

УДК 72.012:316.613.4(043.2)

Коведа Аполлінарія Климентіївна, студентка кафедри дизайну

Миронова Ганна Анатоліївна, науковий керівник,
член-кореспондент Національної академії мистецтв України,
старший викладач кафедри дизайну,
Київський столичний університет імені Бориса Грінченка
Київ, Україна

ДИЗАЙН КУЛЬТУРНИХ ПРОСТОРІВ ЯК ЗАСІБ ЕМОЦІЙНОЇ ПІДТРИМКИ ТА ВІДНОВЛЕННЯ СУСПІЛЬСТВА У КРИЗОВІ ЧАСИ

***Анотація.** У статті розглянуто роль дизайну сучасних українських культурних просторів, а саме книгарень, що набувають особливого значення у кризові часи війни. Досліджено айдентику та візуально-комунікаційні засоби, які впливають на емоційний стан відвідувачів і сприяють їхньому психологічному відновленню. На прикладах книгарень «Лісова книгарня», «Сенс», «Плекай» та «Readeat» проаналізовано специфіку використання кольорових рішень, мінімалізму, символіки української ідентичності та природних мотивів. Показано, що дизайн таких культурних просторів формує атмосферу затишку, згуртування та патріотичного піднесення, виступаючи інструментом суспільного відновлення. Дослідження підкреслює, що дизайн — це не тільки естетика, а спосіб турботи про людину й суспільство.*

***Ключові слова:** культурний простір, книгарня, фірмовий стиль, айдентика, візуальна комунікація, колір, ідентичність, емоційна підтримка, суспільне відновлення.*

Вступ. У такі кризові часи як війна, люди як ніколи потребують підтримки та соціальної взаємодії. Цю функцію найкраще за все виконують культурні простори, які об'єднують різних людей з метою підтримати та показати, що в такі важкі часи людина не самотня. Найголовніший інструмент, який робить простори саме такими є візуальна комунікація та зовнішня репрезентація. Для цього розробляється дизайн простору, який би приваблював аудиторію і в той же час виявляв підтримку до людей, які так чи інакше страждають через війну. Такими просторами є книгарні. Наразі можна спостерігати зріст кількості книгарень, які відкриваються як в Києві, так і в інших містах, адже попит на українську книгу зростає все більше і більше в кризові часи, через більшу цікавість до української літератури. Віднедавна книгарні виконують функцію не тільки магазину, а й місця, де люди збираються для проведення різноманітних

заходів, підтримки один одного, проведення майстер-класів, презентацій, тощо.

Об'єкт дослідження. Фірмовий стиль сучасних українських книгарень.

Предмет дослідження. Візуально-комунікаційні засоби айдентики книгарень як інструмент емоційної підтримки та культурного відновлення суспільства.

Мета дослідження. Виявити роль і специфіку дизайну культурних просторів, а саме книгарень у контексті емоційної стабілізації та суспільного відновлення в кризові часи.

Матеріали і методи. У дослідженні використано аналітичний, порівняльний та візуально-семіотичний методи для вивчення фірмового стилю сучасних українських культурних просторів і книгарень. Матеріальною базою слугували візуальні матеріали, офіційні сайти, соціальні мережі та публікації про брендинг культурних просторів у кризовий період 2022–2025 рр. Аналіз здійснювався з урахуванням психологічних аспектів сприйняття дизайну та його впливу на емоційний стан суспільства.

Результати. Першим і важливим аспектом який було досліджено це те як саме айдентика культурного простору, такого як книгарня, може впливати на ментальний стан людей та сприяти емоційному відновленню. Загалом можна сказати, що найголовнішим і вирішальним в дизайні є вибір кольорів, конструкції логотипу, матеріалів, освітлення — усе це формує простір, який «говорить» мовою підтримки та має позитивний вплив на психіку людини.

Важливим є саме вибір кольору. Як зазначено в статті UXPUВ, коли справа доходить до розробки рекламних продуктів, таких як плакати та банери, використання психології кольору може бути потужним інструментом для привернення уваги та спонукання до дії. Це стає важливо особливо в кризові часи. Так, наприклад, було досліджено книгарню «Лісова книгарня» в Ірпені. В своєму дизайні вони використали природні елементи, які створюють приємну атмосферу, зелений та рожевий колір, характерні для лісу і квітів, а також маскота-вовка, який також асоціюється з флорою та фауною. Також було помічено, що в книгарні пофарбовані стіни в зелений колір відповідно до айдентики книгарні, тому все працює в системі. Отже можна робити висновок, що саме кольорова гама та вибір палітри може позитивно впливати на емоційний стан людей та занурювати їх в спокійну атмосферу лісу, коли навколо відбуваються страшні події.

Наступний приклад, який було досліджено, це книгарня «Сенс», яка відкрила свої двері на початку повномасштабного вторгнення рф, ставши для людей осередком

не тільки літератури, а й згуртування молоді та проведення культурних заходів, які сприяють об'єднанню людей. Її назва каже сама про себе, вона про сенси, про те що заховано не тільки в книжках, а й в самих людях. Важливо зазначити, що в книгарні зробили сильну візуальну комунікацію, щоб залучити людей різних верств населення. В цьому їм допомогли візуальні рішення, такі як впізнаваний логотип, який має гармонійний шрифт. Приємні теплі кольори, і загалом айдентика допомагає відвідувачу побачити простір як острівця відпочинку, культурної зустрічі й перезавантаження. Отже, це є прикладом, як цілісна дизайн система може спонукати людей до комфортного проведення часу як за книжкою, так і в колі людей, зі спільними інтересами, що покращує емоційний стан під час війни.

Також повернення саме до української ідентичності, краще за все стимулює патріотичний настрій та дає відчуття приналежності до свого народу. Разом з тим, емоційний та виразний графічний дизайн є доступним засобом коментування знакових для держави подій, формує мову опору та поширює наративи української ідентичності. В цьому випадку було досліджено фірмовий стиль книгарні «Плекай», яка має у своєму логотипі національні мотиви. Саме вони створюють стиль, який спонукає людей до відчуття власної ідентичності. У цьому полягає його терапевтичний і патріотичний потенціал.

Графічна дизайнерка Альона Соломадіна зазначає, що мінімалізм стає загальною формою буття. Саме у її практиці акценти зміщуються на колір. Війна викликала у неї потребу в кольорі на фізичному рівні. Наразі у роботі вона пропонує візуальні рішення у яскравій кольоровій гамі. Яскраві кольори справді стали невід'ємною частиною успішного простору, який звертає на себе увагу та залучає людей своїм стилем. Мінімалізм та насичений колір було прослідковано в книгарні «Readeat». Для айдентики цього простору було обрано насичений зелений колір, який, окрім того, як зазначалося раніше, створює відчуття затишку та приналежність до природи, а також вирізняє книгарню серед інших, що залучає більшу аудиторію. Стиль мінімалізм, який притаманний цій книгарні, добре спрацьовує для залучення потенційного споживача, адже відсікає все зайве і правильно виставляє ієрархію елементів. Отже, можна стверджувати, що айдентика таких книгарень створює візуальний спокій у середовищі загальної напруги. Це не тільки комерційна естетика — це прояв турботи про людину, що переживає травматичний досвід.

Висновки. Проведене дослідження показало, що в час кризових ситуацій, а саме війни та постійної нестабільності, культурні простори, такі як книгарні, стали важливим осередком зібрання людей, громад, та небайдужих особистостей для підтримки один одного, читання, поширення української літератури. Люди неодноразово відвідують книгарні, адже вони стають місцем підтримки і допомагають ментальному відновленню суспільства, і саме творчість та дизайн, сприяли формуванню атмосфери цих просторів.

Список використаних джерел:

1. Грицай О., Мельник О. Ідентифікація українських міфологічних образів у сучасному дизайні. Наукові праці КНУТД. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/18095>.
2. Стаття на сайті UX PUB на тему: Кольорова психологія в дизайні інтерфейсу та брендингу. URL: <https://ux.pub/vio/kolorova-psikhologhiia-v-dizaini-intierfieisu-ta-briendinghu-220c>
3. Стаття на сайті Суспільне Культура на тему: Велика розмова про дизайн. Візуальний бренд "Україна", жовтий і блакитний кольори, книжковий дизайн, рефлексії року. URL: <https://suspilne.media/culture/377786-velika-rozmova-pro-dizajn-vizualnij-brend-ukraina-zovtij-i-blakitnij-kolori-knizkovij-dizajn-refleksii-roku/>
4. Офіційний сайт книгарні Сенс. URL: <https://sens.in.ua/pro-nas>
5. Офіційний сайт книгарні Read&Eat. URL: <https://readeat.com/pro-nas>
6. Офіційна сторінка в Instagram Лісової книгарні . URL: <https://www.instagram.com/forestbooks.irpin/>
7. Офіційна сторінка в Instagram книгарні Плекай. URL: <https://www.instagram.com/plekay.podil/>