році Крістіан Діор представив стиль New Look, який здійснив революцію в моді 1940-х років. До середини 40-х років ХХ століття мода кардинально змінилася: акцентом стала підкреслена жіночність та нова форма бюстгальтера-буллета (рис. 5). Чашки бюстгальтера конічної форми нагадували за формою снаряд, а за рахунок простьобаної тканини чашок бюстгальтер зберігав форму навіть без наповнення.

У 1950-х роках панувала атмосфера романтизму й оптимізму післявоєнного періоду – «золоті роки». З одного боку, це десятиліття ознаменувалося появою телебачення і популяризацією реклами. З іншого боку, це були роки, які позначили чуттєвість, пов'язану з використанням білизни. В ці роки набув поширення образ пін-ап, привабливої жінки, яка виглядає сексуально та спокусливо, підкреслюючи жіночі форми. Такі жінки стали іконами стилю в 1950-х роках. Спідня білизна в пін-ап стилі відображала культурні зміни та роль жінок у суспільстві свого часу, часто була вибрана так, щоб підкреслити форми жінки і створити візуально привабливий образ, наприклад корсети, фігурні бюстє та комбінезони [1].

1960-ті роки принесли світові сексуальну революцію. Жінки отримали більше свободи, щоб присвятити себе навчанню та кар'єрі замість того, щоб зосереджуватися лише на вихованні дітей та побуті. Молодь починає шукати нові приклади для наслідування: виникає контркультура – рух хіпі. Щоб відповідати новим тенденціям у моді, виробники білизни пропонували різноманітні варіанти, які супроводжували свободу самовираження жінок. Трусики та панчохи стали зручнішими та їх почали виготовляти з еластичних матеріалів, головними рисами спідньої білизни стали комфорт і зручність (рис. 6).

1970-ті роки виявилися дуже неоднозначними та суперечливими у світі моди. У це десятиліття різні інноваційні ідеї дизайну одягу стали надбанням широких мас, білизняна промисловість знову відчула зростання інтересу до жіночої спідньої білизни. В цей період виробники почали виготовляти білизну, в якій поєднували мереживо та шовк різних кольорів. Дизайнерами білизни було запропоновано нові колекції з яскравими кольорами, з використанням пір'я та іншого оздоблення. У цей період з'явилися такі види білизняних виробів, як труси стрінги, корсети на талії та пояси з підв'язками. У 1977 році перший спортивний бюстгальтер Jogbra був винайдений американками, що захоплювалися бігом. Хінда Міллер і Поллі Сміт об'єднали зусилля зі спортсменкою Лайзою Ліндел і розробили спортивний бюстгальтер, який забезпечував підтримку грудей і при цьому не натирав шкіру, бо не мав внутрішніх швів.

У 1980-х роках відбулось відродження білизни в гламурному стилі. Jean-Paul Gaultier, Yves Saint Laurent, Gucci, Versace розробили та запустили у виробництво власні колекції білизни. Традиційну білизну чорного кольору було замінено на комплекти з шовку, мережива та атласних стрічок різних кольорів, що міцно закріпилось на ринку жіночої білизни (рис. 7). Вирізи у трусиках стали вищими, максимально оголюючи стегна. В 1981 році в Америці було офіційно дозволено рекламу спідньої білизни, і на сторінках популярних журналів для жінок у величезній кількості з'явилися фотографії напівоголених жінок. Здоров'я та фітнес також були важливими аспектами 1980-х років: гарне фізичне здоров'я та культ тіла стали модними трендами. Розвиток високих технологій вніс нові тенденції у модний світ.

Бурхливий розвиток фешн-індустрії спостерігався у 1990-их роках. Співачка Мадонна відіграла важливу роль у популяризації сексуальної білизни як

верхнього одягу. Її провокаційні образи, які включали бюстгальтери з конічними кільцями та спідню білизну, стали символом виразності. У 1994 році було винайдено Wonderbra, модель бюстгальтера, спеціально розроблену для підняття та підкреслення форми грудей. Цей винахід став справжньою революцією, надаючи жінкам можливість виглядати привабливо. Рекламні кампанії Wonderbra зробили цей бренд надзвичайно популярним. Труси стрінги стали символом сексуальності та комфорту, відразу завоювали популярність серед жінок.

Сьогодні світовий ринок жіночої білизни представлений багатьма брендами з Європи, Америки, Китаю, Туреччини та інших країн. Світові будинки моди та відомі дизайнери також пропонують лінійки білизни для жінок.

Victoria's Secret – це популярний американський бренд спідньої білизни. Він відомий своєю розкішною білизною, яка поєднує в собі елегантність і сексуальність. Головною частиною бренду є його щорічний показ мод, відомий як "Victoria's Secret Fashion Show," де моделі демонструють нові колекції білизни та аксесуарів.

Agent Provocateur – бренд, що став синонімом провокації, почуття і насолоди. Дизайнери не приховують жіноче тіло за бюстгальтером пуш-ап і не привертають увагу до складних поєднань тканин чи мережива, а навпаки, бренд створює мінімалістичне вбрання, що підкреслює фігуру. Бренд став популярним завдяки дизайну, високій якості матеріалів та ручній роботі.

Нещодавно світовою зіркою Ріанною було запущено власний бренд білизни під назвою Savage x Fenty. Бренд пропонує різноманітну спідню білизну, а також піжами та аксесуари. Розмірна лінія бренду розширена, щоб врахувати потреби різних жінок. Ріанна наголосила на важливості вираження індивідуальності та експериментів з білизною.

Спідня білизна в Україні у ХХ столітті проходила цікавий еволюційний процес, який відзначився збереженням традиційних елементів, але з інтеграцією інновацій, функціональності, модних тенденцій, стилів та матеріалів, які використовувались для її виробництва.

На початку ХХ століття в Україні білизна вважалася предметом розкоші і розглядалася як атрибут городянок, викликаючи сором та пересуди серед селянок. Головною гігієнічною функцією виступала натільна сорочка, яка одночасно була основним елементом костюма і предметом спідньої білизни. Спідні сорочки були виготовлені з домотканого полотна, що надавало їм відповідну міцність і структуру для виконання цих функцій (рис. 8).

Революція 1917 року вплинула на якість та розмаїття білизни, а також змінила модні тенденції. Білизна тих часів в Україні була незручною, не відповідала потребам жінок. Труси, бюстгальтери і панталони були неестетичними та незручними, що створювало певні проблеми. Теплі «панталони з начосом» шили з товстої байки, з виворітного боку якої був м'який ворс. Сатинові труси для жінок та дітей шили на зразок чоловічих сімейних трусів, але були винятки, коли деякі жінки, зокрема дружини високопосадовців, могли собі дозволити придбати імпортну білизну, яка була модною та комфортною.

У 1930-х роках були внесені значні зміни в жіночу білизну. Це було пов'язано зі змінами в політиці та суспільстві в тодішній Україні. Виробництво встановлювало стандарти для жіночої білизни. У цей період виготовляли спідню білизну з грубого лляного полотна, бязі та сукна. Жінкам було дозволено мати певні види трусів і бюстгальтерів, проте це була надзвичайно проста та функціональна білизна. Фабрики, що спеціалізувалися на виробництві білизни, не завжди здатні були забезпечити створення комфортних та привабливих виробів [2].



Рис. 1. Корсет, Англія, 1890–1985 р.,
Victoria and Albert Museum [16]



Рис. 2. Винахід Мері Фелпс Джейкобс, США, 1914 р.



Рис. 3. Бюстгальтер, США, 1915–1920 р.,
The Museum of Fine Arts [17]

LARGE • MEDIUM • SMALL BUSTS
Correct and Flatter Your Individual Bust Problems INSTANTLY! on 10-Day Trial Offer!

LARGE BUST	MEDIUM BUST	SMALL BUST
Style No. 101 Longline Built-up Shoulder only \$2.98	Style No. 222 only \$2.49	Style No. 222 only \$2.49
SIZES 34 to 52	SIZES 32 to 42	SIZES 28 to 38 NO PADS!
Colors: Nude White Black	Colors: Nude White Blue Black	No artificial bust buildup needed!
Secret Inside Control	Inner Bra Bust Beautifier	Profile View of Hidden Feature in Bra shown here supports and cups your bust, no matter whether they are small, flat or sagging, into
Instantly flattens, accentuates average size bust, gives firm up lift.	Special patent pending bust molding feature on inside of all "Yuth-Bust" styles.	This special patent pending bust molding feature on inside of bra lifts, supports and cups your bust, no matter whether they are small, flat or sagging, into

Рис. 4. Розподіл Warner Corset Company на розміри чашок А, В, С, D, США, 1933 р.



Рис. 5. Бюстгальтер, 1940 рр.



Рис. 6. Бюстгальтер, 1960 рр., виробник Lejaby, Франція, Victoria and Albert Museum [14]

Під час Другої світової війни популярним стало носіння жінками панталонів як засобу забезпечення комфорту і тепла. Спрощення та бідність в одязі у період радянської історії можна пояснити не лише запереченням "старого світу" та ідеалізацією простого способу життя, але і складними історичними обставинами, в яких опинилася країна після Другої світової війни. Фабрики виробляли простий одяг, такий як «бюстгальтер спортивного типу», «жіночі панталони спрощеного типу», «жіноча денна сорочка» і «жіночі труси на гумці». Простота цього одягу відповідала новій ідеології та практичним потребам суспільства, але була обмеженою у розкішних матеріалах та дизайні.

На початку 1950-х років почали шити гарнітури, які склалися з сорочки на бретелях і трусиків з бавовняного трикотажу. Стали популярними сукні-комбінації, які носили як піжами та під звичайним одягом. В Україні того часу був великий попит на імпорتنі товари, тому влада пропонувала власні аналоги іноземних товарів. Одним з таких виробів були «грації», які являли собою поєднання бюстгальтера, корсету і трусиків.

Ці вироби виготовляли в ательє за високою ціною з дуже щільного атласу або сатину. Грація мала функцію утягування, і вона настільки стягувала фігуру жінки, що іноді в ній було важко дихати (рис. 9). Такі вироби були спроектовані для створення ідеалізованого образу жіночої фігури, але вони часто були занадто незручними для повсякденного використання. Згодом почали випускати популярну лінію бюстгальтерів «Анжеліка», які були важкими, не дуже зручними та дорогими. З часом жінки почали виражати свою індивідуальність, використовуючи білизну з синтетичних тканин [8].

На початку 1980-х років в Україні почали привозити перші імпорتنі товари, стали популярними польські і німецькі трусики з декоративним оздобленням,

пізніше з'явилася неякісна китайська білизна, а також перша еротична білизна, що стала новинкою для українок.

Після проголошення незалежності України у 1991 році ринок спідньої білизни був зайнятий іноземними брендами та інвестиціями. Це призвело до розширення асортименту та покращення якості жіночої білизни, доступної для споживачів. З'явилася можливість обирати товари як виробників внутрішнього ринку, так і світових брендів.

На початку 2000-х років спостерігалися певні зміни і тенденції. Розмаїття асортименту, дизайну та палітри кольорів закордонних білизняних виробів поступово задовольняли різноманітні смаки українок. Світові бренди продовжили розширювати свою присутність на українському ринку спідньої білизни, пропонуючи вищу якість і сучасний дизайн. Українки почали більше звертати увагу на комфорт, якість і естетику спідньої білизни, а також на екологічність матеріалу. Згодом, українські виробники спідньої білизни почали активніше розвивати власні бренди і конкурувати на внутрішньому ринку та за його межами.

Українські бренди жіночої білизни мають великий потенціал на українському та світовому ринках завдяки високій якості, креативному дизайну та конкурентоспроможності цін. Наприклад, український бренд Kingdom Angels випускає вишукані, високоякісні комплекти спідньої білизни. Однією з ключових особливостей бренду Kingdom Angels є його підвищена увага до етичних та екологічних аспектів виробництва. На Шрі-Ланці, де розташовано виробництво, бренд дотримується високих стандартів стосовно умов праці та використання екологічно чистих матеріалів. Це свідчить про зв'язок бренду з цінностями сталого розвитку [11]. Комплекти спідньої білизни від Kingdom Angels виготовляються із високоякісних матеріалів, зокрема шовку та мережива, які є комфортними, що є важливим аспектом для споживачів сучасної білизни (рис. 10).



Рис. 7. Колекція спідньої білизни, Janet Reger, Англія, початок 1980-х.



Рис. 8. Сорочка нижня. Запорізька обл., Бердянський р-н, с. Новотроїцьке. Серед. XX ст. [10]



Рис. 9. Грації та напівграції, Україна, 1950 рр.



Рис. 10. Комплект спідньої білизни, Kingdom Angels, Україна, 2023 р.



Рис. 11. Боді, Fox lingerie, Україна, 2023 р.



Рис. 12. Комплект спідньої білизни, Vrabrabra, Україна, 2023 р.



Рис. 13. Фор-ескізи колекції білизняних виробів

Колекція Pivovarova Lingerie (український бренд Pivovarova) пропонує напівпрозорі комплекти, такі як Miss Butterfly; комплекти чорного кольору, які прикрашені шовковими метеликами (рис. 18, а); комплекти блакитного кольору Stefania та інші моделі. Бренд Pivovarova створений в Одесі, його дизайнерка Катерина Пивоварова має досвід роботи з театральними костюмами, який привносить в свої колекції. Кожен виріб з колекції Pivovarova Lingerie виготовляється вручну [9].

У дизайні домашнього одягу та білизни український бренд Katimo поєднав виробниці, виготовлені з преміальних тканин, які розроблялися європейськими мануфактурами для великих Будинків моди. Лінія білизни Katimo Living охоплює комплекти різного призначення, стилю, створені з мережива, тканин та інших матеріалів [12].

Fox Lingerie – український бренд жіночої білизни, заснований у 2015 році Юліаною Гензель. В асортименті бренду представлено комплекти білизни, бюстгальтери, труси, пояси для панчів, панчохи, боді, комплекти для дому, корсети та халати. Бренд Fox lingerie пройшов досить тривалий шлях розвитку від онлайн-магазину на платформі Instagram до відкриття брендівих магазинів на території України та успішного запуску франшизи за її межами. Fox Lingerie популяризує продукцію за кордоном під гаслом Made in Ukraine (рис. 11) [5].

Brabrabra – це український бренд жіночої комфортної білизни з великою розмірною сіткою чашок бюстгальтера від А до J. Основна ціль бренду полягає в гарантуванні зручності та комфорту жіночої білизни (рис. 12) [4].

Сучасну моду необхідно розуміти як складний економічний та креативний процес, де жіноча спідня білизна є важливою складовою. Стрімкий темп життя потребує новітніх підходів до дизайн-проекування і виготовлення моделей жіночого одягу та пошуку цікавих художніх образів. Таким

чином, невпинно зростає попит на оригінальні інтерпретації джерела натхнення, які знаходять своє втілення у формі, силуеті, матеріалі, кольорових рішеннях та їх поєднаннях тощо [7].

На основі проведених досліджень розроблено сучасну колекцію білизняних виробів, натхненну ретро-тенденціями моди. Колекція складається з піжами, нічної сорочки, напівкомбінезону, боді та комплекту з майки та трусів. В основі геометричної форми колекції лежить силует трапеція та Х-подібний силует, форма поверхні комбінована. Кольорова гама колекції блакитна, фіолетова та доповнена бежевим кольором, використано тканини з принтами. В моделях колекції використано кокетки, розрізи, різноманітні рельєфи та оздоблювальні мереживні стрічки.

Висновки. Розглянуто еволюцію спідньої білизни ХХ століття в світі та в Україні, охарактеризовано тенденції еволюції спідньої білизни в Україні з початку ХХ століття. Встановлено, що загальні тенденції її розвитку були обумовлені економічними та соціальними чинниками. У ХХ столітті Україна відставала від світових модних тенденцій у сфері виготовлення жіночої білизни через низку історичних та політичних факторів. Україна активно інтегрувалася в глобальний ринок моди, зокрема розвиваючи сегмент жіночої спідньої білизни, після набуття незалежності у 1991 році. Ця інтеграція дозволила українським дизайнерам та брендам спідньої білизни стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку, надаючи якісні та стильні моделі для споживачів. Такий розвиток сприяв появі нових і оригінальних ідей у дизайні спідньої білизни та популяризації української моди в цьому сегменті. Проаналізовано ринок спідньої білизни в Україні та розроблено колекцію жіночих білизняних виробів, яка поєднує ретро-тенденції та сучасні світові тенденції моди.

Література:

1. Історія бюстгалтера. *Ladysliffe* : веб-сайт. URL: <https://ladysliffe.com.ua/xto-vigadav-lifchik-koli-zyavilisya-lifchik> (дата звернення: 26.10.2023).
2. Касаткіна І. А. Формування образу та гардеробу радянської жінки 1917–2020 рр. *Modern directions of scientific research development : the 16 th International scientific and practical conference* (September 7-9, 2022) VoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. P. 205–215.
3. Колосніченко М. В., Пашкевич К. Л. Мода і одяг. Основи проектування та виробництва одягу : навчальний посібник. Київ : Профі, 2018. 237 с.
4. Офіційний сайт бренду BRABRABRA. URL: <https://brabrabra.ua/> (дата звернення: 31.10.2023).
5. Офіційний сайт бренду FOX LINGERIE. URL: https://fox-lingerie.com/pro_nas (дата звернення: 31.10.2023).
6. Пашкевич К. Л., Єжова О. В., Менько А. Л. Проектування колекції жіночої спідньої білизни на основі аналізу її еволюції протягом ХХ ст. та сучасних тенденцій моди. *Design, Visual Art & Creativity: Modern Trends and Technologies : proceedings of 1st International Scientific and Practical Conference, Zaporizhzhia* (Ukraine), December 12, 2022. Vol. 1. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University, 2022. С. 114–117. DOI : 10.5281/zenodo.7489341.
7. Приходько-Кононенко І. О., Сторожук О. І., Слітюк О. О., Петрова К. М. Дизайн-проекування авторської колекції жіночої білизни. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 1. С. 154–161. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_tekh_2018_1_30 (дата звернення: 17.10.2023).
8. Секрети жіночої білизни в СРСР. *Радіо Трек* : веб-сайт. URL: https://radiotrek.rv.ua/amp/virodski-pantaloni-sukni-kombinaciyi-i-trusi--niedelka-yakoyu-bula-zhinocha-bilizna-v-srsr-foto_282704.html (дата звернення: 27.10.2023).
9. Спідня білизна в колекціях Pivovarova lingerie – найкращий вибір цього сезону. *Vogue* : веб-сайт. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/spidnya-bilizna-v-kolekciyah-pivovarova-lingerie-53437.html> (дата звернення: 29.10.2023).
10. Строчай О. 6 фактів про спідню білизну українок наприкінці ХІХ сторіччя. *Vogue* : веб-сайт. URL: <https://vogue.ua/article/art-amp/6-faktiv-pro-spidnyu-biliznu-ukrajinek-naprikinci-xix-stori-chchya-28747.html> (дата звернення: 29.10.2023).
11. Сучасна спідня білизна в колекціях Kingdom Angels. *Vogue* : веб-сайт. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/suchasna-nizhnya-bilizna-v-kolekciji-kingdom-angels-52047.html> (дата звернення: 29.10.2023).
12. Український бренд Katimo представляє нову лінійку об'єктів для дому. *Vogue* : веб-сайт. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/ukrajinskiy-brend-katimo-predstavlyaye-novu-liniyku-ob-yektiv-dlya-domu-53069.html> (дата звернення: 31.10.2023).
13. Alves R. P., Martins L. B., Martins S. B. Comfort underwear, their implications for women's health in task Performance. *Occupational Safety and Hygiene*. 2013. №27 P. 1–4. DOI:10.1201/b14391-7.
14. Bra. *Victoria and Albert Museum* : веб-сайт. URL: <https://collections.vam.ac.uk/item/O68291/bra-lejaby/> (дата звернення: 27.10.2023).
15. Brunt N. V. A concise history of underwear from ancient times to 1918. Kentucky: Morehead State University, 1990. 162 p.
16. Corsets, crinolines and bustles: fashionable Victorian underwear. *Victoria and Albert Museum* : веб-сайт. URL: <https://collections.vam.ac.uk/item/O115832/corset-unknown> (дата звернення: 25.10.2023).
17. Fairy Health Brassiere. *Museum of Fine Arts Boston* : веб-сайт. URL: <https://collections.mfa.org/objects/125292/fairy-health-brassiere?ctx=815ca565-f433-498f-aade-5e956cb694c7&idx=0> (дата звернення: 27.10.2023).
18. Francisco K., Nicholas C. Lingerie and Sexuality. Cultural Influences on the 1920s Woman. *Digital Respository*. 2017. №74. P. 1–3.
19. Gerner E. B. Têtes to tails: eighteenth-century underwear and accessories in Britain and Colonial America. Thesis or Dissertation. Doctor of Philosophy. Edinburg : The University of Edinburg, 2016. URL: <http://hdl.handle.net/1842/21695> (дата звернення: 22.10.2023).
20. Isono M., Tateoka Y. Fundamental research on the invention of breast support underwear with a focus on women's comfort. *Sensors*. 2023. №23(1). P. 25. DOI: <https://doi.org/10.3390/s23010025>.
21. Lönnqvist B. Fashion and Eroticism. *Ethnologia Europaea*. 2000. №31(1). P. 75–82. DOI: <https://doi.org/10.16995/ee.916>.
22. Sang J. S., Park M. J. A Study on the Use of Underwear as Outerwear. *The International Journal of Costume Culture*. 2009. № 1(12). P. 12.

References:

1. Istoriia biusthaltera [The history of the bra]. *Ladyslife*: website. URL: <https://ladyslife.com.ua/xto-vigadav-lifchik-koli-zyavilisya-lifchik> (last accessed: 26.10.2023) [in Ukrainian].
2. Kasatkina, I. A. (2022). Formuvannya obrazu ta harderobu radianskoï zhinky 1917–2020 rr. [The formation of the image and wardrobe of a Soviet woman in 1917–2020]. *Modern directions of scientific research development: the 16 th International scientific and practical conference* (September 7–9, 2022) BoScience Publisher, Chicago, USA. 2022. P. 205–215. [in English].
3. Kolosnichenko, M. V., & Pashkevych, K. L. (2018). *Moda i odiah. Osnovy proektuvannia ta vyrobnytstva odiahu* [Fashion and clothing. Basics of designing and manufacturing clothing]. Kyiv : Profi. 237. [in Ukrainian].
4. Ofitsiinyi web-sait [Official website]. BRABRABRA. URL: <https://brabrabra.ua/> (last accessed: 31.10.2023) [in Ukrainian].
5. Ofitsiinyi web-sait [Official website]. FOX LINGERIE. URL: https://fox-lingerie.com/pro_nas (last accessed: 31.10.2023) [in Ukrainian].
6. Pashkevych, K. L., Yezhova, O. V., & Monko, A. L. (2022). Proiektuvannia koleksii zhinochoi spidnoi bilyzny na osnovi analizu yii evoliutsii protiahom XX st. ta suchasnykh tendentsii mody [Designing a collection of women's underwear based on the analysis of its evolution during the twentieth century and modern fashion trends]. *Design, Visual Art & Creativity: Modern Trends and Technologies : proceedings of 1st International Scientific and Practical Conference, Zaporizhzhia* (Ukraine), December 12, 2022. Vol. 1. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University. P.114–117. DOI: 10.5281/zenodo.7489341 [in Ukrainian].
7. Prykhodko-Kononenko, I. O., Storozhuk, O. I., Sliutiuk, O. O., & Petrova, K. M. (2018). Dyzain-proektuvannia avtorskoï koleksii zhinochoi bilyzny [Design and development of the author's lingerie collection]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Herald of Khmelnytskyi National University*, 1, 154–161 [in Ukrainian].
8. Sekrety zhinochoi bilyzny v SRSR [Secrets of lingerie in USSR]. *Radio Trek*: website URL: https://radiotrek.rv.ua/amp/virodski-pantaloni-sukni-kombinaciyi-i-trusi--niedelka-yakoyu-bula-zhinocha-bilizna-v-srsr-foto_282704.html (last accessed: 27.10.2023) [in Ukrainian].
9. Spidnia bilyzna v kolektsiiakh Pivovarova lingerie – naikrashchyi vybir tsoho sezonu [Lingerie in the Pivovarova lingerie collections is the best choice this season]. *Vogue*: website. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/spidnya-bilizna-v-kolekciyah-pivovarova-lingerie-53437.html> (last accessed: 29.10.2023) [in Ukrainian].
10. Strochai, O. 6 faktiv pro spidniu bilyznu ukrainok naprykintsi XIX storichchia [6 facts about Ukrainian women's underwear in the late nineteenth century]. *Vogue*: website. URL: <https://vogue.ua/article/art-amp/6-faktiv-pro-spidnyu-biliznu-ukrajnok-naprikinci-xix-storichchya-28747.html> (last accessed: 29.10.2023) [in Ukrainian].
11. Suchasna spidnia bilyzna v kolektsiiakh Kingdom Angels [Modern lingerie in Kingdom Angels collections]. *Vogue*: website. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/suchasna-nizhnya-bilizna-v-kolekciji-kingdom-angels-52047.html> (last accessed: 29.10.2023) [in Ukrainian].
12. Ukrainskyi brend Katimo predstavliaie novu liniiku ob'ektiv dlia domu [Ukrainian brand Katimo presents a new line of home furnishings]. *Vogue* : website. URL: <https://vogue.ua/article/fashion/brend/ukrajinskiy-brend-katimo-predstavlyaye-novu-liniyku-ob-yektiv-dlya-domu-53069.html> (last accessed: 31.10.2023) [in Ukrainian].
13. Alves, R. P., Martins, L. B., & Martins, S. B. (2013). Comfort underwear, their implications for women's health in task Performance. *Occupational Safety and Hygiene*, 27, 1–4. DOI: [10.1201/b14391-7](https://doi.org/10.1201/b14391-7) [in English].
14. Bra. Victoria and Albert Museum: website. URL: <https://collections.vam.ac.uk/item/O68291/bra-lejaby/> (last accessed: 25.10.2023) [in English].
15. Brunt, N. V. (1990). A concise history of underwear from ancient times to 1918. Kentucky: Morehead State University. 162 p. [in English].
16. Corsets, crinolines and bustles: fashionable Victorian underwear. *Victoria and Albert Museum*: website. URL: <https://collections.vam.ac.uk/item/O115832/corset-unknown> (last accessed: 25.10.2023) [in English].
17. Fairy Health Brassiere. *Museum of Fine Arts Boston*: website. URL: <https://collections.mfa.org/objects/125292/fairy-health-brassiere?ctx=815ca565-f433-498f-aade-5e956cb694c7&idx=0> (last accessed: 27.10.2023) [in English].
18. Francisco, K., & Nicholas, C. (2017). Lingerie and Sexuality. Cultural Influences on the 1920s Woman. *Digital Respository*, 74, 1–3 [in English].

19. Gerner, E. B. (2016). Têtes to tails: eighteenth-century underwear and accessories in Britain and Colonial America. URL: <http://hdl.handle.net/1842/21695> (last accessed: 22.10.2023) [in English].
20. Isono, M., & Tateoka, Y. (2022). Fundamental Research on the Invention of Breast Support Underwear with a Focus on Women's Comfort. *Sensors*, 23(1), 25. DOI: <https://doi.org/10.3390/s23010025> [in English].
21. Lönnqvist, B. (2000). Fashion and Eroticism. *Ethnologia Europaea*, 31(1), 75–82. DOI: <https://doi.org/10.16995/ee.916> [in English].
22. Sang, J. S., & Park, M. J. (2009). A Study on the Use of Underwear as Outerwear. *The International Journal of Costume Culture*, 12(1), 1–12 [in English].

¹PASHKEVICH K. L., ¹GERASYMENKO O. D., ²SIMAC A. I., ¹CHUBOTINA I. M., ¹MONKO A. L.

¹Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

²"Ion Creanga" State Pedagogical University of Chisinau, Republic of Moldova

EVOLUTION OF WOMEN'S UNDERWEAR: GLOBAL AND UKRAINIAN CONTEXTS

Purpose. The purpose of the article is to study the historical development of twentieth-century underwear; to compare artistic and compositional features, types of cut, imaginative solutions and means of decoration of the period; to generalize modern trends in the evolution of underwear in the world and in Ukraine; to develop one's own collection of underwear based on the results of the study.

Methodology. To achieve this goal, an integrated approach was applied that combines the study of historical materials, systematic information and visual-analytical components. The illustrative material was developed using the graphic editor Xara Designer Pro.

Results. The evolution of underwear is studied and the features of each decade of the twentieth century are characterized. The main trends in the development of underwear of the selected period of time are analyzed. It is determined that the global evolution differed from the Ukrainian one due to the peculiarities of the political regime under Soviet rule. However, after gaining independence at the end of the twentieth century, Ukraine actively joined the global underwear market. The following modern Ukrainian lingerie brands are characterized: Kingdom Angels, Pivovarova, Katimo, Fox Lingerie, Vrabrabra. Based on the research, the author has developed her own collection of lingerie, the creative source of which takes into account the main retro trends of women's underwear of the twentieth century.

Practical significance. The results of the research can be used in the educational process of training designers and the practical activities of contemporary fashion designers and fashion designers; in teaching disciplines on the history of design and fashion. In addition, the results of the research will contribute to the realization of the need to preserve and disseminate cultural heritage in the production of modern lingerie products.

Keywords: fashion, design, history of costume, evolution, style, fashion show, lingerie, collection.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Пашкевич Калина Лівіанівна, д-р техн. наук, професор, завідувач кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-6760-3728, Scopus 57191851112, **e-mail:** kalina.pashkevich@gmail.com

Герасименко Олена Дмитрівна, д-р філософії, доцент кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 000-0001-8566-7215, Scopus 57474366800, **e-mail:** gerasymenko.od@knutd.edu.ua

Сімак Анна Іванівна, Dr. Art., професор, декан факультету образотворчого мистецтва і дизайну, Кишинівський державний педагогічний університет імені Іона Крянге, Молдова, ORCID 0000-0002-4090-3824, **e-mail:** anasimac777@gmail.com

Чуботіна Ірина Михайлівна, д-р філософії, ст. викладач кафедри мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-8436-0086, **e-mail:** iri-s83@outlook.com

Монько Аліна Леонідівна, магістр, кафедра мистецтва та дизайну костюма, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-3244-2834, **e-mail:** alinamonko@ukr.net

Цитування за ДСТУ: Пашкевич К. Л., Герасименко О. Д., Сімак А. І., Чуботіна І. М., Монько А.Л. Еволюція жіночої білизни: світовий і український контексти. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 122–134.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.11>

Citation APA: Пашкевич, К. Л., Герасименко, О. Д., Сімак, А. І., Чуботіна, І. М., Монько, А. Л. (2023). Еволюція жіночої білизни: світовий і український контексти. *Art and Design*. 4(24). 122–134.

УДК 004.51

DOI:10.30857/2617-0272.2023.4.12.

ПУСТЮЛЬГА С. І., САМЧУК В. П., ШАПОВАЛОВА А. А., КЛАК Ю. В.
Луцький національний технічний університет, Луцьк, Україна**АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ТРЕНДІВ У ДИЗАЙНІ ІНТЕРФЕЙСІВ
СУЧАСНИХ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ**

Мета дослідження – критичний огляд сучасних тенденцій у дизайні інтерфейсів мобільних додатків та виокремлення основних трендів дизайну застосунків для користувачів різних вікових категорій.

Методологія. Дослідження ґрунтуються на комплексному аналізі інформаційних джерел у сфері дизайну інтерфейсів, використано метод порівняння основних трендів дизайну сучасних мобільних застосунків та метод синтезу при розробці рекомендацій щодо покращення інтерфейсу додатків для різних категорій користувачів.

Результати. Для досягнення мети роботи було проведено аналіз та порівняння більш ніж 50 мобільних додатків різних категорій та визначено їх спільні риси, а також популярні техніки дизайну інтерфейсів. Був досліджений досвід і проаналізовані рекомендації провідних дизайнерів та експертів в галузі мобільного дизайну. У статті досліджені основні тренди у дизайні мобільних додатків, зокрема: застосування простих та чистих інтерфейсів; використання мінімалістичного дизайну; використання нейтральних кольорів і простих елементів дизайну; впровадження ідей матеріального дизайну, який використовує візуальні ефекти для надання ілюзії реалістичної поверхні та глибини. Проаналізовано ефективність використання градієнтів та різноманітних кольорових переходів, що дозволяють створювати більш складні та динамічні інтерфейси. Досліджено застосування анімацій, які додають живості та динамічності додаткам і суттєво полегшують користувачеві розуміння процесів у додатку. Було визначено, що для покращення користувацького досвіду мобільних додатків необхідно дотримуватися принципів зручності та доступності, враховувати потреби та очікування користувачів різних вікових категорій, а також активно використовувати новітні технології.

Наукова новизна. Проведено критичний аналіз сучасних тенденцій дизайну інтерфейсів мобільних додатків. Виокремлено основні найбільш популярні тренди дизайну для користувачів різних вікових категорій. Розглянуто нові можливості запровадження у проектування мобільних застосунків функціоналу дизайн-систем, тобто набору правил, компонентів та інших ресурсів, які використовуються для створення дизайну додатків.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути корисними для розробників мобільних додатків, які мають на меті покращити користувацький досвід та збільшити кількість користувачів. Практичні рекомендації дозволяють більш ефективно створювати мобільні додатки, які задовольняють потреби користувачів різних вікових категорій та відповідатимуть сучасним трендам у дизайні інтерфейсів.

Ключові слова: користувацький досвід; дизайн-системи; функціональність інтерфейсу; естетична привабливість; ергономіка; штучний інтелект, графічний дизайн.

Вступ. За останні десятиліття мобільні додатки стали невід'ємною частиною нашого повсякденного життя. З кожним роком кількість користувачів смартфонів зростає, що призводить до швидкого розвитку ринку мобільних додатків. Розробники стикаються із викликами щодо створення додатків зі зручним інтерфейсом, який здатний забезпечити максимальний комфорт для користувачів [21].

Сучасний ринок мобільних додатків є досить розвиненим та широким, він активно охоплює різні галузі та сфери діяльності. До найбільш популярних категорій мобільних додатків на сьогоднішній день можна віднести: соціальні мережі та месенджери; мобільні ігри; додатки для здоров'я та фітнесу; мобільні додатки для онлайн-купівлі та реклами; додатки для подорожей та

навігації; банківські та фінансові додатки; додатки для роботи та бізнесу [13].

Загалом, ринок мобільних додатків продовжує рости і розвиватися, пропонуючи користувачам все більше можливостей та зручностей. Паралельно відбувається постійний технологічний прогрес та впроваджуються інновації, які дозволяють створювати все більш складні та функціональні додатки.

У даній роботі представлені результати аналізу тенденцій у дизайні інтерфейсів мобільних додатків, розглянуто новітні технології та підходи до створення інтерфейсів, а також описані тенденції, які залишаються актуальними протягом деякого часу і стають трендами. Результати даного дослідження спрямовані на допомогу розробникам та дизайнерам краще зрозуміти потреби та очікування користувачів, а відтак, створювати ефективний та привабливий інтерфейс для свого мобільного додатку.

Аналіз попередніх досліджень.

Обсяг досліджень та публікацій в області тенденцій дизайну інтерфейсів мобільних додатків є значним і продовжує зростати. Дослідження акцентують увагу на використанні таких нових технологій, як штучний інтелект та машинне навчання, що є метою автоматизації дизайну інтерфейсів та покращення досвіду користувачів.

Значна кількість відомих досліджень показує важливість дизайну, який враховує різноманітність аудиторії потенційних користувачів, враховуючи їх вік, культурні особливості та здібності до взаємодії з мобільними додатками. Ці вимоги можуть включати розробку інтерфейсів із підтримкою різних мов, доступність для людей з різними фізичними обмеженнями та інші аспекти.

Дослідники також аналізують використання аналітики та моніторингу даних користувачів для вдосконалення дизайну інтерфейсів і виявлення проблем, які можуть зменшувати задоволення користувачів від роботи з додатками.

Одним із найбільш відомих фахових журналів у галузі дизайну інтерфейсів є «ACM Transactions on Computer-Human Interaction». У цьому журналі опубліковано ряд наукових статей, в яких автори досліджували тенденції у дизайні інтерфейсів мобільних додатків.

«Personalizing health-related ICT interface and application: older adults and elderly caregivers preferences» [5]. Дана робота описує дослідження, що вивчало проблеми, з якими стикаються старші люди, використовуючи мобільні додатки. Дослідження показало, що багато мобільних додатків не враховують особливості користувачів похилого віку, тому їхні інтерфейси можуть бути для них складними у використанні. У статті також наведено рекомендації щодо того, як розробляти зручні інтерфейси мобільних додатків для користувачів старшого віку.

«What If Your Car Would Care? Exploring Use Cases For Affective Automotive User Interfaces» [2] – у цій роботі автори досліджують можливість використання технологій «афективного обчислення» для покращення дизайну інтерфейсів мобільних додатків. Афективне обчислення відноситься до комп'ютерних технологій, які можуть розпізнавати і аналізувати емоції людини за допомогою сенсорів. В статті описано, як можна використовувати такі технології для покращення користувальницького досвіду при роботі з мобільними додатками.

«Designing and testing mobile interfaces for children» [12] – ця робота присвячена проблемі дизайну інтерфейсів мобільних додатків для дітей. У статті наведено результати різних емпіричних досліджень, які вивчали фактори, що впливають на додатки для цієї вікової групи і повинні бути враховані при розробці інтерфейсу додатків.

Дослідження тенденцій у дизайні інтерфейсів мобільних додатків є досить популярною областю, яка активно розвивається в інформаційних технологіях. Різноманітні аспекти такого дослідження

розглядаються у багатьох фахових журналах, зокрема в Journal of Usability Studies: цей журнал спеціалізується на дослідженнях в області юзабіліті. У 2023 році опубліковано роботу «5 Ways to Incorporate Affordances in User Interfaces» (Spillers, F.) [17], де автор проаналізував різні дизайн-директиви для розробки мобільних додатків і розглянув їх переваги та недоліки.

International Journal of Human-Computer Interaction – цей журнал публікує результати досліджень в області взаємодії між людиною та комп'ютером. У 2023 році було опубліковано статтю «Research on Cognition and Inference Model of Interface Color Imagery Based on EEG Technology» [20] про те, як колір впливає на ефективність інтерфейсу мобільних додатків.

ACM Transactions on Computer-Human Interaction – журнал, який є офіційним виданням ACM SIGCHI (Special Interest Group on Computer-Human Interaction). Серед робіт, опублікованих у журналі, в розрізі даного дослідження заслуговує на увагу стаття «Using Mobile Eye-Trackers to Unpack the Perceptual Benefits of a Tangible User Interface for Collaborative Learning» [15], яка присвячена проблемам ефективності різних дизайн-директив для розробки мобільних додатків з використанням інтерактивного прототипування та ей-трекінгу.

Особливої уваги заслуговує дослідження [8], яке зосереджене на вивченні того, як відображення кольорів в інтерфейсах може впливати на користувачів мобільних пристроїв. Дослідники з'ясували, що певні кольори можуть викликати різні емоції та настрої у користувачів, а це може впливати на їхню поведінку та взаємодію із додатками. Наприклад, яскраві та насичені кольори можуть збільшувати відчуття енергії та веселощів, тоді як теплі та приглушені кольори можуть спричиняти спокій та релаксацію.

В контексті даної проблематики інтерес також представляє робота [7], в якій автори досліджували вплив використання анімації у

мобільних інтерфейсах. Дослідники встановили, що використання анімації може покращити сприйняття користувачами інформації, зробити взаємодію з додатками більш інтуїтивно зрозумілою та цікавою. Однак використання анімації вимагає врахування її рівня складності, оскільки це може суттєво сповільнювати як завантаження додатку, так і реакцію інтерфейсу.

Ці та інші дослідження допомагають розширити знання про тенденції в дизайні інтерфейсів мобільних додатків та розробити нові підходи до їх створення. Результати даних опублікованих робіт демонструють постійний інтерес до проблем дизайну інтерфейсів мобільних додатків та наголошують на важливості постійного покращення користувальницького досвіду.

Однак, вони також показують, що ця проблема не є однозначною та потребує подальшого вивчення та вдосконалення. Загалом, можна сказати, що тема тенденцій і трендів у дизайні інтерфейсів мобільних додатків залишається актуальною та динамічною, з постійними змінами та вдосконаленнями, які спрямовані на забезпечення кращого користувальницького досвіду та підвищення ефективності додатків.

Постановка завдання. Метою даної публікації є огляд сучасних тенденцій у дизайні інтерфейсів мобільних додатків та виокремлення основних трендів дизайну застосунків для користувачів різних вікових категорій. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання: проаналізувати дані про сучасний ринок мобільних додатків, їх популярність та користувальницькі переваги; визначити найпопулярніші тенденції в дизайні інтерфейсів мобільних додатків на сучасному ринку; дослідити нові підходи до дизайну інтерфейсів застосунків та визначити їх ефективність; окреслити рекомендації щодо покращення користувальницького досвіду у користувачів мобільних додатків різних цільових аудиторій.

Результати дослідження та їх обговорення. Популярність додатків залежить від їхньої мети та функціональності. Наразі досить популярними є додатки для соціальних мереж, комунікації, стрімінгу відео та музики, онлайн-шопінгу, подорожей, фотографії, фітнесу та здоров'я, гри та розваг.

Зокрема, соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, є дуже популярними серед користувачів мобільних додатків. Вони дозволяють людям зв'язуватися з друзями та рідними, спілкуватися, ділитися враженнями, фотографіями та відео. Комунікаційні додатки, такі як WhatsApp, Telegram, Viber, Slack, Skype, Zoom, дозволяють користувачам спілкуватися один з одним за допомогою текстових повідомлень, голосових та відеодзвінків, обмінюватися файлами та документами. Додатки для стрімінгу відео та музики, такі як Netflix, YouTube, Spotify, Apple Music, є дуже зручними для користувачів, що хочуть переглядати фільми, серіали, слухати музику та підкасти на мобільних пристроях. Додатки для онлайн-шопінгу, такі як Amazon, eBay, AliExpress, OLX, є дуже популярними серед тих, хто любить шукати товари та послуги в інтернеті, порівнювати ціни та здійснювати закупівлі на мобільних пристроях. Додатки для подорожей, такі як Booking.com, Airbnb, Expedia, TripAdvisor, дозволяють забронювати готелі, хостели, квартири, купити квитки на транспорт та екскурсії, а також знайти рекомендації та відгуки про ресторани та інші місця для відвідування [19]. Додатки для фотографії та відео. Найвідомішими з них є Instagram, Snapchat, TikTok, YouTube, VSCO. Ці додатки дозволяють знімати та редагувати фотографії та відео, створювати короткі відео-ролики, ділитися своїми творіннями з аудиторією користувачів та переглядати твори інших людей. Додатки для фітнесу та здоров'я, такі як MyFitnessPal, Fitbit, Strava, Headspace, дозволяють користувачам вести облік своїх

фізичних вправ та активності, відстежувати своє здоров'я, медитувати та стежити за своїм розкладом сну. Ігри та розваги також є популярними серед користувачів мобільних додатків, зокрема, такі додатки як Candy Crush, Pokémon GO, Among Us, PUBG Mobile, Fortnite активно використовуються молодіжною аудиторією. Для кожного із наведених вище додатків характерні зручність при використанні, функціональність, постійне оновлення дизайну для привертання уваги та утримання користувачів [14].

Дизайн інтерфейсу мобільного додатку є важливою складовою успіху додатку на ринку. Тенденції в дизайні інтерфейсів мобільних додатків на сучасному ринку орієнтовані на створення застосунків, які не тільки забезпечують виконання необхідних функцій, але й надають користувачам установлений та візуально привабливий досвід. Це стає все більш важливим у світі, оскільки користувачі мають доступ до великої кількості додатків, а конкуренція серед розробників зростає. Однак, важливо пам'ятати, що дизайн інтерфейсу повинен бути не тільки красивим та привабливим, але й функціональним та ефективним. Якщо додаток не забезпечує користувачам потрібну функціональність та зручний досвід використання, то найкращий дизайн не зможе зробити його популярним серед користувачів.

Також, важливо звернути увагу на те, що певні тенденції можуть бути популярними на даний момент, але з часом втрачати свою актуальність. Тому, дизайнерам потрібно бути готовими до змін та адаптуватися до нових тенденцій у дизайні інтерфейсів мобільних додатків. Деякі з найбільш помітних тенденцій в дизайні інтерфейсу мобільних додатків, які спостерігаються на сучасному ринку і визначають тренди дизайну застосунків наведені на рис. 1.



Рис. 1. Сучасні тенденції в дизайні інтерфейсу мобільних додатків

Розглянемо детальніше кожен тренд. Мінімалістичний дизайн у дизайні інтерфейсів мобільних додатків на сучасному ринку є популярним імовірно завдяки тому, що він дозволяє створювати прості та «чисті» інтерфейси, які є легкими для сприйняття та використання (рис. 2). Такі інтерфейси відображають лише необхідну інформацію, а також тільки ті функціональні елементи, які сприяють швидкому та легкому виконанню завдань користувачами. Мінімалістичний дизайн також дозволяє зосередитися на важливих елементах та забезпечити кращу якість взаємодії з користувачами [4]. Він може допомогти збільшити швидкість завантаження додатків та зменшити навантаження на процесор і пам'ять пристроїв.

Мінімалістичний дизайн також сприяє створенню єдиного стилю дизайну, що допомагає зберігати консистентність дизайну між додатками [1]. Крім того, такий дизайн може бути більш універсальним та пристосованим до різних розмірів та типів екранів мобільних пристроїв. У мінімалістичному дизайні використовуються прості форми, мінімальні кольори та шрифти, а також обмежені ефекти анімації та переходів між елементами. Це дозволяє створювати інтерфейси, які є легкими, простими в сприйнятті та використанні [6].

Анімація в дизайні інтерфейсів мобільних додатків на сучасному ринку дизайну є дуже популярним елементом, який додає живості та динамізму в інтерфейси.

Вона може бути використана для надання користувачам візуальних підказок, покращення взаємодії з додатком, а також для підвищення естетичної привабливості інтерфейсів. Одним із головних принципів використання анімації в дизайні інтерфейсів мобільних додатків є її обмеженість та адекватність. Дизайнер повинен враховувати те, що надмірне використання анімації може відволікати користувача від виконання завдання та призвести до втоми. Тому важливо використовувати анімацію обдуманно та лише тоді, коли вона є необхідною для покращення користувацького досвіду.

Зараз на ринку дизайну інтерфейсів мобільних додатків досить популярними є наступні види анімації: мікроанімація (дуже короткі та прості анімаційні ефекти, які використовуються для покращення користувацького досвіду та надання візуальної підказки); рухомі фони (це анімаційні ефекти, які створюють відчуття глибини та простору, зокрема використовуючи паралакс-ефект); анімація переходів (це анімаційні ефекти, які використовуються для плавного переходу між різними екранами та вікнами додатків); інтерактивна анімація (це анімаційні ефекти, які відбуваються під час користування додатком та відповідають на дії користувача); інтерактивні маркери (це анімаційні ефекти, які надають користувачам візуальну підказку при взаємодії з додатком); анімаційні ілюстрації (це анімаційні ефекти, які використовуються для надання додатку більш динамічного та привабливого вигляду).

Темний режим (Dark mode) в дизайні інтерфейсів мобільних додатків – це функція, яка забезпечує зміну кольорової схеми додатка зі світлої на темну, тим самим зменшуючи навантаження на очі користувачів та покращуючи ергономіку додатка [11]. На сучасному ринку темний режим в дизайні мобільних додатків набуває все більшої популярності та стає стандартною функцією для багатьох додатків (рис. 3). Ось деякі тенденції, які спостерігаються в дизайні інтерфейсів мобільних додатків з темним

режимом: адаптивний темний режим; контрастність; монохроматичність; акцентування. Перевагою темного режиму мобільного додатку є також певна економія заряду батареї при його використанні.

Дизайн-система – це набір правил, компонентів та інших ресурсів, які використовуються для створення дизайну продукту. Вона дозволяє забезпечити однорідність дизайну та полегшити роботу дизайнерів. Дизайн-системи стали популярними в останні роки в мобільному дизайні, оскільки дозволяють забезпечити консистентність дизайну між додатками та зекономити час на створення нових елементів [3]. Користувачі будуть звикати до певних елементів інтерфейсу та їх розташування, що покращить їх досвід використання додатків. Дизайн-системи дозволяють створювати нові додатки швидше та ефективніше, оскільки дизайнерам не потрібно витратити час на створення нових елементів дизайну з нуля, а відтак підвищується ефективність роботи розробників, збільшується продуктивність самої розробки та її масштабування.

Граденти сьогодні стали достатньо популярним елементом в дизайні інтерфейсів мобільних додатків на сучасному ринку. Вони додають глибину та візуальний інтерес до інтерфейсу і можуть бути використані для створення вражаючих ефектів [9]. Однією з головних тенденцій використання градієнтів в дизайні мобільних додатків є використання «неонових» градієнтів з яскравими, насиченими кольорами. Такі градієнти зазвичай використовуються для створення цікавих ефектів та привернення уваги користувачів. Крім того, градієнти можуть бути використані для створення ефекту «слона в кімнаті», коли вони забезпечують плавний перехід між кольорами і допомагають визначити окремі елементи інтерфейсу. Наприклад, градієнти можуть бути використані для підсвічування кнопок або інших елементів інтерфейсу, що робить їх більш очевидними для користувачів.

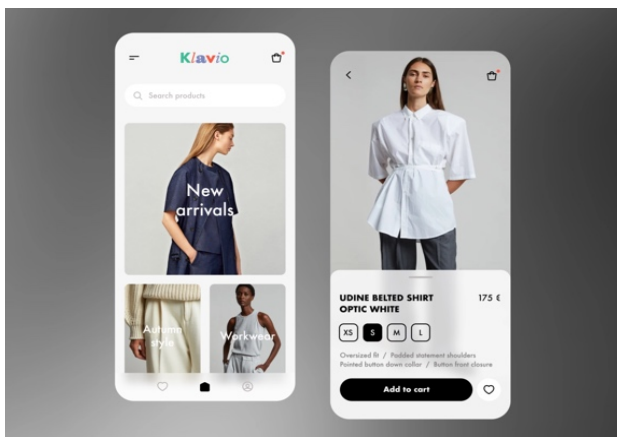


Рис. 2. Приклад використання мінімалістичного дизайну додатку «Kiavio», Koen Studio, Україна, 2021

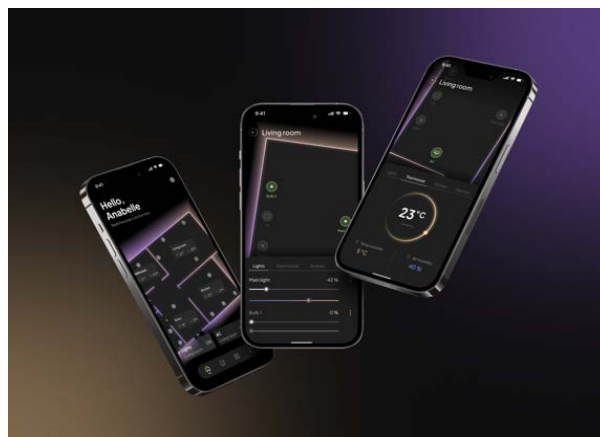


Рис. 3. Приклад створення темного режиму екрана для додатку, Fireart Studio, Польща, 2022



Рис. 4. Приклад створення 3D-елементу, Irakli Meskhi, Грузія, 2023

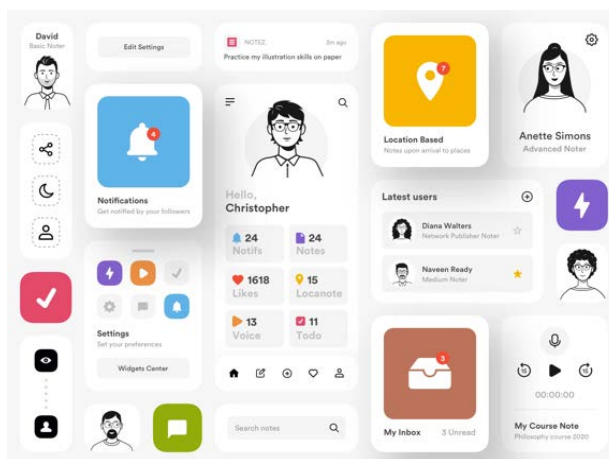


Рис. 5. Ілюстрації та графічні елементи в інтерфейсі мобільного додатку, Yoav Nave, Ізраїль, 2021

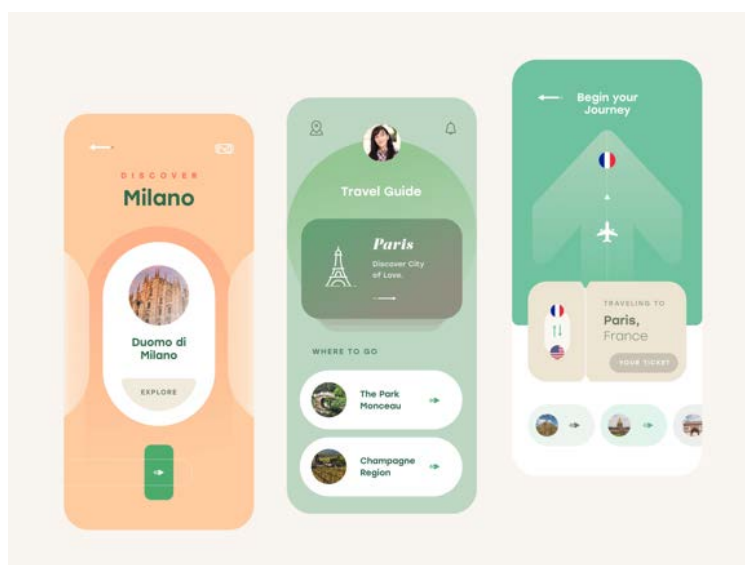


Рис. 6. Flat design в інтерфейсі мобільного додатку «milano», Szymon Dziukiewicz, Польща, 2023

Деякі дизайнери використовують градієнти для створення «скляних» ефектів, які додають візуальної привабливості та збільшують інтерес користувача до інтерфейсу. Згадані ефекти зазвичай використовуються для створення ілюзії, що деякі елементи інтерфейсу знаходяться під шаром скла або пластику. Часто розробники додатків використовують градієнти для створення ефекту «тіней». Такий ефект може бути використаний для створення ілюзії, що деякі елементи інтерфейсу знаходяться у 3D-просторі.

3D-дизайн в дизайні інтерфейсів мобільних додатків на сучасному ринку теж постійно набирає популярності. Завдяки новим технологіям та характеристикам графічних процесорів, стало можливим створювати складніші та реалістичніші 3D-елементи в дизайні мобільних додатків. 3D-дизайн дозволяє створювати більш динамічні та інтерактивні інтерфейси, які привертають особливу увагу користувачів. Наприклад, можливо створити 3D-іконки або анімовані 3D-елементи, які будуть додавати глибини або об'єму до інтерфейсу (рис. 4).

Однак надмірне використання 3D-елементів може збільшувати розмір додатку та споживати більше ресурсів пристрою, що негативно впливатиме на продуктивність додатку та тривалість роботи пристрою. Також варто враховувати, що не всі користувачі готові до дизайну мобільних додатків із 3D-елементами. Іноді такий дизайн може викликати дискомфорт у людей, які мають проблеми із зором або страждають від морської хвороби.

Ілюстрації та графічні елементи відіграють важливу роль в дизайні інтерфейсів мобільних додатків, оскільки вони можуть допомогти покращити взаємодію з користувачами та сприяти підвищенню естетичної привабливості додатку. Даний тренд є ключовим в дизайні інтерфейсів мобільних додатків з позицій передачі повідомлень та інформації користувачам. Ілюстрації можуть бути використані як елементи декорування або як

засіб передачі складних ідей та концепцій, які інколи важко пояснити текстом або зображенням (рис. 5). Наприклад, навчальні додатки для дітей часто використовують яскраві та привабливі ілюстрації, щоб привернути їх увагу та зробити навчання більш цікавим. Графічні елементи у вигляді іконок, кнопок, піктограм, підказок тощо, використовуються в дизайні інтерфейсів мобільних додатків для швидкого доступу до функцій додатку, таких як пошук або меню налаштувань. Однією із сучасних тенденцій на сьогодні є використання неочікуваних та нестандартних графічних елементів, малюнків, абстрактних форм, які можуть зробити дизайн інтерфейсу більш цікавим та запам'ятовуваним для користувача. Це може створити унікальний візуальний стиль та допомогти вирізнитися серед конкурентів.

Голосовий інтерфейс. Ця технологія дозволяє користувачам спілкуватися з додатками за допомогою голосових команд і отримувати відповіді від системи голосового керування. Одними із найвідоміших голосових інтерфейсів є Siri від Apple, Google Assistant від Google і Alexa від Amazon. Ці інтерфейси стали дуже популярними серед користувачів, особливо для використання в мобільних пристроях. У дизайні мобільних додатків голосовий інтерфейс може використовуватися для різних завдань, таких як виконання пошуку, запуск програм, відправлення повідомлень, планування зустрічей, контроль над виконанням різних операцій і ще багато інших корисних функцій. Однак дизайнерам необхідно враховувати особливості голосового інтерфейсу при розробці додатків, звертаючи особливу увагу на швидкість розпізнавання голосу, взаємодію з іншими функціями додатку та забезпечення безпеки даних.

Flat design є однією із модних стилістичних тенденцій в дизайні інтерфейсів. Він характеризується використанням простих форм, мінімалістичних елементів та чіткої типографіки (рис. 6). Основна ідея flat design полягає у відмові від реалістичних текстур,

тіней, градієнтів та інших ефектів, які були розглянуті вище при аналізі популярних трендів дизайну інтерфейсів мобільних додатків, а акцент робиться на використанні більш простого, зрозумілого та «чистого» стилю.

Flat design з'явився на початку 2010-х років, коли компанії зрозуміли, що складний дизайн може змінити користувальницький досвід в негативний бік [10]. Він став основою для інших тенденцій, таких як Material Design від Google та Fluent Design від Microsoft. Характерними рисами flat design є: прості геометричні форми (квадрати, кола та різні багатокутники); мінімалізм; чітка типографіка; живі кольори (тобто насичені та яскраві кольори для надання динамічності та привабливості інтерфейсам). Flat design дозволяє дизайнерам створювати інтерфейси, які виглядають сучасними та стильними і одночасно забезпечують зручність та простоту використання. Впровадження даного підходу до дизайну забезпечує швидкість завантаження сторінок додатків, оскільки має менший обсяг даних, ніж більш деталізований дизайн.

Однак flat design може стати і причиною певних складнощів, оскільки іноді робить деякі елементи інтерфейсу менш очевидними для користувачів. Наприклад, якщо всі кнопки виглядають однаково, то користувачу важко зорієнтуватися яка саме кнопка виконує певну функцію. Іноколи також можуть виникати проблеми із розпізнаванням, які елементи інтерфейсу додатку є інтерактивними та як їх використовувати. Певним недоліком є і те, що flat design може бути складним у реалізації для менш досвідчених дизайнерів, оскільки він вимагає від них майстерності у роботі з формами, кольорами та шрифтами.

Розширені реальності (augmented reality, AR). AR дозволяє користувачам взаємодіяти з віртуальними об'єктами, що з'являються в реальному світі через камеру смартфона або планшета. У дизайні мобільних додатків AR використовується для

покращення взаємодії користувача з додатком та збільшення його привабливості. Для цього можуть використовуватись елементи AR, такі як 3D-об'єкти, анімація, інтерактивність та інші спеціальні ефекти. Наприклад, AR може бути використано в додатках для підвищення інтерактивності ігор або створення віртуальних приміщень, для віртуальної примірки одягу, огляду меблів чи прикрас. AR також може бути використано для підвищення безпеки користувача, наприклад, в додатках з навігацією, де AR може показувати користувачу напрямок руху або розміщення поблизу об'єктів [16]. Також AR може бути використано для покращення маркетингу кампаній та якості їх рекламних матеріалів.

Українські розробники мобільних додатків не залишаються осторонь від активного запровадження вище наведених тенденцій та трендів. Вони активно використовують сучасні методи та технології для створення привабливого та одночасно функціонального дизайну інтерфейсів застосунків. На ринку мобільних додатків України популярність дизайнів інтерфейсів може змінюватися з часом, але на сьогоднішній день можна виділити наступні топ-дизайни: матеріальний дизайн (в розробках українських дизайнерів його характеризує використання простих та зрозумілих форм, прозорості, тіні та рельєфу); flat дизайн (характеризується відсутністю градієнтів, тіней та інших візуальних ефектів); мінімалістичний дизайн; градієнтний дизайн (характеризується створенням візуальної глибини та динамічності в інтерфейсі додатків); Skeuomorphic дизайн (характеризується відображенням реальних об'єктів та матеріалів у віртуальному середовищі); Neomorphic дизайн (характеризується використанням м'яких тіней та випуклостей, що надає інтерфейсу додатка вигляд тривимірного об'єкта).

Загалом, в Україні популярність дизайнів інтерфейсів мобільних додатків

залежить від різних факторів, таких як категорія додатка, його цільова аудиторія та професійне впровадження сучасних трендів у дизайн. Тому дизайнерам варто звертати увагу на ці фактори та працювати над створенням інтерфейсів, які будуть забезпечувати зручність та привабливість для користувачів. На сьогодні найбільш популярними мобільними додатками в Україні є: OLX, Privat24, Nova Poshta, Rozetka, Vodafone, Kyivstar, WOG. Усі ці мобільні додатки базуються на принципах матеріального дизайну і характеризуються максимально простим та інтуїтивним інтерфейсом, що дозволяє користувачам легко зрозуміти, як використовувати додаток при здійсненні потрібних операцій.

Знайомлячись із сучасними тенденціями в графічних інтерфейсах, дизайнери та розробники повинні передбачати зміни, які можуть вплинути на те, як користувачі у майбутньому будуть сприймати інтерфейси мобільних додатків та взаємодіяти з ними [18]. Це дозволить створювати інтерфейси, які є не тільки візуально привабливими, але й достатньо ефективними для виконання певних завдань та зручними для користувача.

Аналіз інтерфейсів майже 50 найпопулярніших мобільних додатків і низки публікацій стосовно проблематики розробки їх дизайну дозволив додатково виокремити авангардні напрямки розвитку дизайну їх інтерфейсу в найближчому майбутньому.

Набирає певної популярності «ретрофутуризм». Це відгалуження антидизайну, естетика якого визначається нестримною композицією, ностальгічними шрифтами та яскравими відтінками кольорів.

«Гіперреалізм» – напрям дизайну, у тому числі мобільних додатків, який ідеально поєднує віртуальну та доповнену реальність із графічними техніками. Яскравим прикладом цього передового підходу є використання вуличних тривимірних рекламних щитів.

«Хаотичний максималізм», стиль у якому панує максималістичний хаос із

яскравою, контрастною палітрою, сумішшю минулих стилів, схилянням до поп-культури та зіткненням текстур і візерунків. Типографіка цього напряму дизайну набуває антиутопічного вигляду та посиляється на метавсесвіт, що робить її ключовим елементом цієї естетики.

Стилістичний дизайн 90-х, напрямок характерний використанням у розробках грубих текстур, металевого хрому, нерегулярних сіток, неправильних геометричних форм та нестандартних шрифтів типу «грайлива готика».

Стилістика нових форм сюрреалізму в дизайні, напрям який представляє нетрадиційні та творчі візуальні підходи, ефективно поєднуючи традиційну графіку із техніками аерографії.

Залучення до проектування додатків технологій штучного інтелекту. Інтеграція технологій штучного інтелекту в дизайн є актуальною тенденцією, яка матиме глибокий вплив на процеси проектування в майбутньому, оскільки базується не лише на естетиці дизайнерського продукту, а й на методах його виробництва.

Тим не менш, на наш погляд, при проектуванні чи оновленні дизайну традиційних мобільних додатків, слід перш за все орієнтуватися на вимоги та уподобання цільової аудиторії користувачів, враховуючи їх вік, здібності до взаємодії з додатками, доступність для людей з різними фізичними обмеженнями та інші характерні аспекти.

Висновки. Дизайн мобільних додатків продовжує активно розвиватися та еволюціонувати. Сьогодні дизайнери та розробники постійно працюють над створенням більш ефективних та інтуїтивно зрозумілих інтерфейсів, які задовольнятимуть потреби всіх категорій користувачів. Проведений аналіз тенденцій показав, що для цільової аудиторії старшого віку та людей із деякими фізичними обмеженнями сучасний дизайн мобільних застосувань повинен забезпечувати: простий та інтуїтивно зрозумілий інтерфейс; великі

шрифти та елементи управління для покращення сприйняття; можливість регулювання розміру тексту інтерфейсу; голосові підказки; використання доброзичливих і зрозумілих ілюстрацій; використання технологій доступності (наприклад, синтез мови); адаптивний дизайн інтерфейсу, який легко підлаштовується до різних розмірів екранів і пристроїв; обмеження кількості рівнів в меню для навігації; зворотній зв'язок для надання якісної підтримки користувачу та простоту в освоєнні функціоналу додатка.

Дизайн мобільних застосувань для розвитку дітей вимагає особливих прийомів проєктування інтерфейсів, які повинні враховувати їх вікові особливості, розмаїття інтересів та освітніх потреб. До обов'язкових складових дизайну додатків для дітей слід віднести: використання елементів гейміфікації для підтримки інтересу дітей; яскраві кольори та колірні кодування для виділення різних завдань; інтеграція анімацій і мультимедійних елементів для кращого освоєння додатку; адаптація навчання і можливість вибору персонажів під індивідуальні потреби дитини; простота інтерфейсу для легкого засвоєння дітьми; візуалізація матеріалу із використанням AR-технологій; система моментального зворотного зв'язку і заохочень для мотивації дитини; можливості для командної роботи

дітей; безпека і контроль з боку батьків; регулярне оновлення контенту для підтримки інтересу дитини.

Найбільшу гнучкість, інноваційність, авангардність у розробці дизайну інтерфейсу допускають мобільні додатки для молоді. Для цієї аудиторії у застосунках найшвидше змінюються мода на стилі, естетика, в залежності від часу використання та регіону роботи з додатками. Однак популярними трендами дизайну додатків для даної цільової аудиторії у майбутньому, на наш погляд, залишаться: спрощений дизайн з акцентом на функціональність; використання контрастних елементів і яскравих кольорів на темному фоні; нестандартні шрифти і живі ілюстрації; можливості налаштування інтерфейсу і контенту користувачем; застосування градієнтів і насичених кольорів для привертання уваги і створення яскравого візуального сприйняття; ергономічність і зручність використання додатку; технології доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR); використання тематичних елементів, пов'язаних з поточними подіями і трендами; голосові команди; забезпечення захисту даних користувача і використання біометричних методів автентифікації; застосування дизайну, орієнтованого на екологічну відповідальність і енергозбереження.

Література:

1. Apple. Human Interface Guidelines. *Developer*. 2022. URL: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/> (Last accessed: 02.12.2023).
2. Braun M., Li J., Weber F., Pfleging B., Butz A., Alt F. What If Your Car Would Care? Exploring Use Cases For Affective Automotive User Interfaces. 22nd International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services. Article No.: 37. 2020. P. 1–12. Presented at the Oldenburg, Germany. DOI: [10.1145/3379503.3403530](https://doi.org/10.1145/3379503.3403530).
3. Creating mobile applications on the website «Android Developers». *Developer*. URL: <https://>

developer.android.com/guide/topics/ui (Last accessed: 02.12.2023).

4. Design of interfaces on the website «Smashing Magazine». URL: <https://www.smashingmagazine.com/category/ui-design/> (Last accessed: 02.12.2023).

5. Dos Santos M. M. T., Antonelli H. L., Rodrigues S. S., de O. Silva C. L., Fortes R. P. M., Castro P. C. Personalizing Health-Related ICT Interface and Application: Older Adults and Elderly Caregivers Preferences. *Proceedings of the 7th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing Accessibility and Fighting Info-Exclusion*. 2016. P. 331–338. Presented at the Vila Real, Portugal. DOI: [10.1145/3019943.3019991](https://doi.org/10.1145/3019943.3019991).

6. Material Design. *Google*. 2022. URL: <https://material.io/design/> (Last accessed: 02.12.2023).
7. Interaction Design Foundation – IxDF. Best Practices for Mobile App Usability from Google. *Interaction Design Foundation – IxDF*. 2023. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/it-ain-t-what-you-do-it-s-the-way-that-you-do-it-mobile-app-usability-best-practices> (Last accessed: 02.12.2023).
8. Menges R., Kumar C., Staab S. Improving User Experience of Eye Tracking-Based Interaction: Introspecting and Adapting Interfaces. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.* 26(6). 2019. P. 1–46. DOI: [10.1145/3338844](https://doi.org/10.1145/3338844).
9. Nielsen J. Usability engineering. Elsevier. 1993. URL: <https://www.nngroup.com/books/usability-engineering/> (Last accessed: 02.12.2023).
10. Norman D. The design of everyday things: Revised and expanded edition. Basic books, 2013. 325 p. URL: <https://ia902800.us.archive.org/3/items/thedesignofeverydaythingsbydonnorman/The%20Design%20of%20Everyday%20Things%20by%20Don%20Norman.pdf> (Last accessed: 02.12.2023).
11. Preece J., Rogers Y., Sharp H. Interaction design: beyond human-computer interaction. John Wiley & Sons. 2015. 584 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Interaction_Design.html?id=n0h9CAAQBAJ&rediesc/ (Last accessed: 02.12.2023).
12. Revelle G., Reardon E. Designing and Testing Mobile Interfaces for Children. *Proceedings of the 8th International Conference on Interaction Design and Children*. 2009. P. 329–332. Presented at the Como, Italy. DOI: [10.1145/1551788.1551876](https://doi.org/10.1145/1551788.1551876).
13. Design for Mobile. *Rosenfeld Media*. 2022. URL: <https://rosenfeldmedia.com/books/design-for-mobile/> (Last accessed: 02.12.2023).
14. Ryan C., Gonsalves A. The Effect of Context and Application Type on Mobile Usability: An Empirical Study. *Proceedings of the Twenty-Eighth Australasian Conference on Computer Science*. 2005. Vol. 38. P. 115–124. Presented at the Newcastle, Australia. AUS: Australian Computer Society, Inc. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.5555/1082161.1082174> (Last accessed: 02.12.2023).
15. Schneider B., Sharma K., Cuendet S., Zufferey G., Dillenbourg P., Pea R. Using Mobile Eye-Trackers to Unpack the Perceptual Benefits of a Tangible User Interface for Collaborative Learning. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.*, 23(6). 2016. P. 1–23. DOI: [10.1145/3012009](https://doi.org/10.1145/3012009).
16. Shneiderman B., Plaisant C. Designing the user interface: strategies for effective human-computer interaction. Pearson, 2010. 654 p. URL: <http://seu1.org/files/level5/IT201/Book%20-%20Ben%20Shneiderman-Designing%20the%20User%20Interface-4th%20Edition.pdf> (Last accessed: 02.12.2023).
17. Spillers F. 5 Ways to Incorporate Affordances in User Interfaces. *Interaction Design Foundation – IxDF*. 2023. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-ways-to-incorporate-affordances-in-user-interfaces> (Last accessed: 02.12.2023).
18. Top Mobile App Development Trends in 2023. URL: <https://webn.us.net/top-mobile-app-development-trends-in-2021/> (Last accessed: 11.10.2023).
19. Van Welie M. Patterns in Interaction Design. 2022. URL: <https://www.welie.com/patterns/> (Last accessed: 01.10.2023).
20. Yang C., Kong L., Zhang Z., Peng Y., Wang Q., Tao Y., Song Y. Research on Cognition and Inference Model of Interface Color Imagery Based on EEG Technology. *International Journal of Human-Computer Interaction*. 2023. 39(19). P. 3774–3785. DOI: [10.1080/10447318.2022.2104435](https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2104435).
21. Пустюльга С., Самчук В. Технології веб-дизайну : навч. посібник. Луцьк : Вежа-друк, 2023. 604 с.

References:

1. Apple (2022). Human Interface Guidelines. *Developer*. URL: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines> (Last accessed: 02.12.2023).
2. Braun, M., Li, J., Weber, F., Pfleging, B., Butz, A., & Alt, F. (2020). What If Your Car Would Care? Exploring Use Cases For Affective Automotive User Interfaces. *22nd International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*. Presented at the Oldenburg, Germany. DOI: [10.1145/3379503.3403530](https://doi.org/10.1145/3379503.3403530).
3. Creating mobile applications on the website «Android Developers». *Developer*. URL: <https://developer.android.com/guide/topics/ui> (Last accessed: 02.12.2023).
4. Design of interfaces on the website «Smashing Magazine». URL: <https://www.smashingmagazine.com/category/ui-design/> (Last accessed: 02.12.2023).
5. Dos Santos, M. M. T., Antonelli, H. L., Rodrigues, S. S., de O. Silva, C. L., Fortes, R. P. M., &

- Castro, P. C. (2016). Personalizing Health-Related ICT Interface and Application: Older Adults and Elderly Caregivers Preferences. *Proceedings of the 7th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing Accessibility and Fighting Info-Exclusion*, 331–338. Presented at the Vila Real, Portugal. DOI: [10.1145/3019943.3019991](https://doi.org/10.1145/3019943.3019991).
6. Google (2022). *Material Design*. URL: <https://material.io/design> (Last accessed: 02.12.2023).
7. Interaction Design Foundation – IxDF (2023). Best Practices for Mobile App Usability from Google. *Interaction Design Foundation – IxDF*. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/it-ain-t-what-you-do-it-s-the-way-that-you-do-it-mobile-app-usability-best-practices> (Last accessed: 02.12.2023).
8. Menges, R., Kumar, C., & Staab, S. (2019). Improving User Experience of Eye Tracking-Based Interaction: Introspecting and Adapting Interfaces. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.*, 26(6). DOI: [10.1145/3338844](https://doi.org/10.1145/3338844).
9. Nielsen, J. (1993). Usability engineering. Elsevier. URL: <https://www.nngroup.com/books/usability-engineering/> (Last accessed: 02.12.2023).
10. Norman, D. (2013). The design of everyday things: Revised and expanded edition. *Basic books*. URL: <https://ia902800.us.archive.org/3/items/the-design-of-everyday-things-by-don-norman/The%20Design%20of%20Everyday%20Things%20by%20Don%20Norman.pdf> (Last accessed: 02.12.2023).
11. Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2015). Interaction design: beyond human-computer interaction. John Wiley & Sons. URL: https://books.google.com.ua/books/about/Interaction_Design.html?id=n0h9CAAQBAJ&rediesc/ (Last accessed: 02.12.2023).
12. Revelle, G., & Reardon, E. (2009). Designing and Testing Mobile Interfaces for Children. *Proceedings of the 8th International Conference on Interaction Design and Children*, 329–332. Presented at the Como, Italy. DOI: [10.1145/1551788.1551876](https://doi.org/10.1145/1551788.1551876).
13. Design for Mobile. (2022). *Rosenfeld Media*. URL: <https://rosenfeldmedia.com/books/design-for-mobile/> (Last accessed: 02.12.2023).
14. Ryan, C., & Gonsalves, A. (2005). The Effect of Context and Application Type on Mobile Usability: An Empirical Study. *Proceedings of the Twenty-Eighth Australasian Conference on Computer Science*, 38, 115–124. Presented at the Newcastle, Australia. AUS: Australian Computer Society, Inc. URL: <https://dl.acm.org/doi/10.5555/1082161.1082174> (Last accessed: 02.12.2023).
15. Schneider, B., Sharma, K., Cuendet, S., Zufferey, G., Dillenbourg, P., & Pea, R. (2016). Using Mobile Eye-Trackers to Unpack the Perceptual Benefits of a Tangible User Interface for Collaborative Learning. *ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.*, 23(6). DOI: [10.1145/3012009](https://doi.org/10.1145/3012009).
16. Shneiderman, B., & Plaisant, C. (2010). *Designing the user interface: strategies for effective human-computer interaction*. Pearson. URL: <http://seu1.org/files/level5/IT201/Book%20-%20Ben%20Shneiderman-Designing%20the%20User%20Interface-4th%20Edition.pdf> (Last accessed: 02.12.2023).
17. Spillers, F. (2023). 5 Ways to Incorporate Affordances in User Interfaces. *Interaction Design Foundation – IxDF*. URL: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-ways-to-incorporate-affordances-in-user-interfaces> (Last accessed: 02.12.2023).
18. Top Mobile App Development Trends in 2023. (2023). *Webnus.Net*. URL: <https://webnus.net/top-mobile-app-development-trends-in-2021> (Last accessed: 11.10.2023).
19. Van Welie, M. (2022). Patterns in Interaction Design. URL: <https://www.welie.com/patterns/> (Last accessed: 01.10.2023).
20. Yang, C., Kong, L., Zhang, Z., Peng, Y., Wang, Q., Tao, Y., & Song, Y. (2023) Research on Cognition and Inference Model of Interface Color Imagery Based on EEG Technology, *International Journal of Human-Computer Interaction*, 39(19), 3774–3785, DOI: [10.1080/10447318.2022.2104435](https://doi.org/10.1080/10447318.2022.2104435).
21. Pustiulha S., & Samchuk V. (2023). *Tekhnolohii vebdyzainu* [Technologies of web design]. Lutsk: Vezha-druk [in Ukrainian].

PUSTIULHA S. I., SAMCHUK V. P., SHAPOVALOVA A. A., KLAK Y. V.

Lutsk National Technical University, Lutsk, Ukraine

ANALYSIS OF TENDENCIES AND TRENDS IN DESIGN OF INTERFACES OF MODERN MOBILE ADDITIONS

The purpose of the study is to critically review current trends in the design of mobile application interfaces and to identify the main trends in the design of applications for users of different age categories.

Methodology. The research is based on a comprehensive analysis of information sources in the field of interface design, using the method of comparing the main trends in the design of modern mobile applications and the method of synthesis in developing recommendations for improving the application interface for different categories of users.

Results. To achieve this goal, we analyzed and compared more than 50 mobile applications of different categories and identified their common features, as well as popular interface design techniques. The experience and recommendations of leading designers and experts in the field of mobile design were studied and analyzed.

The article explores the main trends in mobile application design, in particular: the use of simple and clean interfaces; the use of minimalist design; the use of neutral colors and simple design elements; the introduction of material design ideas that use visual effects to give the illusion of a realistic surface and depth. The effectiveness of using gradients and various color transitions, which allow creating more complex and dynamic interfaces, is analyzed. The use of animations, which add liveliness and dynamism to applications and greatly facilitate the user's understanding of the processes in the application, is investigated. It has been determined that to improve the user experience of mobile applications, it is necessary to adhere to the principles of convenience and accessibility, to take into account the needs and expectations of users of different age categories, and to actively use the latest technologies.

Scientific novelty. A critical analysis of current trends in the design of mobile application interfaces is carried out. The main most popular design trends for users of different age categories are highlighted. New possibilities for introducing the functionality of design systems, i.e. a set of rules, components, and other resources used to create application design, into the design of mobile applications are considered.

Practical significance. The results of the study can be useful for mobile application developers who want to improve the user experience and increase the number of users. Practical recommendations allow for more efficient creation of mobile applications that will meet the needs of users of different age groups and meet modern trends in interface design.

Keywords: user experience; design systems; interface functionality; aesthetic appeal; ergonomics; artificial intelligence; graphic design.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Пустюльга Сергій Іванович, д-р техн. наук, професор, професор кафедри архітектури та дизайну, Луцький національний технічний університет, ORCID 0000-0001-7623-7803, Scopus 57192687768, **e-mail:** mbf.declutsk@gmail.com

Самчук Володимир Петрович, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри будівництва та цивільної інженерії, Луцький національний технічний університет, ORCID 0000-0001-9045-9525, Scopus 57209243304, **e-mail:** v.samchuk@Intu.edu.ua

Шаповалова Анна Андріївна, магістр, кафедра архітектури та дизайну, Луцький національний технічний університет, ORCID 0009-0003-0517-8000, **e-mail:** a.shapovalova1009@gmail.com

Клак Юрій Володимирович, старший викладач, кафедра архітектури та дизайну, Луцький національний технічний університет, ORCID 0000-0002-7359-0756, **e-mail:** uklak@i.ua

Цитування за ДСТУ: Пустюльга С. І., Самчук В. П., Шаповалова А. А., Клак Ю. В. Аналіз тенденцій та трендів у дизайні інтерфейсів сучасних мобільних додатків. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 135–148.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.12>

Citation APA: Пустюльга, С.І., Самчук, В.П., Шаповалова, А.А., Клак, Ю.В. (2023). Аналіз тенденцій та трендів у дизайні інтерфейсів сучасних мобільних додатків. *Art and Design*. 4(24). 135–148.

УДК 7.071:004.
738.5

РЕМЕНЄВА Т. В.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.13.**МОДНІ БРЕНДИ У ЦИФРОВОМУ ВИМІРЮВАННІ:
ПОЄДНАННЯ ТВОРЧОСТІ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Мета: дослідити розвиток унікальних інноваційних проєктів, що поєднують мистецтво моди та технологічні розробки дизайнерських рішень.

Методика. Застосовано методи літературно-аналітичного, системно-структурного, порівняльного аналізу, синтезу й узагальнення; використано методи систематизації візуальних джерел, а також формального, стилістичного, композиційного, колористичного аналізу.

Результати. Досліджено роль брендингу та елементів дизайну в інноваційній комунікації технологій та моди. Проаналізовано еволюцію розвитку та методологічний концепт нового напрямку моди *digital fashion*. Описано практики роботи дизайнерських брендів у поєднанні інноваційних технологій та історично-мистецького досвіду, що дозволяє створювати авангардні тканини, одяг, взуття, аксесуари. Представлено огляд використання сучасних передових технологій у творчості креативних дизайнерів нового покоління.

Наукова новизна полягає у проведенні системного аналізу результатів роботи світових брендів з практичної реалізації нових трендів дизайн-діяльності шляхом: поєднання проривних біотехнологій та авангардного дизайну як альтернативної перспективи нових живих дизайн-продуктів; активному застосуванню передових ІТ-технологій за допомогою цифрових матеріалів, 3D-принтів та анімаційного 3D-програмного забезпечення, а також аніматронних роботизованих систем. Все це набуває неймовірної популярності у дизайн-практиці при створенні модних продуктів *luxury-сегменту*.

Практична значущість досліджень полягає у висвітленні досвіду актуального тренду у роботі сучасних дизайнерів та брендів, які експериментують не лише з формами та кроєм, а й з передовими технологіями. Наголошено екологічний акцент цифрової моди, яка здатна знизити негативний вплив модного бізнесу брендів *fast-fashion* на світову екологію.

Ключові слова: концептуальний дизайн, цифрова мода, інтерактивний одяг, екологічні концепції у дизайні, дизайн-діяльність.

Вступ. Одяг у процесі цивілізаційної еволюції слугує людству незамінною частиною життя – щоправда, з найдавніших часів питанням його естетики не надавалося особливого значення. Історично головними в одязі вважалися захисні властивості та функціональність, але з часів Відродження, бароко, модерну, розвитком інноваційних технологій наше життя, як і костюм, кардинально змінилося. Світ не стоїть на місці, бурхливо змінюються настрої, уподобання, величезними стрибками розвиваються сучасні технології та відповідні проєктні рішення.

Аналіз попередніх досліджень. Початок ХХІ ст. надав поштовху розвитку новітніх технологічних рішень у світі моди – створюються унікальні інноваційні проєкти,

що поєднують мистецтво моди та інженерні розробки дизайнерських рішень. Відомо, що природа, об'єкти якої використовуються в якості моделей різних сфер життєдіяльності людства, допомагає розв'язати проблематику наукових досліджень у мистецтві та дизайн-діяльності. Так, дослідники розглядають природу як джерело натхнення різнобічних авторських проєктів в одязі, середовищі, графіці, створюючи природні біоаналогії сучасних споживчих речей проєктними методами. Також сьогодні більшість науковців зосереджують увагу на дослідженні ролі зелених технологій [1; 2; 8; 13; 18]; інші дизайнери [12; 19; 25] інтегрують живі організми (бактерії, водорості, гриби тощо), формуючи новий тренд дизайн-діяльності проєктуванням нових споживчих

об'єктів шляхом поєднання проривних біотехнологій та авангардного дизайну як альтернативної перспективи нових живих дизайн-продуктів. Крім того, спостерігаємо активне застосування передових ІТ-технологій за допомогою цифрових матеріалів, 3D-принтів та анімаційного 3D-програмного забезпечення, а також аніматронних роботизованих систем [4; 9; 10; 20]. Все це набуває неймовірної популярності у дизайн-практиці при створенні модних продуктів *luxury*-сегменту. Саме тому, актуальним питанням теорії та практики дизайну сьогодні стає проєктування авторських проєктів застосуванням новітніх технологій. На думку Склярєнко Н. В. [6], це вимагає від дизайнерів дослідження та осмислення інтегральної природи візуалізації дизайн-комунікацій у системі мінливого середовища. Концептуальна природа сучасних інноваційних технологій потребує, власне, об'єднання двох основних складових: концепції художньо-образної трансформації та концепції комунікативної динаміки. Так, концепція художньо-образної трансформації вимагає переосмислення візуальної сутності новоствореного дизайн-продукту. Методика створення цієї концепції ґрунтується на законах та принципах композиції. Друга складова потребує концептуальний розгляд способу членування форм як стратегію впливу на свідомість людини через програмування її поведінки. Наукова школа Київського національного університету технологій та дизайну (КНУТД) з дизайну та ергономіки під керівництвом проф. Колосніченка М. В. дослідженнями доводить, що різноманітність способів членування складових елементів форми дозволяє дизайнерам свідомо розширити спектр функцій візуального формоутворення дизайн-систем та реалізувати екологічну функцію, продовживши термін її застосування засобами дизайну [5; 6; 26]. Остання теза є конче актуальною для індустрії моди, функціонування якої потребує негайного зниження негативного впливу

модного бізнесу брендів *fast-fashion* на світову екологію.

Постановка завдання. Відповідно до мети дослідження, нами поставлено завдання щодо дослідження становлення та розвитку унікальних інноваційних світових проєктів, які поєднують мистецтво моди та технологічні розробки дизайнерських рішень. Завданням досліджень також стало висвітлення досвіду актуальних розробок креативних дизайнерів та брендів, які експериментують з передовими технологіями сучасності.

Результати дослідження та їх обговорення. Новий напрямок моди – цифровий фешн (*digital fashion*) вже впевнено крокує світовими подіумами. Простежимо його еволюцію та методологічний концепт, якій ґрунтується на системному та міждисциплінарному підходах, що дозволяють дослідити інновації в моді як інтегровані дизайн-системи. Дизайнери та бренди на початку третього тисячоліття, завдяки спільній роботі з вченими в наукових лабораторіях та майстернях, змогли поєднати інноваційні технології та історичний мистецький досвід – створено авангардні тканини, одяг, взуття, аксесуари. Таки сукні, костюми, взуття не призначені для щоденного носіння і, скоріше, розроблено для подіумів, сцени (створення сценічних образів шоу-зірок), музеїв моди, але вони реальні, актуальні. Дедалі більше дизайнерських брендів експериментують не лише з формами та кроєм, а й з передовими технологіями.

Бренд *CuteCircuit* – один з брендів з розробки інтерактивного одягу. Його засновники – *Ryan Genz* і *Francesca Rosella*; раніше працювала у *Valentino*, і сьогодні вже як років двадцять вони успішно експериментують з інтерактивним одягом, являючись головною креативною силою бренду. Їхньою першою великою удачею став комплект *The Hug Shirt*, що дозволяє своїм носіям обіймати один одного на відстані [14]. Ця розробка стала одним з найважливіших винаходів 2002 року за версією журналу *TIME*. Саме у

2002 році колекція інтерактивних костюмів, суконь та спідниць *CuteCircuit* уперше потрапила на Тиждень моди у Нью-Йорку. Йдеться, як і раніше, про одяг зі світлодіодами – він іскриться, переливається різними кольорами, транслює візерунки та картинки. Але тепер керувати ним – змінити, наприклад, колір тканини – можна просто лампочкою *Philips Hue*, з айфону. Дизайнери бренду вважають, що у гардеробі може бути небагато спідниць, а до них слід завантажити безліч різних кольорів та візерунків. Спочатку сукні створювалися для багатих та знаменитих. Так у 2010 році було виготовлено блискучу сукню для співачки *Katy Perry*, ця сукня містила 3000 світлодіодних лампочок.

У тканину мерехтливого плаття від *CuteCircuit* вшита дрібна сітка зі світлодіодів. Сама тканина кінестетичної сукні просочується спеціальним струмопровідним складом, який нешкідливий для людини. В арсеналі фірми є сукні, що змінюють колір, залежно від настрою чи рухів власниці. В подальшому дизайнери активно перейшли на одяг зі світлодіодами: сконструювали спідницю з цифровим табло не лише для співачки *Katy Perry* та сяючу сукню *Galaxy Dress* з батарейками на пів години автономної роботи (рис. 1, 2) її ж вважають найбільшим мобільним екраном у світі. Мабуть, найзнаменитішим творінням бренду *CuteCircuit* вважається саме сукня *Galaxy Dress* – сьогодні вона є частиною експозиції *Museum of Science and Industry in Chicago*.

Розумні інтерактивні сукні від *CuteCircuit* вже у 2011 році надали дозвіл активним дівчатам спілкуватись телефоном за допомогою мобільного плаття. Така сукня вібрує при вхідному дзвінку, а навушник і мікрофон вбудовані в рукав. Для живлення використовується звичайний акумулятор мобільного телефону – і це не з галузі фантастики, а реальні дизайнерські модні витвори. У *CuteCircuit* вже в ті роки пообіцяли, що деякі з їхніх речей скоро з'являться у магазинах.

Серед інших розумних моделей – *Kinetic Dress*. Ця сукня загоряється і змінює свою структуру під час руху людини. Кажуть, що ця сукня, як за помахом чарівної палички може змінити свій колір і нанесений принт, крім руху реагує й на настрої свого власника. В *K-Dress* дизайнери запрограмували м'яке свічення, щоб артистка не відчувала себе «цифровим табло». На сукні були нашити лампочки розміром менше 2 мм – плоскі, як папір, їх навіть важко знайти на тканині. Нова колекція *CuteCircuit* 2014/2015 рр. була створена вже для масового ринку. Колекція суконь, піджаків та спідниць містить у собі цифрові технології, при цьому вони зручні в носінні та їх можна прати. З нарядом можна зв'язуватися зі смартфона через *Bluetooth*, змінити його колір або малюнок.

Бренд *CuteCircuit* випускає і футболки, які обіймаються з друзями по *MMS*. Така футболка здатна змусити вас на відстані відчувати обійми та стукіт серця людини, яка їх вам відправила. Мабуть, цю функцію можна було вбудувати й в мобільну сукню. Поки що дизайнери-винахідники бренду не створили універсальну сукню для соціальних мереж, але винайшли костюм для *Facebook*. Для соціоманів вигадали цілий костюм, що допомагає знаходитися постійно онлайн у соціальній мережі. Якщо надходить повідомлення, у власниці сукні поколює праве плече; якщо вона хоче відправити посмішку – одягає капюшон.

Сьогодні купити одяг *CuteCircuit* можуть усі бажаючі в інтернет-магазині бренду (рис. 3). Деякі сукні замість світлодіодів містять просто 3D-технології, що відбивають матеріали, або одяг зі світлодіодами, що реагує на рухи власника, коштують відносно недорого; вартість повноцінних програмованих цифрових суконь коштуватиме вдвічі дорожче, але доступно для споживачів модного люксового сегмента.

Розробники креативного бренду впевнені, що цифрова мода знизить згубний вплив на екологію, бо звичайний одяг

зрештою застаріває та викидається. Але якщо ми зможемо щодня скачувати для нашого одягу нові забарвлення та візерунки, ми зможемо купувати, а значить, і виробляти менше одягу. Все це повністю відповідає моделі інтегрального проєктування дизайн-об'єктів [6], яка концептуально об'єднує усі поставлені задачі й проблеми. Модель являє собою синтез двох позицій: 1) вихідний об'єкт/явище, який сприймається як дизайн-проблема; 2) асоціативний об'єкт/явище,

який виникає, зазвичай спонтанно, або як результат свідомого аналізу. Дослідженнями доведено [5; 26], що експериментальна природа проєктування візуальних об'єктів ґрунтується на принципах інтеграції та теорії подібності. Вони взаємодіють, згідно змістів закладених дизайнерами, із предметно-просторовим і природним середовищем та людиною. Такий підхід обумовлений актуалізацією проблемного концепту, який змінює базову ситуацію на нову.



Рис. 1, 2. Меретрливі сукні від CuteCircuit [14]



Рис. 3. Одяг від CuteCircuit з інтернет-магазину бренду [4]

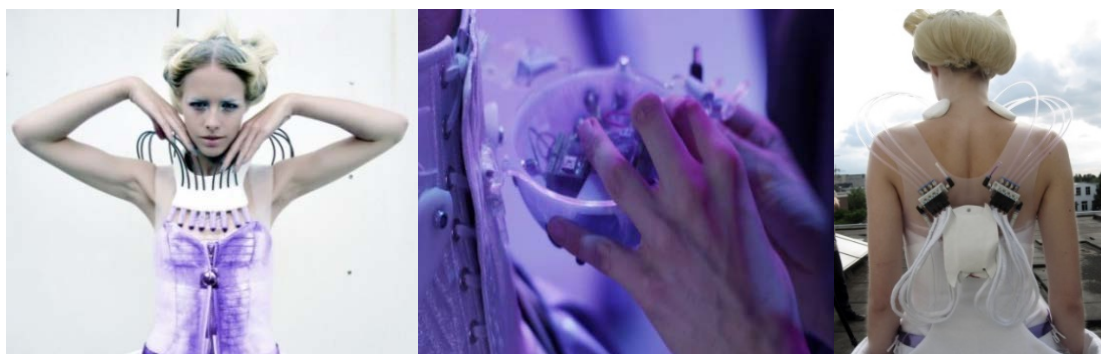


Рис. 4. Сукня від голландського дизайнера Anouk Wipprecht [23]

Так, сукня від голландського дизайнера Anouk Wipprecht [23], незвичайним чином поєднує моду та технології. Сукня під назвою

Псевдоморф містить клапани, які повільно перекачують чорнило, коли ви одягаєте її, створюючи цікаві візерунки та унікальний

одяг для кожного власника. Горловина працює за допомогою пневматичних клапанів та системи, яка дозволяє чорнилу проходити через тканину (рис. 4). Електронні схеми, що керують клапаном, живляться від 9-вольтової батареї; сукня була показана на Віденській неділі моди наприкінці 2010 р. Дедалі частіше багато дизайнерів намагаються поєднати моду та технології з наміром розробити нові ідеї в галузі комп'ютерів. Ми побачили плаття з перероблених проводів, *OLED*-дисплеїв та друкованих плат. Сукня Псевдоморф складається із двох частин: ліф – це біле плаття з товстого фетру, а шийна підтяжка – це електронний аксесуар, виготовлений із переробленого медичного обладнання, повідомляє *Fashioning Tech*. Обидві частини поєднані разом, тому, коли чорнило стікає по сукні, воно створює унікальний візерунок.

У 2015 році ця ж дизайнерка *Anouk Wipprecht* реалізувала свій 20-річний концептуальний проєкт створенням пристрою, влучно названим сукня-павук. Він оснащений механічними аніматронними кінцівками, які реагують на зовнішні подразники та захищають особистий простір власника. Інноваційна сукня розширює інтуїцію власника: вона використовує датчики наближення, а також датчик дихання, щоб визначати та захищати особистий простір власника: наблизьтеся до власника агресивно, і механічні кінцівки піднімуться до атакуючої позиції; підійдіть до системи в більш спокійній обстановці – сукня заманює підійти ближче плавними багатозначними жестами. Аніматронна/мехатронна сукня на основі 3D-друкованих датчиків, реалізована на базі *Intel Edison*, діє як інтерфейс між тілом та зовнішнім світом, використовуючи технології та одяг як засіб взаємодії.

Останніми роками *Anouk Wipprecht* – голландський дизайнер, інженер та новатор у сфері *FashionTech*, яка сьогодні разом з Інститутом інтегральних схем в Лінці та австрійською нейротехнологічною компанією анонсують нові проєкти, які

унікальним та інноваційним чином поєднують ЕЕГ та сигнали мозку з модою та мистецтвом. Дизайнерка працює в галузі робототехніки, приділяючи особливу увагу поведінковим аспектам взаємодії електронних пристроїв, заснованих на тілі. Її проєкти мають на меті створення такого одягу, якій би полегшував і доповнював нашу взаємодію з самими собою та нашим оточенням. Її сукня-павук – чудовий приклад цієї естетики: датчики та рухливі ручки на сукні допомагають створити чіткіші межі особистого простору, зберігаючи при цьому запеклий стиль.

Отже, засновники брендів компаній та креативні дизайнери впевнені, що майбутнє модної індустрії – за електронним текстилем та інноваційними технологіями у виробництві одягу. В цьому контексті є нагода зазначити, що провідні дизайнерські школи світу активно співпрацюють зі світовими розробниками інноваційного текстилю. Не виключенням є наукові розробки фахівців КНУТД [2; 7; 15; 21], які багато років беруть участь у європейських наукових проєктах та наукових конференціях з інновацій текстилю та моди. Сьогодні КНУТД співпрацює з Бірмінгемським університетом у напрямку навчання студентів та досліджень аспірантів – міцні наукові школи університетів світу завжди співпрацюють у розвитку нових авторських концепцій створення інноваційного одягу. Саме тому, цікавими представляються наукові результати Лондонського коледжу моди, якій ще у 2011 році представив авторську розробку інноваційної сукні, яка очищає забруднене міське повітря за допомогою хімічної реакції на поверхні тканини [9]. Це *Catalytic Clothing* – новаторська співпраця Лондонського коледжу моди та Університету Шеффілда. Каталітичний одяг (рис. 5) являє собою чудовий вияв глибинних технологій, що прагнуть об'єднати світ моди та науки, досліджуючи процеси використання поверхонь одягу та текстилю як каталітичну поверхню для очищення повітря. По суті – як

створювати одяг, якій зможе і буде очищувати повітря. Вчені та дизайнери заручилися підтримкою громадськості, а також співпрацює з моделями модного бізнесу – актриса і модель *Erin O'Connor* із вдячністю взяла участь у проєкті, носила сукні з матеріалів із технологією очищення повітря.

У той же час, концепція використання текстилю для поглинання забруднень і очищення повітря, яким ми дихаємо, викликає інтерес у швейній промисловості, а також брендів екомиючих засобів – *Ecover* й дотепер бере участь у відповідних проєктах.

Цікавими також є розробки інноваційного спрею, що складається з дрібних волокон, який при розпиленні перетворюється на справжню тканину (рис. 6). Щоб отримати ідеальне вбрання, потрібно просто розпорошити спрей на шкіру людини – і тканина точно відтворить фігуру, підкреслюючи таким чином всі її переваги. Після висихання тканину можна зняти, випрати або навіть розчинити [2]. З такими спреями можна експериментувати: додавати елементи одягу, змішувати кольори та текстури тканини.

Чутлива сукня *Rainbow Winters* [24] (рис. 7) від *Emi Winters* – найцитованішого розробника одягу, яка реагує на зміни навколишнього середовища. *Winters* постійно їздить на *CES* та інші профільні виставки, показуючи, по суті, одну і ту ж сукню, вдосконаленням якої вона займається пів життя (іноді вона перетворюється на бікіні). Ідея цієї сукні в тому, що вона змінює свій колір залежно від вологості, освітлення та звуків навколо. Але все це дуже просто в порівнянні з менш відомими експериментами з чутливим одягом інших дизайнерів: сукня *Diffus* із системою екомоніторингу червоніє, якщо їй здається, що довкола погане повітря; *Flare* спалахує вбудованими в нього електронними кульбабами при найменшому пориві вітру. Сукні дизайнера *Ina Gao* забезпечені екстрасенсорним датчиком, ворухатися і щуляться, коли хтось просто на них дивиться.

Різноманітний досвід *Emi Winters* включає також дизайн перформансу (*Central Saint Martins*), заснування власної компанії *Rainbow Winters* (інтерактивні матеріали) та ступінь доктора філософії у галузі текстилю (*Royal College of Art*). Здобувши докторську дисертацію, вона працювала в освіті (RCA), де керувала та розвивала магістерську програму *Textiles "Soft Systems"*. Її приклад надихає молодих науковців, що присвятили себе світу моди та дизайну. Сьогодні бренд *Rainbow Winters* розробляє м'які матеріали, які взаємодіють із зовнішніми впливами, такими як звук, світло, швидкість та волога.

Емоційний светр *Mood Sweater* компанії *Sensoree* [11], розроблений ще у 2014 році (рис. 8), дозволяє спостерігати за почуттями користувача по сенсорах на долонях: залежно від потіння долонь, світлодіоди светра змінюють свій колір. Червоний означає, що людина нервує, синій – що розслаблена, жовтий вказує на політ у нірвану тощо. Пристрій розрахований на людей, які страждають на аутизм і сенсорну дисфункцію, допомагає їм розібратися у власних реакціях на те, що відбувається. Втім, на думку фахівців, ідея не нова. Кілька років тому нам вже демонстрували сукню *Intimacy* з електронної фольги, яка зчитувала пульс дівчини та у хвилюючі моменти робилася прозорою. Додамо сюди ж «зчитувач думок» *Necomini* у вигляді котячих вух, що слугують чимось на кшталт мімічного протеза: вам тільки здається, що ви починаєте хвилюватися, а вуха вже стоять сторчма.

Кліматичне плаття зі світлодіодним підсвічуванням (рис. 9) контролює забруднення та відображає попередження про шкоду для здоров'я, засновані на якості місцевого повітря [22]. У цю сукню вплетені сотні світлодіодів, пов'язаних із мікропроцесором та блоком виявлення вуглекислого газу. Світло пульсує в залежності від місцевого рівня вуглецю: чим швидше пульс, тим небезпечніші умови повітря.



Рис. 5. Екоодяг *Catalytic Clothing* здатний очищувати повітря [9]



Рис. 6. Сукня-спрей від *Catalytic Clothing* [9]



Рис. 7. Чутлива екосукня від *Rainbow Winters* [24]



Рис. 8. Емоційний *Mood Sweater* від *Sensoree* [11]

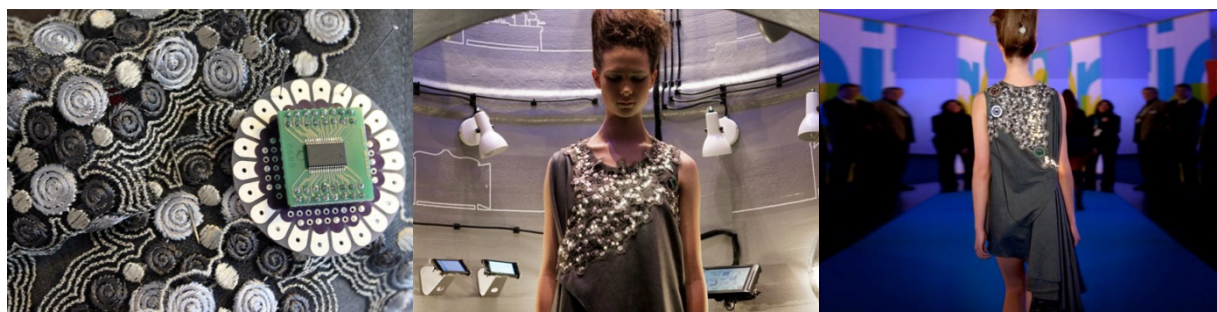


Рис. 9. Кліматичне плаття зі світлодіодним підсвічуванням [22]



Рис. 10. Вироби з мікробної целюлози від бренду *Biocouture* [16]

Отже, куртки, сукні, білизна, шкарпетки, взуття – далеко не повний перелік застосування інноваційних технологій у модних дизайн-продуктах. Набирають обертів технології використання живих матеріалів з бактерій, що неминуче призведе до створення фабрик з вирощування речей (рис. 10) [16]. Перший у світі одяг, вирощений з бактерій, створила у 2011 році дизайнер *Suzanne Lee* з лондонської Школи моди та текстилю *Saint Martins*. Для отримання унікального матеріалу під назвою «мікробна целюлоза», вона змішала у звичайній ванні колонію бактерій, що використовуються при приготуванні напоїв із вмістом кофеїну, а також дріжджі та солодкий зелений чай. Їй вдалося отримати матеріал, що нагадує людську шкіру, і пошити з нього жилет.

Для з'єднання відрізків цієї матерії достатньо сильного натискання на стики тканини. Після того, як такий біодяг зношується, його можна легко утилізувати. Мікробна целюлоза є частиною дослідницького проєкту *Biocouture*, який має створити міцні та надійні тканини за допомогою матерії з бактерій [16]. Зараз *Suzanne Lee* керує компанією *Biocouture*, де разом із такими ж ентузіастами безвідходного виробництва працює над удосконаленням технології. На даний момент *Suzanne Lee* вже виготовила гофровану куртку-піджак із целюлози. Сама дизайнер впевнена, що

рано чи пізно людство зможе у прямому розумінні вирощувати одяг.

Висновки. Представленими дослідженнями практично доведено обґрунтоване застосування новітньої теоретичної моделі інтегрального проєктування дизайн-об'єктів у реальних інноваційних проєктах сучасних модних брендів при створенні перспективних дизайн-продуктів. Отриманий концепт являє собою інтегральне сполучення якісно перетворених початкових образів та змістів, які апелюють до всіх видів сприйняття.

Отже, хто сказав, що мода не може вплинути на нашу екологічну свідомість? У нашому аналізі представлено лише частину модних інновацій, але й вони вражають своїми можливостями. Завдяки спільній роботі дизайнерів та вчених, сучасний одяг крім своїх прямих функцій, також може змінювати розмір та захищати свого власника. Представлена концепція може виявитися недостатньо практичною для масового виробництва, натомість подібна екологічно-свідома мода є прогресом у правильному напрямку для творчого світу. Такі сукні створені в одиничних примірниках і більшою мірою для того, щоб показати можливості сучасних технологій. Проте, таке вбрання – це прогресивний погляд на дизайн та моду, для нього завжди є своя ніша та покупці.

Література:

1. Кінець епохи fashion: що чекає на ринок одягу в Україні. *Pro-Consulting*. 2020. URL: <https://pro-consulting.ua/pressroom/konec-epohi-fashion-cho-zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine> (дата звернення: 24.08.2023 р.).
2. Колосніченко О. В., Кротова Т. Ф., Пашкевич К. Л. Sustainable fashion як тренд сучасності. *Мистецтвознавство України*. Київ: Інститут проблем сучасного мистецтва. НАМ України, 2021. Вип. 21. С. 35–42. DOI: <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254670>.
3. Офіційний сайт бренду *Anouk Wipprecht*. 2023. URL: <https://www.anoukwipprecht.nl> (дата звернення: 12.08.2023).

4. Офіційний сайт бренду *CuteCircuit*. 2023. URL: <https://cutecircuit.com> (дата звернення: 08.09.2023).

5. Склярєнко Н. В., Колосніченко М. В. Динамічне проєктування поліграфічної продукції: способи трансформації художнього образу. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі*: монографія. М. В. Колосніченко та ін. Київ: КНУТД, 2022. С. 35–58.

6. Склярєнко Н. В. Візуальні комунікації в дизайні: динамічні концепції сталого розвитку: монографія. Луцьк: Вежа-Друк, 2023. 484 с.

7. Супрун Н. П., Власенко В. І., Арабулі С. І. Текстиль та багатофункціональні текстильні композиційні матеріали у виробках для інвалідів та

важкохворих : монографія. Київ : КНУТД, 2011. 197 с.

8. Ashour A. F. Design Responsibility and Sustainability in Education. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 2020, № 15(1). P. 129–133. DOI: <https://doi.org/10.18280/ij dne.150117>.

9. Catalytic Clothing. *Vogue*, 2011. URL: <https://www.vogue.co.uk/article/catalytic-clothing> (дата звернення: 15.11.2023).

10. Caves R. Creative industries: contracts between arts and commerce. Cambridge : Harvard University Press, 2002. 464 p.

11. Ger mood sweater. *Exclama*, 2014. URL: <https://revistaexclama.com/ger-mood-sweater/> (дата звернення: 05.10.2023 р.).

12. Ghazalli A. J., Brack C., Bai X., Said I. Physical and Non-Physical Benefits of Vertical Greenery Systems: A Review. *Journal of Urban Technology*, 2019. Vol. 26(4). P. 53–78. DOI: <https://doi.org/10.1080/10630732.2019.1637694>.

13. Ghisetti C., Montresor S., Vezzani A. Design and environmental technologies: Does "green-matching" actually help? *Research Policy*. 2021. Vol. 50(5): Art. 104208. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104208>.

14. Haute Couture. 2020. *Cutecircuit*. URL: <https://cutecircuit.com/haute-couture> (дата звернення: 25.08.2023).

15. Kolosnichenko O. V., Ostapenko N. V., Kolosnichenko M. V. The development of new forms of special clothes by design projecting methods. *Vlakna a Textil*. 2016. Vol. 2. P. 3–8.

16. Lee S. Grow your own clothes. 2011. *TED Talk*. URL: www.ted.com/talks/suzanne_lee_grow_your_own_clothe (дата звернення: 11.10.2023).

17. Lee S., Du Preez W. Fashioning the Future: Tomorrow's Wardrobe. Thames & Hudson. 2007. 207 p.

18. McQuillan H., Karana E. Conformal, Seamless, Sustainable: Multimorphic Textile-forms as a Material-Driven Design Approach for HCI. Proceedings of the CHI '23: Conference on Human Factors in Computing Systems (19 April, 2023) 2023, № 727, P. 1–19. DOI: <https://doi.org/10.1145/3544548.3581156>.

19. Montana-Hoyos C., Fiorentino C. Bio-Utilization, Bio-Inspiration, and Bio-Affiliation in Design for Sustainability: Biotechnology, Biomimicry, and Biophilic Design. *The International Journal of Designed Objects*. 2016. Vol. 10(3). P. 1–18.

DOI: <https://doi.org/10.18848/2325-1379/CGP/v10i03/1-18>.

20. Österreichs Stellung als bedeutende Kulturnation sichern zu wollen. ÖVP-Grundsatzprogramm, 1995. S. 26.

21. Pashkevich K. L., Kolosnichenko M. V., Ostapenko N. V. Research of some physical and mechanical characteristics of suiting fabrics for designing the clothes *Vlakna a Textil*. 2016. № 1. P. 3–8.

22. Payne S. LED-Powered Climate Dress Monitors Pollution. *TheCoolist*. 2009. URL: <https://www.thecoolist.com/led-powered-climate-dress-monitors-pollution> (дата звернення: 12.07.2023).

23. Pseudomorphs. *V2_Lab for the Unstable Media*. 2010. URL: <https://v2.nl/works/pseudomorphs> (дата звернення 20.08.2023).

24. Rainbow Winters. *NOT JUST A LABEL*. 2010. URL: <http://www.notjustalabel.com/rainbow-winters> (дата звернення: 04.09.2023).

25. Shen W., Gu H., Ball L. J., Yuan Y., Yu C., Shi R., Huang T. The impact of advertising creativity, warning-based appeals and green dispositions on the attentional effectiveness of environmental advertisements. *Journal of Cleaner Production*. 2020. Vol. 271. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122618>.

26. Skliarenko N. V., Kolosnichenko M. V., Didukh A. S., Kolosnichenko O. V., Remeniya T. V. Living visual communication design toward to sustainable development: Conceptual framework and ecological strategies. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*. 2022. Vol. 17(6). P. 875–882. DOI: <https://doi.org/10.18280/ij dne.170607>.

References:

1. Kinets epokhy fashion: shcho chekaie na rynek odiahu v Ukraini [The end of the fashion era: what awaits the clothing market in Ukraine]. *Pro-Consulting*. URL: <https://pro-consulting.ua/pressroom/konec-epohi-fashion-cho-zhdyot-rynok-odezhdy-v-ukraine> (Last accessed: 24.08.2023) [in Ukrainian].

2. Kolosnichenko, O. V., Krotova, T. F., & Pashkevych, K. L. (2021). *Sustainable fashion yak trend suchasnosti* [Sustainable fashion as a modern trend]. *Mystetstvoznavstvo Ukrainy – Art history of Ukraine*, 21, 35–42. DOI: <https://doi.org/10.31500/2309-8155.21.2021.254670> [in Ukrainian].

3. Ofitsiyni sait brendu [Official website of the brand]. *Anouk Wipprecht* (2023). URL: <https://www.anoukwipprecht.nl> (Last accessed: 12.08.2023).
4. Ofitsiyni sait brendu [Official website of the brand]. *CuteCircuit* (2023). URL: <https://cutecircuit.com> (Last accessed: 08.09.2023).
5. Skliarenko N. V., & Kolosnichenko M. V. (2022). Dynamichne proiektuvannia polihrafichnoi produktsii: sposoby transformatsii khudozhnoho obrazu [Dynamic design of printed products: ways to transform an artistic image]. In: *Hrafichnyi dyzain v informatsiinomu ta vizualnomu prostori* [Graphic design in the information and visual spac]. Kolosnichenko, M. V. (Ed.). Kyiv : KNUTD [in Ukrainian].
6. Skliarenko, N. V. (2023). *Vizualni komunikatsii v dyzaini: dynamichni kontseptsii staloho rozvytku* [Visual communications in design: dynamic concepts of sustainable development]. Lutsk : Vezha-Druk [in Ukrainian].
7. Suprun, N. P., Vlasenko, V. I., & Arabuli, S. I. (2011). *Tekstyl ta bahatofunktsionalni tekstylni kompozytsiini materialy u vyrobakh dlia invalidiv ta vazhkokhvorykh* [Textiles and multifunctional textile composite materials in products for the disabled and seriously ill]. Kyiv : KNUTD [in Ukrainian].
8. Ashour, A. F. (2020). Design Responsibility and Sustainability in Education. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 15(1), 129–133. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijdne.150117>.
9. Catalytic Clothing. *Vogue* (2011). URL: <https://www.vogue.co.uk/article/catalytic-clothing> (Last accessed: 15.11.2023).
10. Caves, R. (2002). *Creative industries: contracts between arts and commerce*. Cambridge : Harvard University Press.
11. Ger mood sweater. (2014). *Exclama*. URL: <https://revistaexclama.com/ger-mood-sweater/> (Last accessed: 05.10.2023).
12. Ghazalli, A. J., Brack, C., Bai, X., & Said, I. (2019). Physical and Non-Physical Benefits of Vertical Greenery Systems: A Review. *Journal of Urban Technology*, 26(4), 53–78. DOI: <https://doi.org/10.1080/10630732.2019.1637694>.
13. Ghisetti, C., Montesor, S., & Vezzani, A. (2021). Design and environmental technologies: Does "green-matching" actually help? *Research Policy*, 50(5), 104208. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104208>.
14. Haute Couture. (2020). *Cutecircuit*. URL: <https://cutecircuit.com/haute-couture> (Last accessed: 25.08.2023).
15. Kolosnichenko, O. V., Ostapenko, N. V., & Kolosnichenko, M. V. (2016). The development of new forms of special clothes by design projecting methods. *Vlakna a Textile*, 2, 3–8.
16. Lee, S. (2011). Grow your own clothes. *TED Talk*. URL: www.ted.com/talks/suzanne_lee_grow_your_own_clothe (Last accessed: 11.10.2023).
17. Lee, S., & du Preez, W. (2007). *Fashioning the Future: Tomorrow's Wardrobe*. Thames & Hudson.
18. McQuillan, H., & Karana, E. (2023). Conformal, Seamless, Sustainable: Multimorphic Textile-forms as a Material-Driven Design Approach for HCI. *Proceedings of the CHI '23: Conference on Human Factors in Computing Systems (19 April, 2023)*, (pp. 1–19). DOI: <https://doi.org/10.1145/3544548.3581156>.
19. Montana-Hoyos, C., & Fiorentino, C. (2016). Bio-Utilization, Bio-Inspiration, and Bio-Affiliation in Design for Sustainability: Biotechnology, Biomimicry, and Biophilic Design. *The International Journal of Designed Objects*, 10(3), 1–18. DOI: <https://doi.org/10.18848/2325-1379/CGP/v10i03/1-18>.
20. Österreichs Stellung als bedeutende Kulturnation sichern zu wollen. ÖVP-Grundsatzprogramm (1995) [in German].
21. Pashkevich, K. L., Kolosnichenko, M. V., & Ostapenko, N. V. (2016). Research of some physical and mechanical characteristics of suiting fabrics for designing the clothes *Vlakna a Textil*, 1, 3–8.
22. Payne, S. (2009). LED-Powered Climate Dress Monitors Pollution. *TheCoolist*. URL: <https://www.thecoolist.com/led-powered-climate-dress-monitors-pollution> (Last accessed: 12.07.2023).
23. Pseudomorphs (2010). *V2_Lab for the Unstable Media*. <https://v2.nl/works/pseudomorphs> (Last accessed: 20.08.2023).
24. Rainbow Winters (2010). *NOT JUST A LABEL*. URL: <http://www.notjustalabel.com/rainbow-winters> (Last accessed: 04.09.2023).
25. Shen, W., Gu, H., Ball, L. J., Yuan, Y., Yu, C., Shi, R., & Huang, T. (2020). The impact of advertising creativity, warning-based appeals and green dispositions on the attentional effectiveness of environmental advertisements. *Journal of Cleaner Production*, 271. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122618>.

26.Skliarenko, N. V., Kolosnichenko, M. V., development: Conceptual framework and ecological strategies. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 17(6), 875–882. DOI: <https://doi.org/10.18280/ijdne.170607>.

REMENIEVA T. V.

Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

FASHION BRANDS IN THE DIGITAL REALM: A BLEND OF CREATIVITY AND INNOVATIVE TECHNOLOGIES

Objective. *To investigate the dynamics of unique innovative projects that blend the art of fashion and technological advancements in design workflows.*

Methods. *Approach involved methods of literary and analytical, systematic and structural, comparative analysis, synthesis and generalization; methods of systematization of visual sources, as well as formal, stylistic, compositional and coloristic analysis.*

Key results. *The role of branding and design elements in the innovative communication of technology and fashion is investigated. The evolution of digital fashion and the methodological concept of the new fashion direction are analyzed. It is revealed how designer brands integrate innovative technologies into historical and artistic experience to produce avant-garde fabrics, clothing, footwear, and accessories. An overview of the employment of modern advanced technologies in the work of creative designers of the new generation is presented.*

Scientific novelty *consists in performing a systematic analysis of the results of the work of leading global brands in the practical implementation of new design trends in the form of: a blend of breakthrough biotechnologies and avant-garde design as an alternative perspective for new living design products; active use of advanced IT technologies through digital materials, 3D prints and 3D animation software, along with animatronic robotic systems. The above is gaining massive popularity in design practice when creating luxury fashion items.*

Practical relevance *of the research lies in coverage of the current trend practices adopted by contemporary designers and brands who experiment not only with shapes and cuts, but also with advanced technologies. There is a strong emphasis on the ecological nature of digital fashion, which may reduce the negative impact of the fast-fashion business on the global environment.*

Keywords: *conceptual design, digital fashion, interactive clothing, ecological concepts in design, design activity.*

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Ременєва Тетяна Валеріївна, аспірантка, кафедра моди та стилю, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0003-0908-3511, Scopus 58083881000, **e-mail:** tata.hmdecor@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Ременєва Т. В. Модні бренди у цифровому вимірюванні: поєднання творчості та інноваційних технологій. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 149–159.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.13>

Citation APA: Ременєва, Т. В. (2023). Модні бренди у цифровому вимірюванні: поєднання творчості та інноваційних технологій. *Art and Design*. 4(24). 149–159.

УДК 72.012:022

DOI:10.30857/2617-0272.2023.4.14.

РИШКЕВИЧ Н. О., АБИЗОВ В. А.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ ІНТЕР'ЄРІВ СУЧАСНИХ БІБЛІОТЕК

Мета: визначення, аналіз та систематизація основних факторів, що впливають на формування дизайну інтер'єрів сучасних бібліотек, а також в наданні розуміння важливості врахування різноманітних факторів при проектуванні інтер'єрів бібліотек.

Методологія дослідження базується на аналізі проектно-будівельної практики та літературних джерел з проблематики дизайну інтер'єрів бібліотек. Зокрема, використовуються такі методи: класифікація основних груп факторів за певними критеріями; систематизація та узагальнення отриманих результатів; вибіркові натурні обстеження; порівняльний аналіз.

Результатами дослідження є виявлення, систематизація та ґрунтовний аналіз груп факторів, що мають вплив на дизайн сучасних бібліотек: соціально-економічних, природно-географічних, містобудівних, ергономічних, екологічних, типологічних, технічних, естетичних і культурних. Розглянуті особливості специфіки кожної групи факторів.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що вперше проведено комплексний аналіз основних груп факторів, виявлено їх специфіку та характеристики впливу на формування дизайну інтер'єру бібліотек.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані при проектуванні та реконструкції інтер'єрів бібліотек різних типів та розмірів. Дослідження може бути корисним для дизайнерів, архітекторів, бібліотекарів та інших зацікавлених осіб, які займаються проектуванням, будівництвом або експлуатацією бібліотек. Рекомендації щодо врахування факторів дизайну можуть допомогти дизайнерам створювати функціональні, гармонійні та привабливі простори для користувачів бібліотек. Також дослідження може сприяти популяризації бібліотечної справи та покращенню іміджу бібліотек як сучасних інформаційних центрів.

Ключові слова: сучасні бібліотеки, інтер'єр, дизайн, фактори, гармонійний простір.

Вступ. Бібліотеки завжди відігравали важливу роль в нашому суспільстві, були своєрідними архівами знань та місцями обміну цією інформацією. Упродовж віків, вони надавали доступ до знань та ресурсів для людей різних вікових категорій, соціального статусу та можливостей [10]. В сучасному світі, бібліотеки зазнають реформації та переосмислення в контексті змін, що відбуваються внаслідок стрімкого розвитку суспільства, науки та технологій.

Актуальність дослідження даної проблеми визначається необхідністю ідентифікації та врахування ключових чинників та вимог, що відповідають сучасним тенденціям. В епоху цифровізації бібліотеки продовжують бути важливими центрами доступу до інформації та ресурсів для громадськості. Однак, щоб задовольнити

потреби різноманітних користувачів та відповісти на сучасні вимоги, необхідно враховувати можливість змін та адаптацію простору до сучасних потреб.

Стаття присвячена дослідженню факторів, які впливають на формування дизайну інтер'єрів сучасних бібліотек. Основною метою дослідження є виявлення та систематизація основних груп факторів, які визначають організацію просторів бібліотек на основі аналізу проектно-будівельної практики та літературних джерел.

Перед нами стоїть завдання відкрити причинно-наслідкові зв'язки між соціально-економічними реаліями та дизайном інтер'єрів бібліотек, а також зрозуміти, як ці фактори впливають на створення функціональних, ефективних, гостинних та привабливих просторів для користувачів.

Аналіз попередніх досліджень.

Останніми роками було проведено ряд досліджень, спрямованих на вивчення факторів, що впливають на громадські простори. Ці дослідження зосереджуються на архітектурних та дизайнерських аспектах, а також на забезпеченні оптимальних умов для користувачів. Найбільш обґрунтовано цю тему розглядає В. А. Абизов [16], який досліджує вплив сучасних факторів на архітектурне середовище та проводить всебічний огляд та структурний аналіз різних факторів і умов. Основні групи таких факторів, включаючи соціально-економічні, природно-географічні, міські, ергономічні, екологічні, технологічні, культурні та естетичні, визначаються відповідно до їх сучасності та специфіки. С. В. Сьомка досліджує теоретичні засади становлення дизайну архітектурного середовища та формотворчі чинники дизайну архітектурного середовища [13]. О. О. Сафронова та Г. В. Борисенко висвітлюють основні фактори, які впливають на функціонально-планувальну організацію бібліотеки вищого навчального закладу [11], а І. С. Воронкова досліджує чинники, що впливають на формування архітектури бібліотек вищих навчальних закладів, включаючи політичні, ідеологічні, фінансово-економічні, соціальні та культурно-освітні фактори [3]. Крім того, Хі Хіпвен досліджує базові принципи модернізації публічних бібліотек у Китаї, зокрема вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на цей процес [17].

Ці дослідження надали важливий внесок у розуміння факторів та умов, які впливають на дизайн сучасних бібліотек, та мають служити основою для подальших досліджень у цій галузі. Виявлення та систематизація цих чинників і умов буде корисним для подальшого розвитку сучасних бібліотек і створення більш ефективних, гармонійних та зручних просторів для користувачів.

Постановка завдання. Основною функцією бібліотеки є забезпечення відповідного середовища для читання, навчання та дослідження користувачів з доступом до

інформаційних ресурсів. В той же час, бурхливий розвиток суспільства, науки й технологій обумовлює суттєві зміни в організації просторів бібліотек, на розвиток внутрішнього середовища яких впливають різноманітні фактори, що динамічно змінюються. Тому необхідним є визначення всіх чинників і умов, що впливають на формування дизайну інтер'єрів сучасних бібліотек з проведенням їх комплексного розгляду і структурного аналізу.

Результати дослідження та їх обговорення. Аналіз проєктно-будівельної практики та літературних джерел дозволили виявити та класифікувати основні групи факторів та умов, що визначають дизайн сучасних бібліотек: соціально-економічні, природно-географічні, містобудівні, ергономічні, екологічні, типологічні, технічні, естетичні та культурологічні фактори [16]. Ці фактори відіграють ключову роль у моделюванні та еволюції зовнішнього та внутрішнього середовища бібліотек, адаптуючись до динаміки часу та простору.

Соціально-економічні фактори відіграють важливу роль у розвитку та функціонуванні бібліотек. Вони включають стан розвитку суспільства, потреби та можливості населення, соціальні потреби та фінансово-економічний стан відвідувачів бібліотек та їх власників, а також соціально-демографічну структуру. Ці фактори впливають на рівень фінансового та технологічного забезпечення бібліотек, попит на бібліотечні послуги та ресурси, функціонально-просторову організацію бібліотек, а також склад, характеристики та інтереси користувачів бібліотек. Вони також визначають, як організація простору бібліотеки залежить від соціальних та економічних викликів, такі як мультикультурність, фінансові обмеження, технологічні зміни та інформаційні потреби населення.

Стан розвитку суспільства, який визначає ступінь фінансового та технологічного забезпечення бібліотек. Бібліотеки в добре фінансованих районах можуть мати

більше можливостей та ресурсів для їх облаштування та впровадження передових технологій [3]. З іншого боку, бібліотеки у регіонах з невисокими соціально-економічними показниками можуть надавати пріоритет лише базовим елементам [12].

Потреби та можливості населення, які визначають попит на бібліотечні послуги та ресурси, а також споживчу поведінку користувачів. В регіонах з високим інформаційним запитом населення, існує значна потреба в цифрових ресурсах та інформаційних технологіях. В регіонах з низьким інформаційним запитом населення, прослідковується велика потреба в безкоштовних або дешевих бібліотечних послугах, таких як доступ до інформаційних ресурсів, Інтернету, навчальних матеріалів тощо.

Соціальні потреби та фінансово-економічний стан як відвідувачів бібліотек, так і їх власників у значною мірою визначають їх функціонально-просторову організацію [3]. Так, приватні та державні бібліотеки можуть суттєво різнитися характеристиками інтер'єра через різницю в можливостях фінансування. Приватні бібліотеки, як правило, мають більше гнучкості в оформленні своїх приміщень, оскільки вони не обмежені бюджетами державного фінансування. Вони також можуть бути більш спеціалізованими, орієнтуючись на конкретну аудиторію або навіть на індивідуальних користувачів. Державні бібліотеки, з іншого боку, мають бюджетні обмеження, які можуть впливати на дизайн та облаштування їх приміщень. Однак вони мають бути доступними для всього населення, тому їх дизайн та облаштування часто орієнтоване на широку аудиторію.

Соціально-демографічна структура, яка впливає на склад, характеристики та інтереси користувачів бібліотек. Наприклад, в регіонах з високою соціальною різноманітністю та мультикультурністю населення виникає потреба в бібліотечних послугах, які сприяють інтеграції, інклюзії, соціальної взаємодії та культурному обміну

між різними групами. В регіонах з низькою соціальною різноманітністю та монокультурністю населення може бути потреба в бібліотечних послугах, які сприяють збереженню та популяризації національної спадщини, мови, культури тощо.

Кліматично-природні фактори, включають кліматичні умови, природно-ландшафтні та інші характеристики навколишнього природного середовища.

Одним з основних природно-географічних факторів, що впливають на дизайн сучасних бібліотек, є клімат. В залежності від кліматичної зони та орієнтації приміщень за сторонами світу обираються відповідні системи опалення, теплоізоляції, кондиціонування повітря, а також обладнання для затінення та інші сучасні засоби для регулювання температури, освітлення, захисту від перегріву та зменшення споживання енергії.

Іншим природно-географічним фактором, що впливає на дизайн сучасних бібліотек, є *природно-ландшафтні характеристики місцевості*, які включають такі складові, як рельєф, ґрунти, водойми, рослинність тощо. Природно-ландшафтні характеристики мають значення для вибору місця розташування бібліотеки, її архітектурного стилю та форми, а також для організації прилеглої території. Дизайн сучасних бібліотек повинен гармонійно поєднуватися з природним ландшафтом та враховувати його особливості. Наприклад, для створення комфортного та затишного середовища в цих зонах можна організувати взаємодію між внутрішнім та зовнішнім простором бібліотеки, використовуючи прозорі стіни, великі вікна, тераси, балкони тощо. Це дозволить користувачам насолоджуватися красою природного ландшафту та отримувати природне освітлення та свіже повітря.

Урахуванням природно-кліматичних факторів з урахуванням інтеграції внутрішнього та зовнішнього середовища приміщень бібліотек, особливо рекреаційного призначення з включенням відповідних

природних елементів буде сприяти створенню комфортного та функціонального внутрішнього простору бібліотеки.

Містобудівні фактори відіграють ключову роль у формуванні зовнішнього вигляду бібліотек, проте їх вплив також проявляється у дизайні інтер'єру з точки зору розташування (у центрі міста або на його околицях) та визначає структуру приміщень та необхідність захисту від зовнішнього шуму [6]. Крім того, вони значною мірою впливають на форму, обсяг, розташування та взаємозв'язок бібліотеки з навколишнім середовищем, а також на її роль у міському житті.

Ергономічні фактори стосуються впливу дизайну інтер'єру на зручність, безпеку та здоров'я користувачів та працівників бібліотек. До ергономічних факторів належать антропометричні, психофізіологічні та естетичні відповідності функціональних можливостей та особливостей людини до предметно-просторового оточення та умов праці й відпочинку [15].

Антропометричні параметри важливі для проєктування меблів, обладнання та простору бібліотеки, щоб забезпечити зручність та безпеку користувачів. Висота столів, ширина проходів, розташування полиць та екранів повинні враховувати антропометричні дані різних груп населення, включаючи людей з обмеженими можливостями. Для цього використовуються стандартизовані таблиці антропометричних параметрів або має проводитися вимірювання на місцевих користувачах.

Психофізіологічні - мають вплив на психологічний та фізичний стан людини під час перебування у середовищі. Правильне освітлення, оптимальний рівень шуму та комфортна температура, значно впливають на когнітивні функції та психічний стан осіб у бібліотечному середовищі. Забезпечення таких умов сприяє підвищенню концентрації, покращенню навчального процесу та загальному стану здоров'я користувачів [5].

Естетичні – стосуються сприйняття візуальних аспектів інтер'єру бібліотеки,

таких як композиційні та кольорові характеристики, що створюють гармонійне середовище та позитивну атмосферу. Це означає, що дизайн бібліотеки повинен бути привабливим та відповідати смакам та очікуванням користувачів. Важливо враховувати композиційні та кольорові характеристики інтер'єру, такі як форми, лінії, текстури, контрасти, ритми тощо. Крім того, має бути створена позитивна атмосфера та емоційний настрій за допомогою вибору стилів, тематики, символів, образів тощо. Такий дизайн має сприяти задоволенню естетичних потреб користувачів бібліотеки, а також підсилити їх ідентифікацію з предметно-просторовим середовищем бібліотеки як культурною установою.

Це означає, що вплив ергономічних факторів має важливе значення для покращення якості дизайну інтер'єру та задоволення користувачів та працівників бібліотеки, врахування яких може гарантувати, що всі люди з різними фізичними можливостями зможуть повноцінно отримувати доступ до їх простору.

Екологічні фактори передбачають використання довговічних і екологічних будівельних матеріалів, відновлюваних джерел енергії та заходів щодо збереження й раціонального використання природних ресурсів, важливих для охорони навколишнього середовища. які сприяють збереженню навколишнього середовища та створенню комфортних умов для користувачів, базуються на таких принципах:

- використання довговічних і екологічних будівельних матеріалів, таких як дерево, камінь, скло, метал, глина, вовна, бавовна тощо. Такі матеріали не шкодять здоров'ю людей і не забруднюють навколишнє середовище під час виробництва, експлуатації та утилізації;

- використання відновлюваних джерел енергії та заходів щодо збереження й раціонального використання природних ресурсів, таких як вода, повітря, світло. Для цього можна застосовувати сонячні панелі,

вітряки, геотермальне опалення, системи очистки та збору дощової води, системи рециркуляції повітря тощо [18; 4];

- *застосування енергоефективного оснащення*, таких як вітражів, мансардних вікон, сучасного інженерного оснащення та устаткування та інноваційних будівельних елементів для створення оптимальних санітарно-гігієнічних параметрів середовища й максимального природного освітлення та вентиляції приміщень. Таким чином можна покращити якість повітря в них та зменшити потребу в штучному освітленні та клімат-контролі [2];

- *використання рослин і фітодизайну* в інтер'єрі бібліотеки для сприяння відчуттю комфорту користувачами бібліотеки. Рослини не тільки прикрашають простір, але й очищують повітря від шкідливих речовин, звожують його, поглинають шум, стабілізують температуру та створюють приємне психологічний настрій;

- *використання принципів біофільного дизайну*, спрямовані на об'єднання людей із природою за допомогою дизайну, для сприяння відчуттю спокою та релаксації [10]. Біофільний дизайн передбачає використання природних форм, кольорів, текстур, матеріалів, образів та елементів, які нагадують про природу, а також створення відкритих та прозорих просторів, які забезпечують зв'язок із зовнішнім середовищем.

- *створення необхідних санітарно-гігієнічних умов* пов'язаних з контролем фізичних параметрів навколишнього середовища, такими як температура, вологість та швидкість руху повітря, безпечного рівня шуму, вібрації та інфразвуку за рахунок нових і удосконалених інженерних систем життєзабезпечення.

Таким чином, врахування екологічних факторів при дизайні інтер'єру бібліотеки є не тільки модним і сучасним трендом, але й необхідною умовою для забезпечення гармонії між людиною і природою, а також

для підвищення якості життя та здоров'я користувачів бібліотеки.

Типологічні фактори. Розглядаючи типологічні фактори маємо враховувати тип бібліотеки, тип інформаційних матеріалів і ресурсів та типи користувачів бібліотекою:

Тип бібліотеки (академічна, публічна, наукова, спеціальна тощо) визначає конкретні потреби та вимоги до організації їх внутрішнього простору. Академічна бібліотека може потребувати більше тихих навчальних зон і просторів для спільного навчання, тоді як публічна бібліотека потребує більше зон для дитячих програм і громадських заходів. Крім того, тип бібліотеки може впливати на стиль і колорит інтер'єру. Наукова бібліотека може мати більш строгий і лаконічний дизайн, тоді як спеціальна бібліотека (наприклад, для слабозорих) може мати більш контрастний і яскравий дизайн.

Тип інформаційних матеріалів і ресурсів, якими оперує бібліотека, також впливає на дизайн внутрішнього простору. Бібліотеці, яка зосереджується на цифрових ресурсах, може знадобитися більше місця для комп'ютерів та інших технології, у той час, як бібліотеці, з традиційним інформаційними матеріалами, необхідне більше полиць і місць для їх зберігання. Крім того, варто передбачати перспективні перетворення функціонально-технологічних процесів у внутрішньому середовищі. Наприклад, можна створювати гнучкі та модульні мебелі конструкції, які дозволяють легко переставляти й змінювати функції простору.

Тип користувача також є важливим фактором при проектуванні інтер'єру сучасної бібліотеки. Категорії користувачів, такі як студенти, дослідники, діти, люди з обмеженими можливостями, мають свої специфічні потреби та інтереси, які повинні бути враховані при створенні комфортного та зручного простору для них. Наприклад, для дітей можна створювати більш ігровий і насичений кольорами інтер'єр, для людей з

обмеженими можливостями – доступне та безпечне внутрішнє середовище.

Технічні фактори мають суттєвий вплив на зміну і розширення функцій і сервісу бібліотек, а також на адаптацію та оптимізацію інтер'єру до нових вимог і можливостей за рахунок впровадження нових будівельних матеріалів, конструкцій, технологій, інтелектуальних інженерних систем, комп'ютерних технологій, та нових типів меблів, що визначають відповідну організацію простору.

Використання нових будівельних матеріалів і конструкцій дозволяють створювати більш ефективні та функціональні простори. Це досягається через використання прогресивних матеріалів, вторсировини та технологій, а також за допомогою наноматеріалів, які покращують якість матеріалів і властивості будівель. Традиційні природні та місцеві матеріали також отримують нові можливості завдяки технічному прогресу, що сприяє створенню екологічних та енергоефективних конструкцій [15].

Впровадження інтелектуальних інженерних систем, таких як автоматизоване освітлення, опалення, кондиціювання повітря тощо, сприяє автоматичній оптимізації споживання енергії, покращенню якості й комфорту приміщень та створенню комфортної й гостинної атмосфери. Системи «розумного будинку» дозволяють керувати параметрами середовища за допомогою сенсорів, пультів або мобільних додатків [8]. Системи «зеленого будинку», що використовують відновлювані джерела енергії, такі як сонячна енергія, вітер, геотермальна енергія, забезпечують ефективне й екологічне функціонування будівлі [1].

Розвиток інформаційних та комп'ютерних технологій сприяє створенню цифрових бібліотек та інтеграції мультимедійних ресурсів у фізичний простір. Використання інтерактивних дошок, екранів, проекторів, планшетів, смартфонів спрощують доступ до електронних книг, журналів, відео, аудіо.

Віртуальна або доповнена реальність відкриває додаткові можливості для створення нових форм взаємодії з інформацією та сприяє навчанню.

Нові типи меблів, які розробляються з урахуванням потреб користувачів, легко пересуваються, складаються, трансформуються або адаптуються до різних ситуацій, дозволяють відмежовувати окремі функціональні зони задля комфорту та зручності. Використання натуральних, вторинних або відновлюваних матеріалів для меблів сприяє енергоефективності.

Технічні фактори мають суттєвий вплив на зміну і розширення функцій і сервісу бібліотек, а також на адаптацію та оптимізацію інтер'єру до нових вимог і можливостей.

Естетичні фактори багато в чому обумовлюють створення виразних і художньо-образних вирішень дизайну внутрішнього середовища бібліотек за допомогою різноманітних композиційних засобів, кольору, освітлення, меблів і оздоблення та впливають на гармонію, пропорційність і красу бібліотечного простору.

Композиційні засоби, дозволяють створювати гармонійну та цілісну структуру простору, враховуючи такі елементи як пропорції, ритм, симетрію, контраст та акцент. Наприклад, можна використовувати розділення простору на зони за допомогою перегородок, штор, килимів тощо, а також створювати фокальні точки за допомогою освітлення, кольору, меблів або декоративних елементів.

Композиційні засоби, такі як баланс, ритм, пропорції, симетрія, контраст та акцент, є важливими елементами, що сприяють формуванню гармонійної та цілісної структури простору. Правильне використання яких є необхідними для дизайну простору, який відповідає вимогам зручності, функціональності та естетики. Вони впливають на психологічний стан відвідувачів бібліотеки, підвищуючи їх комфорт та концентрацію, що сприяє ефективності їх навчання та дослідження.

Колір впливає на психологічний стан та настрої користувачів, а також створює певний стиль та атмосферу простору. Наприклад, можна використовувати теплі та світлі кольори для створення затишку та комфорту, холодні та темні кольори для створення контрасту та динаміки, яскраві та насичені кольори для створення акцентів та привертання уваги.

Освітлення впливає на якість і комфорт читання, а також на візуальне сприйняття простору. Наприклад, можна використовувати природне освітлення для створення світлого та просторого ефекту, штучне освітлення для створення різних зон і настроїв, а також комбінувати різні типи й джерела освітлення для створення бажаної атмосфери.

Освітлення відіграє важливу роль у забезпеченні якості та комфорту читання. Воно впливає на зручність відвідувачів бібліотеки, їхню здатність зосереджуватися на тексті та відчувати себе комфортно під час читання. Крім того, освітлення може значно вплинути на візуальне сприйняття простору, викликаючи відчуття простору, глибини та об'єму.

Сучасні меблі, обладнання й оздоблення дозволяють створювати функціональні та естетичні рішення для зберігання і представлення книг, а також для забезпечення зручності та комфорту користувачів. Наприклад, можна використовувати меблі різних форм і матеріалів для створення різноманітності й оригінальності простору, а також використовувати оздоблення і декоративні елементи для створення художнього образу і символіки простору.

Грамотний підбір матеріалів, кольорів, засобів синтезу мистецтв, облаштування й меблювання та увага до деталей дизайну з урахуванням стилістичної цілісності композиції інтер'єру будуть сприяти покращенню естетичних характеристик і загальній привабливості бібліотечного простору. Естетичні фактори слід розглядати у поєднанні з функціональними аспектами

простору, такими як легкість доступу та зручність використання для створення функціонального, так і візуально приємного та комфортного середовища.

Культурологічні фактори є вирішальними у функціонуванні бібліотек як значущих культурних установ. Вони містять в собі культурні й духовні потреби суспільства, історико-культурні особливості та традиції, а також освітню, просвітницьку й соціальну роль. Ці установи не лише зберігають та поширюють знання, але й відображають культурні особливості та цінності своїх користувачів, тим самим відіграючи ключову роль у формуванні культурного середовища.

Культурні та духовні потреби суспільства визначають цінності, ідеали, смаки та інтереси різних груп користувачів. Наприклад, бібліотека може враховувати національну, релігійну, етнічну, гендерну та іншу специфіку своєї аудиторії та створювати простори, які висловлюють їх культурну ідентичність та сприяють їх духовному розвитку [5].

Історико-культурні особливості й традиції, що формують стиль, форму та символіку бібліотечного простору. Наприклад, бібліотека може використовувати елементи національного або регіонального мистецтва, архітектури, декору тощо для створення унікального та автентичного образу [7]. Бібліотека може зберегти або відновити історичну пам'ять про минуле, використовуючи елементи архітектурної спадщини, антикварних меблів, ретро-декору тощо. Або ж бібліотека може стати своєрідним музеєм, який демонструє культурне розмаїття свого регіону, використовуючи національний колорит, фольклорні мотиви, етнографічні експонати тощо. Дизайн інтер'єру бібліотеки повинен враховувати ці особливості та традиції та показувати повагу та гордість за свою культурну належність.

Крім того, бібліотека може виконувати освітню, просвітницьку та соціальну роль у суспільстві, надаючи доступ до різноманітних культурних ресурсів та організовуючи

заходи, які популяризують читання, мистецтво, науку тощо [2]. Тобто бібліотека може бути місцем збереження та популяризації національної спадщини, місцем навчання та освіти, місцем соціальної взаємодії та розвитку громадянського суспільства. Дизайн інтер'єру бібліотеки повинен враховувати ці потреби та висловлювати ідентичність, цінності та прагнення суспільства. Тому, проєктуючи бібліотечні простори, архітектори та дизайнери повинні враховувати історико-культурні особливості й традиції та духовні потреби місцевої культури. Це може передбачати використання традиційних архітектурних стилів, творів декоративно-прикладного мистецтва, інших культурних артефактів у дизайні бібліотечного простору. Всебічне урахування таких аспектів культури може створити у користувачів відчуття єдності та соціально-культурної приналежності, сприяючи розвитку почуття спільноти та взаємоповаги.

Висновки. Проєктування внутрішнього простору бібліотек – це складний процес, який потребує врахування багатьох факторів та умов. Зміна умов формування бібліотек у зв'язку з науково-технічним прогресом призвела до того, що бібліотеки стають більш функціонально насиченим, людино-

орієнтованими та «розумними». На оформлення інтер'єрів бібліотек впливають соціально-економічні, природно-географічні, містобудівні, ергономічні, екологічні, типологічні, технічні та естетичні фактори. Крім того, важливо врахування культурологічних чинників, оскільки бібліотеки є культурними установами, які відображають цінності та ідентичність спільнот, які вони обслуговують. Всебічно враховуючи всі аспекти впливу цих факторів, дизайнери можуть створювати раціональні та гармонійні простори сучасних бібліотек, які будуть не тільки функціональними, але й естетично привабливими та інклюзивними для всіх користувачів.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є розробка конкретних методик і критеріїв для оцінки якості дизайну інтер'єрів бібліотек враховуючи характеристики впливу наведених факторів. Також можливе проведення емпіричних досліджень з використанням соціологічних методів для визначення ставлення та задоволеності користувачів бібліотек різними аспектами дизайну. Крім того, цікавим напрямком є порівняльний аналіз дизайну інтер'єрів бібліотек різних країн та культур з метою виявлення спільних та відмінних рис.

Література:

1. Абизов В., Камьонка Л., Сафронова О., Устінова І. Формування збалансованого (сталого) архітектурного середовища : монографія. За заг. ред.: В. Абизов, Л. Камьонка. Kielce : Politechnika Świętokrzyska, 2022. 204 с.

2. Булгакова Т., Гаврильєва Т. Сучасні тенденції в дизайні інтер'єру бібліотеки для дітей. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : матер. III Міжнародної науково-практичної конференції (22 квітня 2021 р., м. Київ). Київ : КНУТД, 2021. Т. 2. С. 205–208. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18147/1/APSD2021_V2_P205-208.pdf (дата звернення: 26.06.2023).

3. Воронкова І. С. Архітектурно-типологічні принципи реновації бібліотек вищих навчальних закладів України : дис. ... канд. арх. : 18.00.02.

Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2016. 292 с.

4. Коростель Т., Петровська Ю. Дизайн інтер'єру житла із застосуванням еко матеріалів. *SWorldJournal*. 2018. Т. 2, № 3. 46–49.

5. Матвійчук О. Є. Дизайн та інтер'єр бібліотеки як соціокультурна проблема. *Культурологічна думка*. 2011. № 4. С. 123–127. URL: https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD4_Matviichuk.pdf (дата звернення: 18.05.2023).

6. Містобудування. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Містобудування> (дата звернення: 26.09.2023).

7. Офіційний вебсайт Національної бібліотеки України для дітей. URL: <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=45> (дата звернення: 16.04.2023).

8. Полякова О. В. Художньо-образні засади дизайну інтелектуально керованого житлового середовища : дис. ... канд. мист.: 17.00.07. Київ : КНУТД, 2018. 210 с.

9. Про бібліотеки і бібліотечну справу : Закон України від 27.01.1995 р. № 32/95-ВР : станом на 1 січ. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-вр#Text> (дата звернення: 20.03.2023).

10. Сафронова О. Концепція людиноорієнтованого (емпатійного) дизайну. *Формування збалансованого (сталого) архітектурного середовища*. За ред.: В. Абизов, Л. Кам'юнка. Kielce : Politechnika Świętokrzyska, 2022. С. 47–53.

11. Сафронова О. О., Борисенко Г. В. Особливості дизайну інтер'єру бібліотеки вищого навчального закладу. *Технології та Дизайн*. 2016. № 3(20). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_3_16 (дата звернення: 13.06.2023).

12. Струк Н. П. Соціально-економічний розвиток територіальних громад і місцеве оподаткування: взаємозв'язок та взаємовплив. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.55>.

13. Сьомка С. В. Основи дизайну архітектурного середовища : підручник. Київ : Видавництво Ліра-К, 2020. 480 с.

14. Abyzov V. Modern Conditions and the Impacts of the Creation of Architectural Environment. *World Multidisciplinary Civil Engineering-Architecture-Urban Planning Symposium (WMCAUS 2017) : materials Science and Engineering*. 12–16 June 2017, Prague, Czech Republic. 2020. Vol. 245. P. 1–11. DOI: <https://doi.org/10.1088/1757-899x/245/8/082050>.

15. Abyzov V., Pushkarova K., Kochevykh M., Honchar O., Bazeliuk N. Innovative building materials in creation an architectural environment. *Innovative Technology in Architecture and Design (ITAD 2020) : materials Science and Engineering*. 21–22 May 2020, Kharkiv, Ukraine. 2020, Vol. 907. P. 1–10. DOI: <https://doi.org/10.1088/1757-899x/907/1/012035>.

16. Xi Xinwen. Public Libraries of China: Basic Principles of Modernization. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*. 2022. № 62. P. 50–60. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5333.062.03>.

17. Zaporozhchenko O. U., Krepka I. O. Environmental fundamentals of forming the interior design of modern cultural and educational institutions. *Regional problems of architecture and urban planning*. 2021. № 15. P. 126–135. DOI:

<https://doi.org/10.31650/2707-403x-2021-15-126-135>.

References:

1. Abyzov, V., Kam'onka, L., Safronova, O., & Ustinova, I. (2022). *Formuvannia zbalansovanoho (staloho) arkhitekturnoho seredovyscha* [Formation of a balanced (sustainable) architectural environment]. V. Abizov & L. Kam'onka (Ed.). Kielce : Politechnika Świętokrzyska. [in Ukrainian].

2. Bulhakova, T., & Havrylieva, T. (2021). Suchasni tendentsii v dyzaini interieru biblioteki dlia ditei [Modern trends in library interior design for children]. *Proceedings of the Aktualni problemy suchasnoho dyzain: III Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsiia (22 kvitnia 2021 roku) – III International Scientific and Practical Conference* (pp. 205–208). Kyiv: KNUVD. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/18147/1/APSD2021_V2_P_205-208.pdf (Last accessed: 26.06.2023) [in Ukrainian].

3. Voronkova, I. S. (2016). *Arkhitekturno-typologichni pryntsypy renovatsii bibliotek vyshchikh navchalnykh zakladiv Ukrainy* [Architectural and Typological Principles of Renovation of Libraries of Higher Educational Institutions of Ukraine]. Extended abstract of candidate's thesis. Lviv : Natsionalnyi universytet «Lvivska politekhnik» [in Ukrainian].

4. Korostel, T., & Petrovska, Y. (2018). Dyain inter'ieru zhytla iz zastosuvanniam eko materialiv [Interior design of housing using eco materials]. *SWorldJournal*, 2(3), 46–49 [in Ukrainian].

5. Matviichuk, O. Y. (2011) Dyain ta interier biblioteki yak sotsiokulturna problema [Library design and interior as a socio-cultural problem]. *Kulturolohichna dumka – The Culturology Ideas*, 4, 123–127. URL: https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD4_Matviichuk.pdf (Last accessed: 18.05.2023) [in Ukrainian].

6. Mistobuduvannia [Urban planning]. *Wikipedia* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Містобудування> (Last accessed: 26.05.2023) [in Ukrainian].

7. Ofitsiynyi websait [Official website] *Natsionalna biblioteka Ukrainy dlia ditei*. URL: <https://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=45> (Last accessed: 16.04.2023) [in Ukrainian].

8. Poliakova, O. V. (2018). *Khudozhno-obrazni zasady dyzainu intelektualno kеровanoho zhytlovoho seredovyscha* [Artistic and figurative principles of design of intelligently controlled living environment]. Extended abstract of candidate's

thesis. Kyiv : KNUTD [in Ukrainian].

9. Verkhovna Rada Ukrainy (1995). Pro biblioteku i biblioteknu spravu [About libraries and library affairs] (Law No. 32/95-VR). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/32/95-вр#Text> (Last accessed: 20.03.2023) [in Ukrainian].

10. Safronova, O. (2022). Konceptsiia liudynoorientovanoho (empatiinoho) dyzainu [Concept of human-oriented (empathetic) design]. In: *Formuvannia zbalansovanoho (staloho) arkhitekturnoho seredovyschcha – Formation of a balanced (sustainable) architectural environment*. Abyzov, V., Kamonka, L. (Ed.). Kielce : Politechnika Świętokrzyska [in Ukrainian].

11. Safronova, O. O., & Borisenko, G. V. (2016). Osoblyvosti dyzainu inter'ieru biblioteky vyshchoho navchal'noho zakladu [Features of the design of the interior of the library of a higher educational institution]. *Tekhnologii ta Dyzaïn – Technology and Desig*, 3(20). URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2016_3_16 (Last accessed: 13.06.2023) [in Ukrainian].

12. Struk, N. P. (2020). Sotsial'no-ekonomichni rozvytok terytorial'nykh hromad i mistseve opodatkovannia: vzaiemozviazok ta vzaiemovplyv [Socio-economic development of territorial communities and local taxation: interconnection and mutual influence]. *Efektivna ekonomika – Efficient Economy*, 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.55> [in Ukrainian].

13. Somka, S. V. (2020). *Osnovy dyzainu arkhitekturnoho seredovyschcha* [Fundamentals of architectural environment design]. Kyiv : Vydavnytstvo Lira-K [in Ukrainian].

14. Abyzov, V. (2017). Modern conditions and the impacts of the creation of architectural environment. *World Multidisciplinary Civil Engineering-Architecture-Urban Planning Symposium*, 245, 1–11. DOI: <https://doi.org/10.1088/1757-899x/245/8/082050>.

15. Abyzov, V., Pushkarova, K., Kochevykh, M., Honchar, O., & Bazeliuk, N. (2020). Innovative building materials in creation an architectural environment. *Innovative Technology in Architecture and Design (ITAD 2020)*: materials Science and Engineering. 21-22 May, Kharkiv, Ukraine, 907, 1–10. DOI: <https://doi.org/10.1088/1757-899x/907/1/012035>.

16. Xi, X. (2022). Public Libraries of China: Basic Principles of Modernization. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*, 62, 50–60. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5333.062.03>.

17. Zaporozhchenko, O. U., & Krepka, I. O. (2021). Environmental fundamentals of forming the interior design of modern cultural and educational institutions. *Regional problems of architecture and urban planning*, 15, 126–135. DOI: <https://doi.org/10.31650/2707-403x-2021-15-126-135>.

RYSKEVYCH N. O., ABYZOV V. A.

Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

FACTORS AFFECTING THE FORMATION OF MODERN LIBRARIES' INTERIOR DESIGN

Objective: to identify, analyse, and systematize the main factors that influence for the formation of the interior design of modern libraries, as well as to provide an understanding of the importance of considering various factors when designing library interiors.

Methodology is based on the analysis of design and construction practice and literature on library interior design. In particular, the following methods are used: classification of the main groups of factors according to certain criteria; systematization and generalization of the results; selective on-site examinations; comparative analysis.

Results of the study are the identification, systematization and in-depth analysis of groups of factors that have an influence on the design of modern libraries: socio-economic, natural and geographical, urban planning, ergonomic, environmental, typological, technical, aesthetic and cultural. The features of the specifics of each group of factors are considered.

Scientific novelty of the study is that for the first time a comprehensive analysis of the main groups of factors was carried out, their specificity and characteristics of influence on the formation of library interior design were carried out.

Practical significance of the study is that its results can be used in the designing and reconstruction of library interiors of various types and sizes. The study can be useful for designers, architects, librarians, and

other stakeholders involved in the design, construction, or operation of libraries. The recommendations on how to consider design factors can help designers create functional, harmonious, and attractive spaces for library users. The study can also contribute to the popularization of librarianship and improve the image of libraries as modern information centers.

Keywords: modern libraries, interior, design, factors, harmonious space.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Ришкевич Наталя Олександрівна, аспірантка, кафедра дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-2811-7484, **e-mail:** rishkevich.no@knutd.com.ua

Абизов Вадим Адільєвич, д-р арх., професор, професор кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-5494-8230, Scopus 57222621978, **e-mail:** abyzov.va@knutd.edu.ua

Цитування за ДСТУ: Ришкевич Н. О., Абизов В. А. Фактори, що впливають на формування дизайну інтер'єрів сучасних бібліотек. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 160–170.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.14](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.14)

Citation APA: Ришкевич, Н. О., Абизов, В. А. (2023). Фактори, що впливають на формування дизайну інтер'єрів сучасних бібліотек. *Art and Design*. 4(24). 160–170.

УДК 7.01.02

DOI:10.30857/2617-0272.2023.4.15.

ТЕН С.

Львівська національна академія мистецтв, Львів, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЇ ЖИВОПИСУ ФУ БАОШІ В ПЕРІОД ЙОГО ПРОЖИВАННЯ В ПРОВІНЦІЇ СИЧУАНЬ (40-Х РОКИ ХХ СТОЛІТТЯ)

Мета: дослідити процес трансформації художнього стилю Фу Баоші в період його проживання в Чунціні, провінція Сичуань під впливом модерністичних тенденцій китайського малярства початку ХХ ст.

Методологія. Здійснено порівняльний аналіз творів Фу Баоші у компаративному контексті розвитку китайського малярства ХХ ст., виконано мистецтвознавчий аналіз художньо-пластичних характеристик стилістично близьких творів, об'єднаних тематикою, композицією, застосованими живописними прийомами та засобами.

Результати. Досліджено такі аспекти мистецької діяльності Фу Баоші: тематичний діапазон творів, їх композиційні характеристики, інноваційність мови, можливості використання живописного матеріалу для трансформації індивідуальної практики. Виявлено, що художньо-пластичні характеристики творів Фу Баоші після переїзду до провінції Сичуань відзначаються єдністю, що відображалася в тематиці, композиції, застосованих живописних прийомах та засобах. Стилістично його малярська практика того періоду визначалася виразними інноваційними підходами, на які впливали особливості місцевого ландшафту та естетична програма тогочасного суспільства. Глобалізовані синтетичні міркування стосовно живописних методів тогочасних митців спроектовано на пейзажний досвід Фу Баоші, здобутий ним у провінції Сичуань. Серед великої кількості творів, які побачили світ у сичуанський період, особлива увага звернена до серії робіт «Пейзаж дощу», в якій яскраво проявилися інноваційні та трансформаційні тенденції майстра.

Наукова новизна. Встановлено, що інноваційні тенденції мистецької практики Фу Баоші можуть бути охарактеризовані як один із важливих етапів формування нової індивідуальної техніки пейзажного живопису, що згодом була названа його іменем – «Баоші Цунь».

Практична значущість. Результати наукового дослідження дозволить по новому оцінити вклад Фу Баоші у скарбницю світового мистецтва.

Ключові слова: мистецтво Китаю, тенденції китайського живопису ХХ століття, провінція Сичуань, мистецтво, пейзажний живопис, малярська практика Фу Баоші, модернізм, ілюстрація, художник, прийоми китайського мистецтва.

Вступ: Під час проживання Фу Баоші у місті Чунціні провінції Сичуань ним було створено низку репрезентативних творів інноваційного характеру, тому цей етап у науковому середовищі визнано важливим періодом його творчої кар'єри. Саме цей період пейзажного живопису Фу Баоші став вихідною точкою та значимим чинником формування його новаторства. Наукова робота інтерпретує теоретичні міркування Фу Баоші про творчість у Сичуанський період, аналізує життєвий досвід майстра, вивчає процес трансформації його художньо-пластичної мови. Встановлення імпульсу мистецьких змін, процесу формування нового стилю пейзажного живопису Фу Баоші

надає теоретичну базу для подальших дослідників китайського пейзажного живопису, забезпечує розуміння створених ним нових технік, стимулює розвиток сучасного китайського живопису.

Аналіз попередніх досліджень. Для визначення характерних рис початкового етапу процесу формування художнього стилю Фу Баоші особливо важливим стає емпіричний аналіз матеріалу. Слід зазначити, що попри доволі обширну джерельну базу, системне дослідження живопису Фу Баоші все ж не проводилося на належному рівні. Тематичні дослідження низки науковців розгорталися передусім у площині простого аналізу «зображення», хоча концептуальний

діапазон трансформаційного досвіду майстра однозначно заслуговував додаткового аналізу. Більшість попередніх досліджень були присвячені характеристикам раннього стилю Фу Баоші, особливостям живопису та взаємозв'язку з соціальним середовищем. Серед кращих наукових праць, в яких аналізується творчий метод Фу Баоші слід відмітити праці таких науковців-дослідників: Ван Сінхуа, який опублікував наукову розвідку «Дев'ять пісень Фу Баоші на тему зміни пейзажного живопису»; Лю Сінчжун, що досліджував біографію митця та опублікував наукову розвідку «Мистецьке життя Фу Баоші»; Шень Цинь, який аналізував культурологічні аспекти мистецтва та опублікував статтю «Фу Баоші – дві картини Сян, дослідження історичної трагедії»; Лі Сяосун, який спеціалізувався на вивченні сучасних йому мистецьких явищ та опублікував наукову розвідку «З передмови до виставки живопису в Чунціні». Саме в цих роботах доволі ефективно розкривається творчість Фу Баоші «періоду Цзінганпо». Слід зазначити, що окремі західні дослідники також займалися вивченням творчості Фу Баоші, у тому числі його періоду перебування в Чунціні. Проте більшість з них розглядала роботи Фу Баоші в загальному контексті, досліджуючи їх історичні та соціальні аспекти, тоді як окремі дослідники зосереджувалися на конкретних аспектах його творчості. Наприклад, Аніта Чунг [11], американська сходознавчиня, та Шела Вейнкер [15] з Великої Британії представили творчість Фу Баоші західній мистецькій спільноті шляхом організації виставок його робіт в Америці та колекцій у Європі. Вони аналізували роботи Фу Баоші з погляду історичного та соціального контексту, включаючи антияпонську війну, романтизм під час війни та контекстуалізацію [13]. Кореєць Лі Хе Джун успішно захистив дисертацію в Манчестерському університеті на тему «Дослідження візуальної сучасності та національної ідентичності в Китаї ХХ століття: самосвідомість і критична реакція Фу Баоші

під час китайсько-японської війни». У своєму дослідженні Лі Хе Джун [14] не лише звернув увагу на історичний контекст, але й на роль національної ідентичності та самосвідомості як важливих факторів у процесі еволюції творчості Фу Баоші, незважаючи на вплив японського мистецтва на нього. Британський дослідник Девід Кларке [12] провів специфічне дослідження елемента «вода» у творчості Фу Баоші. «Вода» виступала як засіб малювання та об'єкт зображення в роботах художника, включаючи дощ, річки, озера тощо. Дослідник зазначив двоїсту природу цього елемента у процесі творчості художника, розглядаючи його як ознаку сучасних тенденцій. Однак слід визнати, що дослідження творчого доробку Фу Баоші в період проживання в провінції Сичуань і, відповідно, аналітичне усвідомлення початкового етапу формування нового стилю потребує додаткового доопрацювання.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити процес трансформації художнього стилю Фу Баоші в період його проживання в Чунціні, провінція Сичуань під впливом модерністичних тенденцій китайського малярства початку ХХ ст.

Результати дослідження та їх обговорення. Фу Баоші (1904–1965) був не лише видатним сучасним китайським живописцем, а й відомим мистецтвознавцем. Він викладав на факультеті мистецтв Центрального університету (нині факультет образотворчих мистецтв Нанкінського нормального університету), був президентом Академії китайського живопису провінції Цзянсу, віце-головою Асоціації художників Китаю, головою Цзянсуського відділення Асоціації художників Китаю, а також талановитим, освіченим і досконалим майстром. В історії сучасного китайського мистецтва Фу Баоші вважається репрезентативним художником, який зробив великий внесок у китайський живопис. Завдяки його живописній практиці традиційний стиль китайського пейзажного живопису був суттєво видозміненим, техніка виконання творів була настільки суттєво

трансформована, що згодом вона отримала власну назву за іменем художника, відому сучасному мистецтвознавству як «Баоші Цунь» (іл. 1).

Час у 1940-х роках, коли майстер Фу Баоші жив у Чунціні (провінція Сичуань) (іл. 2), був визначальним для формування нової, новаторської за пластикою, а водночас класичною за суттю мови тогочасного китайського пейзажного живопису 20 століття. У цей період Фу Баоші створив низку знакових творів, серед яких відзначмо «Літні гори» (іл. 3), «Стрімкий сутінковий дощ» (іл. 4), «Даді Цаотан» (іл. 5), «Цюй Юань» (іл. 6), «Жінки, що йдуть» (іл. 7).

Слід відзначити, що до провінції Сичуань Фу Баоші прибув вже доволі успішним та сформованим художником, педагогом та дослідником. Отримавши освіту на художньому відділенні педагогічного коледжу, він мав власний педагогічний досвід, зокрема – роботу вчителем у початковій школі при педагогічному коледжі, а згодом – викладачем історії мистецтва факультету мистецтв Центрального університету в Нанкіні. В доробку митця були й теоретичні розробки, зокрема звернемо увагу на працю «Історію змін у китайському живописі» (1929), яка у 1931 році була опублікована у видавництві «Нанкін» у Шанхаї. Можна відзначити і певний фінансовий успіх творчих робіт Фу Баоші на виставках як в Китаї, так і за кордоном [4].

Як помітний факт відзначимо й те, що завдяки підтримці директора Бейпінської художньої академії Сюй Бейхуна (1895–1953) та голови уряду провінції Цзянсі Сюн Шихуї, які звернули увагу на особливі досягнення Фу Баоші у сфері каліграфії, живопису і різьбленню на печатках, молодому і перспективному художнику вдалося отримати мистецьку освіту в Японії. Під час навчання в Японії Фу Баоші, слідом за своїм наставником Кінбарою Сейго (1888–1958), вивчав історію та теорію західного мистецтва, сучасне мистецтво тощо. Він також наполегливо працював над вивченням японських та

західних технік живопису. Завдяки успіху його виставки каліграфії, живопису та гравюри на печатках, що відбулася в Токіо у травні 1935 року ще під час навчання, його твори були визнані японським мистецьким середовищем. Цікаво, що концепції експозиції цієї виставки допомагали розробити китайський вчений Го Моруо та японський наставник молодого майстра Фу Баоші – професор Кінбара Сейго. Виставку відвідало багато відомих людей з Китаю та Японії, кілька знаменитостей зробили відгуки на цю виставку, а більшість робіт на виставці були придбані японськими колекціонерами, про що писав у своєму щоденнику японський наставник майстра – Кінбара Сейго [4].

Для загального розуміння тогочасної ситуації відзначимо, що в 30–40-их роках ХХ століття Чунцін провінції Сичуань опинився у епіцентрі політичних подій країни. Зокрема, саме сюди китайський уряд вирішив перенести столицю з Нанкіна (провінція Цзянсу) [5]. У травні 1938 року тут було створено Третій відділ Політичного департаменту Військової комісії китайського національного уряду, директором якого призначили Го Моруо, який невдовзі запросив Фу Баоші приєднатися до нього в Ухані. Саме там Фу Баоші став секретарем Го Моруо. У квітні 1939 року сім'я Фу прибула до Чунціна, провінція Сичуань, а сам він все ще працював у Третьому відділі Політичного департаменту Військової комісії.

До приїзду в Сичуань художній стиль Фу Баоші був далеким від довершеності, художник все ще перебував на стадії мистецького пошуку. Мистецтвознавці виділяють два виразніші періоди творчості митця, які передували його приїзду в Сичуань і поєднують їх з досвідом, який він отримав до поїздки на навчання до Японії (до 1932 року), та безпосередньо в Японії (від 1932 по 1935 рік). Перший період творчості майстра характеризується його заглибленням у традиційні техніки китайського мистецтва. Пов'язане це з тим, що свій творчий шлях Фу Баоші розпочинав у порцеляновій майстерні

та майстерні з виготовлення рам, де під керівництвом майстра копіював старовинні

картини і вивчав доробок класика китайського мистецтва Ши Тао (іл. 8).



Іл. 1. Характерний зразок техніки «Баоші Цунь»



Іл. 2. Гори та ландшафти Чунцина.
Сучасне фото



Іл. 3. Фу Баоші, «Літні гори». Папір, кольорова туш, 111 x 62,5 см, 1943, Палацовий музей у Забороненому місті (Пекін)



Іл. 4. Фу Баоші «Стрімкий сутінковий дощ». Папір, кольорова туш, 103,5 x 59,4 см, 1945, Нанкінський Музей



Іл. 5. Фу Баоші. «Даді Цаотан». Папір, кольорова туш, 85,0 x 58,1см, 1942, Палацовий музей у Забороненому місті (Пекін)



Іл. 6. Фу Баоші. «Цюй Юань». Папір, кольорова туш, 58x84см, 1942, Нанкінський Музей



Іл. 7. Фу Баоші «Жінки, що йдуть». Папір, кольорова туш, 65x560см, 1944



Іл. 8. Ши Тао (1642–1708),
«Читання під сосною».
193×97см, папір, туш



Іл. 9. Мей Цин (1623–1697)
«Високі гори і поточні води».
Папір, туш, 249,5×121см, 1694,
Палацовий музей у
Забороненому місті (Пекін)



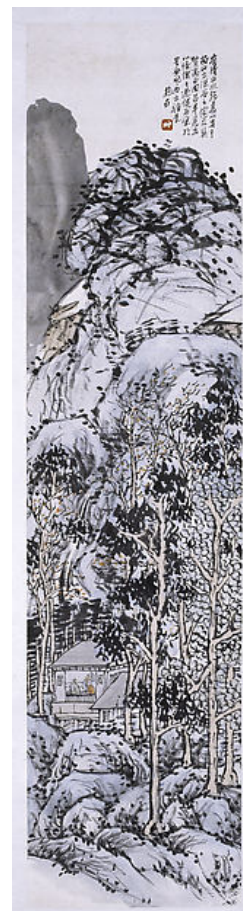
Іл. 10. Чен Суй (1607–1692). «Гори».
Папір, туш 29,5× 22,7см,
Музей провінції Чжецзян



Іл. 11. Фу Баоші «Соснові скелі,
що п'ють разом». Папір, кольорова
туш, 133,6х32,2см, 1925.
Нанкінський Музей



Іл. 12. Фу Баоші «їхати на віслюку
під бамбуковим деревом». Папір,
кольорова туш, 133,6 х 32,2см, 1925,
Нанкінський музей



Іл. 13. Фу Баоші «Павільйон біля
води в осінньому лісі». Папір,
кольорова туш, 133,6х32,2 см,
1925, Нанкінський музей

У передмові до хроніки Ши Тао Фу Баоші написав: «Я вивчаю Ши Тао, це стало моїм хобі, любові до Ши Тао просто неможливо позбутися» [7]. Як можна зрозуміти з цього фрагмента, Фу Баоші був великим шанувальником Ши Тао і з його праць він почерпнув не лише техніку живопису стародавніх художників, але передусім, усвідомив принципи вираження ними власних внутрішніх почуттів. У процесі аналізу класичного китайського живопису Фу Баоші познайомився з доробком Аньхой Мей Цин (1623–1697) (іл. 9) та Чен Суй (1607–1692) (іл. 10), яких він навіть дещо наслідував у своїх ранніх роботах.

Одна із перших відомих робіт Фу Баоші – «Соснові скелі, що п'ють разом» (іл. 11). На картині, що нині зберігається в колекції Музею Нанкіна, зображено два величезні камені на близькій відстані, вершини яких спрямовані вгору і вниз ліворуч. У центрі композиції зображено двох старих чоловіків, що сидять обличчям до обличчя на скелі і п'ють чай на галявині. Важливим мотивом центральної зони композиції твору стають гори, між якими протікає ріка з водоспадом, та протиставлені їм гори заднього плану «далекі гори», які були написані в плернерній манері [2].

Напис на цій картині свідчить про те, що Фу Баоші вивчав техніку живопису Чен Суй, але не наслідував її повністю. Він використовував вільні, випадкові лінії та розслаблені помах пензля для формування неповторної стилістики власної роботи. Рослини, що ростуть на далеких схилах, зображені чорнильними крапками. Метою нанесення хаотичних та недбалих за характером чорнильних крапок та чорнильних ліній з легкою передачею кольору стає необхідність розриву суцільного контуру об'єктів, задля досягнення враження спонтанності та органічності. Такий метод письма в китайському мистецтвознавстві як правило означає принцип «лінії, яка розриває лінію». Очевидно саме на цьому етапі Фу Баоші усвідомив необхідність

пошуку оригінального способу трактування реальності у синтезі класичних та власноруч вигаданих прийомів.

Інша робота того ж періоду – «Їзда на віслюку під бамбуковим деревом» (іл. 12), написана 1925 року у вертикальній орієнтації (кольоровий папір, 133,6 x 32,2 см), нині зберігається в колекції Нанкінського музею. На мості верхи на віслюку зображений старий чоловік, одягнений у синій одяг. Він озирається на хлопчика-лютниста, якого акцентовано виразною червоною плямою одягу. Динаміки роботі надає рух хлопчика за віслюком та протиставлення статиці тла бамбукового лісу. Ліворуч від сцени, неподалік від дерев'яного мосту, зображена трав'яна хатина з книжками на столі, за хатою – похилий схил пагорба зі звивистою стежкою, що веде нагору, а вдалині на стежці ледь видніються два мандрівники на віслюках. Кожному елементу композиції надано вагомого змістового навантаження. Напис на картині свідчить, що автор створив цю роботу, вивчаючи манеру живопису художника Мі Фу (1051–1107, династії Сун). Фу Баоші вважав, що найуспішнішими послідовниками цього методу живопису стали Гао Кегун (1248–1310) епохи Юань та Дун Цічан (1555–1636) епохи Мін, які класичну стилістику доповнили власними малярськими «винаходами». Дослідники стверджують, що у порівнянні з іншими учнями тільки Фу Баоші, який вивчав картини Мі Фу систематично і глибоко, повністю зрозумів суть цього живописного методу.

Як свідчить практика, щоби досягнути суть давньокитайських традиційних технік і форм живопису та осучаснити їх, необхідне розуміння формотворчих принципів давньокитайського мистецтва. Саме тому Фу Баоші значну увагу приділив аналізу творчих методів класиків. Він усвідомив, що Мі Фу творив свої пейзажі без використання ліній, за допомогою пензля, вмоченого в туш, який горизонтально ковзав по рисовому паперу, залишаючи сцену туманною і неоднозначною. Саме в цей час художник

зрозумів, що цей експресивний метод якнайкраще підходить для вираження дощової погоди південного Китаю. Можливо, тут він слідував шляхом Гао Кегун династії Юань та Дун Цічан династії Мін, які теж намагалися інтерпретувати методику живопису Мі Фу. Відзначимо, що Фу Баоші іншим чином інтерпретував техніку Мі Фу. Суть зміни полягала у етапності роботи. Він спочатку окреслює гору та скелі світлою тушшю, а потім використовує чорні крапки туші, щоб зафарбувати їх горизонтально по всій картині. Він використовує цей метод свідомо, щоб «зламати» межі лінії. Причиною такої експресії став його бунт проти стереотипної формули китайського пейзажного живопису, яка полягає в контуруванні елементів лініями, та наступного за ним розтушовуванні.

Однією з ранніх робіт Фу Баоші, є твір «Павільйон біля води в осінньому лісі» (іл. 13), авторський напис на якому пояснює власні підходи до мистецтва та його новаторські наміри. Насамперед звернемо увагу на сюжет твору. У лівій частині роботи, ближче до середини, зображено дерев'яний павільйон для відпочинку в лісі. Альтанка збудована над струмком, а праворуч від неї – густий ліс. Усередині альтанки двоє літніх чоловіків розмовляють один з одним. Хвилястий схил пагорба внизу сцени залишає порожній простір у лівому нижньому кутку, а вдалині – прямовисні вершини у верхній частині сцени, з далекими горами, намальованими в пленерній манері. Сцена є осінньою, тому на додаток до листя, намальованого тушшю та квіткового синього кольору, тут також присутнє червоне листя, намальоване фарбою верміліон.

Зауважимо, що у цьому новаторському за суттю творі Фу не використовував традиційний китайський метод глибокої та віддаленої композиції, який зазвичай застосовується в живописі, а вирішив зобразити лише сцену переднього плану для якої віддалений пейзаж виступив звичайним стафажем. Використовуючи експресивні

живописні прийоми майстер намагається порушити регулярність контуру, використовує розлогі та жваві мазки пензля, які формують силуети гірських вершин. Рослини на далеких пагорбах замінюються чорними крапками туші. Ці риси в техніці можна побачити в прагненні Фу Баоші до композиційних змін, в той час як він також досліджує різноманітність технік виконання.

Увагу дослідників небезпідставно привертає картина Фу Баоші «Чоловік з милицею та арфою» (іл. 14). Виходячи з самої назви ми можемо зробити висновок, що в даному випадку Фу Баоші орієнтувався на творчість юаньського художника Ні Цзана (1301–1374). Як можемо зрозуміти з серії наступних творів, після створення цієї роботи Фу Баоші захопився технічними прийомами Ні Цзана, передусім принципом використання простих мазків для відтворення «простих пейзажів». Саме в цьому первісному творі бачимо застосування Фу Баоші принципу творення картини не шляхом наслідування техніки майстра, а шляхом перенесення у власну творчість «розслабленого стану душі» живопису Ні Цзана. Також, у цей період можна зауважити захоплення Фу творчою спадщиною давньокитайських літераторів. Цей порив став для нього характерним і згодом під час вивчення теорії традиційного китайського живопису і що стверджувало глибокий фундамент національної культури. Живописні прийоми, використані Фу у його картині для зображення гір, відмінні від методу Ні Цзана. Характер письма Фу Баоші у цій роботі більше нагадує ескізний метод, він невимушений, розслаблений, органічний і близький до природи. Водночас, у даному творі бачимо і деякі архаїчні риси. Композиція цієї роботи Фу Баоші все ще базується на характерному для класичного китайського малярства принципі триступеневого відтворення далекого, середнього та ближнього планів.

Описані вище чотири артефакти вважаються найбільш ранніми виявленими

та вцілілими роботами Фу Баоші, долю яких можна простежити. Збереглися вони через те, що через багато років після їх створення Фу Баоші знайшов ці свої власні картини у крамниці живопису та каліграфії та викупив їх. Відтоді вони перебували в його особистій колекції, а після смерті художника його родина подарувала їх Нанкінському музею. Відзначимо, що в згаданих творах спостерігаємо прагнення художника до еволюції власної художньої мови, які однак ще не набули виразних та самобутніх рис.

Вивчення особливостей живопису Фу Баоші, дозволяє ствердити, що він тривалий час перебував під впливом пластики японського живопису. Однак більшість його робіт, у яких прослідковуємо ремінісценції японського мистецтва постали вже після того, як майстер покинув Японію і переїхав жити до Чунціна.

З наведеного вище аналізу видно, що домінуючими темами малярства Фу Баоші переважно залишаються пейзажі, птахи, комахи та рослини. Фігуративні мотиви зовсім не характерні раннім етапам його творчості. Композиція типових картин цього періоду формується зі своєрідних шарів гірських піків-вершин, накладених один на одного, щоб створити структуру гори. При тому форми об'єктів відтворено делікатно і суворо.

На аскетизм мистецького вислову художника загалом впливала як своєрідна природа краю, так і матеріальне становище митця. Після прибуття до Чунціна сім'я Фу Баоші жила в невеликому фермерському будинку на схилі Цзінган. Фу Баоші так описував своє життя в Чунціні: «Я жив поруч зі старою гірською дорогою, під схилом Цзінган в дуже маленькому будиночку, який спочатку використовувався як сторожова будка, розділена на дві кімнати бамбуковою огорожею, тому що кімната була маленькою і темною, тільки після сніданку мені доводилося виносити єдиний квадратний дерев'яний стіл до зали і використовувати світло, що проникало крізь двері, щоб

малювати, а коли я закінчував малювати, я ніс його назад на те саме місце, щоб поїсти або використати для інших цілей. Таким чином, мені доводилося двічі на день прибирати зі столу, збирати макулатуру, мити пензлі, мити чорнильниці, підмітати підлогу і витирати стіл» [6]. Очевидно, що в той час його житло було дуже скромним, а життя – важким. У своєму творі він написав: «Житло було лише захистом від стихії, а одяг, який я носив, був придбаний раніше. ... У будинку не було зайвої їжі» [8]. Щоб вижити, він також підробляв у Центральній академії політичних наук художнім редактором, а у вільний від роботи час почав укладати «Хроніку Ши Тао». Хоча життя було важким, адже Чунцін у той час був частиною великого ар'єргарду Китаю, під час війни він став політичним, культурним та економічним центром Китаю, де зосередилася еліта з усієї країни, а також деякі співробітники іноземних консульств. Фу Баоші був відкритою і товариською людиною і вмів заводити друзів. Ця його чеснота відіграла ключову роль в успіху його кар'єри. Іноземні друзі, з якими він товаришував, цінували і купували його роботи, що стало головною причиною поширення його творчості в інших країнах світу. У Китаї соціальна взаємодія є дуже важливим аспектом діяльності художника. Під час перебування в Чунціні Фу знайшов багато друзів, які згодом проявили себе як виразні персоналії в китайському літературному та мистецькому світі. «У Чунціні він добре порозумівся зі своїми колегами з Третього відділу Військової комісії національного уряду і познайомився з Лао Ше (1899-1966), Чжао Цінге (1914-1999), Хуан Мяоцзи (1913-2012), Лі Кераном (1907-1989). Близькими друзями також були У Цзуорен (1908-1997), Чень Чжифо (1896-1962) і Цзун Байхуа (1897-1986)» [9]. Про спілкування батька з друзями у своєму есе «Спогади про Ваджра По» розповів син Фу Баоші, Фу Сяоші. Там описується, що художники, які жили у Ваджра По, часто зустрічалися в будинку

патріотично налаштованого китаїця Ситу Цяо, їх часто відвідували карикатуристи Гао Луншен (1903-1977) і Чжан Веньюань (1910-1992), а також відомий живописець Лі Керан, а двома найвпливовішими з цих друзів були Сюй Бейхун і Го Моруо.

З моменту знайомства з Сюй Бейхуном у 1930 році Фу Баоші був високо оцінений ним і з тих пір просувався по кар'єрних сходах. Сюй Бейхун відіграв велику роль у творчому житті Фу, про що твердив у розмові з істориком східного мистецтва Чан Ренманом сучасний китаїський письменник Бао Лімін [1]. Відомий історик Чан Ренман на той час був викладачем Національної академії образотворчих мистецтв і мав глибокі дружні відносини з Фу Баоші. Саме Чан Ренману Фу Баоші делегував делікатну місію переконати Сюй Бейхону дозволити йому зосередитися на практичній реалізації власного таланту, тобто перейти від викладання історії мистецтва до викладання практики китаїського живопису. Слід відзначити, що Сюй Бейхун відмовив художнику, оскільки за його словами «Фу Баоші дуже добре викладав історію мистецтва». Виявилось, що Сюй Бейхун не був надто високої думки про методи викладання Фу Баоші практики китаїського живопису. Тож, щоби довести протилежне, Фу Баоші вирішив влаштувати «Виставку Жень'у». Мистецтвознавець Лін Му також твердив складність стосунків між Сюй Бейхуном і Фу Баоші в Чунціні. На підтвердження своїх думок він цитує розповідь Бао Ліміна та аналізує причини відмови Сюй Бейхуна від Фу Баоші. Сюй Бейхун був переконаним антитрадиціоналістом, а Фу Баоші – переконаним традиціоналістом; Сюй Бейхун хотів використати західний живопис для порятунку східного мистецтва, а Фу Баоші виступав проти теорії «поєднання Сходу і Заходу», виступаючи за засвоєння іноземної культури на основі національної культури і збереження самобутності [3]. Відповідно, влаштовуючи власну виставку, Фу Баоші намагався ствердити власну спроможність

викладати практику китаїського живопису і вишукував у цій практиці новаторські риси. Натомість Сюй Бейхун свій оригінальний стиль живопису вважав непридатним для викладання. У протистоянні цих двох векторів ми вбачаємо один із вагомих чинників, які привели до формування неповторного стилю пейзажного живопису Фу Баоші.

На противагу Сюй Бейхуна підтримку Фу Баоші у його творчих пошуках надавав Го Моруо. З часу їх знайомства в Японії в січні 1933 року, вони на десятиліття стали вірними друзями. Го Моруо часто піклувався про Фу під час його перебування в Чунціні, підписував вірші до його картин, надавав художнику певну фінансову допомогу. У 1942 році Го Моруо завершив історичну драму «Цюй Юань», яка була поставлена в Чунціні і отримала великий резонанс. Цюй Юань – представник авторитетної наукової школи Давнього Китаю, своє життя присвятив відстоюванню гідності власної нації.

Національний дух діяльності Цюй Юаня настільки глибоко зворушив Фу Баоші, що він створив картину «Цюй Юань» до якої Го Моруо написав спеціальний і доволі довгий вірш. Загалом у творчому тандемі художника і поета постала цілісна серія творів, присвячена постаті Цюй Юаня. Збережені і каталогізовані роботи Фу Баоші свідчать, що Го Моруо написав близько тридцяти чи сорока віршів до картин художника, і ці вірші ефектно репрезентують творчість Фу Баоші. Наприклад, «Жінки, що йдуть», «Леді Сян» (іл. 15), «Дев'ять старих» (іл. 17) та інші збережені твори Фу Баоші містять вірші, написані Го Моруо.

Дослідження теорії мистецтва та створення робіт є важливою основою для оцінки художньої цінності та статусу митця, а також найкращим способом для художників продемонструвати свій талант. У провінції Сичуань Фу Баоші розробляв власну теорію живопису, чим заклав міцний фундамент для долання вершин своєї мистецької творчості. У провінції Сичуань Фу Баоші опублікував низку праць з історії та теорії мистецтва,

зокрема «Дослідження історії китайського живопису» (1940), «Походження гравюри на печатках» (1940), «Дослідження давнього китайського живопису» (1940), «Коротка історія китайської гравюри на печатках» (1940) та «Дослідження історії давнього китайського пейзажного живопису» (1940), «Дослідження давнього китайського живопису» (1940), «Коротка історія китайської гравюри на печатках» (1940), «Дослідження історії давнього китайського пейзажного живопису» (1940), «Ремесло Китаю» (1943) тощо. У цей період Фу Баоші також провів кілька тематичних досліджень, у яких аналізував доробок місцевих художників і різьбярів печаток. Саме цієї проблематики стосуються його праці «Хронологія Ши Тао Шанґрена» (1942) та «Хуан Мофу, печатник» (1940). Слід відзначити й кілька тогочасних наукових та науково-популярних розробок Фу Баоші у царині теорії мистецтва, зокрема «З духу китайського мистецтва війна буде виграна» (1940), «Прогрес китайської живописної думки» (1940) та інші. У праці «Розвиток давньокитайської живописної думки» він досить глибоко досліджує основні ідеї китайського живопису. Він також вказує на важливість Гу Кайчжі (348–409), Цзун Бін (375–443), Ван Вей (414–453) та інших у зміщенні акценту китайського живопису від створення фігур до пейзажного живопису, особливо він наголошує на необхідності обговорення культури мистецтва як глибинної суті китайського живопису. У праці «Дослідження історії китайського живопису в пейзажі, живописі, туші та розмиві» (1940) він прояснив основну траєкторію розвитку китайського живопису через вивчення історії живопису, а також вказав, що ці теоретичні дослідження слугували позитивним орієнтиром для його подальшого дослідження живописної практики. Його вагомим дослідженням під час перебування в Чунціні була «Хронологія Ши Тао», і він сам визнавав свою одержимість дослідженням Ши Тао:

«Дослідження творчості Ши Тао для мене стало майже фетишем, який я не можу покинути упродовж кількох останніх років. Чим більше я вивчаю, тим більше я зацікавлений, але також чим більше я вивчаю, тим більше у мене виникає проблем, тим більше я відчуваю, що це нелегка справа» [7]. Ши Тао, важливий новатор китайського пейзажного живопису пізньої династії Цин, не лише досягнув великих успіхів у живописі, але і в його теоретичному обґрунтуванні. Вивчення доробку Ши Тао не тільки допомогло Фу Баоші практиці пейзажного живопису, але й мало велике значення для формування його загальної теорії живопису та появи власних оригінальних живописних ідей.

Зазначмо, що Фу Баоші жив у Чунціні в період Цзінганпо – час, коли китайський живопис досяг етапу свого першого розквіту. Саме в цей час пейзажний і фігуративний живопис розвивалися суголосно. Відповідно, поетичний та історичний живопис Фу Баоші цього періоду виявилися дуже продуктивними. Стилістичне розмаїття цих полотен демонструє процес експериментування в пошуках власного стилю.

Вказуючи на інноваційні тенденції та трансформації живопису Фу Баоші в період його проживання в провінції Сичуань особливу увагу слід звернути на твір «Бамбуковий гай під дощем» (іл. 16). Це одна з тих робіт Фу стилю «Вітер, дощ і пейзаж», в якій він винайшов особливу техніку малярства. Метод цей базований на певних технологічних особливостях, характері використаних чи пристосованих матеріалів, їх фізичних характеристиках. З огляду на властивості матеріалів, основою методу можна вважати принцип розбризкування поверхнею грубого дешевого паперу особливої «квасцевої води» [10]. «Квасцева вода» – це суміш особливим чином приготованого клею тваринного походження. Такий клей (глютиновий клей) по суті є білковим клеєм, виготовленим зі шкір, кісток, сухожилів і зв'язок тварин, або

хорди осетрових риб. Цей вид клею із квасцями у певних місцях художник наносив на папір, забезпечуючи паперу певні фізичні

властивості, які допомагають досягнути враження, подібного до техніки «мокрого малювання» в акварелі.



Іл. 14. Фу Баоші «Чоловік з милицею та арфою». Папір, кольорова туш, 133,6x32,2см, 1925, Нанкінський музей



Іл. 15. Фу Баоші «Леді Сян». Папір, кольорова туш, 1944



Іл. 16. Фу Баоші «Бамбуковий гай під дощем». Папір, кольорова туш, 110,2 x 62,7см, 1944, Нанкінський музей



Іл. 17. Фу Баоші «Дев'ять старих». 1952, Меморіальний музей Го Моруо

Картини створені за цим методом, і серед них твір «Бамбуковий гай під дощем», характеризуються ритмікою смуг квасцевої

води, нанесених по діагоналі на папір. На папері, обробленому таким чином, художник малював великим пензлем,

вмоченим у світлу фарбу. Завдяки використанню згаданого методу досягалося відчуття живопису «по мокрому», який дуже вдало підходив для відтворення місцевого вологого клімату, імітації акварельних ефектів, наповнених відчуття вологості та дощової прохолоди. Даний метод передбачав два етапи послідовної роботи. Фінально живописний твір виконувався мокрим способом, подібно до акварельного живопису на поверхні, попередньо підготованій під час першого етапу роботи. Поверхня паперу після висихання квасцевої води, набирала вигляду і значення ізольованого шару, а велика площа нанесеної на неї фарби набувала ефекту «летючої білизни». У місцях активного розбризування води створюючи враження, що дощ йде з великою силою. Виявлені та згодом ефективно відтворені Фу Баоші художньо-пластичні особливості привели митця до усвідомленого реформування та інновації як живописного матеріалу так і техніки живопису майстра. Інноваційність цього методу живопису свідчить, що Фу Баоші був наділений тонким відчуттям мистецтва, посиленням аналітичним та практичним опануванням актуальних в той час технік іноземного живопису і поєднанням їх з традиційним китайським.

У зв'язку із економічними чинниками, зокрема відсутності у митця хорошого паперу «сюань» у часі його перебування в Сичуані, митець був змушений використовувати шовковичний папір (кору), який був грубим, доступним в цих околицях папером. Майстер зрозумів фізичні можливості матеріалу, зокрема здатність шовковичного паперу витримувати багаторазове нанесення фарби, стійкість до механічних впливів навіть жорстких за структурою пензлів, що дозволяло застосовувати етапність нанесення окремих шарів, підпорядкування пластичної мови творчим імпульсам та бажанням творця. Задля забезпечення відносної гладкості поверхні паперу та належної зміни

водопроникних його характеристик, художник усвідомив необхідність обробки та чищення шорсткої поверхні шовковичного паперу квасцевою водою. У процесі розведення квасцевої води Фу Баоші не завжди зміг наносити її рівномірно. Оскільки в певних місцях розтирання виходило не щільним, частина поверхні перекривалася надто густо, що приводило до нерівномірного наступного зчеплення носія з фарбою. Оскільки в таких місцях фарба «не лягала», отримана неоднорідна текстурована поверхня була особливо придатною для відтворення ефекту дощу чи вологої погоди. Фу Баоші любив малювати на папері з шовковиці (кори), який є дуже гнучким і придатним для багаторазового фарбування. Практична майстерність Фу Баоші, використання техніки розбризування води та пензля в живописі стали важливою ознакою його унікального стилю і сприяли появі у майстра нових аспектів та ідей щодо теоретичного дослідження пейзажного живопису Китаю.

Висновки. Проведені дослідження показали, що досвід життя в Сичуані мав вплив на творчий шлях визнаного митця, тому що пластична мова живопису водорозчинними фарбами Фу Баоші саме в цей час набула виразної початкової художньої форми, що згодом еволюціонувала у самодостатній художній стиль, заклала міцний фундамент для пізнішого стилю пейзажного живопису Фу Баоші. Виявлено, що творчість Фу Баоші до його приїзду в Сичуань і стиль його живопису в цей період в основному базувалися на вивченні традиційного китайського мистецтва. Аналітичне опрацювання доробку художника дозволяє стверджувати його цілеспрямоване зацікавлення регіональними особливостями місцевості. Створені в цей період роботи орієнтовані на реалістичне відтворення дійсності, в яких однак проявляються елементи японського туманного живопису, пластична форма артефактів при тому

набувала модерного вияву. До подібних ознак віднесемо характерне долання практики застосування трискладової класичної композиції китайського малярства, долання контурного характеру письма, опанування пластики асоціативних плям. Серед великої кількості творів, які побачили світ у сичуанський період, особлива увага звернена до серії робіт «Пейзаж дощу», в якій яскраво проявилися інноваційні та трансформаційні тенденції творчості майстра.

Результати проведеного дослідження свідчать глибину усвідомлення та вживлення Фу Баоші в особливе місцеве природне середовище Сичуаню. Активне спостереження за природою стимулювало майстра до переосмислення власного мистецького шляху. Він був одержимий вивченням історії мистецтва, а природне середовище Сичуані спонукало його до застосування результатів теоретичних розвідок у практичну площину. Майстер був захоплений своєю художньою творчістю, практикував використання несподіваних, лише йому притаманних матеріалів та технік живопису, що в результаті призвело до створення власного стилю. У зв'язку із економічними чинниками, зокрема відсутності у митця хорошого паперу «сюань», митець був змушений використовувати доступний й грубий за текстурою шовковичний папір. Майстер зрозумів фізичні можливості матеріалу, зокрема здатність шовковичного паперу витримувати багаторазове нанесення фарби, стійкість до механічних впливів, що

дозволяло застосовувати етапність у нанесенні шарів, підпорядкування пластичної мови творчим імпульсам та бажанням творця. Задля забезпечення відносної гладкості поверхні паперу та належної зміни його водопроникних характеристик, художник усвідомив необхідність обробки та чищення шорсткої поверхні шовковичного паперу квасцевою водою. Особливості нанесення квасцевої води надавало матеріалу особливих фізичних характеристик, які сприяли формуванню в спостережливого живописця неповторного характеру власного письма. Власний стиль живопису Фу Баоші розвивав на основі традиційного малярства, однак під впливом низки чинників майстер наважився на трансформації, що сприяло формуванню актуальних та сучасних йому форм мистецького вислову. Вивчення траєкторії художнього зростання Фу Баоші свідчить, що значна частина його робіт спиралася на існуючі та попередньо створені артефакти. Формування стилю пейзажного живопису Фу Баоші під час його перебування в Сичуані було зумовлене передусім впливом місцевого природного середовища, особистими мистецтвознавчими дослідженнями майстра, духовними та емоційними переживаннями. Еволюція його художнього стилю була послідовною, не змінилась під впливом цінностей і естетичних смаків пейзажного живопису після заснування держави, що можна пояснити життєвим досвідом, який Фу Баоші отримав у Чунціні, Сичуань.

Література:

1. 包立民. 傅抱石与徐悲鸿 人物, 2000. 10. 第 125-130.
2. 叶宗镐. 傅抱石年谱 (增订本 上海: 上海书画出版社, 2012. 505頁.
3. 林木. 傅抱石徐悲鸿关系谈从傅抱石壬午画展谈起[J]. 荣宝斋, 2003. 5. 77 頁.

4. 林木. 傅抱石评传 版. 台北: 羲之堂文化出版事业有限公司, 2004: 第. 42–46.
5. 谢儒弟. 重庆抗战文化史 北京: 团结出版社, 2005. 579 頁.
6. 萧平. 傅抱石 杭州: 西泠印社出版社, 2009. 19 頁.
7. 傅抱石, 叶宗镐. 《石涛上人年谱》, 《傅抱石美术文集 上海: 上海古籍出版社, 2003. 248頁.

8. 傅二石. 金刚坡的回忆, 《傅抱石研究文集 上海: 上海书画出版社, 2009. 348頁.

9. 山谷. 傅抱石·落笔世所稀 郑州: 大象出版社, 2003. 93頁.

10. 沈左尧. 傅抱石先生逝世二十周年纪念集《艺术之峰, 远而弥高 南京, 1985. 119頁.

11. Chung A., Andrews J. F., Fu B. Chinese Art in an Age of Revolution: Fu Baoshi (1904–1965) (Cleveland Museum of Art). Illustrated edition. Yale University Press, 2012. 256 p.

12. Clarke D. Raining, drowning and swimming: Fu Baoshi and water. *Art History*. 2006. № 1(29). P. 108–144.

13. Eden J. E. Black Marks, Red Seals: Contextualizing the Ink Paintings of Fu Baoshi. 2023. 117 p.

14. Lee H. J. Exploring visual modernity and national identity in twentieth-century China: Fu Baoshi's self-awareness and critical response during the Sino-Japanese War (1937–1945). The University of Manchester (United Kingdom), 2015.

15. Vainker S. Fu Baoshi in Chongqing: Some Paintings in European Collections. *Arts Asiatiques*. 2012. № 67. P. 89–96.

References:

1. Bao, L. (2000). Fu Baoshi and Xu Beihong. *People*, 10, 125–130 [in Chinese].

2. Ye, Z. (2012). *Biographical Chronicle of the Artist Fu Baoshi*. Shanghai: Shanghai Calligraphy and Painting Publishing House [in Chinese].

3. Lin, M. (2003). Discussion on the Relationship between Fu Baoshi and Xu Beihong – from the Fu Baoshi Exhibition in 1942. *Zhongbaozhai*, 5 [in Chinese].

4. Lin, M. (2004). *Fu Baoshi Biography Edition*. Taipei: Sichitan, 42–46 [in Chinese].

5. Xie, R. (2005). *History of Cultural Resistance in Chongqing During the War of Resistance Against Japan*. Beijing: Tuanjie Publishing House [in Chinese].

6. Xiao, P. (2009). *Fu Baoshi*. Hangzhou Xiling Seal Art Society Publishing House [in Chinese].

7. Fu, B., & Ye, Z. (2003). *Chronicle of the Artist Shitao*. Shanghai: Shanghai Ancient Books Publishing House [in Chinese].

8. Fu, E. (2009). *Memoirs of Jin Gangpo*. Shanghai: Shanghai Calligraphy and Painting Publishing House [in Chinese].

9. Shan, G. (2003). *Fu Baoshi – a Rare Brush in the World*. Zhengzhou: Daxiang Publishing House [in Chinese].

10. Shen, Z. (1985). A Memorial Collection in Commemoration of the Twentieth Anniversary of the Passing of Mr. Fu Baoshi. Nanjing: Twentieth Anniversary of the Passing of Mr. Fu Baoshi: 'The Summit of Art, Distant and High [in Chinese].

11. Chung, A., Andrews, J. F., & Fu, B. (2012). *Chinese Art in an Age of Revolution: Fu Baoshi (1904–1965)* (Cleveland Museum of Art). Yale University Press; Illustrated edition.

12. Clarke, D. (2006). Raining, drowning and swimming: Fu Baoshi and water. *Art History*, 1(29), 108–144.

13. Eden, J. E. (2023). *Black Marks, Red Seals: Contextualizing the Ink Paintings of Fu Baoshi* [Master's thesis, Bowling Green State University].

14. Lee, H. J. (2015). *Exploring visual modernity and national identity in twentieth-century China: Fu Baoshi's self-awareness and critical response during the Sino-Japanese War (1937–1945)*. The University of Manchester (United Kingdom).

15. Vainker, S. (2012). Fu Baoshi in Chongqing: Some Paintings in European Collections. *Arts Asiatiques*, 67, 89–96.

TENG X.

Lviv National Academy of Arts, Lviv, Ukraine

INNOVATIVE TENDENCIES AND TRANSFORMATIONS OF FU BAOSHI'S PAINTING DURING THE PERIOD OF HIS RESIDENCE IN SYCHUAN PROVINCE (40S OF THE 20TH CENTURY)

Objective. *The aim of this study is to investigate the process of transformation of Fu Baoshi's artistic style during his residency in Chongqing, Sichuan Province, under the influence of the modernist tendencies of Chinese painting in the early 20th century.*

Methodology. *Comparative analysis of Fu Baoshi's works in the comparative context of the development of Chinese painting in the 20th century. Art-historical analysis of artistic and plastic*

characteristics of stylistically related works with regards to thematic unity, composition, applied painting techniques and means.

Results. The artistic and plastic characteristics of Fu Baoshi's works after his relocation to Sichuan Province demonstrate a unity reflected in thematic content, composition, applied painting techniques and means. Stylistically, his painting practice during that period was characterized by expressive innovative approaches influenced by the local landscape features and the aesthetic program of contemporary society. The following aspects of Fu Baoshi's artistic activity were explored: thematic range of works, their compositional characteristics, innovation of artistic language, and the possibilities of using painting material for the transformation of individual practice. Globalized synthetic considerations on the painting methods of contemporary artists were projected onto Fu Baoshi's landscape experience acquired in Sichuan Province. Among the numerous works produced during his Sichuan period, special attention is given to the series «Rainy Landscape», in which the master's innovative and transformative tendencies are particularly vivid.

Scientific novelty. It has been established that the innovative tendencies of Fu Baoshi's artistic practice can be characterized as an important stage in the formation of a new individual technique of landscape painting, which was later named as «Baoshi Cun.»

Practical significance. The results of this research will contribute to a new assessment of Fu Baoshi's contribution to the treasury of world art.

Keywords: Chinese art, trends in Chinese painting of the 20th century, Sichuan Province, art, landscape painting, painting practice of Fu Baoshi, modernism, illustration, painter, techniques of Chinese art.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Тен Сіяоджон, аспірант, Львівська національна академія мистецтв, ORCID 0000-0003-4059-8038, **e-mail:** 339110584@qq.com

Цитування за ДСТУ: Тен С. Інноваційні тенденції та трансформації живопису Фу Баоші в період його проживання в провінції Сичуань (40-х роки XX століття). *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 171–185.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.15](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.15)

Citation APA: Тен, С. (2023). Інноваційні тенденції та трансформації живопису Фу Баоші в період його проживання в провінції Сичуань (40-х роки XX століття). *Art and Design*. 4(24). 171–185.

УДК 75.041.7:
75.036(510)

ФЕЙ М.

Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Харків, Україна

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.16.

ОБРАЗИ СІЛЬСЬКОГО ЖИТТЯ В СУЧАСНОМУ ЖАНРОВОМУ ЖИВОПИСІ КИТАЮ

Метою статті є осмислення стильових, композиційних та колористичних рішень створення образу сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю.

Методологія. Методологія дослідження базується на використанні як загальнонаукових методів аналізу, так і спеціально-мистецтвознавчих, а саме: методах формально-стилістичного та композиційно-колористичного аналізу.

Результати. На прикладах аналізу картин Сіня Дунвана, Чень Ліжуна, Го Бейпіна, Лі Дзепіна виявлені художні особливості втілення образів сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю. Виявлені основні мотиви картин про сільське життя в сучасному станковому живописі Китаю. Осмислені стильові, композиційні та колористичні рішення створення образів сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю та доведено, що основним стильовим напрямом репрезентації образів сільського життя є реалізм, стиль, який підтримує або відновлює референтні зв'язки з дійсністю, з культурою повсякденності Китаю. Охарактеризовані різні підходи до віддзеркалення змістів образів сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю. Доведено, що образи сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю є вагомим його образним сегментом, який віддзеркалює сьогодення.

Наукова новизна. Вперше визначені художні особливості втілення образів сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю на прикладах картин Сіня Дунвана, Чень Ліжуна, Го Бейпіна, Лі Дзепіна, створених наприкінці ХХ – початку ХХІ ст.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх застосування для фахової мистецької освіти як в Україні, так і в Китаї. Дослідження відкриває перспективу вивчення інших образів повсякденності в сучасному китайському жанровому живописі.

Ключові слова: Китай, жанровий живопис, китайські художники, художній образ.

Вступ. Соціальні перетворення Китаю виявилася потужною рушійною силою для істотної зміни способу життя людей, їхньої зайнятості та всього образу суспільства. Економічна реформа вплинула на ці зміни, адже на момент початку реформи у 1979 р. 80% населення проживало у селах, у 1993 р. – вже 71% від загальної кількості, таким чином можна сказати, що процес урбанізації у Китаї посилювався. Останніми десятиліттями частка міського населення різко зросла за рахунок міграційних процесів в самому Китаї з сільських районів у середні та великі міста країни. У китайському суспільстві чисельність середнього класу, за даними різних дослідників, становить від 10% до 27% населення (з урахуванням таких критеріїв, як професія, рівень освіти та доходу) [4], тобто частка сільського населення досі залишається доволі високою. До вересня

2021 року відсоток сільського населення Китаю становив близько 39–50% від усього населення країни [5]. Це пояснює ту увагу, яку приділяють сучасні китайські художники-станковисти художнім образам селян Китаю. Ці образи є частиною живописного віддзеркалення цілої низки образів повсякденності, які репрезентуються на сьогодні сучасними китайськими художниками в станковому живописі. Ця тематика є вкрай актуальною і для наукового дослідження, адже, незважаючи на те, що сучасний станковий живопис країни активно досліджується, досі існують лакуни в зазначеній проблематиці. Важливим, на нашу думку, матеріал цього дослідження буде і для представників українського мистецтвознавства.

Аналіз попередніх досліджень. Безумовно, китайські та закордонні дослідники з великою увагою спостерігають та

вивчають ті соціальні зміни, які відбуваються в сучасному Китаї. Насамперед, увага приділяється змінам в соціальній структурі китайського населення, міграційним процесам, осмисленню результатів економічної реформи 1980-х рр. в країні, тощо. Відомі китайські науковці, такі як Чи Чжунлінь [11], Лу Сюеї [4; 5], Лінь Юйтан [3] та інші присвятили свої дослідження саме цим проблемам. Доволі складною проблемою для сільського населення країни стала проблема виснаження землі, а відтак – скорочення зайнятості і вимушене збідніння сільського населення. Китайський соціолог Чень Найсін звертав увагу на необхідність поєднання економічного розвитку та місць «вторинної зайнятості», особливо для сільського населення [10]. Отже, перша група наукових праць присвячена дослідженню проблем сільського населення, його стану в сьогоденному Китаї. Про другу групу досліджень – наукових студій китайських мистецтвознавців, які знаються на станковому живописі, ми писали раніш [12]. Аналізуючи цікаві роботи Люй Пен та І Даня [7], окремі монографії Люй Пен [8; 9], Гао Мінлу [1] та Гао Цяньхуя [2] ми також відзначали, що певні теми сучасних китайських станковистів ще не мають системних досліджень, незважаючи на доволі великий масив узагальнюючих публікацій з образотворчого мистецтва Китаю. Ми вже згадували про публікацію Лу Хун та Сунь Чженьхуа, в якій аналізувались зміни в станковому живописі на сьогодні [6, с. 138–139]. Втім, можна також зазначити, що традиційні для китайського мистецтвознавства дослідження пейзажу (враховуючі і сільський пейзаж) та портрет (враховуючі і портрети селян) поступаються «польовим описам» жанрових картин, в яких створюються образи сільського буття в сьогоденному Китаї. Так Китайські асоціації художників різних регіонів країни, виставляючи в Інтернеті зображення картин сучасних станковистів, описують ці твори, створюючи ці бази даних.

Отже, аналіз попередніх досліджень репрезентації образу сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю свідчить про те, що зазначена мистецтвознавча проблема лише зараз стає предметом наукового осмислення, адже досі були відсутні системні дослідження цієї проблеми.

Постановка завдання. Китайські художники часто та давно зображують сільське життя у своїх творах, відбиваючи традиційні та сучасні аспекти сільської культури. Втім, як вже вказувалось, сільське буття було часто репрезентовано в жанрах пейзажу та портрету. Так, художник Чжан Шаньюн відомий своїми мальовничими роботами, які зображують гарні краєвиди та сільські сцени. Живописні роботи Чжан Чжуна часто включають сільські пейзажі та традиційні китайські архітектурні елементи. Чжан Дацай спеціалізується на живописі пейзажів, включаючи сільські та природні мотиви. Але на сьогодні формується цілий напрям жанрового живопису, в якому сцени сільського життя є основною живописною темою, і цей напрям, який репрезентує образи сільського життя є вкрай цікавим для осмислення.

Метою статті є осмислення стильових, композиційних та колористичних рішень створення образів сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю. Завданнями статі є наступні: виявити соціокультурний контекст появи художніх образів сільського життя в сучасному станковому живописі Китаю; охарактеризувати творчий доробок основних представників станковому живописі Китаю, які репрезентують сільське життя; дослідити стильові, композиційні та колористичні засоби художньої виразності репрезентації образів сільського життя сучасними китайськими жанровістами. В статті використовується методика дослідження, в якій використовуються методи формально-стилістичного та композиційно-колористичного аналізу. Використання методів системного та соціокультурного аналізу дозволили виявити контекст появи

жанрових картин з сільського життя. Метод формально-стилістичного дозволив проаналізувати стилістичні особливості створення образів сільського життя сучасними китайськими станковістами. Завдяки методу композиційно-колеристичного аналізу в статті проаналізовані основні композиційні та колеристичні прийоми створення зазначеної образності.

Результати дослідження та їх обговорення. У Китаї сільське господарство поширене по всій країні, і багато етнічних груп займаються сільськими видами діяльності. Тим не менш, сільськогосподарська діяльність у Китаї найбільш інтенсивно розвивається у південних та північно-західних провінціях країни, а також на родючих рівнинах річки Янцзи. Кілька провінцій Китаю (Хебей, Хунань, Сичуань, Шаньсі, Гуандун та автономні райони Сіньцзян і Тибет) спеціалізуються на сільському господарстві. Сільська праця, незважаючи на допомогу машин, залишається тяжкою. На сьогоднішній день сільське господарство Китаю стикається з низкою серйозних проблем та викликів, включаючи зниження родючості ґрунтів, посухи, зростання цін на землю, застаріле обладнання та технології, забруднення навколишнього середовища та старіння сільської робочої сили. Досі відчуваються суттєві відмінності у рівні розвитку між містом та сільською місцевістю. Підсилюється відтік молоді до міст країни.

Майже документальне розкриття сутності сільського життя в Китаї вимагають від митців жанрового живопису приглушення власних пристрастей та прагнення до життєвої правди. Сучасні художники-жанровісти Китаю звертаються до різних сюжетів, які віддзеркалюють сільське життя та формують художні образи сучасних китайських селян. Серед таких сюжетів: сценки, які віддзеркалюють безпосередньо сільську працю; сцени, які стосуються сільського побуту; портрети селян різного віку та статі; епізоди з життя

трудова мігрантів, тощо. З цих живописних творів стає ясно, що, незважаючи на технічний прогрес; сільська праця в Китаї є не такою механізованою, як хотілось, що землі в багатьох провінціях нашої країни вже виснажені (ми бачимо на багатьох картинах про життя на селі майже голу землю, яка вже не дає великих врожаїв); а трудові мігранти, які вимушені шукати роботу в інших землях, не забезпеченими, їх життя не є комфортним.

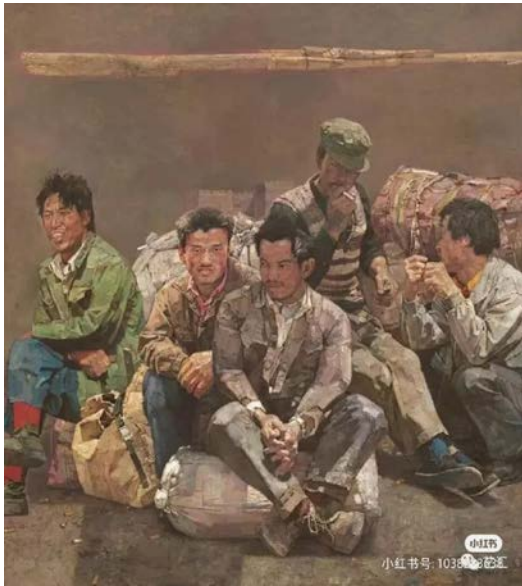
Емоційний досвід трудових мігрантів, які приїжджають до міста, абсолютно відрізняється від життєвих зустрічей і особистого досвіду митців, які інколи живуть у «вежах зі слонової кістки».

Наприклад, у роботах Сінь Дунвана ми бачимо реальні умови життя трудових мігрантів. Це життя доволі маргінальних верств населення. Це вже не селяни, але ще і не городяни. Вони цілими групами переміщуються з рідних сіл в інші райони країни, шукаючи нову роботу для себе. Як казав Сінь Дунван: «Я син хлібороба, і герої моїх творів можуть бути моїми братами, і я відчуваю їхні радощі та печалі». Це художник, який має реальний досвід селянського життя, намагається перенести відчуття цього досвіду на свої полотна. Молоді люди, зображені в картині Сінь Дунвана «Щире місто» – це вчорашні селяни, які за тих чи інших причин, вирішили шукати щастя в місті. Обвітрені обличчя, натруджені руки колишніх селян видають звичку до важкої сільської праці. Прості баули за їх спинами свідчать про те, що ці люди не є заможними, усі їх мрії спрямовані на майбутнє. Багатофігурна неореалістична композиція картини «Щире місто» виконана у коричневій кольоровій гамі, колеристичі, яка символізує спорідненість з сільською працею. Теплі кольори картини є приглушеними, неясковими, вони мовби створюють атмосферу певної втоми, виснаженості, незважаючи на молодість персонажів, які зображені (іл. 1).

В картині «Щире місто» художник використовував широкі мазки, утворені великим

скребком, щоб утворити грубу фактуру, яка б створювала відчуття саману, схоже на штукатурку стіни. Така манера зображення повністю відповідала темі – вимушеній трудовій міграції сільського населення до міста. Відсутність будь-яких предметів або споруд на горизонті теж символічна, адже художник натякає на те, що ані минулого, ані

майбутнього цих людей ми не бачимо, глядач стає свідком лише сьогодення цих працюючих людей. Той факт, що картина «Щире місто» зберігається в Академії мистецтв Китаю, свідчить про те, що це жанрове полотно не тільки характеризується високою майстерністю Сінь Дунвана, але й актуальністю представленою в ній темою.



Іл. 1. Сінь Дунван. «Щире місто» полотно, олія, 160×150 см, 1995. Місце зберігання: Академія мистецтв Китаю. Пекін, Китай



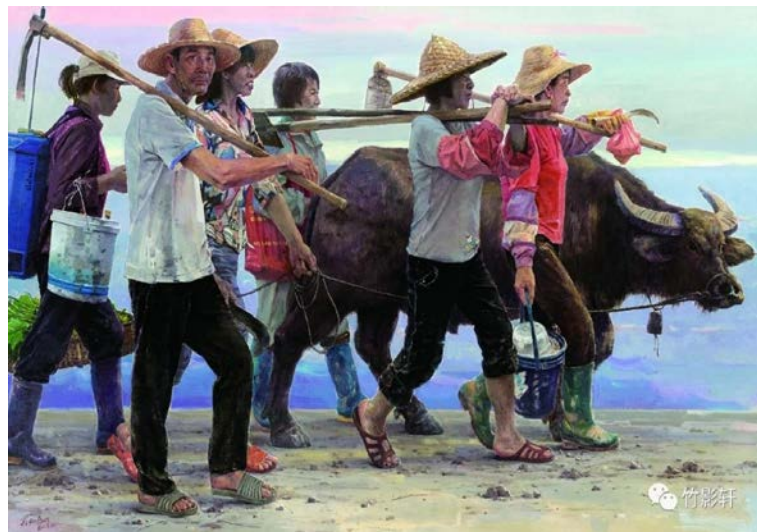
Іл. 2. Чень Ліжун. «Викурюю сигарету» 2020. Олія, 68 x 90см Місце зберігання: невідоме, Китай



Іл. 3. Чень Ліжун. «Тепла осінь» 2020. Олія, 56x156см Місце зберігання невідоме, Китай



Іл. 4. Го Бейпін. «Старий фермер у північному Шеньсі», 2005. Олія, 160×150 см. Місце зберігання: невідоме, Китай



Іл. 5. Лі Цзепін. «Весняне рівнодення. Початок», 2016. Олія, 130см x210см. Місце зберігання: невідоме, Китай

Художник Чень Ліжун теж є представником зазначеного напрямку. Він використовує прості техніки, щоб виразити прекрасну природну місцевість, сповнену яскравого колориту рідного селища, яке існує подалі від міської суєти. Дзюрчання струмків, чисті джерела в горах, фермери, що медитують, простори далеких гір, прекрасні краєвиди виникають перед очима людей, даруючи людям освіжаючу насолоду, як чисте джерело в гірському потоці в пекучу спеку (іл. 2). Чень Ліжун часто використовує композиційний формат видовженого прямокутника, який, як правило, повинен навіювати страх, почуття невпевненості у глядача, який сприймає таке композиційне рішення. Втім, таке композиційне рішення в картинах «Викурюй сигарету» та «Тепла осінь» обумовлено тим, що картини втілюють образи літніх селян, які дійсно позбавлені почуття стабільності. Художник свідомо формує асиметричну, нестабільну композицію, яка потребує додавання певного предмету, який би збалансував рівновагу для персонажів. В картині «Викурюй сигарету» таким предметом став ціпок, на яку спирається старий. А в картині «Тепла осінь» – камінь, на який спирає літня жінка високий сніп сухої кукурудзи та такий же ціпок, на який теж спирається жінка. Тоді така композиційна асиметрія стає виправданою, адже тіла літніх, виснажених тяжкою працею селян, отримують рівновагу, а твори жанрового живопису стають гармонійними. Оцінка сільських олійних картин Чень Ліжуна схожа на перегляд німого документального фільму. Спостерігаючи за зіткненням та змішуванням світла й кольору, знайомого й дивного, нового й старого, виникає відчуття чудової симфонії, і можна відчути любов художника до рідного селища, глибоку прихильність та любов до батьківщини. Сцени сільської праці (старого, який працює поряд гірським струмком або літню жінку-збиральницю кукурудзи) просякнуті повагою художника до села. Картина Ченя Ліжуна «Тепла осінь»

теж є теплою за своєю колористикою (іл. 3). Сніп засохлого кукурудзяного листа за спиною літньої селянки підкреслений вертикальним композиційним рішенням жанрового полотна. А яскраво червона кофта, яка виглядає з-під робочої куртки стає яскравим кольоровим акцентом, який притягує погляд глядача. Олійна техніка, якою користується майстер, дозволяє прописати кожне листя, тонке як папір. Умови життя селян, психічні стани та зміни їхнього внутрішнього світу з розвитком часу стали тими аспектами, які Чень Ліжун продовжує досліджувати в своїй творчості. Він з майстерністю відтворює суворі і, навіть тяжкі умови селянського життя, говорячи глядачу: «Я сам «син селянської крові» і «людина з «сільським колоритом».

Сучасний художник Го Бейпін є випускником *Сіаньської академії мистецтв*. Вплив Сіаньської академії мистецтв на образотворче мистецтво Китаю у поєднанні з багатими традиціями народного мистецтва не можна недооцінювати. Го Бейпін – майстер портретів сільських жителів. Го Бейпін працює в техніці олійного живопису, реалістично відтворюючи образи сільських жителів сучасного Китаю. На обличчях персонажів жанрових картин Го Бейпіна, зокрема на обличчі старого фермера з провінції Шеньсі (іл. 4), – відбиток прожитого тяжкого життя. При цьому художник з великою шаною ставиться до свого персонажу. Сиве волосся старого фермера майже зливається з природним тлом портрету. Фермер сидить на камені, такому ж старому, як і він сам. Художник зображує фермера на природі. Те, що літній фермер спирається на ціпок, встановлює рівновагу в композиційному рішенні портрету. Тепла кольорова гама картини коричневих тонів підкреслено аскетична. На картині немає широких ланів, старий сидить на горі, а внизу стрімко мчать води горної ріки. Життя старого як та ріка, що зображена за спиною старого фермера – швидко промайнуло за тяжкою сільською роботою.

Ще один сучасний китайський жанровіст – Лі Цзепін – відомий своєю працею над живописним жанровим проєктом, який зайняв у нього п'ять років, під назвою «Польові дослідження». Художник об'їздив маже 200 сіл провінцій Наньлін і Гуандун, фотографуючи сценки з сільського життя, придивляючись до їх облич, до тяжкої праці, яку сільські жителі виконують кожного дня. Але, на відміну від інших художників, які відтворюють образи сільського життя, у Лі Цзепіна є своє унікальне ставлення до цієї теми в жанровому живописі. Він вважає, що мистецтво ніколи не повинно мати правдивої основи та «чесного» ставлення. «Я думаю, що на основі сприйняття іскра думки повинна передувати дослідженню та концепції. Дух художника та гуманістичні думки визначають основний вигляд роботи художника», – вважає художник [6]. Жанрова картина майстра «Весняне рівнодення. Початок» (2016) (іл. 5) – гімн сільській праці, любові до трудового народу Китаю, який, встаючи з сходом сонця, йде на свої поля. Згуртованість селян середнього віку, які з граблями ідуть на роботу, вражає. Їх обличчя випромінюють ентузіазм та любов до землі. Їх рух – ритмічний, як і сезонність їх роботи. Повага художника до персонажів власного жанрового твору проявляється у тому, що майстер не приховує важкості сільської праці, навпаки – реалізм зображення лише підкреслює шанобливість ставлення до цих людей, адже саме вони є джерелом стабільності нашої країни.

Можна зазначити, що послуговуючись певними здобутками європейського олійного живопису, китайські жанровісти, і Лі Цзепін зокрема, створили власну художню традицію, яка спирається на дослідження саме вітчизняної природи.

Література:

1. 高明祿. 中國現代美術史：1985-1986. 上海, 第, 1991, 51–68 頁.
2. 高明祿. 中國現代美術史：1985-1986. 上海 2003, 第 51-68 頁.

Висновки. Безумовно, наведені приклади сучасного жанрового живопису Китаю лише частково презентують наявні образи сільського життя. Втім, навіть наведені приклади свідчать про те, що наприкінці ХХ- початку ХХІ ст. сформувалась окрема тема у творчості багатьох сучасних китайських художників-жанровістів – тема, присвячена образам сільського життя. Виявилось, що соціокультурним контекстом існування зазначеної теми є те, що саме сільське населення складає велику частку усього населення країни, а сільське господарство (вирощування зерна, розведення свійських тварин, вирощування овочів, тощо) є вагомою часткою поповнення ВВП країни. Аналіз стилістичних особливостей створення образів сільського життя сучасними китайськими станковістами свідчить про те, що основним стилем є реалізм або / чи неореалізм. Творчість багатьох майстрів жанрового живопису Китаю використовує саме стилістичні прийоми реалістичного олійного живопису, щоб підкреслити певну «документальність» зображуваного.

Основними композиційними та колористичні прийоми створення зазначеної образності є прийоми, характерні для китайської традиції олійного живопису другої половини ХХ ст., адаптовані до творчих манер конкретних художників початку ХХІ ст. Це, як правило симетричні композиції, гармонійні та рівно вісні, використовується тепла колористична гама, яка асоціюється з кольором землі, каменю тощо. Перспективою зазначеного дослідження є осмислення іншої тематики, яка знайшла своє віддзеркалення в сучасному жанровому живописі Китаю.

3. 林語堂. 我們的國家和我們的人民. 陝西 2009, 年.

4. 盧學義, 陳廣進. 近代中國的社會結構. - 北京, 怡安出版社, 2010.

5. 盧學義. 現代中國的社會流動性 / Ed. 盧學義. 北京: 怡安出版社, 2004.
6. 盧紅, 孫振華. 藝術與社會: 26位主要評論家反思中國當代藝術的變化. 長沙, 2005 第 138–139 頁
7. 劉鵬, 我丹. 中國現代藝術史: 1979–1989. 長沙, 1992.
8. 劉鵬. 20世紀中國美術史. 北京, 2007.
9. 劉鵬. 中國當代藝術史1990–1999. 長沙, 2000.
10. 陳乃興. 關於經濟發展與二次就業場所的結合點. 經濟文義. 太原, 1999. 第2期 8–11頁.
11. 遲忠林. 中產階級的形成. 北京: 怡安出版社, 2009.
12. Фей М. Образ подорожі в сучасному жанровому живописі Китаю. *Art and Design*, 2023. № 2(21). С. 29–40.

References:

1. Gao, M. (1991). History of Chinese Modern Fine Art: 1985–1986. *Shanghai*. 51–68 [in Chinese].
2. Gao, Q. (2003). *Thoughts on modern art*. Guilin [in Chinese].
3. Lin, Y. (2009). *Our country and our people*.

Shaanxi [in Chinese].

4. Lu, X., & Chen, G. (2010). *Social structure in modern China*. Beijing: AON China [in Chinese].
5. Lu, X. (2004). *Social mobility of modern China*. Lu X. (Ed.). Beijing: AON China [in Chinese].
6. Lu, H., & Sun, Zh. (2005). *Art and Society: 26 Leading Critics Reflect on Changes in Contemporary Chinese Art*. Changsha, 138–139 [in Chinese].
7. Liu, P., & I, D. (1992). *History of Chinese Modern Art: 1979–1989*. Changsha [in Chinese].
8. Liu, P. (2007). *History of Chinese art of the 20th century*. Beijing [in Chinese].
9. Liu, P. (2000). *The History of Contemporary Chinese Art 1990–1999*. Changsha [in Chinese].
10. Chen, N. (1999). About the point of combination of economic development and places of secondary employment. *Jingji Wenyi. Taiyuan*, 2, 8–11 [in Chinese].
11. Chi, Zh. (2009). *The formation of the middle class*. Beijing: Publication of AON China [in Chinese].
12. Fei, M. (2023). *Образ подорожі в сучасному жанровому живописі Китаю* [The Image of Travel in Contemporary Chinese Genre Painting]. *Art and Design*, 2(21), 29–40 [In Ukrainian].

FEI M.

Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine

IMAGES OF RURAL LIFE IN MODERN CHINESE GENRE PAINTING

The purpose of the article is to understand the stylistic, compositional and coloristic solutions of creating the image of rural life in modern genre painting of China.

Methodology. The research methodology is based on the use of both general scientific methods of analysis and special art-scientific methods, namely: methods of formal-stylistic and compositional-coloristic analysis.

The results. On the examples of the analysis of the paintings of Xin Dongwan, Chen Lizhong, Guo Beiping, and Li Zeping, the artistic features of the embodiment of images of rural life in modern genre painting of China are revealed. The main motifs of paintings about rural life in modern Chinese easel painting are revealed. The stylistic, compositional and coloristic solutions of creating images of rural life in modern genre painting of China are understood, and it is proved that the main stylistic direction of the representation of images of rural life is realism, a style that supports or restores referential connections with reality, with the culture of everyday life in China. Various approaches to the reflection of the contents of images of rural life in modern genre painting of China are characterized. It has been proven that the images of rural life in modern genre painting of China are a significant segment of its image that reflects the present.

Scientific novelty. For the first time, the artistic features of the embodiment of images of rural life in modern genre painting of China are defined using the examples of paintings by Xin Dongwan, Chen Lizhong, Guo Beiping, and Li Zeping, created at the end of the 20th and beginning of the 21st centuries.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their application for professional art education both in Ukraine and in China. The study opens the perspective of studying other images of everyday life in modern Chinese genre painting.

Keywords: China, modern genre painting, Chinese artists, artistic image.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Фей Мінкай, аспірантка, кафедра теорії і історії мистецтва, факультет образотворчого мистецтва, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, ORCID 0009-0004-8083-9072, **e-mail:** 79530474@qq.com

Цитування за ДСТУ: Фей М. Образи сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 186–193.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.16](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.16)

Citation APA: Фей, М. (2023). Образи сільського життя в сучасному жанровому живописі Китаю. *Art and Design*. 4(24). 186–193.

УДК 746(516+512.32)
+721/.76/75.051
-048.62(510)

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.17.

ЧОНГ В.

Харківська державна академія дизайну і мистецтва, Харків, Україна

КОСТЮМИ ЖІНОК СІНЬЦЗЯНЯ, ГУАНСІ ТА НІНЬСЯ В СУЧАСНОМУ СТАНКОВОМУ ЖИВОПИСІ КИТАЮ

Метою статті є дослідження стильових, композиційних та колористичних рішень репрезентації традиційного жіночого костюму регіонів Сіньцзяні, Гуансі та Нінся. в сучасному жанровому живописі Китаю.

Методологія дослідження базується на використанні як загальнонаукових методів аналізу, так і спеціально-мистецтвознавчих, а саме: методах формально-стилістичного та композиційно-колористичного аналізу.

Результати. В статті аналізуються традиційні елементи жіночого костюму Сіньцзяня, Гуансі та Нінся, які досі використовуються в побуті сучасного Китаю. Охарактеризовані як соціокультурні, так і суто мистецькі чинники, які вплинули на використання традиційних жіночих костюмів в зазначених місцях країни. Доведено, що наприкінці ХХ-початку ХХІ ст..в станковому живописі Китаю репрезентуються адаптовані версії традиційних жіночих костюмів Сіньцзяня, Гуансі та Нінся. Осмислені техніки, композиційні та колористичні рішення станкових картин сучасних китайських художників, в яких репрезентується традиційні жіночі костюми Сіньцзяня, Гуансі та Нінся. Виявлено, що сучасні станковісти Китаю активно репрезентують традиційний жіночий костюм в різній стилістиці, зокрема, в реалістичному стилі. Доведено, що в творчості таких станковістів, як Абдул Керім Насір ад-Дін, Лю Бінцзян, Цзінь Шаньї, Хуан Цзінь, Цун Жуйсюань, Шень Міңцунь, Сюе Боюань, Цай Лян та Чень Баої репрезентовані специфічні культурні особливості жіночого костюму кожного з цих регіонів, його крій, фактура, палітра кольорів, прикраси та вишивка. Картини сучасних вітчизняних станковістів, демонструючи традиційні жіночі костюми, через них віддзеркалюють ті соціальні ролі, які відіграють жінки цих регіонів їх традиційні обов'язки та їх вплив на культурні норми своїх етнічних груп.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в статті системно розглядаються варіанти репрезентації жіночого костюму Сіньцзяня, Гуансі та Нінся в станковому живописі сучасного Китаю.

Практична значущість одержаних результатів полягає у можливості їх застосування для фахової мистецької освіти як в Україні, так і в Китаї. Дослідження відкриває перспективу вивчення різних версій репрезентації жіночого костюму різних регіонів Китаю в сучасному станковому живописі.

Ключові слова: Китай, Сіньцзянь, Гуансі, Нінся, сучасний станковий живопис, художні особливості, жіночий костюм, мистецтво.

Вступ. Різні етнічні групи, які проживають в певних автономних районах сучасного Китаю, сформували власні моделі існування, культурні маркери національної ідентифікації, серед яких є національний одяг, враховуючи і жіночий костюм. Жінки цих етнічних груп стали справжніми хранительками національної культури, передаючи її звичаї та інші елементи наступним поколінням. На сьогодні сучасні китайські художники активно розробляють так звану «жіночу тему» в своїй творчості,

також звертають свою увагу на прикмети національної приналежності, серед яких і жіночий костюм. Відтак, жіночий традиційний одяг став вагомим компонентом візуальної репрезентації як художнього бачення сучасних китайок, так і віддзеркаленням їх національно-етнічної приналежності.

Аналіз попередніх досліджень доводить, що існують кілька масивів літератури, в якому розглядаються аспекти зазначеної наукової проблеми. По-перше, це мистецтвознавча література, присвячена

етнічному китайському жіночому костюму. По-друге, це мистецтвознавча література, присвячена сучасному китайському станковізму, який на сьогодні звертається і до репрезентації жіночого костюму.

У першому випадку в науковій літературі аналізуються як загальні форми жіночого костюму у різні історичні епохи, основні силуети та конструктивні рішення жіночого костюму, так і елементи його декору [1; 2; 5]. Так, Ван Д. досліджував традиційні зразки китайського одягу та зазначив у своїй магістерській дисертації, що китайські візерунки одягу звертають увагу на поєднання форми та значення, і застосовують усі найкращі побажання життя до візерунків [1]. Дизайну орнаменту костюму присвячене дослідження Ван Мін [2]. В фундаментальній праці Чжен Цзюня та Лю Шаюя аналізується роль кольору в одязі, враховуючи і традиційний одяг народів Китаю [11].

Мистецтвознавча література, присвячена сучасному китайському станковізму, який на сьогодні звертається і до репрезентації жіночого костюму не є багаточисловою. Звертаючись до проблеми періодизації існування «жіночої теми» в китайському станковому живописі ХХ ст., ми зазначали необхідність посилити цікавість вітчизняних мистецтвознавців до зазначеного аспекту існування китайського станковізму [3, с. 29]. В статті «Жіночий костюм Внутрішньої Монголії в станковому живописі Китаю» ми звертаємо увагу на проблему репрезентації жіночого костюму одного з регіонів нашої країни в сучасному станковому живописі нашої країни [4]. Де Дема звертається до втілення образу монгольських жінок в олійному живописі Китаю [7]. В своїй магістерській дисертації Лу Яньцін досліджує жіночі образи в китайській таджикському живописі [10]. Інші наукові праці китайських дослідників присвячені насамперед жіночому портрету в сучасному станковізмі нашої країни. Проблема репрезентації жіночого костюму практично не висвітлювалась в мистецтвознавчій літературі як Китаю, так і у

закордонні. Можна згадати цікаву дисертацію Лі Хань, присвячену культуротворчим функціям історичного костюму в ігровому кінематографі Китаю порубіжжя ХХ–ХХІ ст. [8].

Отже, можна констатувати, що проблема репрезентації жіночого костюму в сучасному китайському станковізмі досі є маловивченою, а певні аспекти цієї проблеми – репрезентації жіночого костюму різних етнічних груп Китаю – тим більше.

Постановка завдання. Три обраних для дослідження райони Китаю – Сінцзянь (Сінцзянський Уйгурський автономний район), Гуансі (Гуансі Чжуанський автономний район) та Нінся (Нінсянська чжуанська автономна область) – є районами проживання певних етнічних груп, які складають вагомую частину загального населення країни. При цьому ці етнічні групи мають власну культурну спадщину, традиції, спосіб життя та інші елементи етнічної ідентифікації. Сюди можна віднести і жіночий традиційних костюм, який досі зберігає певні свої елементи в недоторканості, незважаючи на те, види трудової діяльності населення цих територій динамічно змінюється під впливом технологічного прогресу. *Актуальність дослідження проблеми* репрезентації в станковому живописі кінця ХХ – початку ХХІ ст. костюмів жінок зазначених районів Китаю обумовлена наступними чинниками: 1) необхідністю збереження образів жінок в традиційному жіночому костюмі в візуальній пам'яті наступних поколінь зазначених етнічних груп; 2) необхідністю візуальної фіксації того вигляду традиційного жіночого костюму зазначених етнічних груп, який він (костюм) має на сьогодні, будучи частиною їх культурної спадщини; 3) наявністю лакун в мистецтвознавчому науковому дискурсі щодо відповідних системних досліджень цієї проблеми.

Метою статті є дослідження стильових, композиційних та колористичних рішень репрезентації традиційного жіночого костюму регіонів Сінцзяні, Гуансі та Нінся. в сучасному жанровому живописі Китаю.

Виходячи з цього, автор ставить наступні завдання:

– виявити соціокультурні зв'язки між традиційним жіночим костюмом регіонів Сіньцзяні, Гуансі та Нінся та його репрезентаціями в сучасному станковому живописі Китаю;

– надати загальну характеристику живописним роботам сучасних китайських станковистів, в яких репрезентується традиційним жіночим костюмом регіонів Сіньцзяні, Гуансі та Нінся;

– дослідити стильові, композиційні та колористичні засоби художньої виразності репрезентації традиційного жіночого костюму регіонів Сіньцзяні, Гуансі та Нінся.

Методика дослідження зумовлена його метою та завданнями та базується на використанні як загальнонаукових методів аналізу, так і спеціально-мистецтвознавчих. Серед мистецтвознавчих методів аналізу в статті використані наступні: метод формально-стилістичного та композиційно-колористичного аналізу. Метод формально-стилістичного дозволив проаналізувати стилістичні особливості репрезентації жіночого костюму зазначених регіонів сучасними китайськими станковистами. Завдяки методу композиційно-колористичного аналізу в статті проаналізовані основні композиційні та колористичні прийоми створення цих репрезентацій.

Результати дослідження та їх обговорення. Сіньцзянь (Сіньцзянський Уйгурський автономний район) знаходиться на заході Китаю і є найбільшим автономним районом країни. Основне населення цього автономного району Китаю становлять уйгури, які є тюркською етнічною групою та сповідують іслам. Цей регіон багатий на природні ресурси, включаючи нафту, природний газ і вугілля, і відіграє важливу роль в економіці Китаю. Сіньцзянь також відомий своєю культурною різноманітністю та багатством історії, пов'язаною із Шовковим шляхом. Уйгури, етнічна група, яка проживає в різних регіонах Китаю, але концентрується саме в Сіньцзяні, мають багату культурну

спадщину та традиційні види діяльності, що відображають їхній спосіб життя, релігійні переконання та історичне коріння. Традиційний костюм уйгурських жінок є частиною багатой культурної спадщини зазначеного автономного району, старовинних традицій та стилю традиційного одягу, характерного для цього регіону. Традиційні уйгурські свята та обряди, які характерні для цієї етнічної групи, теж впливають на традиційний жіночий святковий костюм. Різні свята, такі як Курбан Айт (свято жертвопринесення), Рамазан (місяць посту) та Норуз (перший день весни) вимагають особливого жіночого вбрання, певної символіки кольорів цього вбрання. Отже, традиційна культура уйгурів уособлює їхню багату культурну та історичну ідентичність. Вони продовжують зберігати і передавати свою культуру та традиції на наступні покоління, при цьому вносячи свій внесок у різноманітність культур Китаю.

Гуансі (Гуансі Чжуанський автономний район) знаходиться на півдні Китаю, і є одним із автономних районів, населених переважно представниками етнічної групи чжуанців. Регіон славиться красивими пейзажами і включає багато гірських ланцюгів і річок, включаючи річку Ліцзян. Гуансі також відомий своєю багатою культурною та історичною спадщиною, включаючи історичні міста, такі як Гуїлін та Яньшуо. Місто Гуїлін, розташоване в Гуансі, славиться своїми карстовими пейзажами та красивими горами, такими як Гуїлінська гора та Гора солом'яного капелюха. Ці пейзажі часто стають символами Китаю та є об'єктами туристичного інтересу. Інше історичне місто – Яньшуо славиться своїми красивими краєвидами, і є популярним місцем для прогулянок велосипедом і піших походів рисовими терасами і гірськими стежками. Місто Люцю, яке є старовинним містом цього району, має безліч традиційних будинків та храмів. Річка Ліцзян вважається однією з наймальовничіших річок у світі, і її краєвиди часто стають джерелом натхнення для

художників та поетів. Гуансі також має багату культурну спадщину, включаючи традиційні китайські звичаї та фестивалі, такі як Фестиваль світла та Фестиваль драконів. Регіон також славиться своєю кухнею, яка включає вишукані страви з різноманітністю смаків і текстур. Традиційний жіночий костюм етнічної групи чжуанів, характерний для цього району, став частиною культурної спадщини Гуансі. Окрім цього, традиційний костюм жінок-уйгурок теж є частиною культурної спадщини цього автономного району, адже їх культура та традиції доповнюють різноманітність культур Гуансі.

Третя зазначена територія Китаю – Нінся (Нінсянська чжуанська автономна область) – знаходиться на південному заході Китаю, і є автономною областю, де теж проживають в основному чжуанці. Регіон характеризується красивими природними пейзажами, включаючи гори та річки, та приваблює безліч туристів своєю мальовничою красою. Нінся також відомий своєю культурною багатогранністю та історичними пам'ятниками, такими як старовинні храми та печери. Кожен із цих регіонів має свої унікальні особливості, культурну спадщину та природні багатства, які роблять їх важливими для Китаю з погляду економіки, культури та туризму. Чжуанці – це багатонаціональна група з різноманітністю підгруп та діалектів. Чжуанці, котрі є однією з найбільших етнічних груп у Китаї, яка проживає в зазначених південних регіонах, завжди займалась сільським господарством. Вони вирощували різні види сільськогосподарських культур, включаючи рис, кукурудзу, батати, картоплю та багато інших. Завдяки своєму розташуванню в регіоні з безліччю річок та озер, чжуанці також завжди займались рибальством. Рибальство відіграє важливу роль у їх харчуванні та економіці. Також чжуанці завжди займались скотарством, ремеслами, включаючи виробництво текстилю, кераміки та бамбукових виробів. Їхні прикраси, вишивка та предмети одягу часто були виразними елементами етнічної

культури. Чжуанці досі підтримують свої традиції та звичаї, проводячи безліч обрядів та свят, пов'язаних із сільським господарством та релігійними переконаннями. Ці заходи включають святкування Нового року за місячним календарем і обряди, пов'язані з шлюбом і похороном. Усі події життя чжуанців тісно пов'язані з культурою одягу, враховуючи і традиційний жіночий костюм. Повсякденний та святковий, жіночий одяг віддзеркалює символіку традиційної культури.

Отже, жіночий традиційних костюм зазначених регіонів є важливою складовою культурної спадщини етнічних груп, які проживають в Сінцзяні, Гуансі та Нінся. Репрезентація жіночого традиційного костюму в образотворчому мистецтві, зокрема в станковому живописі, стає необхідною для збереження їх візуальної пам'яті та свідцтва про адаптацію традиційної культури для сьогоденного життя.

Безумовно, існують соціокультурні зв'язки між видами діяльності етнічних груп, які живуть в зазначених районах, та тими елементами жіночого костюму, які з'явилися під впливом цієї діяльності, адаптовані під них. Традиційний жіночий костюм етнічної групи уйгурів, що проживають у Китаї та сусідніх країнах, особливо Сінцзяні, є яскравим проявом культурної ідентичності. Цей костюм, званий «чапан» або «кучук» (залежно від регіональних відмінностей), відрізняється залежно від віку, статусу та подій, для яких призначений, але має і спільні риси, а саме: основою традиційного жіночого костюма уйгурів є сукня. Вона часто є довгою та прямою, виконаною з барвистої тканини, з різноманітними вишивками, візерунками. Як правило, традиційна уйгурська сукня може бути яскраво-червоною, помаранчевою, зеленою або прикрашена вишитими яскравими квітами. Поверх сукні жінки уйгурів носять жилет або ковпак, який може бути також багато прикрашений. Ці елементи можуть бути виготовлені з шовку та прикрашені вишивкою, бісером та

металевими нитками. В якості головного убору жінки-уйгурки носять головний убір у вигляді тюрбану або шарфа, званого паранза. Цей головний убір також може бути прикрашений вишивкою та металевими аксесуарами. Традиційним взуттям уйгурських жінок є чоботи або босоніжки з високими підборами, які можуть бути також прикрашені вишивкою і візерунками. Уйгурські жінки люблять прикрашати себе бісером, сережками, браслетами та намистами, що надає їхньому образу додаткову красу та відчуття багатства.

В живописній роботі «Хамі Майсілайфу» (1984), автором якої є Абдул Керім Насір ад-Дін, цей традиційний жіночий костюм репрезентується в святковій версії (іл. 1). Центральна модель, яку зображує станковист в доволі реалістичній манері, все ж таки одягнута в стилізований жіночий костюм. Яскрава червона сукня доповнена білою святковою паранзою, закріпленою на традиційному капелюсі. Усі кольори, використані художником в зображенні цього костюму, є традиційними для уйгурів. Тим самим ця робота відомого станковиста закріплює в візуальній пам'яті глядача саме традиційну версію жіночого уйгурського костюму. Абдул Керім Насір ад-Дін, «син Сіньцзяна», який глибоко любить свою батьківщину, є прекрасним уйгурським художником-реалістом і, як і багато талановитих людей, він створив багато визнаних живописних шедеврів. Класика уйгурського живопису нагороджено «Золотою медаллю» ЮНЕСКО за «особистий вклад в мистецтво», він є найзначнішим уйгурським художником, чії роботи систематично виставляються в музеях. Картина «Материнська любов» (2014) Лю Бінцзяня теж присвячена жінці-уйгурці (іл. 2). Модель, зображена художником, приваблює погляд глядача не тільки особистою красою та тим, що вона є матір'ю, але тим красивим традиційним костюмом, в який вона одягнена. Яскраво червона сукня та такого ж кольору паранза доповнена металевими прикрасами, закріпленими на

капелюсі. Кольорова гама жіночого костюму підкреслює важливість материнства як певної соціальної ролі заміжньої уйгурки. При цьому ми розуміємо, що Лю Бінцзянь репрезентує нам не побутовий варіант костюму, цей варіант теж святковий, але функція цього одягу вже інша. Треба зазначити, що з 1959 року роботи цього художника брали участь у багатьох національних та міжнародних художніх виставках. 1982 р. фреска Лю Бінцзяня «Створення, урожай, радість», створена спільно з Чжоу Ліном, у готелі «Пекін» виборола срібну медаль на 6-й Національній виставці мистецьких робіт; 1999 року він виграв срібну медаль на «Кубку вірності» Asia-Pacific Art Grand. Приз за кінець 20-го століття» у США; у 2004 р. У 1986 р. отримав найвищу нагороду на першій національній виставці настінного розпису; у 1986 р. його картина олією «Танцююча оголена натура» отримала премію салону «ARTS TI QUEDULYS». у Франції. Такий відомий художник як Лю Бінцзянь є також шанувальником жіночої краси. Маючи геніальну художню чутливість і наполегливість, він щиро і точно фіксує прекрасні миті буття, точним пером і тушшю втілюючи чудові образи, репрезентуючи багаті національні звичаї.

Таджиків, які проживають в сучасному Сіньцзяні, теж репрезентовані в сучасному станковому живописі Китаю. Так, в живописному полотні Цзін Шаньї «Таджицька наречена» (1983) теж презентований етнічний жіночий костюм, на цей раз, таджицький (іл. 3). Як і в суто уйгурському жіночому костюмі, в костюмі таджицькому присутні ті ж елементи. У картині використане темне тло, на якому виділяється фігура моделі з «прописаними» чіткими контурами. Модель – сором'язлива, стримана, елегантна та тиха синьцзянська жінка. Витончений і зворушливий образ таджицької нареченої з трохи сором'язливим і стриманим виразом обличчя втілює сильне бажання щасливого життя, нестримних емоцій. Невипадково ця картина була також визнана в китайському

станковому олійному живопису зразком стилю «неокласицизм». Погрудний портрет не дає змоги побачити увесь жіночий костюм, в який одягнута модель, але його елементи (червона паранджа, високий традиційний капелюх, металеві прикраси) свідчить про приналежність цього костюму саме до району Сінцзяня. Отже, наведені приклади репрезентації жіночого костюму району Сінцзяня свідчать про те, що традиційний уйгурський жіночий костюм є не лише символом культурної спадковості, а й виразом краси та багатства етнічної групи уйгурів. Кожен елемент жіночого костюма та його прикраси містять глибокі культурні сенси та значення у рамках цієї етнічної культури.

Традиційний жіночий костюм етнічної групи чжуанів району Гуансі – барвистий та різноманітний, а його дизайн та прикраси можуть відрізнятися залежно від регіону та підгрупи чжуанів. Однак є спільні риси, що характеризують цей костюм. Це сорочка (чжаншань), спідниця (чжупао). Ця сорочка зазвичай з короткими рукавами та високим коміром. Вона може бути виготовлена з різних матеріалів, таких як шовк, бавовна або льон. Чжупао жінок чжуанів зазвичай довгі та широкі, з високою талією, що надає жінці грації та витонченості. Чжупао можуть бути яскраво розфарбовані та прикрашені різноманітними вишивками. Жінки цієї етнічної групи люблять прикрашати свій костюм різними прикрасами. До цих прикрас можуть належати сережки, браслети, намисто і навіть волосся, прикрашене квітами та бусинами. Головний убір також є важливою частиною традиційного костюма чжуанів. Часто це – традиційний шовковий бандан або хустка, звана «цзяо». Він може бути як повсякденним головним убором або бути частиною святкового жіночого костюма. Традиційне взуття включає туфлі або босоніжки, часто з традиційним китайським високим підбором, званим «фенгю», який надає жінкам чжуаней стильний вигляд.

В станковій картині «Гора» (2004) Хуана Цзіня (іл. 4), який закінчив факультет образотворчих мистецтв Університету мистецтв Гуансі, представлений яскравий зразок святкового костюму жінки етнічної групи чжуанів. Картина вражає незвичною кольоровою палітрою, в якій сам жіночий костюм стає певним персонажем. Експериментуючи з синім кольором, художник репрезентує етнічний костюм моделі як сукупність яскравих плям, візерунків та тональних переходів. Традиційний шовковий бандан прикрашений прикрасами і вони стають певним композиційним та кольоровим акцентом картини. Зовсім інше враження справляє традиційний костюм чжуанки в картині «Дівчина в сезоні квітів» (2014) художника Цун Жуйсюаня (іл. 5). Цун Жуйсюань – перший художник, представлений Гуйлінською академією образотворчих мистецтв Демократичної ліги Китаю. «Дівчина в сезоні квітів» – п'ята картина в серії олійних картин Цун Жуйсюаня у сільському стилі мяо, яка приймала участь в міжнародному аукціоні після картин художника «Ян Аша», «Світло при свічках», «Фестиваль Гузан» та «Дівчина мяо». Строкати та вишиті перлинами чжаншань та чжупао чітко проглядаються кожним своїм елементом. Високі шкарпетки та капці підкреслюють певний побутовий шарм цього дівочого костюму. Втім, ця «побутовість» показна, за нею – ретельна робота Цун Жуйсюаня над кожною деталлю костюму. В станковій картині Шень Мінцуня, «Наречена» (1982) (іл. 6) репрезентований святковий костюм нареченої. Випускник Університету мистецтв Гуансі, Шень Мінцунь практично не вимальовує сам костюм. Основний об'єкт уваги художника – весільні прикраси нареченої. Вони рясні і навіть монументальні, вони є символічними, сакральними, адже це також і обереги. Зазначений жіночий портрет виконаний настільки майстерно, що повністю привертає увагу до певного етнічного архетипу, який втілює модель.



Іл. 1 Абдул Керім Насір ад-Дін, «Хамі Майсілайфу», 1984. Олія, 180×180 см.
Місце зберігання: невідоме, Китай



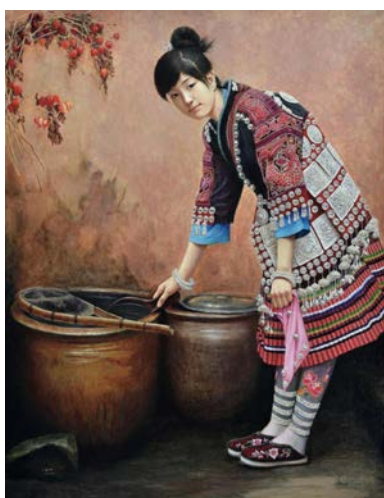
Іл. 2. Лю Бінцзян, «Материнське кохання», 2014.
Олія, 100×100 см.
Місце зберігання: невідомо, Китай



Іл. 3. Цзінь Шаньї, «Таджицька наречена», 1983.
Олія, 50×60см. Місце зберігання:
Національний художній музей, Китай



Іл. 4. Хуан Цзінь, «Гора», 2004. Олія, 150х140см.
Місце зберігання: невідомо. Китай



Іл. 5. Цун Жуйсюань, «Дівчина в сезоні квітів», 2014. Олія, 136х105см. Місце зберігання:
приватна колекція. Китай



Іл. 6. Шень Мінцунь, «Наречена», 1982. Олія, 90х60см. Місце зберігання:
приватна колекція, Китай



Іл. 7. Сюе Боюань, «Дівчина Хуей 1», 2015. Олія, 55x80см.

Місце зберігання:
невідомо. Китай



Іл. 8. Цай Лян, «Жінки Хуей», 1977. Олія, розмір: невідомий.

Місце зберігання:
приватна колекція, Китай



Іл. 9. Чень Баої, «Дівчина Хуей на березі річки Шуле», 2013. Олія, 50x80 см.

Місце зберігання:
приватна колекція. Китай

Традиційний жіночий костюм регіону Нінся (Нінсянська чжуанська автономна область) в Китаї включаю сукню-сорочку (чіпао- ціпао) – сукня з вузьким коміром і розрізами з боків, які зазвичай підкреслюють жіночність. Ці сукні можуть бути виконані з різних тканин та прикрашені різноманітними вишивками; спідницю (чанг) або штани. Жінки в регіоні Нінся носять різноманітні головні убори, такі як шовкові шарфи, дорогоцінні баретки або традиційні шапки в залежності від приводу та статусу. Прикраси, такі як сережки, намиста, браслети та кільця, можуть бути важливою частиною жіночого вбрання Нінся та можуть бути виконані з дорогоцінних металів та каміння. Традиційне взуття жінок Нінся включають китайські босоніжки або туфлі з високими підборами.

Картина Сюе Боюаня «Дівчина Хуей 1» (2015) (іл. 7) представляє собою зразок традиційного реалістичного живопису. Художник ретельний у своєму намірі репрезентувати аскетичні елементи мусульманського жіночого одягу зазначеного району. Контраст між темно-синьою хусткою, яка щільно покриває голову моделі та білою сорочкою, підкреслює чіткість абрису обличчя молодої жінки. Гармонійне поєднання кольорів і реалістична техніка представляють

неокласичний стиль олійного живопису на сучасному етапі життя Сюе Боюаня. Інший тип кольорового контрасту втілює картина Цай Ляня «Жінки Хуей» (1977) (іл. 8). На полотні майстра – жінка середнього віку в простому ціпао, покрита білою простою хусткою. Червона ціпао не є вишитою, поверх сукні на моделі одягнутий фартух, що видає «робочий» статус цього жіночого костюму. Втім характерний комір ціпао, манера носіння хустки точно маркує етнічний костюм району Нінся. Картина «Дівчина Хуей на березі річки Шуле» художника Ченя Баої (2013) (іл. 9) теж репрезентує святковий костюм молодої дівчини Нінся. Костюм складається з білої сорочки, прикритої два хустками: білою з бахромою та рожевою атласною, скріпленою красивою брошкою. Молодість і краса моделі підкреслена простотою, але святковою простотою, її костюму. На думку Ченя Баої, мистецтво не має національних кордонів, воно має лише різні форми вираження. Культурні досягнення та багатий життєвий досвід, на думку художника, відіграють величезну роль у просуванні художньої творчості, якою він займається.

Отже, проаналізовані репрезентації традиційного жіночого костюму регіонів Сінцзяні, Гуансі та Нінся свідчать про

активну цікавість сучасних китайських станковистів до традиційного жіночого костюму цих регіонів. Майстри станкового живопису нашої країни детально вивчають елементи цих костюмів, ретельно відтворюють їх кольори, візерунки та прикраси.

Висновки. Результати проведеного дослідження репрезентацій костюмів жінок Сіньцзяня, Гуансі та Нінся в сучасному станковому живописі Китаю доводять наявні тісні соціокультурні зв'язки між традиційним жіночим костюмом цих регіонів та його візуальними репрезентаціями. Це історичне коріння, яке фіксується використанням традиційного жіночого костюму сучасними китаянками, досі приваблює художників-станковистів. Творчість сучасних китайських художників репрезентує специфічні культурні особливості жіночого костюму кожного з цих регіонів, його крій, фактуру, палітру кольорів, прикраси та вишивку. Картини сучасних вітчизняних станковистів, демонструючи традиційні жіночі костюми, через них віддзеркалюють ті соціальні ролі, які відіграють жінки цих регіонів їх традиційні обов'язки та їх вплив на культурні норми своїх етнічних груп. Характеристика творчості таких станковистів, як Абдул Керім Насір ад-Дін, Лю Бінцзянь, Цзінь Шаньї, Хуан Цзінь, Цун Жуйсюань, Шень Мінцунь, Сюе Боюань, Цай Лян та Чень Баої свідчить про те, що більшість станковистів працюють або в жанрі жіночого портрету, або в жанровому

живописі. А аналіз стильових, композиційних та колористичних засобів художньої виразності репрезентації традиційного жіночого костюму регіонів Сіньцзяні, Гуансі та Нінся надає підстави зробити висновок, що основним стилем зазначених художників є реалізм. При цьому мають місце і стилістичні варіації, а саме репрезентації жіночого костюму в стилі неокласицизму. Монофігурні та багатофігурні композиції, які вибудовують сучасні китайські станковисти в своїх репрезентаціях жіночого костюму відповідають основним тенденціям розвитку сучасного реалістичного живопису. А кольорові палітри, якими користуються зазначені художники – традиційній символіці кольору етнічних груп регіонів Сіньцзяні, Гуансі та Нінся. Основною технікою, якою користуються зазначені майстри є олійний живопис на полотні, техніка якого в набула в Китаї широкого розповсюдження. Втім, якою б своєрідною не була авторська манера репрезентації, художники намагаються зберегти в картині автентичність жіночого костюму. Отже, можна дійти висновку, що репрезентація жіночого костюма жінок Сіньцзяня, Гуансі та Нінся у сучасному станковому живописі Китаю є не лише візуально привабливою, а й інформативною, вона дозволяє глядачам краще зрозуміти та оцінити багату культурну спадщину цього регіону та її вплив на сучасне мистецтво та суспільство.

Література:

1. 範達凱。中國服裝傳統樣本研究及其在現代服裝設計中的應用 (碩士論文)。蘇州：蘇州大學，2008。
2. 王明。服裝裝飾設計。瀋陽：遼寧科學技術出版社，2005年，第170頁。
3. Чонг В. Періодизація існування «жіночої теми» в китайському станковому живописі ХХ ст. *Мистецтво та дизайн у художній мові мінливого часу: морфологія, семіотика, візуальність*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (14 квітня 2022 року, м. Харків). Харків: ХДАДМ, 2022. С. 22–23.

4. Чонг В., Алфьорова З.І. Жіночий костюм Внутрішньої Монголії в станковому живописі Китаю. *Український журнал з мистецтва та дизайну*, 2023. № 25(1). С. 78–86.
5. 魏榮輝 華夏民族服飾之風之主 北京：北京大學出版社，2008年，第218頁。
6. 贈送博倫民族服裝和裝飾 北京：三峽三峽中國出版社，2007年，第280頁。
7. 德瑪在哪裡？油畫中蒙古女性形象的美感特質及精神表達 《中國民族藝術》，第3期，第66–71頁。
8. Лі Х. Культуротворчі функції історичного костюму в ігровому кінематографі Китаю

порубіжжя ХХ–ХХІ ст.: дис. ... канд. мист.: 26.00.01. Харків: ХДАК, 2019. 143 с.

9. 羅世宏, 吳偉 現代服裝的裁剪設計 長沙: 湖南人民出版社, 2009年, 第112頁.

10. 盧彥青 中國塔吉克族繪畫中的女性形象研究 碩士論文, 蘇州大學, 2018年, 第44頁.

11. 鄭軍, 劉沙玉 衣服的顏色 北京: 化學工業出版社, 2007年, 第194頁.

References:

1. Van, D. (2008). *Study of traditional samples of Chinese clothing and their application in modern clothing design* (master's thesis). Suzhou: Suzhou University [in Chinese].

2. Wang, M. (2005). *Costume ornament design*. Shenyang: Liaoning Publishing House of Science and Technology [in Chinese].

3. Chong, W. (2022). Periodyzatsiia isnuvannia «zhinochoi temy» v kytaiskomu stankovomu zhyvopysi XX st. [Periodization of the existence of the "female theme" in Chinese easel painting of the 20th century]. Proceedings of the Art and Design in the Artistic Language of Changing Times: Morphology, Semiotics, and Visuality: *Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia (14 kvitnia 2022 roku) – International Scientific and Practical Conference* (pp. 22–23). Kharkiv: KhDADM [In Ukrainian].

4. Chong, W., Alforova, Z. I. (2023). Zhinochy kostium Vnutrishnoi Monholii v stankovomu

zhyvopysi Kytaiu. [Women's costume of Inner Mongolia in Chinese easel painting]. *Ukrainian magazine on art and design*, 25(1), 78–86 [In Ukrainian].

5. Wei, R. (2008). *Lord of the winds of costume and decoration of the nations of China*. Beijing: Peking University Press [in Chinese].

6. Dai, B. (2007). *National costume and decor*. Beijing: Three Gorges Sanxia Publishing House of China [in Chinese].

7. De, D. (2010). Aesthetic characteristics and spiritual expression of Mongolian female figures in oil painting. *Chinese National Art*, 3, 66–71 [in Chinese].

8. Li, H. (2019). *Kulturotvorchi funktsii istorichnoho kostiumu v ihrovomu kinematohrafi Kytaiu porubizhzhia XX–XXI st.* [The Cultural Functions of Historical Costume in the Feature Cinema of China at the Turn of the Twentieth and Twenty-First Centuries]. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv: KhDAK [In Ukrainian].

9. Lo, Sh., & Wu, W. (2009). *Cutting design of modern clothes*. Changsha: Hunan People's Publishing House [in Chinese].

10. Lu, Y. (2018). *Study of female images in Chinese Tajik painting*. Master's thesis of Suzhou University [in Chinese].

11. Zheng, J., Liu, Sh. (2007). *Color of clothes*. Beijing: Chemical Industry Publishing House [in Chinese].

CHONG W.

Kharkiv State Academy of Design and Arts, Kharkiv, Ukraine

WOMEN'S COSTUMES OF XINJIANG, GUANGSI AND NINGXIA IN CONTEMPORARY EASEL PAINTING OF CHINA

The purpose of this article is to study the stylistic, compositional and coloristic solutions of the representation of the traditional women's costume of the regions of Xinjiang, Guangxi and Ningxia. in modern Chinese genre painting.

Methodology. The research methodology is based on the use of both general scientific methods of analysis and special art-scientific methods, namely: methods of formal-stylistic and compositional-coloristic analysis.

The results. The article analyzes the traditional elements of the women's costume of Xinjiang, Guangxi and Ningxia, which are still used in the everyday life of modern China. Both sociocultural and purely artistic factors that influenced the use of traditional women's costumes in the specified areas of the country are characterized. It has been proven that at the end of the 20th and the beginning of the 21st centuries, adapted versions of the traditional women's costumes of Xinjiang, Guangxi and Ningxia are represented in Chinese easel painting. Thoughtful techniques, compositional and coloristic solutions of easel paintings by modern Chinese artists, in which the traditional women's costumes of Xinjiang, Guangxi and Ningxia are represented. It was found that modern Chinese easel artists actively represent the traditional women's costume in different

styles, in particular, in a realistic style. It has been proven that the specific cultural features of the women's costume of each of these regions are represented in the work of such easel artists as Abdul Kerim Nasir al-Din, Liu Bingjiang, Jin Shanyi, Huang Jin, Cun Ruixuan, Shen Mingcun, Xue Boyuan, Cai Liang and Chen Baoyi. its cut, texture, color palette, decorations and embroidery. The paintings of modern domestic easel painters, showing traditional women's costumes, reflect through them the social roles played by the women of these regions, their traditional duties and their influence on the cultural norms of their ethnic groups.

Scientific novelty. The scientific novelty of the obtained results lies in the fact that the article systematically examines the variants of the representation of the female costume of Xinjiang, Guangxi and Ningxia in the easel painting of modern China.

The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their application for professional art education both in Ukraine and in China. The study opens the perspective of studying different versions of the representation of women's costumes of different regions of China in modern easel painting.

Keywords: China, Xinjiang, Guangxi, Ningxia, modern easel painting, artistic features, women's costume.

ІНФОРМАЦІЯ
ПРО АВТОРІВ:

Чонг Ван, аспірант, кафедра теорії і історії мистецтва, факультет образотворчого мистецтва, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, ORCID 0000-0002-8990-4043, **e-mail:** 86520875@qq.com

Цитування за ДСТУ: Чонг В. Костюми жінок Сіньцзяня, Гуансі та Нінся в сучасному станковому живописі Китаю. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 194–204.

[https://doi.org/
10.30857/2617-
0272.2023.4.17](https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.17)

Citation APA: Чонг, В. (2023). Костюми жінок Сіньцзяня, Гуансі та Нінся в сучасному станковому живописі Китаю. *Art and Design*. 4(24). 194–204.

УДК 711.16:728.7:
[351.778.534:314.
151.3-054.73

DOI:10.30857/2617-
0272.2023.4.18.

ШМЕЛЬОВА-НЕСТЕРЕНКО О. Є., КОСЕНКО Д. Ю., ГАНУЩАК-
ЄФІМЕНКО Л. М., АГЛІУЛЛІН Р. М., ВИШНЕВСЬКА О. В.,
ЗАКУТЕНКО В. Л.

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна

СВІТОВИЙ ДОСВІД ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРУ ТА ОБЛАДНАННЯ ТИМЧАСОВОГО ЖИТЛА ДЛЯ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ

Метою дослідження є аналіз світового досвіду проєктування тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб (ВПО).

Методологія дослідження зумовлена комплексним вивченням тематики статті. Використано загальнонаукові методи, такі як аналіз, систематизація, узагальнення, порівняння. Емпіричною базою для проведення наукової роботи стали наукові публікації та статті, реалізований досвід проєктування тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб в Україні та за кордоном.

Результати. У роботі надані результати аналізу сучасних тенденцій у проєктуванні тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб. Систематизовано закордонний та український досвід проєктування різних типів житла для внутрішньо переміщених осіб. Встановлено, що у країнах ЄС застосовуються три підходи до забезпечення ВПО житлом: розселення ВПО у: соціальному житлі; тимчасовому модульному житлі; у нежитлових приміщеннях (у яких тимчасово створено житлові умови або проведено реконструкцію). Виявлено базові особливості організації тимчасового житла для ВПО та сформульовано основні принципи проєктування такого житла, що покликані сприяти покращенню якості життя мешканців та їх психологічному і фізичному комфорту.

Наукова новизна. Проаналізовано та систематизовано світовий досвід проєктування різних типів житла для внутрішньо переміщених осіб, виокремлено основні параметри, характерні для кожного типу житла.

Практична значущість. Проведені дослідження щодо виявлення особливостей проєктування тимчасового житла для ВПО можуть бути використані архітекторами та дизайнерами інтер'єру в проєктуванні такого житла.

Ключові слова: дизайн інтер'єру, проєктування житлового простору, дизайн середовища, соціальне житло, модульне житло, функціональне планування, мобільні меблі.

Вступ. Внутрішньо переміщена особа (ВПО) – особа, яку змусили залишити або покинути своє місце проживання у результаті або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, окупації, повсюдних проявів насильства, порушень прав людини [6]. У зв'язку з початком повномасштабної військової агресії мільйони українців були вимушені залишити свої домівки. За даними Міжнародної організації з міграції (МОМ), станом на вересень 2023 року, кількість внутрішньо переміщених осіб в Україні становить 3,6 мільйона людей [26]. Серед ВПО, які переїжджали більш ніж один раз,

однією з головних причин переміщення став брак належного житла.

Війна спричинила найбільшу в історії України житлову кризу. Протягом останнього року тисячі будинків були зруйновані внаслідок російських атак. За різними оцінками, протягом 2022 року втрати у житловому фонді склали від 140 до 820 тисяч зруйнованих або пошкоджених будівель. На жаль, воєнні дії та ракетні атаки російської армії на цивільну інфраструктуру продовжуються, що призводить до подальшого збільшення масштабів руйнувань і збільшення кількості людей, які втратили свої житлові приміщення.

Виникла необхідність у тимчасовому кризовому розміщенні, наприклад, на період відновлення пошкоджених житлових приміщень або під час пошуку довгострокового орендного житла. На початку повномасштабного вторгнення місцеві органи влади адаптували тисячі установ освіти, культури, гуртожитків та інших комунальних споруд для тимчасового проживання людей, які втратили свої домівки через війну. Попри те, що протягом року багато людей знайшли нове житло, повернулися до своїх міст або переїхали в інші країни, значна кількість ВПО залишається мешкати у центрах колективного проживання на заході та в центрі України. За даними Міжнародної організації з міграції, на початку 2023 року близько 4% від загальної кількості людей (приблизно 140 тисяч) перебували у таких місцях. Загалом, за інформацією МОМ, 24% внутрішньо переміщених осіб потребують допомоги у сфері житла [12].

Український уряд вже напрацював механізми для розв'язання цих питань. 29 квітня 2022 року Кабінет Міністрів України затвердив порядок швидкого будівництва тимчасового житла для переселенців [3], а обласні адміністрації активно шукають земельні ділянки для розміщення таких комплексів.

Будь-які рішення та програми повинні спиратися на дані й дослідження, враховуючи досвід інших країн. Існує багато світових прикладів організації подібного житла, які можуть бути корисними для України.

Аналіз попередніх досліджень. Темі житла для ВПО присвячено достатньо уваги серед архітекторів та науковців. Багато вчених зосереджені на вивченні проблем, які виникають у внутрішньо переміщених осіб. Серед сучасних українських науковців особливо активно цікавляться цією темою такі науковці, як: А. Солодько [8], О. Міхєєва, В. Серєда [4], Т. Старинська [9].

Серед авторів-архітекторів, котрі займалися питаннями житла для внутрішньо

переміщених осіб, слід відзначити напрацювання Лорі Мюльбауер (Lore Mühlbauer) [23] та Мір'яни Лозановської (Mirjana Lozanovska) [20]. Автори статей розглядали проблему житла для внутрішньо переміщених осіб, але такі роботи більше стосувались загальних аспектів, таких як інтеграція будівель та комплексів в структуру міста, формування житлових одиниць тощо, при цьому типологічним ознакам та інтер'єру приділялось недостатньо уваги. Варто зазначити, що в Україні наукові дослідження в цій галузі поки не проводились, відтак є потреба у подальших дослідженнях для розробки більш конкретних та детальних рекомендацій з проєктування інтер'єру для такого житла.

Додатковим джерелом корисних відомостей для розробки житла для внутрішньо переміщених осіб є роботи в галузі архітектури доступного житла. Фундаментальні дослідження, які стосуються проєктування житла та вивчення соціально-психологічних і функціонально-типологічних аспектів житла, були проведені такими науковцями: І.П. Гнесь [1], Л.С. Соловій [7] та ін. Дослідження Любові Соловій надають приклад того, як архітектурні рішення можуть допомагати в реінтеграції громадян, які пережили важкі життєві ситуації, назад у суспільство. Роботи Ігоря Гнеся спрямовані на вивчення проблем оптимізації планувальної структури квартир та розробку соціального та доступного житла для незахищених верств населення. У статті Річарда Собера (Richard Sober) [18] досліджується концепція дизайну модульних будинків. Питання щодо продуктивності модульного житла розглядається в публікації Боафо (Fred Edmond Boafo) та Кім (Jin-Hee Kim) [13]. Нормативними аспектами житла займалися М. Омельяненко, Г. Літошенко та В. Куцевич, основні нормативні вимоги до проєктування житлових приміщень подано у ДБН В.2.2-15:2019 [2].

Постановка завдання. Систематизація світового досвіду проєктування різних типів

житла для внутрішньо переміщених осіб з метою виявлення особливостей дизайну-проекування комфортного, безпечного, ергономічного та естетичного соціального житла.

Результати дослідження та їх обговорення. Поява ВПО – виклик для України та її соціальної політики, однак вивчення проблем і потреб цієї вразливої групи не є новою практикою у світі, тому при плануванні своїх соціальних програм доцільно скористатися міжнародним досвідом.

Розглядаючи закордонний досвід у сфері житла для ВПО, ми отримуємо можливість вивчати та використовувати цінні відомості та рекомендації, які застосовуються в інших країнах. Аналіз цього досвіду дозволяє визначити успішні рішення, які можуть бути корисними в умовах України, а також дозволять уникнути можливих негативних наслідків. Серед великої кількості країн, з наявною власною історією створення соціального житла, увагу сфокусовано саме на європейських країнах. Цей вибір зумовлений спільними культурними та цивілізаційними цінностями інших країн Європи з Україною.

Для подолання житлової кризи європейською комісією було прийнято рішення розподілити внутрішньо переміщених осіб поміж країнами членами ЄС [21]. Як показала практика реалізації даного рішення, людей розселяли групами в певні локації, які можуть бути розташовані, як на території поселень, так і за їх межами.

Аналіз досвіду європейських країн та новостворених вітчизняних ініціатив у питанні розселення ВПО виявив декілька концептуальних підходів до даного питання. В процесі дослідження було виокремлено три основні типи організації житла: розселення у соціальному житлі; розселення у тимчасовому модульному житлі; розселення у нежитлових приміщеннях (у яких тимчасово створено житлові умови або проведено реконструкцію).

1. Розселення у соціальному житлі. В Європі спостерігається активна практика будівництва колективного житла з кімнатним

заселенням. У різних країнах це житло може мати різні назви та характеристики (рис. 1–3). Наприклад, у Великобританії вони відомі як «one-kitchen unit», що означає квартири для кількох мешканців з окремими кімнатами, але зі спільною кухнею та іншими спільними зонами. У Німеччині такий тип проживання називається «wohngemeinschaft», що перекладається як «проживання в спільноті». Франція використовує кілька видів колективного житла, такі як «TI», «HLM», «TI bis», та «co-location», яке означає «житло з помірною платою» та часто належить до соціального житла.

Цей тип проживання активно використовується в країнах з високим рівнем життя та розвинутою культурною інфраструктурою, таких як США, Австрія, Великобританія, Нідерланди, Франція, Данія, Німеччина, Канада. Наприклад, в Німеччині кожен четвертий студент має можливість проживати в такому колективному житлі з власною кімнатою, і близько 45% американських студентів та третина молоді винаймають квартири після досягнення повноліття. Такий підхід дозволяє молодим людям отримати незалежність і сприяє ефективному використанню житлових ресурсів.

В основному, нове соціальне житло зводять на периферії міст, або ж у містечках. Воно відразу проєктується дуже щільним з метою забезпечити житлом якомога більшу кількість людей. В центрі міст соціальним житлом часто слугує стара забудова яка потребує мінімальних капіталовкладень для подальшої експлуатації, що часто призводить до того, що такі будинки стають перенаселені.

В Україні такий тип житла представлений, створеним на початку повномасштабного вторгнення, центром матері й дитини «Незламні матусі» у Львові (рис. 4). Архітектурне агентство Sulyk Architects створило концепцію житла для людей, які були змушені залишити свої домівки або втратили їх. Першочергово це житло надаватиметься сім'ям з дітьми та

вагітним жінкам [10]. Проєкт вражає не лише швидкістю реалізації, але й унікальністю архітектурного підходу який руйнує стандартне уявлення про тимчасове житло. Відходячи від поширених контейнерних конструкцій, розробники демонструють, як

тимчасове житло може стати органічною складовою міського пейзажу. Однією з важливих характеристик проєкту є також можливість зміни призначення будівель, що дає змогу у майбутньому використовувати їх для потреб громади.



Рис. 1. Приклад соціального житла, Бремен, Німеччина, 2017 [14]



Рис. 2. Приклад соціального житла, Хакні, Велика Британія, 2020 [19]



Рис. 3. Приклад соціального житла, Барселона, Іспанія, 2018 [22]



Рис. 4. Центр матері й дитини «Незламні матері», Львів, Україна, 2022:

а, б – фото реалізованих будинків; в – ситуаційна схема [10]

Центр «Незламні матусі» представлений двома дерев'яними будинками розташованими поруч з оновленою лісопарковою зоною. Будівлі об'єднані спільним внутрішнім двором з парком, дитячими та спортивними майданчиками, прогулянковими доріжками та невеликим ставком (рис. 4). Такий підхід до проєктування території комплексу створює безпечний, комфортний та затишний простір, що вкрай важливо для користувачів які пережили травматичний досвід.

Обидва будинки мають однакову планувальну структуру, що складається з 17 окремих модулів кожна, які об'єднані в один загальний двоповерховий об'єм площею 650 квадратних метрів. Кожен із цих будинків містить 13 житлових кімнат, призначених для проживання від 26 до 52 осіб. Планування внутрішнього простору розділено на дві основні зони: приватну зону з житловими

кімнатами та загальний соціальний простір (рис. 5).

На першому поверсі розташована вхідна зона, хол з приміщенням адміністрації, харчовий та житловий блоки. Харчовий блок є спільним простором з наявністю двох окремих робочих зон для приготування їжі, а також просторою їдальнею з високими стелями та панорамним склінням. На другому поверсі розташований простір спільного користування, що може використовуватись як: ігрова кімната, простір для групових занять або коворкінг. Житлові блоки представлені окремими приватними кімнатами для мешканців та розташовані на обох поверхах один над одним. На кожному поверсі наявні блоки санвузлів та душових. Стіни та стеля житлових кімнат та загальних просторів оздоблені листами фанери, яка водночас є екологічним, природним та зносостійким матеріалом (рис. 6).

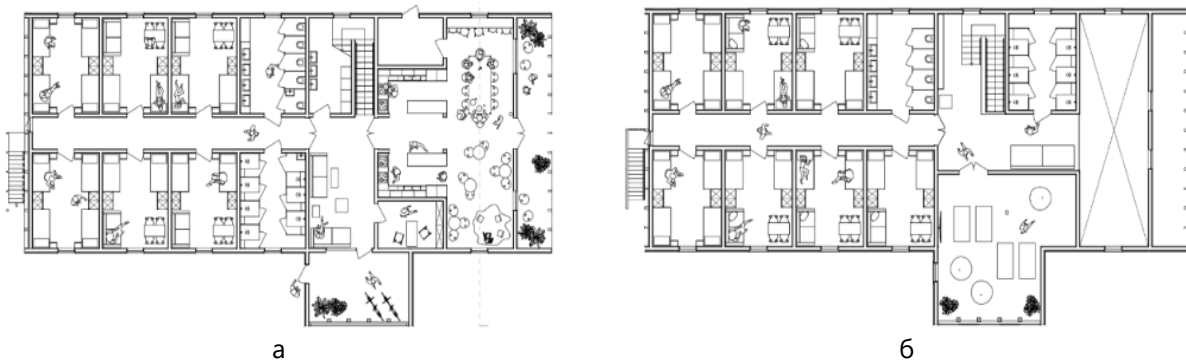


Рис. 5. Центр матері й дитини «Незламні матусі», Львів, Україна, 2022:
а – планування 1-го поверху; б – планування 2-го поверху [10]



Рис. 6. Фото реалізованого інтер'єру центр матері й дитини «Незламні матусі», Львів, Україна, 2022 [10]

Архітектурне рішення цього тимчасового житла є досить цікавим і неординарним. Будинок має вигляд видовженого прямокутника в плані, що забезпечує зручний доступ до кімнат та потенційну можливість розширення шляхом додавання додаткових житлових модулів. У споруді передбачено наявність трьох евакуаційних виходів з першого поверху та двох – з другого. Лоджії зашиті напівпрозорим полікарбонатом, що створює додатковий рівень приватності, важливий для людей, вимушених покинути свої домівки.

2. Розселення у тимчасовому модульному житлі. Зазвичай це житло, яке розраховано на відносно короткий період перебування. Таке житло здебільшого створюється для негайного задоволення масових потреб і може бути декількох типів. Перше забезпечує лише мінімально прийнятні умови: легкі недовговічні конструкції, відсутність підключення до комунальних мереж, відсутність навіть мінімального рівня приватності. В літературі цей вид житла часто називають «shelter», що перекладається як «прилисток», оскільки він призначений для тимчасового проживання та захисту. Друге за рівнем комфорту варіюється від прийнятного до цілком комфортного. Таке житло зазвичай є більш довговічним, має, як мінімум, базові зручності та передбачає використання модулів різного призначення (житлові, господарські, громадські тощо) для формування повноцінних житлових блоків або кварталів. Гарним прикладом такого модульного житла є тимчасові притулки у Німеччині (рис. 7).

Оскільки початок повномасштабного вторгнення в Україну спровокував одночасну багатотисячну хвилю українських біженців до країн Європи, уряди деяких країн ініціювали процес будівництва модулівних містечок для наших співгромадян. Прикладом такої ініціативи є програма швидкого будівництва житла (Rapid Build Housing) запроваджена урядом Ірландії (рис. 8) [24].

Будинок швидкого будівництва – це високоякісне житло, яке будується за межами відведеної території, а після доставляння на місце призначення відбувається фінальне облаштування. В ході реалізації програми на території країни була визначена низка місць придатних для будівництва модульних містечок, а відповідно до вказівок місцевої влади обрані місця було обладнано дорогами, пішохідними доріжками, ігровими майданчиками та зеленими насадженнями. Кожне із запланованих містечок належить до певної громади, а його мешканці можуть користуватися місцевою інфраструктурою, що має на меті пришвидшення інтеграції українців. Житлові одиниці мають естетичний зовнішній вигляд, обладнані всім необхідним для комфортного проживання, повністю мебльовані та підключені до комунальних мереж (рис. 9). Такий підхід дещо відрізняється від звичного тимчасового модульного житла для біженців, оскільки рівень комфорту та умови проживання суттєво вищі за мінімальні. Відтак будинки спроектовані таким чином, щоб покращити місцевість, а також є енергоефективними та довговічними, завдяки чому, в подальшому їх планують використовувати як соціальне житло, житло для проживання студентів або літніх людей тощо.

Вдалим прикладом такого типу житла в Україні є пілотний проєкт RE:UKRAINE HOUSING. RE:UKRAINE HOUSING – це проєкт тимчасового містечка для переселенців від українського архітектурного бюро Balbek Bureau (рис. 10). Головною ідеєю проєкту є створення універсального, світлого та легкого простору, який сприятиме соціалізації та спільному проживанню різних людей [25]. В основі системи житла RE:UKRAINE HOUSING лежить стандартний дерев'яний каркас, що може бути адаптований для створення інтер'єрів різної конфігурації. Такий підхід дозволяє максимально використовувати простір та оптимізувати його відповідно до потреб мешканців.



Рис. 7. Приклади модульного житла, Бремен, Німеччина, 2017 [15]

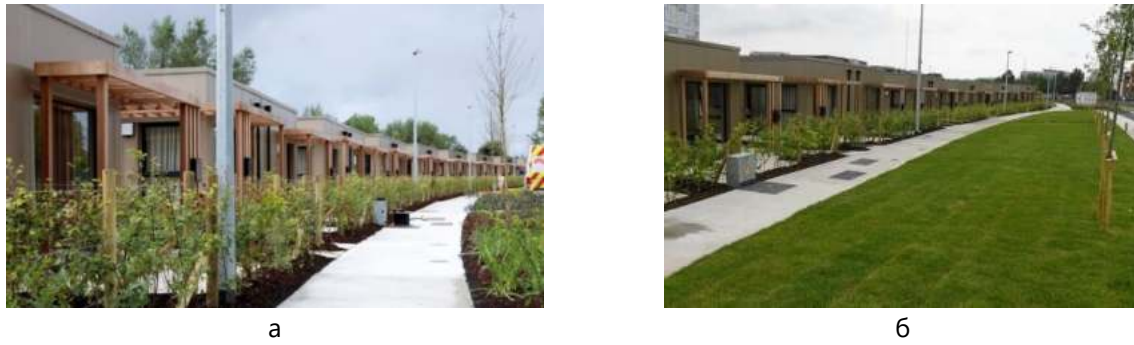


Рис. 8. Екстер'єр модульних містечок Rapid Build Housing в Ірландії, 2023:
а – у Дорлі Парк, Слайго; б – у Махоні, Корк [17]



Рис. 9. Інтер'єр житлової одиниці Rapid Build Housing у Махоні, Корк, Ірландія, 2023 [17]



Рис. 10. Візуалізація тимчасового житла для ВПО «RE:UKRAINE HOUSING», Україна, 2022 [25]

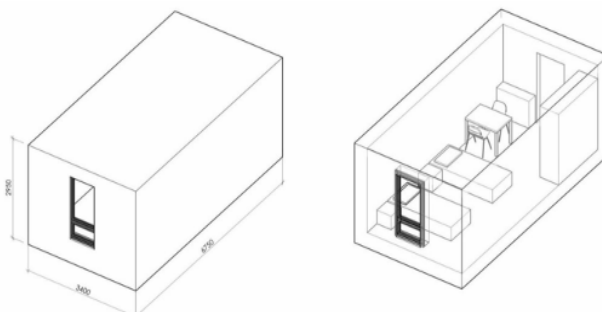


Рис. 11. Житловий модуль «RE:UKRAINE HOUSING», Україна, 2022 [25]

Основною ідеєю проєкту є комфорт мешканців, можливість їх подальшої соціалізації та зниження рівня стресу в екстремальних умовах. Не зважаючи на те, що студія пропонує варіант модульного містечка, його доцільно розглядати й для подальшого улаштування інших видів прихистків.

Планування кожного приміщення здійснюється в межах одного модуля. Передбачено такі модулі, як житловий (рис. 11), громадський, кухонний та санітарний. Модулі можуть бути об'єднані в блоки та секції з яких передбачається формування кварталів та районів, що робить забудову гнучкою та надає можливість до її подальшого розширення.

Усі проєктні одиниці розташовуються на місцевості відповідно до поточного генплану та рельєфу, а кожна житлова секція складається з визначеної кількості модулів певного типу (рис. 12). У секціях передбачені спільні приміщення для соціалізації та рекреації, санвузли, повноцінні кухні, пральні, кімнати догляду за дітьми.

Стилістичне рішення модулів формується спокійною колірною гамою у поєднанні з текстурою дерева, що позитивно впливає на емоційний стан мешканців. Проєктом також передбачено улаштування благоустрою, дитячих майданчиків та пішохідних доріжок між модулями, які слугують додатковими спільними зонами для соціалізації.

В проєкті передбачено приватні кімнати з зонами для відпочинку та сну, а також робочі місця для дистанційної роботи або навчання. Інтер'єр виконаний у світлих відтінках з використанням природних текстур, що візуально робить приміщення більш просторим та світлим. Важливим аспектом інтер'єру є наявність зон спільного користування, облаштованих для комфортного спілкування та іншої взаємодії. Мінімалістичний дизайн інтер'єру житлових та спільних зон є водночас зручним і функціональним, а також створює комфортні та затишні умови для мешканців (рис. 13).

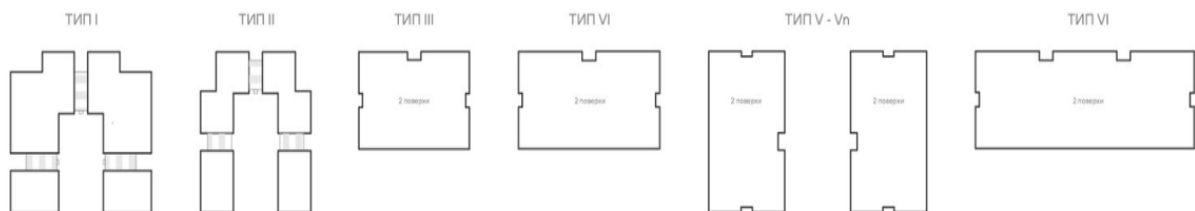


Рис. 12. Компонування житлових секцій «RE:UKRAINE HOUSING», Україна, 2022 [25]



Рис. 13. Візуалізація інтер'єру «RE:UKRAINE HOUSING», Україна, 2022 [25]

3. Розселення у нежитлових приміщеннях (у яких тимчасово створено житлові умови або проведено реконструкцію).

Створення тимчасових житлових умов у нежитлових приміщеннях також розраховане на негайне задоволення масових потреб, але на відміну від модульного житла, ліжко-місця розміщуються у великих приміщеннях, таких як спортзали, івент-холи, вокзали, аеропорти, різноманітні ангари тощо. Житло в таких тимчасових центрах, як правило, позбавлене приватності – на великій площі одночасно проживає значна кількість людей і в більшості випадків між ліжками відсутні елементарні перегородки або ширми. Таке житло має доволі низький рівень якості проживання та значно обмежує людину у гігієнічному і психологічному комфорті. Прикладом є тимчасовий прихисток для українських переселенців створений в колишньому аеропорту «Тегель» в Німеччині (рис. 14), який почав працювати у березні 2022 року [16]. На території розподільчого центру біженці повинні були проводити не більше 1–2 ночей перед отриманням місця у гуртожитку в Берліні. На практиці центр перетворився на табір, де люди місяцями чекали на отримання житла у місті (в середньому близько 3 місяців).

З іншого боку, реконструкція та переосмислення нежитлових просторів є ще одним шляхом розв'язання проблеми житла для ВПО. Європейські міста давно практикують переосмислення просторів міста, зокрема, промислових. У 1980 році стара текстильна фабрика у Великій Британії стала художнім центром Salts Mill, який відвідує понад 100 тисяч людей щороку, а один з найбільших торгово-розважальних центрів у Східній Європі, Manufaktura в Польщі, багато років тому був текстильним заводом [5].

Сенс реконструкції полягає у відновленні та активації занедбаних будівель та об'єктів які використовуються неефективно, або не використовуються взагалі. Наприклад, порожні будівлі можуть бути переобладнані на житлові приміщення, які поєднані

з просторами спільного користування (коворкінги, майстерні, рекреаційно-дозвілєві простори) та/або публічними просторами (артцентри, галереї, івент-холи тощо). Серед недоліків такого типу житла також є низький рівень приватності та малогабаритність житлових одиниць, оскільки житлові кімнати здебільшого створені шляхом встановлення мобільних або легких (фанера, OSB тощо) та умовно стаціонарних перегородок. Проте, при такому підході до влаштування тимчасового житла, слід відзначити високий рівень соціальної взаємодії між мешканцями та інтенсивну інтеграцію ВПО у місцеві громади.

В Україні прикладом проєкту такого типу, який поєднує у собі житло для ВПО та ком'юніті-центр, що займатиметься розвитком та популяризацією вуличних культур, є Urban Camp Lviv, розташований в колишньому палаці культури ЛОРТА [11]. Відповідальною за дослідження, архітектурну концепцію, планування та візуалізацію простору цього проєкту є громадська організація «Urban Reform». Усі культурні, спортивні та освітні події будуть реалізовані за активної участі як ВПО, так і місцевих мешканців Львова. Такий підхід сприятиме створенню відкритого та інклюзивного середовища де всі мешканці матимуть можливість брати участь у різноманітних заходах, спільному навчанні, спортивних змаганнях та зможуть долучатися до культурних ініціатив.

Велику будівлю палацу культури (5250 м²) за 10 місяців роботи трансформували у сучасний культурно-соціальний комплекс (рис. 15). Загальна вартість проєкту становить 25 мільйонів гривень, із них 20 мільйонів гривень це інвестиції від донорів та 5 мільйонів гривень – кошти міського бюджету.

Інтер'єр містить різні функціональні зони, такі як тимчасове житло хостельного типу для сімей з дітьми, івент-простір для організації заходів та укриття. Простір оздоблений винятковими мистецькими деталями які збереглися та були якісно

відновлені, включаючи мозаїку та люстри (рис. 16). В центрі також передбачені всі

необхідні умови для розвитку та активного дозвілля молоді.



Рис. 14. Тимчасовий прихисток для українських переселенців створений в колишньому аеропорту, Берлін, Німеччина, 2022 [16]



Рис. 15. Аксонометрія планування 1, 2, 3 поверхів «Urban Camp Lviv», Львів, Україна, 2022 [27]

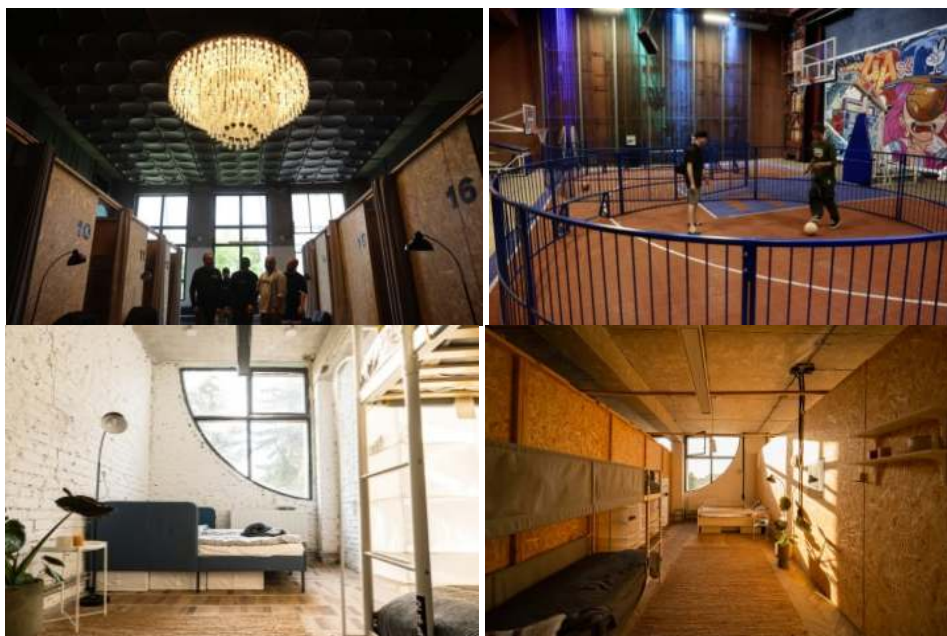


Рис. 16. Фото реалізованого інтер'єру «Urban Camp Lviv», Львів, Україна, 2022 [27]

Простір внутрішнього двору Urban Camp Lviv поділено на кілька зон для різних видів діяльності: «тиха зона» для спокійного

вуличного відпочинку, «активна зона» для дозвілля та вуличних ігор, а також місце, де можна працювати на свіжому повітрі, крім

того, планується виділити простір для створення власного городу (рис. 17). Центр передбачається обладнати сучасним укриттям розрахованим на усіх його мешканців.

На першому поверсі розміщується ком'юніті-простір який містить офісні приміщення, коворкінг для роботи, дитячу кімнату, кухню та обідню зону, а також інформаційний пункт, який надає підтримку мешканцям (рис. 17).

Другий поверх Urban Camp Lviv відведений під житлову зону та міститиме кімнати різних типів: для двох, трьох або чотирьох осіб (рис. 18). Цей поверх здатний приймати до 100 осіб одночасно, надаючи їм комфортне житло в межах цього інноваційного простору (рис. 18).

Для проведення різноманітних заходів, фестивалів і активностей розроблено просторий івент-спот, розташований в окремому приміщенні будівлі (рис. 19).



Рис. 17. «Urban Camp Lviv», Львів, Україна, 2022: а – внутрішній двір; б – перший поверх [11]



Рис. 18. «Urban Camp Lviv», Львів, Україна, 2022: а – житловий поверх; б – типи житлових просторів [11]

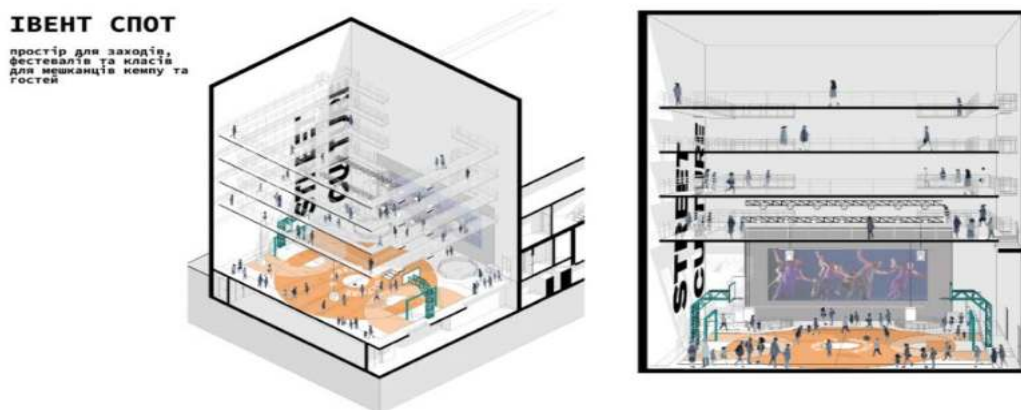


Рис. 19. Простір для заходів та фестивалів «Urban Camp Lviv», Львів, Україна, 2022 [27]

Після завершення війни Urban Camp має плани створити інноваційний центр, призначений для розвитку молоді та популяризації вуличних культур. На сьогодні тут присутні різноманітні спортивні та творчі зони, такі як баскетбольний майданчик, майданчик для паркуру, дитяча ігрова зона, також у проєкті передбачено створення танцювального залу. Усі ці ініціативи націлені на створення інноваційного та

творчого оточення для молоді яка пережила важкі життєві обставини і шукає можливості для розвитку та самовираження.

На основі проведеного аналізу досвіду проєктування тимчасового житла для ВПО, за кордоном та в Україні, було складено порівняльну характеристику різних типів такого житла за основними параметрами (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльний аналіз різних типів житла для ВПО

Параметр	Розселення у соціальному житлі	Розселення у тимчасовому модульному житлі	Розселення у нежитлових приміщеннях (у яких тимчасово створено житлові умови або проведено реконструкцію)
1	2	3	4
Планувальна структура	Зазвичай містить окремі житлові одиниці, такі як квартири або кімнати, призначені для проживання окремих осіб або сімей	Зазвичай складається з мобільних модулів, призначених для проживання; модулі можуть бути об'єднані для створення багатофункціональних одиниць	Може містити різноманітні типи житлових одиниць; у випадку тимчасового житла для ВПО зазвичай формується з мобільних або тимчасових перегородок
Спільні зони	Мінімальна площа зон спільного користування	Загальні зони відпочинку та роботи, кухні для спільного користування (у випадку модульних містечок)	Велика площа для створення зон спільного користування (за потреби)
Приватність	Забезпечує високий рівень приватності завдяки окремим кімнатам та/або окремим квартирам	Середній рівень приватності, оскільки проживання в обмеженому просторі може вимагати деяких компромісів	Мінімальний або повністю відсутній рівень приватності
Площа житла	Залежить від конкретного об'єкта, зазвичай одна кімната на одну людину або сім'ю	Обмежена, оптимізована для тимчасового проживання декількох людей в одній кімнаті	Зазвичай велика площа будівлі та мінімально можлива площа житла
Меблі та декорування	Зазвичай стандартні та прості дизайнерські рішення; за бажанням є можливість індивідуального декорування	Зазвичай має прості компактні та мобільні меблі, оскільки цей тип житла має обмежений простір; декорування залежить від рівня модульного житла	Простий та функціональний дизайн, компактні тимчасові меблі; немає потреби в декоруванні через короткострокове проживання
Комфорт проживання	Забезпечує комфортні умови для мешканців; є усі зручності	Основний акцент на базових потребах, може бути як обмеженим, так і повноцінним	Мінімальні комфортні умови для короткострокового проживання

Продовження табл. 1

1	2	3	4
Шумоізоляція	Достатній рівень	Зазвичай достатній рівень	Низький рівень
Вартість будівництва	Варіативна, може бути високою або доступною залежно від регіону	Зазвичай більш доступне у порівнянні з іншими типами житла, вартість залежить від матеріалів та площі	Найменша вартість (залежить від інвестицій)
Тривалість проживання	Довготермінове проживання, тривалість залежить від життєвої ситуації та потреб	Тимчасове проживання протягом кількох років	Житло розраховане на проживання від декількох днів до декількох місяців

Відтак на основі проведеного дослідження було визначено основні принципи проектування інтер'єру житла для внутрішньо переміщених осіб, які сприятимуть покращенню якості життя мешканців тимчасового житла та їх психологічному і фізичному комфорту.

Ергономіка та зручність. Інтер'єр повинен бути розроблений з урахуванням ергономічних вимог; меблі, обладнання та інші елементи інтер'єру повинні відповідати потребам мешканців та їх фізичним можливостям.

Функціональність і адаптивність. Усі наявні зони мають відповідати функціональному призначенню; важливо забезпечити можливість адаптації інтер'єру до різних потреб мешканців; наявність мобільних перегородок, мультифункціональних меблів та інших рішень дозволять оптимізувати використання простору.

Приватність і особистий простір. Важливо забезпечити мешканцям максимальну приватність у житлових блоках та модулях, а також особистий простір для роботи, відпочинку, або хобі (особливо для сімей з дітьми).

Соціальні зони та спільний простір. Інтер'єр повинен передбачати можливість організації соціальних зон та спільного простору для мешканців, з метою забезпечення можливості спілкування, навчання та відпочинку.

Психологічний комфорт. Інтер'єр повинен створювати атмосферу

психологічного комфорту, затишку та безпеки; використання відповідних матеріалів, кольорів, текстур, озеленення та освітлення може покращити емоційний стан мешканців.

Естетика та дизайн. Дизайн інтер'єру повинен бути естетично привабливим та відповідати сучасним тенденціям; не перевантажений деталями, задля уникнення візуального шуму; при довготривалому проживанні необхідно залишити можливість персоналізації особистого та спільного простору.

Доступність. Простір повинен бути доступним для всіх мешканців, незалежно від їхніх фізичних можливостей.

Висновки. Згідно з проведеними дослідженнями, можна зазначити, що у більшості закордонних країн та в Україні, моделі житла для ВПО найчастіше являють собою різновиди тимчасового, мобільного або модульного житла. Ці підходи дозволяють швидко та без значних фінансових витрат реалізувати житлові рішення для внутрішньо переміщених осіб. В європейських країнах існують три основні підходи до забезпечення житлом внутрішньо переміщених осіб: розселення ВПО у соціальному житлі, у тимчасовому модульному житлі та у нежитлових приміщеннях (у яких тимчасово створено житлові умови або проведено реконструкцію).

Виявлено, що у Європі спостерігається активна практика будівництва колективного житла. Цей тип проживання активно використовується в країнах з високим рівнем

життя та розвинутою культурною інфраструктурою та має низку переваг над іншими методами розв'язання проблеми. На наведених прикладах можна побачити, що модульне житло, зазвичай, є тимчасовим, яке створюється для негайного задоволення масових потреб, забезпечуючи мінімально прийнятні або базові умови. Щодо розселення у нежитлових приміщеннях, можна

зробити висновок, що таке житло переважно розташоване у великих загальних приміщеннях і часто викликає сумнів у повноцінності такого типу житла. Однак, для більш тривалого проживання ВПО, дедалі частіше використовується переобладнання та реконструкція наявних великих будівель, що дозволяє забезпечити більш комфортні умови проживання.

Література:

1. Гнесь І. П. Принципи формування соціально-інтегрованого житла. *Досвід та перспективи розвитку міст України*. 2008. Вип. 15. С. 118–128.

2. ДБН В.2.2-15:2019. Житлові будинки. Основні положення [Чинний від 2019-12-01]. Вид. офіц. Київ, 2019. 44 с.

3. Деякі заходи з формування фондів житла, призначеного для тимчасового проживання внутрішньо переміщених осіб: Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2022 р. № 495, редакція від 08.06.2023 495-2022-п. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/495-2022-%D0%BF#Text> (дата звернення: 10.10.2023).

4. Міхеєва О., Середа В. Сучасні українські внутрішньо переміщені особи: основні причини, стратегії переселення та проблеми адаптації. *Стратегії трансформації і превенції прикордонних конфліктів в Україні. Збірка аналітичних матеріалів*. Львів: Галицька видавнича спілка, 2015. С. 9–49.

5. Напівревіталізовані: 4 приклади переосмислення індустріальних просторів в Україні. *Mistosite*. 2019. URL: <https://mistosite.org.ua/articles/napivrevitalizovani-4-pryklady-pereosmyslennia-industrialnykh-prostoriv-v-ukraini?locale=uk> (дата звернення: 10.10.2023).

6. Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб: Закон України від 28.12.2014 р. № 77-VIII, редакція від 03.08.2023 1706-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1706-18#Text> (дата звернення: 10.10.2023).

7. Соловій Л. С. Житло для бездомних в зарубіжній проектно-будівничій практиці. *Сучасні проблеми архітектури та містобудування*. 2008. Вип. 20. С. 332–342. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/1251> (дата звернення: 20.10.2023).

8. Солодько А. Аналіз політики інтеграції біженців та осіб, які потребують додаткового захисту. Київ: Центр дослідження суспільства, 2014. 35 с. URL: http://www.cedos.org.ua/system/attachments/files/000/000/061/original/CSR_integration_report.pdf?1419578850 (дата звернення: 20.10.2023).

9. Старинська Т. Проблеми операціоналізації понять у контексті дослідження міграції. *Освіта регіону: політологія, психологія, комунікації*. 2010. № 3. С. 108–116.

10. Тимчасове житло для ВПО у Львові. Центр матері та дитини. *Sulyk Architects*. 2022. URL: <https://www.sulykarchitects.com/idpshelter> (дата звернення: 10.09.2023).

11. У Львові презентували проєкт центру для переселенців, що облаштують на ЛОПТА. Візуалізація. *Твоє Місто*. 2022. URL: <https://tvoemisto.tv/news/u-lvovi-prezentuvaly-proiekt-tsetru-dlya-pereselentsiv-shcho-oblashtuyut-na-lorta-vizualizatsiya-138030.html> (дата звернення: 20.08.2023).

12. Україна – Звіт про ситуацію з внутрішнім переміщенням – Загальне опитування населення Раунд 13 (11 травня – 14 червня 2023 р.). *Displacement Tracking Matrix*. 2023. URL: <https://dtm.iom.int/reports/ukraina-zvit-pro-situaciyu-z-vnutrishnim-peremischennyam-zagalne-opituvannya-naselennya> (дата звернення: 03.10.2023).

13. Boafu F.E., Kim J.-H., Kim J.-T. Performance of modular prefabricated architecture: Case study-based review and future pathways. *Sustainability*. 2016. 8(6):558. DOI: <https://doi.org/10.3390/su8060558>.

14. Bremer Punkt / Lin Architects Urbanists. *ArchDaily*. 2018. URL: <https://www.archdaily.com/870720/bremer-punkt-lin-architects-urbanists> (Last accessed: 20.10.2023).

15. Container village, Bremen. *Making Heimat*. 2018. URL: <http://www.makingheimat.de/en/refu>

[gee-housing-projects/database/container-villages-bremen](#) (Last accessed: 20.10.2023).

16. Ein Jahr Ukraine Ankunftszenrum Tegel. BERLIN. 2023. URL: <https://www.berlin.de/laf/ueber-uns/pressemitteilungen/pressemitteilung.1305588.php> (Last accessed: 26.08.2023).

17. First look inside Cork's modular homes as Mahon prepares to welcome Ukrainian families. *Irish Examiner*. 2023. URL: <https://www.irishexaminer.com/news/arid-41158930.html> (Last accessed: 12.11.2023).

18. Hodbe A., Sober R. Design of modular housing. *International Research Journal of Engineering and Technology*. 2019. Vol. 06(09) P. 734–738. URL: <https://www.irjet.net/archives/V6/i9/IRJET-V6I9107.pdf> (Last accessed: 20.10.2023).

19. Karakusevic Carson Architects, Kings Crescent. *Divisare*. 2020. URL: <https://divisare.com/projects/424980-henley-halebrown-karakusevic-carson-architects-jim-stephenson-nick-kane-kings-crescent> (Last accessed: 20.10.2023).

20. Lozanovska. M. Migrant Housing. Architecture, Dwelling, Migration. Routledge, 2020. 242 p.

21. Migrant crisis: EU's Juncker announces refugee quota plan. *BBC*. 2015. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34193568> (Last accessed: 20.10.2023).

22. Mix Dwelling Building at 22@ / Coll-Leclerc. *ArchDaily*. 2018. URL: <https://www.archdaily.com/910654/mix-dwelling-building-at-22-at-coll-leclerc> (Last accessed: 20.10.2023).

23. Mühlbauer L., Shretah.Y. Flüchtlingsbauten Handbuch und Planungshilfe. Istanbul: DOM publisher, 2017. 312 p.

24. Rapid Build Housing. *Gov.ie*. 2022. URL: <https://www.gov.ie/en/publication/ef882-rapid-build-housing/?referrer=http://www.gov.ie/en/publication/65a50-modular-housing/#> (Last accessed: 15.11.2023).

25. RE:UKRAINE HOUSING. *Balbek Bureau*. 2022. URL: <https://www.balbek.com/reukraine> (Last accessed: 20.10.2023).

26. Ukraine – Area Baseline Assessment (Raion level) – Round 28 (September 2023). *Displacement Tracking Matrix*. 2023. URL: <https://dtm.iom.int/reports/ukraine-area-baseline-assessment-raion-level-round-28-september-2023> (Last accessed: 03.10.2023).

27. URBAN CAMP LVIV. 2022. URL: <https://uc.in.ua/> (Last accessed: 16.08.2023).

References:

1. Hnes, I. P. (2008). Pryntsypy Formuvannia Sotsialno-Intehrovanoho Zhytla [Principles of the formation of socially integrated housing]. *Dosvid ta perspektyvy rozvytku mist Ukrainy – Experience and prospects of the development of Ukrainian cities*, 15, 118–128 [in Ukrainian].

2. DBN V.2.2-15:2019. (2019) Zhytlovi budynky. Osnovni polozhennia [State Building Rules V.2.2-15:2019. Residential buildings. Substantive provisions] [Chynnyi vid 2019-12-01]. Kyiv. 44 p. [in Ukrainian].

3. Deiaki zakhody z formuvannia fondiv zhytla, pryznachenoho dlia tymchasovoho prozhyvannia vnutrishno peremishchenykh osib: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29 kvitnia 2022 r. № 495, redaktsiia vid 08.06.2023 495-2022-p. [Some measures for the formation of housing funds intended for temporary residence of internally displaced persons: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine of April 29, 2022 № 495]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/495-2022-%D0%BF#Text> (Last accessed: 10.10.2023) [in Ukrainian].

4. Mikheieva, O., & Sereda, V. (2015). Suchasni ukraïnski vnutrishno peremishcheni osoby: osnovni prychny, stratehii pereselennia ta problemy adaptatsii. Stratehii transformatsii i preventsii prykordonnykh konfliktiv v Ukraini [Modern Ukrainian internally displaced persons: main reasons, resettlement strategies and adaptation problems. Strategies of transformation and prevention of border conflicts in Ukraine]. *Zbirka analitychnykh materialiv*. Lviv: Halytska vydavnycha spilka, 9–49 [in Ukrainian].

5. Napivrevitalizovani: 4 pryklady pereosmyslennia industrialnykh prostoriv v Ukraini [Semi-revitalized: 4 examples of rethinking industrial spaces in Ukraine]. *Mistosite*. 2019. URL: <https://mistosite.org.ua/articles/napivrevitalizovani-4-pryk-lady-pereosmyslennia-industrialnykh-prostoriv-v-ukraini?locale=uk> (Last accessed: 10.10.2023) [in Ukrainian].

6. Pro zabezpechennia prav i svobod vnutrishno peremishchenykh osib: Zakon Ukrainy vid 28.12.2014 r. № 77-VIII, redaktsiia vid 03.08.2023 1706-VII. [On ensuring the rights and freedoms of internally displaced persons: Law of Ukraine dated 12/28/2014 No. 77-VIII, version dated 08/03/2023 1706-VII]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1706-18#Text> (Last accessed: 10.10.2023) [in Ukrainian].

7. Solovii, L. S. (2008). Zhytlo dla bezdomnykh v zarubizhnii proiektno-budivnychii praktytsi. [Housing for the homeless in foreign design and construction practice]. *Suchasni problemy arkhitektury ta mistobuduvannia*. Kyiv : KNUBA, 20, 332–342. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Spam_2008_20_44 (Last accessed: 20.10.2023) [in Ukrainian].
8. Solodko, A. (2014) Analiz polityky intehratsii bizhentsiv ta osib, yaki potrebuti dodatkovoho zakhystu [Analysis of the policy of integration of refugees and persons in need of additional protection]. *Tsentr doslidzhennia suspilstva – Center for social research*. URL: http://www.cedos.org.ua/system/attachments/files/000/000/061/original/CS_R_integration_report.pdf?1419578850 (Last accessed: 20.10.2023) [in Ukrainian].
9. Starynska, T. (2010) Problemy operatsionalizatsii poniat u konteksti doslidzhennia mihratsii naselennia [Problems of operationalization of concepts in the context of population migration research]. *Osvita rehionu: politolohiia, psykholohiia, komunikatsii – Education of the region: political science, psychology, communications*, 3, 108–116 [in Ukrainian].
10. Tymchasove zhytlo dla VPO u Lvovi. Tsentri materi ta dytyny [Temporary housing for IDPs in Lviv. Mother and Child Center]. *Sulyk Architects* (2022). URL: <https://www.sulykarchitects.com/idpshelter> (Last accessed: 10.09.2023) [in Ukrainian].
11. U Lvovi prezentuvaly proiekt tsentru dla pereselentsiv, shcho oblashtuiut na LORTA. Vizualizatsiia [In Lviv, the project of a center for internally displaced persons was presented, which will be arranged at the LORTA. Visualization]. *Tvoje Misto – Your City* (2022). URL: https://tvoje_misto.tv/news/u_lvovi_prezentuvaly_proiekt_tsentru_dlya_pereselentsiv_shcho_oblashtuyut_na_lorta_vizualizatsiya_138030.html (Last accessed: 20.08.2023) [in Ukrainian].
12. Ukraina – Zvit pro sytuatsiiu z vnutrishnim peremishchenniam – Zahalne opytuvannia naselennia Raund 13 (11 travnia – 14 chervnia 2023 roku) [DTM Ukraine – Internal Displacement Situation Report – General Population Survey Round 13 (May 11 – June 14, 2023)]. (2023). *Displacement Tracking Matrix*. URL: <https://dtm.iom.int/reports/ukraina-zvit-pro-situaciyu-z-vnutrishnim-peremishchenniam-zagalne-opytuvannya-naselennya> (Last accessed: 03.10.2023) [in Ukrainian].
13. Boafo, F. E., Kim, J.-H., & Kim, J.-T. (2016). Performance of Modular Prefabricated Architecture: Case Study-Based Review and Future Pathways. *Sustainability*, 8(6):558. URL: <https://doi.org/10.3390/su8060558>.
14. Bremer Punkt / Lin Architects Urbanists. *ArchDaily*. 2017. URL: <https://www.archdaily.com/870720/bremer-punkt-lin-architects-urbanists> (Last accessed: 03.10.2023).
15. Container village, Bremen. *Making Heimat*. 2018. URL: <http://www.makingheimat.de/en/refugee-housing-projects/database/container-villages-bremen> (Last accessed: 20.10.2023).
16. One year Ukraine arrival center Tegel. *BERLIN*. 2023. URL: <https://www.berlin.de/laf/uebersetzungen/pressemitteilungen/pressemitteilung.1305588.php> (Last accessed: 26.08.2023) [in German].
17. First Look Inside Cork's Modular Homes as Mahon Prepares to Welcome Ukrainian Families. *Irish Examiner*. 2023. URL: <https://www.irishexaminer.com/news/arid-41158930.html> (Last accessed: 12.11.2023).
18. Hodbe, A., & Sober, R. (2019). Design of Modular Housing. *International Research Journal of Engineering and Technology*, 06(09), 734–738. URL: <https://www.irjet.net/archives/V6/i9/IRJET-V6I9107.pdf> (Last accessed: 20.10.2023).
19. Karakusevic Carson Architects, Kings Crescent. *Divisare*. 2020. URL: <https://divisare.com/projects/424980-henley-halebrown-karakusevic-carson-architects-jim-stephenson-nick-kane-kings-crescent> (Last accessed: 20.10.2023).
20. Lozanovska, M. (2020). *Migrant Housing. Architecture, Dwelling, Migration*. Routledge.
21. Migrant crisis: EU's Juncker announces refugee quota plan (2015). *BBC*. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-34193568> (Last accessed: 20.10.2023).
22. Mix Dwelling Building at 22@ / Coll-Leclerc. *ArchDaily*. 2018. URL: <https://www.archdaily.com/910654/mix-dwelling-building-at-22-at-coll-leclerc> (Last accessed: 20.10.2023).
23. Mühlbauer, L., & Shretah, Y. (2017). *Refugee Buildings Handbook and Planning Assistance*. DOM publisher. [in German].
24. Rapid Build Housing (2022). *Gov.ie*. URL: <https://www.gov.ie/en/publication/ef882-rapid-build-housing/?referrer=http://www.gov.ie/en/publication/65a50-modular-housing/#> (Last accessed: 15.11.2023).
25. RE:UKRAINE HOUSING (2022). *Balbek Bureau*. URL: <https://www.balbek.com/reukraine> (Last accessed: 20.10.2023) [in Ukrainian].

26. Ukraine – Area Baseline Assessment (Raion level) – Round 28 (September 2023). *Displacement Tracking Matrix*. 2023. URL: <https://dtm.iom.int/reports/ukraine-area-baseline-assessment-raion-level-round-28-september-2023> (Last accessed: 03.10.2023).
27. URBAN CAMP LVIV. URL: <https://uc.in.ua/> (Last accessed: 16.08.2023) [in Ukrainian].

SHMELOVA-NESTERENKO O. Ye., KOSENKO D. Yu., HANUSHCHAK-YEFIMENKO L. M.,
 AHLIULLIN R. M., VYSHNEVSKA O. V., ZAKUTENKO V. L.
 Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine

INTERNATIONAL EXPERIENCE IN INTERIOR DESIGN AND EQUIPMENT OF TEMPORARY HOUSING FOR INTERNALLY DISPLACED PERSONS

The purpose of the study is to analyze the global experience in designing temporary housing for Internally Displaced Persons (IDPs).

Methodology of the research involves a comprehensive study of the article's theme, utilizing general scientific methods such as analysis, systematization, generalization, and comparison. The empirical basis for the scientific work includes scientific publications and articles, as well as implemented experience in designing temporary housing for IDPs in Ukraine and abroad.

Results. The paper presents the results of analyzing contemporary trends in designing temporary housing for IDPs. The foreign and Ukrainian experiences in designing various types of housing for internally displaced persons have been systematized. It has been determined that in EU countries, three approaches are applied to provide housing for IDPs: resettlement of IDPs in social housing, temporary modular housing, and non-residential premises (where temporary living conditions are created or reconstruction is carried out). Basic features of organizing temporary housing for IDPs have been identified, and the main principles of designing such housing aimed at improving the residents' quality of life and their psychological and physical comfort have been formulated.

Scientific novelty. The global experience in designing various types of housing for internally displaced persons has been analyzed and systematized, with the main parameters characteristic of each type of housing identified.

Practical significance. The conducted research, aimed at identifying the peculiarities of designing temporary housing for IDPs, can be utilized by architects and interior designers in the design of such housing.

Keywords: interior design, residential space planning, environmental design, social housing, modular housing, functional planning, mobile furniture.

ІНФОРМАЦІЯ
 ПРО АВТОРІВ:

Шмельова-Нестеренко Олександра Євгеніївна, д-р філософії, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-7073-3574, Scopus 58743312600, **e-mail:** alexpissenlit@gmail.com

Косенко Данило Юрійович, канд. мист., завідувач кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-1668-6911, **e-mail:** danylo.kosenko@gmail.com

Ганущак-Єфіменко Людмила Михайлівна, д-р екон. наук, професор, проректор з наукової та інноваційної діяльності, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-4458-2984, Scopus 35758920800, **e-mail:** hanushchak-yefimenko.lm@knutd.edu.ua

Агліуллін Руслан Марселєвич, д-р філософії, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0001-5923-2840, **e-mail:** marsdesign@gmail.com

Вишневська Олена Вячеславівна, доцент кафедри дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0000-0002-8579-6778, **e-mail:** vishnevaska.ov@knutd.com.ua

Закутенко Вікторія Леонідівна, магістр, кафедра дизайну інтер'єру і меблів, Київський національний університет технологій та дизайну, ORCID 0009-0000-0853-5489, **e-mail:** viktorija020401@gmail.com

Цитування за ДСТУ: Шмельова-Нестеренко О. Є., Косенко Д. Ю., Ганущак-Єфіменко Л. М., Агліуллін Р. М., Вишневська О. В., Закутенко В. Л. Світовий досвід проєктування інтер'єру та обладнання тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб. *Art and Design*. 2023. №4(24). С. 205–222.

Citation APA: Шмельова-Нестеренко, О. Є., Косенко, Д. Ю., Ганущак-Єфіменко, Л. М., Агліуллін, Р. М., Вишневська, О. В., Закутенко, В. Л. (2023). Світовий досвід проєктування інтер'єру та обладнання тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб. *Art and Design*. 4(24). 205–222.

<https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.4.18>