

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
Kyiv National University of Technologies and Design

ART AND DESIGN

Volume 9, No. 3

Established in 2017
Issued quarterly

2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет технологій та дизайну

ART AND DESIGN

Том 9, № 3

Заснований у 2017 році
Видається чотири рази на рік

2026

ISSN 2617-0272
e-ISSN 2617-0280

DOI: 10.30857/2617-0272.2026.2

Publisher:

Kyiv National University of Technologies and Design

Recommended for printing and distribution
via the Internet by the Academic Council
of Kyiv National University of Technologies and Design
(Minutes No. 2 of September 30, 2026)

State Registration:

Media identifier R30-05424
Decision of the National Council of Television
and Radio Broadcasting of Ukraine No. 2520 dated 08.08.2024

**The scientific journal is included in category «B»
of the List of scientific specialized publications of Ukraine**

Cluster: Humanities and Arts

Speciality: B2 Design

(Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 928 dated 11.06.2026)

**The journal is presented international scientometric databases,
repositories and scientific systems:**

Crossref, Worldcat, BASE, Dimensions, Google Scholar, Litmaps, National Library of
Ukraine after V.I Vernadskiy, OUCI (Open Ukrainian Citation Index), Professional
Publications of Ukraine

Address for contacts:

Kyiv National University of Technologies and Design
01011, 2 Mala Shyianovska Str., Kyiv, Ukraine
E-mail: artdesign@knutd.edu.ua
<https://jrn.knutd.edu.ua/index.php/artdes>

Видавець:

Київський національний університет технологій та дизайну

Рекомендовано до друку та поширення
через мережу Інтернет Вченою радою
Київського національного університету технологій та дизайну
(протокол № 2 від 30 вересня 2026 р.)

Державна реєстрація:

Ідентифікатор медіа R30-05424
Рішення Національної ради України з питань телебачення
і радіомовлення від 8 серпня 2024 року № 2520

Науковий журнал включено до категорії «Б» Переліку наукових фахових видань України

Кластер: Гуманітарні науки та мистецтво
Спеціальність: B2 Дизайн
(наказ Міністерства освіти і науки України від 25 червня 2026 року № 928)

**Журнал представлено у міжнародних наукометричних базах даних,
репозитаріях та пошукових системах:**

Crossref, Worldcat, BASE, Dimensions, Google Scholar, Litmaps, Національна
бібліотека України імені В.І. Вернадського, OUCI (Open Ukrainian Citation Index),
Фахові видання України

Контактна адреса:

Київський національний університет технологій та дизайну
01011, вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, Україна
E-mail: artdesign@knutd.edu.ua
<https://jrnل.knutd.edu.ua/index.php/artdes>

EDITORIAL BOARD

Editor-in-Chief

Antonela Curteza | PhD, Professor, Gheorghe Asaki Technical University, Romania

Deputy Editor-in-Chief

Kalyna Pashkevych | Doctor of Engineering, Professor, Member of the National Union of Artists of Ukraine, Member of Union of Designers of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

National Members of the Editorial Board

Olga Yezhova | Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Member of Union of Designers of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Lidiia Koval | Doctor of Technical Sciences, Professor, member of the Union of Designers of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Nataliia Chuprina | Doctor of Study of Art, Professor, Member of the National Union of Artists of Ukraine, Member of the Union of Designers of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Olena Gerasymenko | PhD, Associate Professor, Member of Union of Designers of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Danylo Kosenko | Candidate of Art Studies, Associate Professor, member of the Union of Designers of Ukraine, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

Oksana Lahoda | Doctor of Study of Art, Professor, Member of Union of Designers of Ukraine, Kharkiv State Academy of Design and Fine Arts, Ukraine

Mykola Riabchykov | Doctor of Engineering, Professor, Lutsk National Technical University, Ukraine

Nataliia Skliarenko | Doctor of Study of Art, Professor, Member of Union of Designers of Ukraine, Lutsk National Technical University, Ukraine

Yuliia Tretiak | Doctor of Architecture, Professor, Kyiv National University of Construction and Architecture, Ukraine

International Members of the Editorial Board

Elena Karpova | PhD, Associate Professor, University of North Carolina at Greensboro, USA

Karan Khurana | PhD, Associate Professor, University of Antwerp, Belgium

Wijdan Adnan Tawfiq | PhD, Associate Professor, King Abdulaziz University, Saudi Arabia

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор

Антонела Куртеза | Доктор філософії, професор, Технічний університет імені Георге Асакі, Румунія

Заступник головного редактора

Калина Пашкевич | Доктор технічних наук, професор, член Національної спілки художників України, член Спілки дизайнерів України, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Національні члени редколегії

Ольга Єжова | Доктор педагогічних наук, професор, член Спілки дизайнерів України, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Лідія Коваль | Доктор технічних наук, професор, член Спілки дизайнерів України, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Наталія Чупріна | Доктор мистецтвознавства, професор, член Національної спілки художників України, член Спілки дизайнерів України, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Олена Герасименко | Доктор філософії, доцент, член Спілки дизайнерів України, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Данило Косенко | Кандидат мистецтвознавства, доцент, член Спілки дизайнерів України, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна

Оксана Лагода | Доктор мистецтвознавства, професор, член Спілки дизайнерів України, Харківська державна академія дизайну і мистецтв, Україна

Микола Рябчиков | Доктор технічних наук, професор, Луцький національний технічний університет, Україна

Наталія Скляренко | Доктор мистецтвознавства, професор, член Спілки дизайнерів України, Луцький національний технічний університет, Україна

Юлія Третяк | Доктор архітектури, професор, Київський національний університет будівництва та архітектури, Україна

Міжнародні члени редколегії

Єлена Карпова | Доктор філософії, доцент, Університет Північної Кароліни в Грінсборо, США

Каран Курана | Доктор філософії, доцент, Антверпенський університет, Бельгія

Відждан Аднан Тауфіг | Доктор філософії, доцент, Університет короля Абдулазіза, Саудівська Аравія

CONTENTS

Hasem A., Malik T., Budyak V.

Art Textile as a Sphere of Creative Experiment of Contemporary Designers 9

Yezhova O., Larchenko M., Luniak M.

Visual stylistics of futurism: the case of the "Meowfront" project 20

Osadcha T.

Methodology of architectural brand integration in public space design 33

Skliarenko N., Sobko B., Romaniuk O.

Innovative principles of designing eco-friendly packaging 44

Khynevykh R., Tverdyi M.

Stages of the evolution of exhibition space design: from object-based display to experience-oriented and digital models 56

Shyshliuk Ye., Dolesko S.

Hostile Architectural Planning as an Instrument of Social Exclusion in the Urban Environment 66

ЗМІСТ

Гасем А., Малік Т., Будяк В.

Арт-текстиль як сфера творчого експерименту сучасних дизайнерів 9

Єжова О., Ларченко М., Луняк М.

Візуальна стилістика футуризму: на прикладі проєкту «Meowfront» 20

Осадча Т.

Методологія архітектурної інтеграції бренду у дизайні публічних просторів 33

Склярєнко Н., Собко Б., Романюк О.

Інноваційні принципи проєктування екологічно безпечного пакування 44

Хиневич Р., Твердий М.

Етапи еволюції дизайну виставкового простору: від об'єктної демонстрації до досвідно-орієнтованих та цифрових моделей 56

Шишлюк Є., Долеско С.

Вороже архітектурне планування як інструмент соціального виключення в міському середовищі 66



Арт-текстиль як сфера творчого експерименту сучасних дизайнерів

Аміна Гасем*

Аспірант, викладач

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

61002, вул. Мистецтв, 8, м. Харків, Україна

<http://orcid.org/0009-0002-4947-1957>

Тетяна Малік

Старший викладач

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

61002, вул. Мистецтв, 8, м. Харків, Україна

<http://orcid.org/0000-0002-7678-955X>

Вікторія Будяк

Кандидат мистецтвознавства, доцент

Харківська державна академія дизайну і мистецтв

61002, вул. Мистецтв, 8, м. Харків, Україна

<http://orcid.org/0000-0002-4537-8766>

Анотація. Стаття присвячена дослідженню арт-текстилю як сфери творчого експерименту сучасних дизайнерів одягу та аксесуарів в контексті взаємодії традиційних ремесл і новітніх художніх практик. В центрі уваги аналіз взаємозв'язку класичних текстильних технік із сучасними методами проектування, що формують нову естетику матеріальності та розширюють межі дизайну. Розглянуто особливості використання нетрадиційних матеріалів у створенні арт-текстилю, зокрема експериментів із вторинної сировини, синтетичними компонентами та комбінованими фактурами, які сприяють формуванню інноваційних дизайнерських рішень.

Окремо увагу приділено техніці ткацтва та її сучасним трансформаціям – маніпуляціям із переплетеннями, об'ємними структурами і реконструкції традиційних підходів, що активно застосовуються в дизайні одягу та аксесуарів. Проаналізовано роль ручних текстильних практик: аплікації та текстильного колажу, вишивки, батіку, печворку та авторського принта як інструментів створення індивідуалізованої художньої мови сучасної моди. Визначено, що поєднання традиційних і експериментальних технік сприяє переосмисленню одягу як арт-об'єкта, що можна носити, де матеріал виступає засобом концептуального висловлювання.

На прикладах творчості сучасних світових та українських дизайнерів висвітлено практичне застосування арт-текстильних методів у fashion-дизайні. Підкреслено, що інтеграція ремісничих технологій із новітніми матеріалами та авторськими експериментами формує актуальні тенденції розвитку дизайну одягу на початку XXI століття. Результати дослідження можуть бути використані у мистецтвознавчих студіях, освітніх програмах з дизайну та практичній діяльності дизайнерів одягу.

Ключові слова: експериментальна мода; художній текстиль; фактурні трансформації; апсайклінг; концептуальне проектування; естетика матеріалу

Suggested Citation:

Гасем, А., Малік, Т., & Будяк, В. (2026). Арт-текстиль як сфера творчого експерименту сучасних дизайнерів. *Art and Design*, 9(3), 9-19. doi: 10.30857/2617-0272.2026.3.1.

*Corresponding author



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

ВСТУП

В сучасному мистецькому та дизайнерському дискурсі арт-текстиль розглядається як самостійна сфера творчого експерименту, що поєднує художні, ремісничі та проєктні практики. Зміна підходів до дизайну одягу на початку XXI століття зумовила переосмислення текстилю не тільки як матеріальної основи виробу, а як активного носія змісту, емоційної виразності та концептуального висловлювання. В цьому контексті дослідження арт- текстилю набуває актуальності як міждисциплінарний напрям, що об'єднує мистецтвознавство, дизайн і матеріальну культуру.

Питання художніх можливостей текстилю та його ролі у формуванні образу виробу розглянуто в колективній праці М. Kolosnichenko et al. (2020). Автори аналізують фактурні рішення в художньому текстилі, дизайні та моді, приділяючи увагу термінологічним аспектам і декоративним технікам. У дослідженні систематизовано поняття, пов'язані з фактурними рішеннями текстильних виробів, та розглянуто вплив фактури на їхнє художньо-образне сприйняття. Ця праця становить теоретичне підґрунтя для аналізу матеріалу й текстильної поверхні як чинників художньої виразності в дизайні.

У. Bilodid (2021) акцентує увагу на ролі текстильних технологій у розвитку сучасного дизайну одягу, розглядаючи матеріал як основу творчого експерименту. В дослідженні підкреслюється значення технологічних процесів у створенні нових фактур і конструктивних рішень. Автор показує, що інновації у текстилі безпосередньо впливають на художню виразність сучасного костюма. Zh. Sevchuk (2023) досліджує аплікацію та текстильний колаж як актуальні практики сучасного декоративного мистецтва. Авторка розглядає ці техніки як засоби створення багатопланової візуальної структури, що дозволяє поєднувати різні матеріали та художні підходи. Такий метод формує нову пластичність текстильного об'єкта й активно використовується у дизайні одягу.

Європейські дослідники також розглядають текстиль як концептуальний інструмент сучасного дизайну. М. Salolainen, А. Leppisaari та К. Niinimäki (2019) вводять поняття «textile thinking», в межах якого матеріал стає засобом мислення дизайнера та формування творчого процесу. F. Kuran (2025) трактує текстиль як складову концептуального мистецтва, підкреслюючи його здатність трансформуватися з утилітарного об'єкта в художній медіум.

Е. Reabenchi та А. Simac (2024) підкреслюють значення експериментальних текстильних практик у формуванні творчого мислення дизайнерів, розглядаючи текстиль як платформу індивідуального художнього пошуку. Водночас Bradley Quinn (2010; 2012) визначає сучасний текстиль як простір синтезу мистецтва, технологій

і моди, де фактура, структура та матеріал стають головними засобами виразності. Його дослідження підтверджують, що арт-текстиль формує нову парадигму дизайну одягу, в який матеріал виступає носієм ідеї.

Таким чином, аналіз сучасних наукових досліджень засвідчує, що арт-текстиль постає як самостійна сфера творчого експерименту, у якій традиційні техніки, інноваційні матеріали та художні практики взаємодіють, формуючи нові підходи до дизайну одягу та аксесуарів в сучасному культурному просторі.

Метою дослідження є визначення ролі арт-текстилю як сфери творчого експерименту в сучасному дизайні одягу та виявлення основних напрямів трансформації традиційних текстильних практик у сучасному fashion-дизайні.

МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

В процесі дослідження арт-текстилю як сфери творчого експерименту в сучасному дизайні одягу було використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів пізнання, що дозволили розглянути текстильні практики як взаємопов'язане художнє, культурне та дизайнерське явище. Основними методами стали порівняльний підхід, контент-аналіз, візуальний аналіз, а також метод історико-культурного контекстуалізування. Аналіз і синтез дали змогу розкласти поняття «арт-текстиль» на складові елементи, визначити його матеріальні, естетичні та концептуальні характеристики, а також узагальнити роль текстильних технік у формуванні сучасної дизайнерської мови.

Порівняльний аналіз було застосовано для зіставлення підходів до використання арт-текстилю в світовому та українському дизайні одягу, що дозволило виявити спільні тенденції та специфіку локальних інтерпретацій текстильних практик. Контент-аналіз використано для опрацювання наукових статей, критичних текстів, інтерв'ю з дизайнерами та аналітичних оглядів, опублікованих у міжнародних виданнях Textile History, Arts (MDPI), International Journal of Art & Design Education, Clothing & Textiles Research Journal, Fibres & Textiles in Eastern Europe, Textile Research Journal, а також у модних медіа Vogue, WWD. Це дозволило визначити концептуальні акценти сучасного дискурсу арт-текстилю та простежити трансформацію текстилю з утилітарного матеріалу в художній медіум.

Візуальний аналіз застосовано для оцінки форми, фактури, пластики матеріалу, способів маніпуляції текстильними поверхнями та композиційних рішень в дизайнерських колекціях. Метод історико-культурного аналізу дозволив осмислити контексти розвитку арт-текстилю через переосмислення ремісничих традицій, етнічних текстильних кодів і їх інтеграцію в contemporary fashion.

На першому етапі дослідження було сформовано теоретичне поле та визначено ключові поняття: «арт-текстиль», «текстильні практики», «матеріальність», а також окреслено їх значення в сучасній культурно-дизайнерській парадигмі. Наступним етапом став збір матеріалів, що включав наукові публікації, каталоги колекцій, архіви показів, візуальні матеріали та аналітичні огляди з міжнародних наукових журналів і fashion-платформ. До аналізу було залучено творчість сучасних дизайнерів, у практиках яких арт-текстиль виступає основним засобом формотворення: Iris van Herpen (текстильна скульптура та експериментальні матеріали), Rei Kawakubo (Comme des Garçons) і Junya Watanabe (деконструкція та текстильні трансформації), Yohji Yamamoto (пластика тканини та експресивна матеріальність), Derek Lawlor (експериментальний трикотаж і текстильна фактура), Alicja Kozłowska (fiber art і текстильна скульптура). Український контекст представлено роботами дизайнерів KSENIASCHNAIDER (апсайклінг і текстильний колаж), Litkovska (переосмислення традиційних технік), DZHUS (трансформативні текстильні конструкції) та Gunia Project (інтерпретація ремісничих текстильних практик).

Фінальним етапом дослідження стало узагальнення отриманих результатів і формулювання висновків щодо ролі арт-текстилю як інструменту формування нової дизайнерської мови, в який поєднується матеріальні експерименти, художня виразність і концептуальне мислення сучасного дизайну одягу.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Ключові теоретичні підходи, що формують основу дослідження, зокрема поняття «арт-текстиль», «текстильні практики» та «матеріальність».

Їх осмислення дозволяє визначити специфіку сучасних дизайнерських процесів, в яких текстиль виступає як концептуальний інструмент художнього висловлювання. Поняття «арт-текстиль» у сучасному науковому дискурсі трактується як міждисциплінарне явище, що поєднує художній текстиль, contemporary art і дизайн одягу (Kuran, 2025). Арт-текстиль виходить за межі декоративно-ужиткового мистецтва, трансформуючись у форму авторського художнього висловлювання, де ключову роль відіграють експеримент із матеріалом, фактурою та технологією. На відміну від традиційного текстилю, орієнтованого на функціональність або орнаментальність, арт-текстиль акцентує увагу на процесі створення, індивідуальності автора та концептуальності об'єкта. У цьому контексті текстиль розглядається як носій смислів і культурних наративів, що дає змогу трактувати одяг як форму носибельного мистецтва.

Поняття «текстильні практики» охоплює сукупність технологічних, ремісничих і художніх

дій, пов'язаних із виробництвом, обробкою та трансформацією тканини. До них відносяться як традиційні техніки – ткацтво, вишивка, батик, валяння, печворк, аплікація, ручне фарбування, так і сучасні експериментальні підходи, що включають апсайклінг, текстильний колаж, цифровий принт, комбінування матеріалів і маніпуляції зі структурою тканини. Значення практичної роботи з текстилем і дослідження властивостей матеріалу розглядають Salolainen et al. (2019). Поняття «матеріальність» в сучасному мистецтвознавчому та дизайнерському дискурсі пов'язане з осмисленням фізичних властивостей матеріалу як джерела художнього змісту. Матеріальність передбачає увагу до фактури, щільності, пластичності, ваги, прозорості та тактильності тканини, які впливають на формування образу виробу (Kusko, 2025).

В сучасному дизайні одягу текстиль дедалі частіше функціонує як самостійний художній медіум, здатний формувати концепцію виробу та визначати його естетичну і змістову структуру. Фактура текстилю виступає ключовим елементом. Так, Kolosnichenko et al. (2020) розглядають текстурні рішення художніх текстильних виробів у контексті термінологічних аспектів художньої виразності, оскільки саме матеріальна структура тканини формує візуальне й тактильне сприйняття об'єкта та впливає на його образну інтерпретацію. На відміну від традиційного підходу, орієнтованого передусім на конструкцію та функціональність одягу, сучасний науковий дискурс розглядає текстиль як активну семіотичну систему, у якій матеріал стає носієм змісту. На практиці зазначений підхід реалізується у сучасних дизайнерських практиках, де пластика виробу формується завдяки використанню ручного в'язання багат шарового нашарування трикотажних полотен, петльових структур і текстильних елементів різної щільності. Варіювання довжини волокон, рельєфності поверхні та поєднання різних текстильних технік дозволяють дизайнерам створювати складні просторові форми без застосування жорстких конструктивних засобів. У цьому випадку саме матеріал визначає силует виробу, його пластичну організацію та художню виразність образу (рис. 1, а).

Сучасні текстильні практики демонструють перехід від декоративного застосування тканини до концептуального осмислення матеріальності. Текстиль виступає носієм культурних кодів, емоційних станів і авторської ідеї, що підтверджує тенденцію зближення fashion-дизайну з contemporary art. Практичне втілення концептуального підходу до роботи з текстилем простежується у творчості Nikki Gabriel та Erik Speer, де художній образ формується насамперед завдяки експериментам із текстильною структурою. Конструкція виробу створюється

шляхом поєднання ручного в'язання з нашаруванням вовняних волокон різної довжини та щільності, що формують м'яку рельєфну поверхню й забезпечують плавний перехід між площиною та об'ємом (рис. 1, б). Роботи Erik Speer демонструють використання ажурних трикотажних полотен, ручного плетіння, текстильних джгутів, вузлових з'єднань і бахроми, які інтегруються в єдину композиційну систему. Поєднання різних текстильних технік, варіювання фактури, щільності матеріалу та ритму декоративних елементів дозволяє створити багаторівневу просторову структуру, у якій поверхня виконує одночасно конструктивну, пластичну та художньо-виразну функції (рис. 1, в). Таким чином, арт-текстиль формує нову модель дизайнерського мислення, в який матеріал стає відправною точкою творчого процесу.

Арт-текстиль у сучасному дизайні одягу постає як засіб художнього експерименту, що розширює можливості формотворення та взаємодії текстилю з іншими видами мистецтва. Як зазначає Kuznietsova (2022), використання аплікації, розпису, плетіння та цифрового друку дає змогу трансформувати художні мотиви й інтегрувати їх у структуру костюма. Такі прийоми виходять за межі суто декоративного оздоблення, посилюючи образність виробу та сприяючи передаванню культурно-мистецьких цінностей. У цьому контексті арт-текстиль можна розглядати як міждисциплінарну сферу творчості, у якій властивості матеріалу, технологічні експерименти й авторська інтерпретація формують оригінальні художні рішення в дизайні одягу.

Однією з провідних тенденцій сучасного дизайну є інтеграція традиційних ремісничих технік в сучасні художні практики. Ткацтво, вишивка, батик, печворк, та ручні декоративні прийоми активно трансформуються відповідно до нових естетичних і технологічних умов. Традиційні техніки перестають виконувати виключно декоративну функцію й стають інструментом експериментального формотворення. Переосмислення ремісничої спадщини відбувається через зміну масштабу, комбінування матеріалів, деконструкцію текстильних поверхонь застосування нових способів складання тканини. В результаті виникає синтез ручної роботи та сучасного дизайну, що сприяє формуванню індивідуалізованої художньої мови. Такий підхід дозволяє зберігати культурну пам'ять, водночас адаптуючи традиційні техніки до актуального дизайнерського контексту. Практичне втілення зазначених технік простежується у сучасних дизайнерських колекціях, в яких традиційні техніки набувають нового функціонального та композиційного значення. Так, у колекціях Viktor & Rolf традиційне ткацтво переосмислено як засіб формоутворення: дизайнери інтегрують фрагменти тканих полотен безпосередньо в

конструкцію виробу, використовуючи масштабування текстильних модулів, багат шарове компонування та трансформацію площинної структури у просторовий об'єм. Застосування відкритих переплетень, рельєфних текстильних поверхонь і ручного складання матеріалу формує виразну пластичну структуру костюма, в який ремісничі техніки виконують не декоративну, а конструктивну функцію. Такий підхід демонструє, що традиційні технології можуть бути ефективним інструментом сучасного формотворення, забезпечуючи синтез ремісничої майстерності, експериментального дизайну та інноваційної композиції (рис. 2).

Європейські дослідники розглядають цю тенденцію як прояв ширшого процесу переоцінки ролі ремесла в сучасній культурі. Так, M. Salolainen, A.-M. Leppisaari та K. Niinimäki (2019) зазначають, що повернення до ручних текстильних практик пов'язане зі зміною дизайнерського мислення, у якому матеріал і спосіб його створення стають джерелом концепції, а не лише етапом виробництва. На відміну від індустріальної моделі fashion-дизайну, орієнтованої на стандартизацію, ремісничі техніки формують процесуальний і дослідницький підхід до створення одягу. R. Budeanu та A. Curteza (2018) зазначають, що сучасний дизайн одягу формує новий тип взаємодії між традицією і сучасністю, у якому ремесло виступає платформою інновацій. На їхню думку, інтеграція традиційних технік не є поверненням до минулого, а радше способом створення нових естетичних стратегій, заснованих на поєднанні ручної праці, експериментальних матеріалів і сучасних технологій. В цьому контексті ремісничі практики можна розглядати як своєрідний механізм переосмислення дизайнерського процесу, де традиція функціонує не як статичний зразок, а як динамічний ресурс творчої інтерпретації.

Актуалізація ремесла в сучасному дизайні пов'язана не лише з естетичними пошуками, але й зі зміною ціннісних орієнтирів модної культури. Звернення до ручних технік дозволяє уповільнити процес створення одягу, акцентувати увагу на матеріальності та індивідуальності виробу, що протиставляється стандартизованості масового виробництва. В підсумку, ремесло трансформується у форму критичного висловлення, спрямованого на переоцінку швидкоплинності моди та відновлення зв'язку між дизайнером, матеріалом і споживачем.

Практичне втілення зазначених тенденцій простежується у творчості сучасних дизайнерів, які інтегрують ремісничі техніки в процес проектування як засіб художнього та екологічного висловлення. Зокрема, у колекціях Hodačková конструкція виробів формується шляхом реконструкції вінтажного одягу, смуг і текстильних фрагментів, що поєднуються у нову композиційну систему без втрати індивідуальних характеристик матеріалу

(рис. 3, в). Аналогічний підхід використовує український бренд KSENIASCHNAIDER, який працює з технікою текстильного колажу та апсайклінгу деніму, поєднуючи фрагменти тканин різної фактури, кольору та ступеня зношеності у нові конструктивні рішення. У цих практиках ручне

компонування, повторне використання матеріалів і збереження слідів їхньої попередньої експлуатації стають не лише технологічними прийомами, а й засобами формування художньої концепції, що підкреслює цінність ремісничої праці та індивідуальності кожного виробу.



Рисунок 1. Фактура як ключовий елемент виразності

Примітка: а – Pauline Dujancourt AW/2026; б – Nikki Gabriel AW/2009; в – Erik Speer
Джерело: <https://paulinedujancourt.com/>; <http://www.nikkigabriel.com/>; ESSPEER



Рисунок 2. Інтеграція традиційних ремісничих технік в сучасні художні практики

Примітка: а – Viktor & Rolf Fall Winter Couture; б – woven swatch; в – Viktor & Rolf Fall Winter Couture 2016
Джерело: <https://www.thecut.com/runway>; <https://25.media.tumblr.com/>; <https://www.thecut.com/runway>



Рисунок 3. Експерименти з нетрадиційними матеріалами

Примітка: а – Alexander Mc Queen SS/2001; б – Balmain Spring 2023 Couture collection; в – Hodakova Spring 2025; г – Marilyn Stevens SS/2022

Джерело: <https://www.alexandermcqueen.com/en-gb>; <https://www.vogue.com>; <https://www.vogue.com>; <https://www.marilynstevens.com/mixed-media-dresses>

Таким чином, поєднання традиційних технік із сучасними технологіями створює нову модель дизайнерської практики, в якій інновація виникає не шляхом відмови від минулого, а через його активну інтерпретацію. Саме ця взаємодія формує підґрунтя для появи індивідуалізованих художніх рішень, де текстиль виступає засобом культурного діалогу між історією та сучасністю.

Новий арт-текстиль характеризується активним використанням нетрадиційних матеріалів і технологічних експериментів. В дизайнерських практиках спостерігається поєднання природних тканин із синтетичними компонентами, полімерними структурами, переробленими матеріалами та цифровими технологіями виробництва. Такі експерименти спрямовані на розширення пластичних можливостей текстилю та створення нових типів фактур. Використання апсайклінгу, комбінованих текстильних поверхонь і модульних конструкцій змінює уявлення про життєвий цикл матеріалу та підкреслює екологічний вимір сучасного дизайну. Матеріал стає простором дослідження, де дизайнер працює з трансформацією структури тканини, її прозорістю, об'ємом і тактильними властивостями (рис. 3).

В результаті текстиль набуває скульптурних характеристик і переходить у площину художнього експерименту. В науковому дискурсі ці процеси розглядаються як наслідок зміни ставлення до матеріальності у дизайні одягу. Bradley Quinn (2012) підкреслює, що інноваційний текстиль формується на перетині мистецтва, науки та технологій, де матеріал перестає бути нейтральним носієм форми і стає активним елементом концепції. На відміну від традиційного текстильного виробництва, орієнтованого на стабільність і повторюваність, експериментальний арт-текстиль базується на принципах варіативності, процесуальності та відкритості результату (Kuran, 2025).

Звернення до перероблених матеріалів і апсайклінгу пов'язане зі зміною дизайнерської методології. Матеріал із заданими попередніми властивостями змушує дизайнера працювати в умовах обмеження, що своєю чергою, стимулює експериментальне мислення та появу нестандартних формотворчих рішень (Gasem & Lahoda, 2024). A. Fennetaux і E. Garcin (2023) підкреслюють культурний аспект використання альтернативних матеріалів, зазначаючи, що повторне використання текстилю створює нові наративи пам'яті та часу, закладені у самій структурі матеріалу. Таким чином, текстиль набуває не лише фізичних, а й символічних характеристик, що розширює його значення у сучасному художньому дискурсі.

Експерименти з нетрадиційними матеріалами свідчать про поступовий перехід дизайну одягу від об'єктного мислення до процесуального (Sevchuk, 2023). Дизайнер працює не з готовою тканиною, а з матеріалом у стані становлення, досліджуючи його потенціал і межі трансформації. Саме тому арт-

текстиль дедалі більше наближається до практик contemporary art, де важливим є не лише результат, а сам процес взаємодії з матеріалом. Отже, використання нетрадиційних матеріалів і технологічних експериментів формує нову парадигму текстильного дизайну, в якій матеріал виступає одночасно об'єктом дослідження, художнім засобом і носієм екологічних та культурних смислів. Практичне втілення експериментального підходу до роботи з нетрадиційними матеріалами простежуються у сучасних дизайнерських практиках, де текстиль стає основним інструментом формоутворення. Одним із поширених технологічних прийомів є створення багатошарової модульної поверхні, за якої окремі текстильні елементи послідовно фіксуються на базовій основі, утворюючи рельєфну просторову структуру з вираженими пластичними та текстильними характеристиками. Варіювання розміру, форми, довжини та щільності розташування модулів дозволяє керувати об'ємом виробу, його силуетом і характером поверхні. Інший підхід ґрунтується на використанні вузьких текстильних смуг, які викладаються у визначеному напрямку та фіксуються на конструктивній основі. Завдяки зміні ширини, кольорового ритму, напрямку й щільності розміщення смуг формується складна пластична поверхня, де декоративний елемент одночасно виконує конструктивну функцію. Також актуальним напрямом є застосування технології текстильного переплетення, за якої широкі стрічкові елементи інтегруються у відкриту каркасну конструкцію виробу. Регулювання кута переплетення, натягу матеріалу та щільності розташування стрічок забезпечує зміну жорсткості конструкції, формує архітектоніку силуету й створює просторову композицію без використання традиційного крою. Наведені приклади демонструють, що сучасний арт-текстиль відходить від традиційного використання тканини як пасивної оболонки виробу, натомість матеріал набуває просторову організацію, художню виразність і концепцію дизайну.

Практичний вимір арт-текстилю найбільш виразно проявляється в творчості дизайнерів, які використовують текстиль як головний інструмент формування образу. В таких практиках матеріал перестає виконувати допоміжну роль і стає основою концепції, визначаючи пластику форми, характер силуету та емоційне сприйняття виробу. Робота з фактурою, структурою та технологією виготовлення тканини дозволяє дизайнерам трансформувати одяг у художній об'єкт, в якому поєднується матеріальний експеримент і авторське висловлювання. В роботах Iris van Herpen матеріал трансформується у складні об'ємні структури, що поєднують ручну працю з технологічними інноваціями, формуючи текстильну скульптуру (рис. 4). Дизайнерка працює з лазерним різанням, термоформуванням і багатошаровими синтетичними матеріалами,

створюючи ефект руху та дематеріалізації тканини. Текстиль у її колекціях функціонує як пластична система, що реагує на простір і тіло, наближаючи одяг до кінетичної скульптури (Herpen et al., 2024).

Junya Watanabe розвиває напрям текстильної реконструкції, працюючи з техніками апсайклінгу, складними модульними структурами та комбінуванням різних типів тканин. Його підхід базується на архітектонічному мисленні, де текстиль виступає конструктивною основою форми. Через повторення елементів, геометричні трансформації та експерименти з поверхнею дизайнер створює нову логіку взаємодії матеріалу і силуету (рис. 5).

Колекції Rei Kawakubo для Comme des Garçons демонструють інший підхід до арт-текстилю – деконструкцію тканини як художню стратегію. Дизайнерка свідомо порушує традиційну логіку

крою, використовуючи асиметрію, деформацію, надлишкові об'єми та незавершені текстильні поверхні (рис. 6 а, б). Матеріал у її роботах втрачає декоративність і стає інструментом концептуального висловлювання, що ставить під сумнів канонічні уявлення про красу, силует і функціональність одягу. Арт-текстиль у цьому випадку проявляється через руйнування структури тканини та створення нової пластики форми. Yohji Yamamoto, на відміну від експресивної деконструкції Kawakubo, досліджує поетичну матеріальність тканини. Його арт-текстиль проявляється в роботі з вагою, драпіруванням і рухом матеріалу, що формує емоційний простір між тілом і одягом. Чорна палітра, м'які тканини та недосконала асиметрія підкреслюють природну поведінку текстилю, дозволяючи матеріалу «говорити» самостійно (рис. 6 в, г).



Рисунок 4. Трансформація матеріала у складні об'ємні структури

Примітка: Iris van Herpen колекції SS/2018, SS/2019, AW/2021, SS/2023

Джерело: <https://www.irisvanherpen.com>



Рисунок 5. Текстильна реконструкція та модульна архітектоніка одягу

Примітка: Junya Watanabe колекції 2015/2024

Джерело: <http://vogue.com>



Рисунок 6. Деконструкція тканини як художня стратегія

Примітка: а, б – Rei Kawakubo; в, г – Yohji Yamamoto

Джерело: <http://vogue.com>

У європейському контексті Derek Lawlor експериментує з фактурним трикотажем, створюючи складні поверхні шляхом маніпуляцій із ниткою, щільністю в'язання та структурою полотна. Його роботи демонструють, як текстиль може набувати архітектурної глибини без додаткового декору, а сама фактура стає головним виразним засобом (рис. 7).

Alicja Kozłowska працює на межі дизайну та fiber art, перетворюючи вишивку на інструмент contemporary art. Художниця використовує текстиль як медіум соціального та культурного коментаря, створюючи текстильні скульптури й об'єкти, що імітують повсякденні речі. Вишивка у її

практиці перестає бути орнаментом і стає концептуальною мовою, яка досліджує взаємодію матеріальної культури та споживання (рис. 8).

Diana Ejaita використовує авторський принт як форму арт-текстилю, поєднуючи графіку, ілюстрацію та текстильний дизайн. Її роботи базуються на культурних наративах і дослідженні ідентичності, де текстильна поверхня стає простором візуальної історії (рис. 9 в, г). Neisha Crosland, своєю чергою, розвиває художній потенціал патерну, перетворюючи орнамент на самостійний концептуальний елемент дизайну, що формує ритм і структуру виробу (рис. 9 а, б).



Рисунок 7. Експериментальна фактура матеріалу

Примітка: Derek Lawlor колекції SS/10

Джерело: <https://pinstripeprince.blogspot.com>

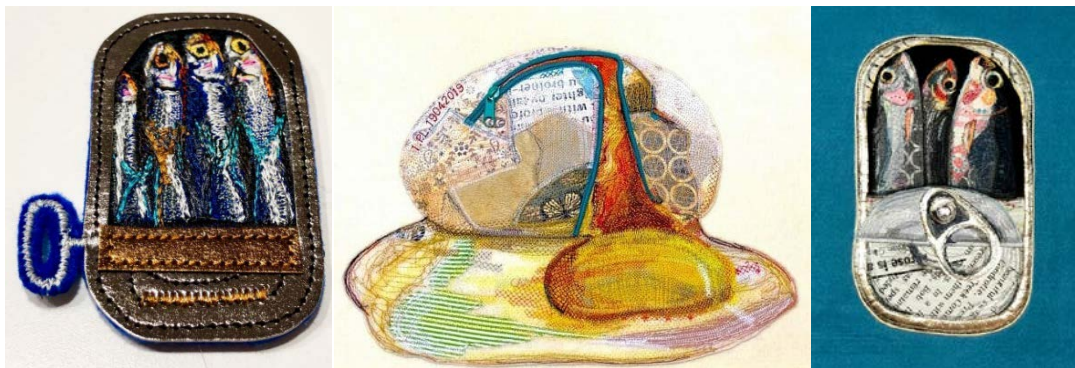


Рисунок 8. Текстиль як fiber art

Примітка: Alicja Kozłowska

Джерело: <https://www.mrxstitch.com>



Рисунок 9. Художні текстильні патерни та орнаментальні композиції

Примітка: а,б – Neisha Crosland; в,г – Diana Ejaita

Джерело: <https://www.neishacrosland.com>; <https://nataal.com>

Українські дизайнери також активно інтегрують арт-текстиль у модну практику. Бренд KSENIASCHNAIDER працює з текстильним колажем і апсайклінгом деніму, демонструючи можливості повторного конструювання матеріалу через поєднання фрагментів тканини. Litkovska інтерпретує традиційні текстильні техніки через мінімалістичну форму, де ремісничі елементи функціонують як носії культурної пам'яті. Бренд DZHUS досліджує трансформаційні властивості текстилю через модульні конструкції, у яких матеріал змінює форму відповідно до руху тіла. Gunia Project працює з ремісничими техніками як із художнім кодом, поєднуючи народну традицію з сучасною естетикою об'єкта (рис. 10).

У науковому дискурсі подібні практики розглядаються як свідчення переходу дизайну одягу до матеріально-орієнтованої парадигми. Bradley Quinn підкреслює, що текстиль у новітньому дизайні стає простором синтезу мистецтва, технологій і моди. Аналіз творчості зазначених авторів демонструє, що арт-текстиль функціонує як універсальна художня мова, яка дозволяє поєднати матеріальний експеримент, культурну рефлексію та інноваційне дизайнерське мислення. Саме через роботу з текстилем відбувається переосмислення меж між одягом і мистецьким об'єктом, що визначає подальший розвиток дизайну одягу XXI століття.



Рисунок 10. Український арт-текстиль

Примітка: а – KSENIASCHNAIDER SS/25; б – Litkovska AW/24; в – DZHUS SS/21; г – Gunia Project SS/24

Джерело: <https://wwd.com>; <https://www.the-clothinglounge.com>; <https://guniaproject.com>

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження визначено, що арт-текстиль у дизайні одягу функціонує як засіб художнього формотворення, за допомогою якого матеріал, фактура, колір і технологія безпосередньо впливають на образну та змістову структуру виробу. Встановлено, що експеримент із текстильною поверхнею дає змогу розглядати матеріал не тільки як основу для створення одягу, а і як самостійний засіб художнього висловлювання. Виявлено, що поєднання традиційних текстильних технік із сучасними дизайнерськими підходами розширює можливості формування авторського стилю. Ткацтво, вишивка, батик, печворк та інші техніки можуть використовуватися не лише для декорування, а й для створення фактури, пластики та композиційної структури виробу. Застосування апсайклінгу, комбінування матеріалів і трансформації текстильних поверхонь додатково розширює спектр художніх рішень у дизайні одягу.

Аналіз творчих практик українських і зарубіжних дизайнерів засвідчив різноманітність підходів до використання арт-текстилю. Зокрема, простежено застосування скульптурного формотворення, деконструкції, текстильного колажу, комбінування фактур і трансформаційних конструкцій. Розглянуті приклади демонструють,

що текстильні практики можуть визначати не лише зовнішній вигляд одягу, а й концепцію авторської колекції, характер художнього образу та спосіб взаємодії виробу з тілом і простором.

Отже, результати дослідження дають підстави розглядати арт-текстиль як багатофункціональний інструмент сучасного дизайну одягу, що поєднує матеріальний експеримент, традиційні ремісничі практики та інноваційні способи формотворення. Його використання розширює художні можливості дизайну та сприяє створенню моделей одягу з оригінальними образними й концептуальними рішеннями.

Перспективи подальших досліджень полягають у систематизації сучасних арт-текстильних технік за принципами формотворення, властивостями матеріалів і характером їхнього впливу на художній образ костюма. Доцільним є також поглиблене вивчення практик апсайклінгу, комбінування традиційних і цифрових технологій та використання нетрадиційних матеріалів у створенні авторських колекцій. Окремим напрямом може стати порівняльний аналіз українських і зарубіжних дизайнерських практик для визначення спільних тенденцій і специфічних особливостей розвитку арт-текстилю в сучасному дизайні одягу.

ПОДЯКИ

Немає.

ФІНАНСУВАННЯ

Дослідження не отримувало фінансування.

КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ

Немає.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Arts (MDPI). (n.d.). Retrieved from <https://www.mdpi.com/journal/arts>
- [2] Bilodid, Yu. M. (2021). The role of textile technologies in shaping contemporary clothing design. *Young Scientist*, 11(99), 2021. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-11-99-15>
- [3] Budyak, V., Ermakova, T., & Tokar, M. (2024). The attractiveness of the "ecological" in experiments of modern clothing fashion: a discursive study. *HUDPROM: Ukrainian Journal of Art and Design*, 26(1), 8-17. doi: <https://doi.org/10.61993/2786-7285.2024.01.01>
- [4] Budeanu, R., & Curteza, A. (2018). New approach in art, textile arts and fashion design. Retrieved from <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/12318>
- [5] Conti, G. M. (Ed.). (n.d.). Textiles in contemporary art and fashion: Designing between technologies and aesthetics. Arts (MDPI). Retrieved from https://www.mdpi.com/journal/arts/special_issues/textiles_art_fashion
- [6] Clothing & Textiles Research Journal. (n.d.). Retrieved from <https://journals.sagepub.com/home/ctr>
- [7] Fennetaux, A., & Garcin, E. (2023). Combined perspectives on textile durability in Europe. *Artefact Journal*. doi: <https://doi.org/10.4000/artefact.15226>
- [8] Fibres & Textiles in Eastern Europe. (n.d.). Retrieved from <https://www.fibtex.lodz.pl>
- [9] Herpen, I., Pitiot, C., & Swinton, T. (2024). *Iris van Herpen: Sculpting the senses*. London: Lannoo. 256 p.
- [10] Hasem, A., & Lagoda, O. (2024). Multidimensional formative context of conceptual design: The method of inversion. *Khudprom: Ukrainian Journal of Art and Design*, 26(1), 18-27. doi: <https://doi.org/10.61993/2786-7285.2024.01.02>
- [11] International Journal of Art & Design Education. (n.d.). Retrieved from <https://onlinelibrary.wiley.com/journal/14768070>
- [12] Iris van Herpen. (n.d.). Retrieved from <https://www.irisvanherpen.com/>
- [13] Kuznietsova, V. (2022). Art object as a specific artistic form in contemporary Ukrainian fashion. *Bulletin of KNUKIM. Series in Arts*, (47). doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1176.47.2022.269631>
- [14] Kusko, K. (2025). Contemporary Ukrainian art textile: Interdisciplinary practices and perspectives. *Bulletin of Lviv National Academy of Arts*, 54, 51–63. doi: <https://doi.org/10.37131/2524-0943-2025-54-6>
- [15] Kuran, F. N. (2025). Conceptual art and textile. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*. doi: <https://doi.org/10.7456/tojdac.1736040>
- [16] Lahoda, O. (2021). Aesthetic discourse of design: Problematization, manifestation, representation. *Topical Issues of the Humanities*, 40(2), 51-56. doi: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/40-2-8>
- [17] Kolosnichenko, M., Ostapenko, N., Mykhailiuk, O., & Lutsker, T. V. (2020). Textured solutions of artistic textile products: Terminological aspects. *Humanities Science Current Issues*, 34(3), 238–243. doi: https://aphn-journal.in.ua/archive/34_2020/part_3/39.pdf
- [18] Nikolaeva, T.V., Haiova, I.L., Nikolaeva, T.I., Gladka, V.A. (2020) Modern costume design based on the associative transformations of the folk clothes tectonic structures. *Art and Design*. 1. 154-165. doi: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2020.1.12>
- [19] Quinn, B. (2012). *Fashion futures*. London-New York: Merrell Publishers. 240 p.
- [20] Quinn, B. (2010). *Textile futures: Fashion design and technology*. Oxford: Berg Publishers. 315 p.
- [21] Reabenchi, E., Simac, A. (2024). Creative Approaches in Textile Design as an Effective Method of Individual Education of Students. *Art and design*. 2(26). 65– 72. doi: <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2024.2.6>
- [22] Salolainen, M., Leppisaari, A.-M., & Niinimäki, K. (2019). Transforming fashion expression through textile thinking. *Arts*, 8(1), Article 3. doi: <https://doi.org/10.3390/arts8010003>
- [23] Sevchuk, Zh. V. (2023). Appliquéd textile collage in contemporary decorative art. *Bulletin of the Lviv National Academy of Arts*, 46. doi: <https://doi.org/10.37131/2524-0943-2023-46-8>
- [24] Textile History. (n.d.). Retrieved from <https://www.tandfonline.com/journals/>
- [25] Textile Research Journal. (n.d.). Retrieved from <https://journals.sagepub.com/home/trj>
- [26] Textile Society Resources and Online Databases. (n.d.). Retrieved from <https://www.textilesociety.org.uk/>
- [27] Vogue. (n.d.). Retrieved from <https://vogue.ua/>
- [28] Victoria and Albert Museum. (n.d.). Retrieved from <https://www.vam.ac.uk/collections/textiles>
- [29] Wanderful. (n.d.). Retrieved from <https://www.wanderful.design>
- [30] WWD. (n.d.). Retrieved from <https://wwd.com/runway>

Art Textile as a Sphere of Creative Experiment of Contemporary Designers

Amina Hasem

Postgraduate Student, Lecturer
Kharkiv State Academy of Design and Arts
61002, 8 Mystetskyi St., Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0009-0002-4947-1957>

Tetiana Malik

Senior Lecturer
Kharkiv State Academy of Design and Arts
61002, 8 Mystetskyi St., Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-7678-955X>

Victoria Budyak

Candidate of Art History, Associate Professor
Kharkiv State Academy of Design and Arts
61002, 8 Mystetskyi St., Kharkiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-4537-8766>

Abstract. The article is devoted to the study of art textile as a sphere of creative experimentation of contemporary clothing and accessories designers in the context of interaction between traditional crafts and innovative artistic practices. The focus is placed on the relationship between classical textile techniques and contemporary design methods that contribute to the formation of a new aesthetics of materiality and expand the boundaries of design. Particular attention is paid to the use of unconventional materials in the creation of art textiles, including experiments with recycled materials, synthetic components, and combined textures that contribute to the development of innovative design solutions.

Special attention is given to weaving techniques and their contemporary transformations, including manipulations of interlacements, three-dimensional structures, and the reconstruction of traditional approaches actively applied in clothing and accessories design. The role of hand-made textile practices, including appliqué and textile collage, embroidery, batik, patchwork, and original prints, is analyzed as a means of creating an individualized artistic language of contemporary fashion. It is determined that the combination of traditional and experimental techniques contributes to the reinterpretation of clothing as a wearable art object, in which material functions as a means of conceptual expression.

The practical application of art textile methods in fashion design is demonstrated through examples from the creative practices of contemporary international and Ukrainian designers. It is emphasized that the integration of craft technologies with innovative materials and authorial experiments contributes to the formation of current trends in clothing design at the beginning of the twenty-first century. The results of the study can be applied in art studies, design education programs, and the professional practice of clothing designers.

Keywords: experimental fashion; artistic textile; textural transformations; upcycling; conceptual design; material aesthetics



Visual stylistics of futurism: the case of the "Meowfront" project

Olga Yezhova*

Doctor of Pedagogical Sciences, PhD in Technical Sciences, Professor
Kyiv National University of Technologies and Design
01011, 2 Mala Shyianovska Str., Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0002-5920-1611>

Maryna Larchenko

PhD in Legal Sciences, Associate Professor
Chernihiv Polytechnic National University
14030, 95 Shevchenko Str., Chernihiv, Ukraine
Mykola Gogol Nizhyn State University
16600, 2 Graftska Str., Nizhyn, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0002-2643-980X>

Marharyta Luniak

Master
Kyiv National University of Technologies and Design
01011, 2 Mala Shyianovska Str., Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0009-0009-5091-3629>

Abstract. The relevance of the study was determined by the growing interest in indie games and the need to develop a distinctive futuristic visual style for characters in the action-RPG genre. In contemporary game design, visual imagery played a crucial role in shaping recognizability and emotional immersion, which was particularly important for small studios competing for audience attention through innovation and original concepts. The aim of the study was to identify the principles of forming a coherent futuristic character style for an indie game and to determine effective approaches to combining technological and artistic aesthetics in visual design.

The research employed methods of visual and comparative analysis, authorial experimentation, silhouette and proportion studies, colour solution selection, and the use of digital tools (Adobe Photoshop, Procreate, MidJourney, Stable Diffusion) for creating sketches and basic models. The analysis was conducted with consideration of the characteristic features of indie games and current trends in futuristic and neopunk design.

The results demonstrated that analysing contemporary indie games – specifically *Transistor*, *Hyper Light Drifter*, *Journey*, *Hollow Knight*, *Hades*, *Cyberpunk 2077*, *Deus Ex: Human Revolution*, *Ori and the Blind Forest*, *Pseudoregalia*, *Ravenlok*, *Battle Cats*, and *Cat Quest* – made it possible to identify key trends in the visual stylistics of anthropomorphic and technologically oriented characters. Based on this analysis and the generalisation of collected materials, two authorial moodboards were developed and ten characters for the game *Meowfront* were created, combining structural and chromatic solutions typical of the futuristic aesthetic of indie projects. The findings also showed that combining rounded and dynamic forms, neon accents, and technological detailing together with classical silhouette design principles and modern digital tools ensured the formation of a coherent style and high recognizability of combat roles. This combination enabled the creation of characters with expressive archetypal imagery and stable visual identity.

The practical value of the study lies in the fact that the proposed methodology may be applied to the development of character concept design in other indie projects seeking to integrate futuristic aesthetics with innovative design solutions.

Keywords: graphic design; concept art; character; game design; color scheme; style; indie game; digital development tools.

Suggested Citation:

Yezhova, O., Larchenko, M., & Luniak, M. (2026). Visual stylistics of futurism the case of the "Meowfront" project. *Art and Design*, 9(3), 20-32. doi: 10.30857/2617-0272.2026.3.2.

*Corresponding author



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

INTRODUCTION

The contemporary video game industry was one of the most dynamic segments of the creative economy, where the visual component played a key role in shaping a unique user experience. For indie games created by small studios or independent developers, visual stylistics functioned not only as a means of artistic expression but also as a defining element of identity that influenced the perception, recognizability, and competitiveness of a project within a saturated market. The growing interest in lightweight development technologies, the spread of self-publishing, and the need to optimize production processes highlighted the question of how the choice of visual stylistics affected the overall attractiveness of indie projects and which solutions proved most effective from both artistic and technical perspectives.

After 2021, academic discourse increasingly shifted toward digital aesthetics, procedural graphics, and the influence of stylization on cognitive perception and player interaction. Nikolayeva and Guo (2021) emphasized that artistic stylistics in digital media had become a system of signs that determined how an image was interpreted by users. According to their findings, the visual language of video games not only represented a fictional world but also shaped behavioral patterns and emotional reactions. This approach aligned with the conclusions of Čerepinko et al. (2025), who examined stylization as a tool for reducing cognitive load in interactive environments: simplified or abstracted graphics could increase readability and perception speed, which was particularly relevant for projects with limited production resources.

In the context of interfaces and the readability of visual signals, the study by Sarver (2021) was significant, highlighting the importance of color structure, contrast, and palette coherence. The author noted that deliberate color design could compensate for technical limitations while forming emotional accents. This corresponded with the work of Chen and Zhuang (2023), who demonstrated that managing player attention through color, light-shadow dynamics, and composition improved navigation and reduced visual clutter.

Particular attention in recent research was devoted to the role of stylization in creating game atmosphere. Jef Bernaers (2023) showed that stylistic decisions could establish a stable emotional background that reinforced immersion regardless of the level of graphical detail. A similar approach was advanced by Kai lin Yu and Tsao (2022), who analyzed the interaction between stylization and narrative and found that visual abstraction enabled clearer articulation of artistic intention and enhanced the symbolic function of objects.

After 2023, an increasing number of studies focused on the use of machine learning and generative graphics. Shahzad and Abdullah (2024) examined the impact of automated tools for creating visual content

on indie developers' production processes and noted that generative models accelerated content preparation yet required careful artistic oversight to avoid stylistic fragmentation. Comparable findings were presented by Song and Gabija (2025), who analyzed the integration of generative algorithms with manual vector and raster drawing. Liu et al. (2025) presented a generative approach to bamboo furniture design that integrates Game Theory, Kansei Engineering, and AI-Generated Content. Zhou et al. (2025) examined how Midjourney can function as an auxiliary tool in interface design, outlining an AI-assisted workflow that compares traditional and AIGC-based processes, and demonstrates practical applications of generative tools in real design scenarios.

The theoretical segment of recent studies also included research on the interaction between stylization and the technical parameters of a game engine. Yongcheng Liu (2023) pointed out the importance of optimization and adaptive selection of graphical techniques for independent developers, as complex rendering solutions were not always proportional to increases in aesthetic appeal. Additionally, Okur, Kızıl, and Atamaz (2024) demonstrated that stylization could reduce the need for resource-intensive shader solutions while preserving opportunities for artistic expression under constrained technical conditions.

The perception of stylized graphics in indie games became the focus of some of the newest studies. Shiyan (2025) analyzed user responses to simplified and abstract forms and concluded that stylized graphics could evoke higher levels of trust and emotional engagement when supporting the overall concept of the game world. Similar results were presented by Bozhko and Slyusarenko (2025), who emphasized the importance of cohesive and consistent visual style for conveying emotional and narrative meanings.

Within the academic discourse of 2024–2025, a distinct body of research emerged addressing the artistic positioning of indie projects. Tereshchuk (2025) examined stylization as a tool for market differentiation, noting that a unique artistic language became a competitive advantage for small studios. Titov (2023) analyzed the relationship between stylistic decisions and audience expectations and argued that stylistic choice influenced the formation of expected genre experience, which was particularly important for the indie segment.

In the technological domain, the work of Teng et al. (2024) was notable for emphasizing the importance of optimizing graphical pipelines for different platforms and devices. The study highlighted that stylized graphics significantly facilitated multi-platform adaptation, which was critical for independent studios working with limited resources.

The collected research demonstrated that after 2021, a stable interdisciplinary approach had formed in the academic field regarding the interpretation of

visual stylistics in indie games: it was examined simultaneously as an artistic choice, a technical solution, and a tool of cognitive interaction. Accordingly, the conducted study was aimed at identifying the patterns underlying the formation of visual stylistics in indie games and determining the factors that influenced their perceptual clarity and expressive potential.

MATERIALS AND METHODS

To achieve the stated research objective, a set of interrelated methods was applied, ensuring the scientific validity and practical implementation of the authorial concept. The foundation of the research was the method of visual modeling, which made it possible to develop the concept of characters in cyberpunk and futuristic medieval styles, refine their external characteristics, proportions, and attributes, as well as determine harmonious combinations of colors and textures. An important element of the methodology was the method of comparative analysis, which enabled the identification of stylistic differences between the images of cats and rats, thus emphasizing the contrast of their personalities within the chosen visual concept. Additionally, the method of synthesis was employed, ensuring the integration of artistic and technical elements into a unified composition, combining traditional illustration techniques with modern digital technologies, along with elements of stylistic analysis used to determine the compositional logic of object arrangement and enhance the artistic and emotional impact on the viewer.

To develop the character concept, a case-study method was used based on the analysis of existing games, which served as a source of stylistic inspiration and helped determine optimal solutions for *Meowfront*. A total of 12 analogous games were selected according to the criteria of stylistic expressiveness, silhouette clarity, use of technogenic motifs, presence of a consistent visual style, and adaptability of stylistic solutions for an indie project. The analysis included both indie titles and major commercial projects: *Transistor*, *Hyper Light Drifter*, *Journey*, *Hollow Knight*, *Hades*, *Cyberpunk 2077*, *Deus Ex: Human Revolution*, *Ori and the Blind Forest*, *Pseudoregalia*, *Ravenlok*, *Battle Cats*, and *Cat Quest*. The analysis criteria encompassed character silhouette and readability, color palette and contrast, types of materials and textures, the balance between detail and stylization, as well as the character's ability to convey personality and emotion through form and composition. The results of the case study made it possible to determine optimal approaches to hybridizing styles, combining futuristic, cyberpunk, and medieval motifs, and creating expressive, easily recognizable character silhouettes.

The *Meowfront* case study represented an indie project at the stage of visual concept development and the formation of character identity, featuring anthropomorphic cats as protagonists and rats as antagonists. The game belonged to the genre of tactical

combat action with elements of fantasy and cyberpunk and was being developed primarily for PC, with potential future adaptation for consoles. Several stages were carried out within the research. At the initial stage, a reference matrix of more than 250 images from various stylistic directions was compiled, including cyberpunk, retrofuturism, minimalism, art deco, and highly stylized artistic projects. Subsequently, an analysis of analogous games was conducted according to the criteria of silhouette quality, color solutions, techno-elements, and artistic expressiveness, which served as the basis for establishing principles of character contrast and individuality. The next stage involved the creation of initial silhouettes and design variations for cats and rats, including the determination of proportions, movement plasticity, and characteristic attributes. Another stage consisted of defining color solutions and creating a moodboard that reflected the emotional and stylistic character of the world.

Afterward, generative artificial intelligence tools were applied, specifically the neural networks Stable Diffusion (versions 1.5 and SDXL) and MidJourney, to obtain a wide range of character variations. These variations underwent subsequent selection and manual refinement using Adobe Photoshop and Procreate. The use of these digital tools did not imply a direct transfer of generated results into the final design; rather, they served as a basis for comparative analysis of artistic approaches and contributed to the expansion of compositional and color solutions. The combined application of these methods ensured the coherence of the authorial approach, the accuracy of visual analysis, and the formation of a consistent futuristic identity for the *Meowfront* characters.

During the image development process, AI prompts were used to describe character appearance, materials, color palette, lighting, and emotional characteristics, for example: «cyberpunk feline warrior, anthropomorphic cat, futuristic medieval armor, neon accents, elegant silhouette, gold-purple palette, high-tech visor, ornate details, dynamic lighting, highly detailed, concept art» for cats and «post-industrial rat soldier, grimy metal implants, asymmetrical armor plates, toxic green neon, rough textures, aggressive silhouette, dystopian mood, dark sci-fi concept art» for rats. Prompts such as «silhouette exploration sheet, anthropomorphic animals, cyberpunk armor shapes, dynamic poses, high contrast, black on grey» were employed to refine silhouettes and dynamic poses.

The final character development involved creating highly detailed renders, combining silhouette, color palette, and armament.

The integrated application of these methods ensured stylistic unity, depth of artistic content, and high-quality visual execution, while simultaneously maintaining character readability in dynamic scenes, emphasizing character traits, and integrating techno-aesthetic elements into the artistic composition. This approach was key to creating a unique identity for the *Meowfront* project.

RESULTS AND DISCUSSION

Case study of the game *Meowfront*: world structure and combat roles. In *Meowfront*, world-building and character roles functioned as a contextual foundation necessary for understanding the design decisions presented in subsequent results. The overall narrative was based on the conflict between the faction of anthropomorphic cats «K.A.T.I.» (armed unit of the Kitlantis people) and the technocratic empire of the Rats. This narrative framework defined the logic of visual and functional character stylistics, as each faction possessed its own technologies, aesthetics, and tactical approaches, which formed the basis for character design.

The game space was organized as a multi-layered futuristic metropolis combining high-tech zones, decayed territories, and post-apocalyptic urban environments. This environment necessitated clear combat differentiation among characters: architectural complexity, verticality of locations, and the mixture of technological and abandoned sectors dictated the presence of different combat functions, which subsequently influenced the design of each character.

The cat and rat factions were represented as two opposing systems – an organized defensive force and an aggressive expansionist regime. This opposition determined the spectrum of combat roles developed during the design stage: cats performed as snipers, assault units, melee maneuver fighters, heavy destructive units, and stealth agents; rats had analogous classes adapted to their techno-medieval aesthetic. Weapons, equipment, and technological modifications not only fulfilled gameplay functions but also justified stylistic decisions in character design, analyzed in the following sections.

Thus, the world structure and role systems in *Meowfront* served as a methodological background for result analysis: they established the logic of visual identity, factional stylistic polarization, and defined criteria for the formation of silhouettes, armament, color schemes, and character traits. This context enabled consideration of the results not in isolation but within the framework of a coherent conceptual system of the game.

Visual stylistics of video games: trends and adaptation in *Meowfront*. The *Meowfront* project developed within the tactical combat action genre, where cats and rats represented two conflicting factions. Cats were characterized by high agility, flexibility, and tactical versatility, whereas rats exhibited more massive silhouettes and aggressive design, emphasizing strength and threat. This visual dichotomy established an evident conflict and enhanced the dramatic tension of the game world. The structure of combat roles included division into classes – snipers, assault units, tanks, and assassins – allowing rapid identification of a character's function in battle. Character and armament descriptions provided a context for the subsequent analysis of stylistic decisions and design principles.

For comparison and selection of stylistic solutions, twelve representative indie and AAA games were analyzed (*Transistor*, *Hyper Light Drifter*, *Journey*, *Hollow Knight*, *Hades*, *Cyberpunk 2077*, *Deus Ex: Human Revolution*, *Ori and the Blind Forest*, *Pseudoregalia*, *Ravenlok*, *Battle Cats*, *Cat Quest*). The results of the analysis were structured in Table 1, presenting the main visual style of each project, key elements, and practical significance for forming the graphic language of the *Meowfront* project.

Table 1. Analysis of reference games and their significance for *Meowfront*

Game Title	Visual Style	Key Elements	Practical Significance for <i>Meowfront</i>
<i>Transistor</i>	Narrative Art Deco with Futuristic Motifs	Clear geometric lines, decorative patterns, lighting accents	Example of hybridization of historical style and techno-aesthetics
<i>Hyper Light Drifter</i>	Pixel Art, Retro-Futurism	Bright neon palette, abstract geometry	Formation of palette and graphic language
<i>Journey</i>	Minimalism	Concise forms, limited palette, light-color design	Balance of detail and readability, creation of atmosphere
<i>Hollow Knight</i>	Silhouette readability	Minimalist contours, color economy	Clear recognition of characters in dynamic scenes
<i>Hades</i>	Authorial stylization	Distinctive silhouettes, decorative details, color accents	Formation of character traits and emotional appeal of characters
<i>Cyberpunk 2077</i>	Cyberpunk, futurism	Detailing, lighting, large-scale worldbuilding	Guidelines for scaling technological aesthetics
<i>Deus Ex: Human Revolution</i>	Technological cyber-visual	Augmentations, neon, metallic textures	Inspiration for character "tech-detailing"
<i>Ori and the Blind Forest</i>	Artistic hand-crafted execution	Hand-painted environments, work with light and color	Conveying atmosphere and emotions, ecological design
<i>Pseudoregalia</i>	Medieval fantasy with indie aesthetics	Minimalist silhouettes, fabric and metal textures	Examples of organic stylization for fantasy characters
<i>Ravenlok</i>	Contemporary fairy-tale aesthetics	Contrasting silhouettes, vibrant palettes	Balance of silhouette clarity and colorfulness for a children's audience
<i>Battle Cats</i>	Cartoonish, comedic style	Simplified forms, bright colors	Clear readability and recognizability in mass gameplay
<i>Cat Quest</i>	Indie fantasy	Concise contours, fairy-tale palette	Character stylization under limited resources

Source: developed by the authors

Of particular Analysis of visual and stylistic solutions allowed several patterns defining contemporary approaches to character design to be identified: the integration of futuristic and technological motifs with historical or genre traditions, the deliberate use of color as a semiotic and emotional marker, the prioritization of character silhouette clarity for rapid recognition in dynamic scenes, the emphasis on materiality and textural detail in accordance with the project's conceptual-stylistic framework, and the balance between character detail and background elements determined by genre features and gameplay requirements. Additionally, functional stylization of decorative elements enabled simultaneous fulfillment of aesthetic and narrative objectives.

Within *Meowfront*, these principles were implemented through the transformation of traditional fantasy stylization toward a neo-punk aesthetic. Cats were assigned cyberpunk traits, including bionic prosthetics, modular tactical suits, and holographic accessories, while rats were equipped with futuristic-medieval armor with technological augmentations. Character silhouettes established contrast and immediate recognizability: cats were elongated and agile, while rats were massive and imposing. The arrangement of classes and combat roles (sniper, tank, assassin) was aligned with the silhouette structure, enhancing both aesthetic and functional significance of the design.

Thus, the combination of analysis of existing cases and authorial solutions facilitated the formation of a comprehensive methodology for character stylistic design in *Meowfront*, reflecting contemporary trends, genre-specific features, and gameplay functional requirements.

Coloristics and its role in identity formation.

Color in *Meowfront* functioned as both an identity marker and a tool for emotional influence. The cat faction utilized a cyberpunk neon palette (purple, turquoise, and electric blue accents) combined with dark base tones to emphasize the urban and technological qualities of the characters. In contrast, the rat faction employed deep metallic shades, dark reds, and olive tones with interspersed light accents, reminiscent of heavy equipment and weaponry. Such contrast highlighted the antagonism between factions and established a unique color code for each side of the conflict (Praveen Toppo & Sahabuddin Ahamed, 2024).

Traditional fantasy archetypes, such as warriors or mages, were reinterpreted within *Meowfront*. Magical attributes were fully replaced with technological devices and weaponry: crossbows were equipped with energy modules, swords received nitro modes and protective shields, and high-tech armaments substituted for spells. For instance, the character Clawpaw, serving as an assassin analog, was armed with dual claws and a silenced revolver, whereas Stonepaw assumed the role of a heavy assault unit with a bazooka and a supercharged strike mode. This approach not only provided the game with uniqueness

but also established a new concept of fantasy without magic, where technology served as the driving force of the game world.

The visual identity of *Meowfront* was based on the combination of three conceptual layers: anthropomorphic character design, technological aesthetics, and the contrast between two stylistic worlds. Each character reflected not only functional gameplay roles but also individuality through species, personality, and equipment choices. The name of the cat unit, "K.A.T.I.," reinforced the concept of an organized faction with its own symbols and internal structure.

The authorial approach to style formation involved synthesizing cyberpunk and futuristic-medieval elements, complemented by science fiction motifs. This combination achieved a balance between recognizable gameplay archetypes (sniper, tank, assassin) and innovative character designs, rendering the visual language of the game competitive within the action-RPG genre.

Stages of character creation: from concept to final design. The character development process for *Meowfront* was conducted using a systematic approach that combined scientific principles of visual communication with experimental authorial methods. The initial stage involved the creation of basic silhouettes, as shape determined recognizability and readability of characters in dynamic gameplay scenes (Aziret Tumenbaev, 2024). For both cat and rat factions, a series of sketches were produced, demonstrating variations in proportions, anthropomorphic traits, ear and tail silhouettes, as well as preliminary weapon designs. Each combat role received a clearly defined form that emphasized character and tactical function: snipers, assault units, tanks, and assassins were differentiated through volume, linework, and pose dynamics. At this stage, primary attention was given to silhouette readability and expressiveness, enabling immediate identification of a character's role in combat.

For cat characters of the "K.A.T.I." faction, a bright cyberpunk neon palette was applied, including purple, turquoise, and electric blue shades, which emphasized the dynamism and technological nature of combat roles. Rat characters were assigned a darker, more aggressive coloration with metallic and deep accents to enhance the perception of threat. The palette was selected considering color perception psychology, contrast, and associative influence on the player (Yichen Gu, 2023), allowing instant conveyance of faction affiliation and combat specialization.

Each character was provided with individual decorative details and accessories reflecting combat functions: the sniper Clawpaw was equipped with a cybernetic crossbow and a quiver containing various types of arrows; the tank Stonepaw carried a "Javelin" bazooka with a supercharged fire mode and prosthetic arm and eye; the assault unit Murgans employed Macedonian-style dual-wielding with Micro-Uzi

submachine guns and grenades of varying effectiveness; the berserker Murloc wielded a plasma sword with nitro mode and shield; the assassin Clawtail used daggers and a silenced revolver. Rat characters were assigned corresponding combat sets: the sniper Spike wielded a modern bow with a calimotor, quiver with three arrow types, and a prosthetic eye; the tank Rottenfang operated a multi-barrel Minigun with supercharged mode; the assault unit Ratembo used an AK-47 with a GP-25 underbarrel grenade launcher; the berserker Stormpaw employed a chainsaw with nitro mode for close combat; the assassin Shorttail conducted attacks with Wolverine-style claws and a silenced Glock.

Special attention was given to detailing and symbolic elements of equipment. Weapons and costumes were integrated with character silhouettes and color-coded systems, highlighting combat roles and faction traits. Neon inserts and holographic components signaled the technological level of cats, while metallic and dark elements emphasized the aggression of rats. This combination ensured the integration of emotional depth, aesthetic appeal, and functional clarity within the gameplay system (Wenbo Zhao & Yuanyuan Sun, 2024). After defining the overall concept, a mood board was created to reflect the style and colour scheme of the characters (Fig. 1).

The sequential combination of sketches, moodboards, and highly detailed renders, taking into account combat roles and weaponry, enabled the formation of a cohesive system of character designs. This system was recognizable, functionally clear, and consistent with the overall visual and narrative context of *Meowfront*. Each character was endowed with a distinct individuality, reflecting role, combat abilities, and faction affiliation, thus forming a unique game identity.

Visual features of combat roles in *Meowfront*: silhouette, weaponry, and color palette. In *Meowfront*, each combat role possessed a clearly defined visual identity, ensuring immediate

recognizability in dynamic scenes and establishing an emotional connection with the player. Character visual design was developed considering tactical functions, combat abilities, and the psychological perception of shapes, colors, and details. Visual solutions for combat roles in *Meowfront* were formed based on principles of silhouette readability, color psychology, and correspondence between character form and tactical function. For snipers of both factions, emphasis was placed on visual cues of precision and technological sophistication.

The sniper Clawpaw, a member of the K.A.T.I. unit, featured an elongated and dynamic silhouette, emphasizing agility and long-range role (Fig. 2). The cybernetic crossbow was integrated into the upper body composition, making the weapon an extension of the silhouette. The contrast of cool neon tones with soft light-gray fur created a sense of high technology and speed. The sniper of the Rat Empire, Spike, exhibited an elongated yet more rigid form, reinforced by technological prosthetics, symbolizing mechanical precision and the aggressive nature of the faction. A dark palette with metallic and red accents established a visual atmosphere of threat.

The further development of the combat roles concept was reflected in the design of tanks, where massiveness, stability, and associations with physical power predominated (Fig. 3). Stonepaw, the tank of Kitlantis, was characterized by broad proportions, an expanded shoulder girdle, and pronounced muscular structure, emphasizing the role of a durable frontline fighter. Visual dominance was achieved not only through volume but also through technological prosthetics and heavy weaponry. Its counterpart, Rottenfang, exhibited a slightly different massiveness: more “armored,” with emphasis on mechanical strength. Coarse body shapes, a wide stance, and dark metallic tones conveyed the image of an almost industrial fighter, where the weapon functioned as an extension of the technocratic body.

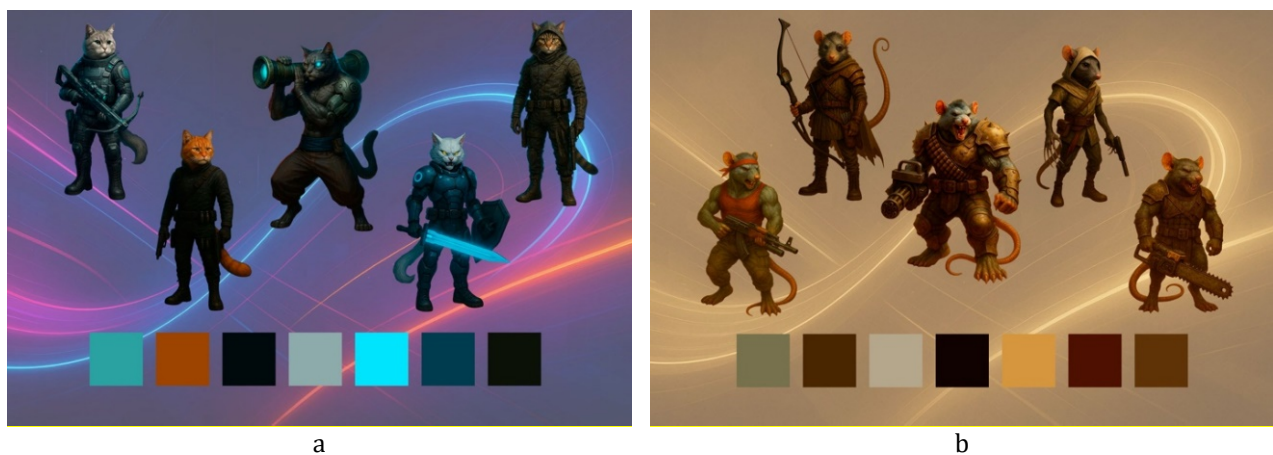


Figure 1. Moodboard for creating game characters

Note: a – cat faction; b – rat faction

Source: own development, generated with Stable Diffusion.



a



b

Figure 2. Visual solutions for snipers

Note: a – Clawpaw; b – Spike

Source: own development, generated in Stable Diffusion



a



b

Figure 3. Visual solutions for tanks

Note: a – Stonepaw; b – Rottenfang

Source: own development, generated in Stable Diffusion

In the berserker class, the primary objective was to convey destructive power and high close-combat agility (Fig. 5). Murlok, representing the feline faction, combined metallic protective elements with a neon plasma sword, creating the image of a technological barbarian. The silhouette was balanced between massiveness and swiftness. The rat faction's berserker,

Shturmich, was characterized by a more robust and “mechanical” form. It was perceived as an explosive force due to the combination of massive shapes and a chainsaw with a nitro mode. Yellow technical accents emphasized the danger and uncontrollability of its power.



a



b

Figure 4. Visual solutions for assault units

Note: a – Murgans; b – Shchurembo

Source: original development, generated in Stable Diffusion

In the assassin class, the emphasis was placed on agility, precision, and stealth (Fig. 6). Kightiar exhibited a flexible and refined silhouette, allowing immediate recognition as a shadow-type character. The contrast of cool tones and defined lines in the equipment reinforced the image of technological

invisibility. The counterpart, Korotkokhivist, representing the Rats' faction, was rendered in dark tones with sharpened silhouette accents on claws and weaponry. Its form demonstrated a more aggressive posture with sharp angles, creating a visual impression of a fast and lethal killer.



a



b

Figure 5. Visual solutions for Berserkers

Note: a – Murlok; b – Shturmich

Source: own development, generated in Stable Diffusion



a



b

Figure 6. Visual solutions for assassins

Note: a – Kightiar; b – Korotkokhvist

Source: authors' development, generated in Stable Diffusion

Careful elaboration of silhouettes and color schemes ensured unambiguous perception of the combat role of each character. The use of neon and metallic accents reinforced the technological and futuristic aesthetics of the cats, whereas the rats were distinguished by darker and more aggressive visual cues. This approach allowed not only the creation of recognizable character designs but also their integration into the gameplay logic, where form, color, and armament immediately conveyed tactical information to the player.

Discussion of the futuristic style and combat roles of the characters in *Meowfront*

The results of the study on visual stylistics and combat roles of the *Meowfront* characters generally corresponded with findings reported in contemporary works on concept design, anthropomorphism, and visual identification in video games. As noted by Bozhko & Slyusarenko (2025), stylistic coherence of characters was determined primarily by the consistency of silhouettes, color accents, and embedded functionality, which directly influenced the legibility of character designs in dynamic scenes. In *Meowfront*, this principle was confirmed by the construction of each class and faction design based on stable silhouette contours and recognizable shape motifs, allowing rapid identification of threat type or character role regardless of model detail.

A similar logic was emphasized in studies addressing the impact of color on player cognition. Gu (2023) and Toppo & Ahamed (2024) demonstrated that color in video games performed not only a decorative but also a semiotic function – structuring

visual information and accelerating recognition of game objects. Within *Meowfront*, this trend was confirmed through the allocation of factions with clear color codes: neon cool shades for cat characters and deep metallic palettes for rats created two contrasting visual fields, which reinforced the overall cyberpunk and techno-medieval aesthetics and facilitated rapid interpretation of combat roles. Consequently, the results aligned with previous conclusions regarding the significance of color for effective communication in game design while extending them by demonstrating the integration of color archetypes with technological class markers.

Anthropomorphic representations in *Meowfront* also corresponded with trends described in studies of emotional expressiveness in characters. Chen & Zhunag (2023), as well as Song & Gabija (2025), emphasized that head proportions, eye size, and pose dynamics significantly affected player emotional engagement. In this study, cat characters were designed with enhanced “approachability” features – large eyes, rounded silhouettes, and active pose dynamics – forming a friendlier and more dynamic emotional impression. In contrast, rat characters, constructed with segmented forms, sharp angles, and restrained facial expressions, conveyed threat and tension. This structure confirmed prior findings while extending them by demonstrating the possibility of combining anthropomorphism with futuristic technological components without loss of emotional legibility.

Research on character design methods, particularly in Kai lin Yu & Tsao (2022), indicated that combat roles in the action-RPG genre should be readable by players

before exposure to character abilities. Silhouettes were required to convey tactical messages – tanks needed to appear massive, snipers restrained and agile, and assault classes dynamic. Characters developed for *Meowfront* fully confirmed this pattern, as proportions, technological elements, and stylistic accents were subordinated to functional roles. This approach also corresponded with principles outlined by Schell (2020) and Sarver (2021), emphasizing that visual form should function as an integrated element of gameplay logic.

Comparison of the results with studies on futuristic and cyberpunk stylizations demonstrated that *Meowfront* organically fit into the established aesthetic tradition of indie projects. Nikolayeva & Guo (2021) and Gintere (2019) emphasized that futuristic stylistics could generate a unique artistic code for a game through the combination of technological motifs and expressive silhouette solutions. The present study confirmed this thesis, showing that technological details in *Meowfront* did not overload characters but instead enhanced their legibility and role differentiation.

Correlation of the results with analytical materials on visual styles from Supergiant Games (*Transistor*, *Hades*), Team Cherry (*Hollow Knight*), Heart Machine (*Hyper Light Drifter*), Moon Studios (*Ori and the Blind Forest*), Thatgamecompany (*Journey*) and other analogues further confirmed that the key factors for effective identity were stylistic consistency, silhouette expressiveness, and tactical design logic. Materials from 80 Level, ArtStation, and the official sites of these projects demonstrated that the combination of clear shape-making solutions and controlled detailing created a visual language comparable in principles to that applied in *Meowfront*.

Summarizing these results showed that *Meowfront* not only conformed to the fundamental patterns of contemporary concept design but also extended them to some degree, demonstrating the possibility of integrating anthropomorphic forms, technological accents, and structured combat roles within a futuristic indie aesthetic. These findings could be considered a contribution to the further development of visual identity theory in low-budget action-RPGs.

CONCLUSIONS

The conducted study confirmed that futuristic stylistics could serve as an effective foundation for the formation of visual identity of characters in indie action-RPG games. On the basis of the authorial project *Meowfront*, a comprehensive approach to character creation was developed, which combined anthropomorphic representations, technological aesthetics, and

differentiated combat roles. Comparison of these results with analyses of selected reference projects (*Transistor*, *Hyper Light Drifter*, *Journey*, *Hollow Knight*, *Hades*, *Cyberpunk 2077*, *Deus Ex: Human Revolution*, *Ori and the Blind Forest*, *Pseudoregalia*, *Ravenlok*, *Battle Cats*, *Cat Quest*) identified key parameters influencing the expressiveness of character designs and their perceptual clarity for players.

Characters developed within the study demonstrated that the combination of clear silhouettes, considered proportions, and technological details ensured recognizability even under conditions of high combat dynamics. Comparison with other indie projects showed that a balanced combination of stylization and detailing reduced the risk of visual overload while maintaining individual character traits. This was confirmed by the results of the authorial experiment, in which the design of the cat faction with cyberpunk features and the rat faction with futuristic-medieval stylistics demonstrated the effectiveness of a contrasting approach to visual structure and combat identity.

Summarizing the results, it could be stated that concept design based on the integration of technological motifs, color differentiation, and functional character archetypes formed a coherent artistic code for the game and could serve as a tool for its branding. The developed *Meowfront* characters confirmed that futuristic stylistics enhanced both emotional engagement of players and gameplay legibility, providing clear communicative signals regarding the role and capabilities of each hero.

The obtained conclusions provided a foundation for further research into the interaction between visual stylistics and players' psychological perception. Promising directions included analysis of how varying levels of detail, selection of color accents, and typology of combat roles influenced decision-making speed in dynamic scenes. A separate avenue of research could involve the study of interactive AI tools for generating and optimizing concept designs in independent game projects.

ACKNOWLEDGEMENTS

None.

FUNDING

None.

CONFLICT OF INTEREST

None.

REFERENCES

- [1] ArtStation. (2025). Official Hades characters by Supergiant artists. <https://www.artstation.com/artwork/aYJLYz>
- [2] Bernaers, J. (2023). Impact of concept art on the character creation pipeline. https://www.researchgate.net/publication/371868143_Impact_of_Concept_Art_on_the_Character_Creation_Pipeline

- [3] Bozhko, T., & Slyusarenko, O. (2025). Determinants of stylistic characteristics in video games. *Demiurg: Ideas, Technologies, Design Perspectives*, 8(1). <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.1.2025.330444>
- [4] Čerepinko, D., Štefanović, R., Hajdek, K., & Miljković, P. (2025). Less is more in digital games too: A comparative analysis of visual elements of physical and digital versions for two tabletop games. *Applied Sciences*, 15 (2), 715. <https://doi.org/10.3390/app15020715>
- [5] Chen, C.Y., & Zhunag, X.Q. (2023). The image ratios for designing cute nonhuman anthropomorphic characters. *Entertainment Computing*, 47, 100586. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2023.100586>
- [6] Cyberpunk 2077. (2020). Official franchise site. <https://www.cyberpunk.net/sg/en/>
- [7] Deus Ex: Human Revolution. (2011). Eidos-Montréal. https://www.eidosmontreal.com/games/deus-ex-human-revolution/?utm_source=chatgpt.com
- [8] Fogelstrom, E. (2013). Investigation of shapes and colours as elements of character design. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2%3A651309/FULLTEXT01.pdf>
- [9] Game Informer. (2018). The making of *Hollow Knight*. <https://gameinformer.com/2018/10/15/the-making-of-hollow-knight>
- [10] Gintere, I. (2019). A New Digital Art Game: the Art of Future. https://www.researchgate.net/publication/332698782_A_New_Digital_Art_Game_the_Art_of_Future
- [11] Graft, K. (2021). Roguelikes and narrative design with Hades creative director Greg Kasavin. *Game Developer*. <https://www.gamedeveloper.com/design/roguelikes-and-narrative-design-with-i-hades-i-creative-director-greg-kasavin>
- [12] Gu, Y. (2023). The Impact of Color on Players in Human-machine Interaction in Games. *Applied and Computational Engineering*, 8, 744-748. <https://doi.org/10.54254/2755-2721/8/20230130>
- [13] Hemraj, S. (2024). Press Start Journal. Defining art styles in games and their influence on creative expression. <https://press-start.gla.ac.uk/press-start/article/view/305/151>
- [14] Hyper Light Drifter. (2016). Heart Machine. <https://www.heartmachine.com/hyper-light-drifter>
- [15] Journey. (2025). Thatgamecompany. <https://thatgamecompany.com/journey/>
- [16] Kao, D. (2019). The Effects of Anthropomorphic Avatars vs. Non-Anthropomorphic Avatars in a Jumping Game. In *Proceedings of the 14th International Conference on the Foundations of Digital Games*. <https://doi.org/10.1145/3337722.334182>
- [17] Keating, S., Lee, W. C., Windleharth, T., & Lee, J. H. (2017). The Style of Tetris is... Possibly Tetris?: Creative professionals' description of video game visual styles. <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/41402/1/paper0253.pdf>
- [18] Kopp, S. (2015). A talk with Ori and the Blind Forest concept artist. *80 Level*. <https://80.lv/articles/a-talk-with-ori-and-the-blind-forests-concept-artist>
- [19] Korte, G., & Ferri, G. (2018). Research through game design: Interactive stories from a submerged Amsterdam. *Ocula*, 19, 110–128. <https://doi.org/10.12977/ocula2018-14>
- [20] Liu, J., Gao, H., & Yezhova, O. (2025). Generative design of bamboo furniture combining game theory and AI-generated content. *BioResources*, 20(4), 8611–8631. <https://doi.org/10.15376/biores.20.4.8611-8631>
- [21] Liu, Y. (2023). The utilize of color psychology in game graphics designs. *Game Developer*. <https://www.gamedeveloper.com/design/the-utilize-of-color-psychology-in-game-graphics-designs>
- [22] Moon Studios. (2025). Ori and the Blind Forest. <https://www.orithegame.com/moon-studios/>
- [23] Nikolayeva, T., & Guo, Y. (2021). In-depth study of cyberpunk and retrofuturism styles with the aim of development an integrated design project concept. In *Proceedings of the International Scientific-Practical Conference "Actual Problems of Modern Design"*, Kyiv, KNUTD, April 22, 2021. 104–107. <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/17925>
- [24] Okur, M., Kızıl, R., & Atamaz, E. (2024). The art of graphic design in video games: beyond the visual. *Amazonia Investiga*, 13(78), 9-26. <https://doi.org/10.34069/AI/2024.78.06.1>
- [25] Robson, J. & Tavinor, G. (2018). The aesthetics of videogames. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781351809467_A34327294/preview-9781351809467_A34327294.pdf
- [26] Sarver, E. C. (2021). UCF Honors Theses. The impact of art style on video games. <https://stars.library.ucf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1947&context=honorsthesis>
- [27] Schell, J. (2020). The art of game design: A book of lenses (3rd ed.). CRC Press. <https://www.routledge.com/The-Art-of-Game-Design-A-Book-of-Lenses-Third-Edition/Schell/p/book/9781138632059>
- [28] Shahzad, F. & Abdullah, M. (2024). Significance, application, and development dynamics of concept art in gaming industry. <https://journals.umt.edu.pk/index.php/jdt/article/view/5868>
- [29] Shiyan, A. (2025). Stylization in video games: A deep dive analysis. <https://80.lv/articles/stylization-in-video-games-a-deep-dive-analysis>
- [30] Song, B. & Gabija, M. (2025). Anthropomorphism in animation: Exploring emotional connection. *Journal of Arts and Humanities*, 14(03), 41-50. <http://dx.doi.org/10.18533/journal.v14i3.2572>

- [31] Tavinor, G. (2009). The Art of Videogames. https://kevinipatton.com/teaching/phil_3230/readings/Grant%20Tavinor%20-%20The%20Art%20of%20Videogames.pdf
- [32] Teng, C.-I., Huang, T.-L., Huang, G.-L., Wu, C.-N., Cheng, T. C. E., & Liao, G.-Y. (2024). Creatability, achievability, and immersibility: New game design elements that increase online game usage. *International Journal of Information Management*, 75, 102732. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102732>
- [33] Tereshchuk, A. (2025). Understanding Video Game Concept Art: A Comprehensive Guide. <https://gamestudio.n-ix.com/understanding-video-game-concept-art-a-comprehensive-guide/>
- [34] Titov, A. (2023). Concept Art for Video Games: a Complete Guide. Stepico: Step your game up. <https://stepico.com/blog/concept-art-for-video-games/>
- [35] Toppo, P. & Ahamed, S. (2024). Chromatic Narratives: the Semiotic and Psychological use of Colour in Art and Graphic Novels. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*. 5. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i1.2024.3114>
- [36] Transistor. (n.d.). Supergiant Games. <https://www.supergiantgames.com/games/transistor/>
- [37] Tumenbaev, A. (2024). Character Design & Communication. Creating Effective Video Game Characters that Enhance Player Engagement and Narrative. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.23903.57764>
- [38] Yu, K. & Tsao, Y. (2022). *International Journal of Organizational Innovation*. A study of character design method. <https://ijoi-online.org/attachments/article/401/1252%20Final.pdf>
- [39] Zhao, W. & Sun, Yu. (2024). The Exploration of Emotional Aspects of Artificial Intelligence (AI) in Artistic Design. *International Journal of Interdisciplinary Studies in Social Science*. 1. 58-65. <https://doi.org/10.62309/bk757m16>
- [40] Zhou, T., Gao, X., Zhong, Y., Yezhova, O., & Pashkevich, K. (2025). New interface design process based on AI-generated content: Taking Midjourney as an example. *New Design Ideas*, 9(2), 364–381. <https://doi.org/10.62476/ndi.92364>

Візуальна стилістика футуризму: на прикладі проєкту «Meowfront»

Ольга Єжова

Доктор педагогічних наук, кандидат технічних наук, професор
Київський національний університет технологій та дизайну
01011, вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-5920-1611>

Марина Ларченко

Кандидат юридичних наук, доцент
Національний університет «Чернігівська політехніка»
14030, вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, Україна
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя
16600, вул. Графська, 2, м. Ніжин, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-2643-980X>

Маргарита Луняк

Магістрант
Київський національний університет технологій та дизайну
01011, вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, Україна
<https://orcid.org/0009-0009-5091-3629>

Анотація. Актуальність дослідження обумовлена зростанням інтересу до інді-ігор та необхідністю створення виразної футуристичної візуальної стилістики персонажів у жанрі action-RPG. У сучасному геймдизайні художній образ відіграє ключову роль у формуванні впізнаваності та емоційного занурення гравця, що є особливо важливим для невеликих студій, які конкурують за увагу аудиторії інноваційністю та оригінальним концептом.

Метою роботи є визначення принципів формування цілісної футуристичної стилістики персонажів інді-ігри та виявлення ефективних підходів до поєднання технологічної та художньої естетики у візуальному проєктуванні.

У дослідженні застосовувалися методи візуального та порівняльного аналізу, авторського експерименту, дослідження силуетів і пропорцій, підбору кольорових рішень та використання цифрових інструментів (Adobe Photoshop, Procreate, MidJourney, Stable Diffusion) для створення ескізів і базових моделей. Аналіз

проводився з урахуванням характерних рис інді-ігор та актуальних тенденцій футуристичного й неопанк-дизайну.

Результати дослідження продемонстрували, що аналіз сучасних інді-ігор – зокрема *Transistor*, *Hyper Light Drifter*, *Journey*, *Hollow Knight*, *Hades*, *Cyberpunk 2077*, *Deus Ex: Human Revolution*, *Ori and the Blind Forest*, *Pseudoregalia*, *Ravenlok*, *Battle Cats* та *Cat Quest* – дозволив виокремити ключові тенденції у візуальній стилістиці антропоморфних та технологічно орієнтованих персонажів. На основі проведеного аналізу й узагальнення матеріалів було розроблено два авторські moodboard'и та створено десять персонажів для гри *Meowfront*, у яких поєднано структурні та кольорові рішення, типові для футуристичної естетики інді-проектів. Результати також засвідчили, що комбінування округлих і динамічних форм, неонових акцентів і технологічних деталей у поєднанні з класичними принципами дизайну силуетів та можливостями сучасних цифрових інструментів забезпечує формування цілісного стилю та високої впізнаваності бойових ролей. Таке поєднання дозволило створити персонажів з виразними образними архетипами та стійкою візуальною айденітикою.

Практична цінність роботи полягає в тому, що запропонований підхід може бути використаний для розробки концепт-дизайну персонажів інших інді-проектів, які прагнуть поєднати футуристичну естетику та інноваційні дизайнерські рішення.

Ключові слова: графічний дизайн; концепт-арт; персонаж; геймдизайн; кольорове рішення; стиль; інді-гра; цифрові інструменти розробки



Methodology of architectural brand integration in public space design

Tetiana Osadcha*

Assistant

Odesa State Academy of Civil Engineering and Architecture

65029, Didrihsona st.,4, Odesa, Ukraine

<https://orcid.org/0009-0004-1112-7354>

Abstract. The article examines methods of architectural interpretation of brands in commercial and public spaces. These methods are considered within a contemporary paradigm in which the interior is not only a functional environment but also an effective tool of interaction between a brand and its target user, directly influencing business performance. Based on a generalisation of local and global design practices, a typology and methodology for integrating brands into public interiors are formulated for the first time. As a result, four methods are identified. The method of direct transformation is based on the direct transfer of identity elements into space. The morphological method considers these same identity elements as form-generating components of the spatial environment. The atmospheric method focuses on creating interiors with clear emotional and stylistic references that are inherently tied to a particular brand. The scenario-based method enables visitors to understand the brand through the experience of interacting with the space. The proposed methods reveal the brand through four comprehensive aspects: graphics, form, atmosphere, and user experience. The article analyses the specific features of each method's application, considering each as a distinct approach to translating brand identity: from simple visual identification to the formation of a particular emotional response, depending on the commercial objective. The developed methodology systematises the process of forming technical briefs for architects, designers, and marketers. It may be used as a practical foundation for developing competitive spatial solutions, ensuring conceptual integrity and contributing to the potential enhancement of business attractiveness.

Keywords: interior design; commercial interiors; design methodology; scenario-based modeling; spatial branding; environmental design

INTRODUCTION

In the contemporary world, the driving force of business – and, consequently, economic development – is the marketing component. The more thoroughly a business articulates its essence through graphic identity, the higher its chances of being memorable and attracting its target audience (Permata *et al.*, 2023). In conditions of intense competition, it is essential to maintain a brand's visual language not only in the digital sphere but also to successfully translate it into the spatial environment to build recognisability and establish fundamentally new relationships with users. In this context, the public interior serves as a communication tool, where brand identity is conveyed through design (Chaban, 2025), and creating a specific emotional and visual experience becomes the primary task of the designer in maintaining the integrity of the

brand strategy. The convergence between the fields of graphic identity and the architectural environment has led to the emergence of the interdisciplinary field of Experiential Graphic Design, which is defined as the orchestrated integration of branding, typography, imagery, and form to create a communicative environment. This discipline, along with its theoretical foundation and disciplinary boundaries, remains insufficiently consolidated, as confirmed by recent bibliometric mapping (Petković *et al.*, 2025)

In contemporary practice, the process of integrating a brand into space remains largely intuitive and, to a certain extent, dependent on the designer's experience. There is neither a clearly developed methodological framework for brands nor for interior designers. Such a situation prevents the brand from fully expressing its identity within its spatial environment. In the most recent systematic literature

Suggested Citation:

Osadcha, T. (2026). Methodology of architectural brand integration in public space design. *Art and Design*, 9(3), 33–43. doi: 10.30857/2617-0272.2026.3.3.

*Corresponding author



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

review on Experiential Graphic Design, G. Petković *et al.* (2025) identify the majority of published studies as context-dependent, meaning that individual application cases are examined in isolation rather than being grounded in, or contributing to, a universal design methodology. The same issue was highlighted by M. Husham *et al.* (2024), who identified the primary challenge of their research as the “lack of clarity on how to achieve sustainable development goals based on interaction in brand spaces”. This highlights the relevance of developing a system capable of describing methods and explaining the process of architectural retransmission of brand identity into public interiors.

The issue of the interaction between branding and interior design has been studied primarily within the field of marketing by Y. Liu *et al.* (2015) and I. Martin (2025). It is within this domain that the term “brand experience” was formulated by B. Schmitt *et al.* (2009), emphasising that a positive user experience encompasses four dimensions: sensory, affective, intellectual, and behavioural. The formation of such parameters within physical space through strategic dramaturgy was earlier examined by C. Mikunda (2004). Furthermore, M. Ansari (2025) corroborated that a brand's consistency between its values and design are key factor influencing customer loyalty. Research by M. Önem & D. Hasircı (2020) demonstrates that interior design is a central field in expressing brand identity within experiential marketing, underscoring the importance of this study from both marketing and interior design perspectives. The practical implementation of branding within interior environments has been explored by S. Sari *et al.* (2022).

However, in recent years, researchers have shown increasing interest in the manifestation of brand identity within space, specifically within the field of design research. R. Riskiyanto & G. Anandhita (2022) employed an architectural analysis of Starbucks interiors, demonstrating that colour functions not merely as a decorative device, but as a branding tool used to structure a branded environment. Expanding on this perspective, M. Husham *et al.* (2023) conceptualised brand identity as the foundation for the creation of architectural space. They also suggested that spatial solutions can be derived from brand values to create a unique customer experience.

Taken together, these studies indicate a gradual shift in the understanding of the issue: the spatial interpretation of brand identity is increasingly recognised as a design problem rather than solely a marketing one. Nevertheless, a unified methodological framework for addressing this challenge has yet to be established.

This study aims to identify and systematise the methods of architectural interpretation of a brand in public interiors, as well as to analyse their application in contemporary design practice.

In accordance with the aim of the study, the following objectives are defined:

- to analyse the concept of a brand as a system of meanings in the context of spatial design;
- to conduct a semantic analysis of a brand as a preparatory stage for its spatial interpretation;
- to identify the main methods of brand integration into public interiors;
- to characterise the specific features of each method of architectural interpretation;
- to analyse examples from global practice of the application of these methods in contemporary public space design.

MATERIALS AND METHODS

The study employs a combination of theoretical and applied methods to identify patterns of brand integration into public interiors and establish a generalised typology of relevant approaches.

The study involved a comparative analysis of contemporary public interior design practice, within which the spatial solutions of brands were examined. The criteria for selecting examples included the presence of a clearly expressed brand identity in space, the diversity of approaches to its integration, as well as representativeness in the context of current design trends.

Based on the obtained results, a systematisation method was applied, which enabled the generalisation of the identified approaches and the formulation of a typology of methods for the architectural interpretation of a brand, including direct translation, morphological, atmospheric, and scenario-based methods.

In addition, the study employs elements of a design approach, which allows the interior to be considered as a tool for shaping the experience of interaction with a brand, as well as the method of generalisation for formulating theoretical conclusions.

The proposed methodology ensures a consistent transition from brand analysis to the identification of methods for its spatial implementation and may be replicated in the study of other cases.

RESULTS AND DISCUSSION

In contemporary public interior design practice, the brand is increasingly extending beyond its graphic identity and transforming into a comprehensive system of interaction and relationships with the user. According to X. Ding *et al.* (2022), unlike the digital environment, the architectural setting is capable of influencing a person across a broader spectrum, engaging multiple layers of experience: visual, tactile, and atmospheric. This enables the brand to intensify its interaction with the user and to establish deeper, more meaningful connections. For this reason, integrating a brand into spaces of user interaction can be considered a strategic approach that extends beyond decorative expression and becomes a tool for influencing behavioural patterns (Martin, 2025).

At the same time, the effectiveness of this approach depends on the degree to which the brand itself is developed, on the clarity of its essence and philosophy. Since the objective is to interpret the brand within space, moving beyond the conventional transfer of logos or brand colours, it is essential to establish a well-defined informational basis as a starting point for the design process.

It becomes evident that the designer receives not merely a set of abstract attributes but a foundation for developing a spatial concept aligned with the logic and objectives of the brand. This understanding redefines the role of the interior designer: from a decorator who creates and transfers a system of visual identity to a spatial strategist who interprets the essence of a brand and translates it into space through form, materiality, lighting, and environmental scenarios. As noted by Kadir *et al.* (2024) in their study of spatial identity in interior and architectural environments, spatial identity is shaped by both physical attributes – such as form, materials, and spatial organisation – and psychological elements, including emotional associations and memory. Accordingly, the designer's task is to engage both dimensions simultaneously, ensuring that the interior solution corresponds to the semantic content of the brand at a level that extends beyond mere graphic visibility and enables a deeper experience of interaction.

To investigate how brand integration operates in practice, a selection of contemporary design projects of varying scales and typologies was chosen. The cases include both local and internationally recognised brands and their corresponding spatial environments. Observations derived from each case were compiled and compared, allowing for the identification of recurring patterns in brand integration. This approach is consistent with the case study methodology described by L. Groat & D. Wang (2013) in architectural research, where pattern recognition emerges through immersion in empirical material rather than being predetermined.

Case Studies: Contemporary Practice of Brand Integration in Interior Design. Among local examples, well-known service networks such as Nova Poshta (Fig. 1, a, b) and Rozetka (Fig. 2, a, b) demonstrate an approach in which corporate colours, graphic elements, and wayfinding systems form a coherent and instantly recognisable spatial environment. Both brands operate extensive networks of branches, requiring functional consistency and rapid visual identification of locations. In each case, spatial solutions are subordinated to the brand's visual code: colour palettes are consistently applied across surfaces and equipment, logos are positioned at key orientation points, and typography is used to guide visitors through the functional sequence of the space. From the perspective of interior design methodology, this corresponds to what G. Brooker & S.

Stone (2010) describe as “communication through organisation” – the idea that the sequence and hierarchy of spatial elements can convey meaning as directly as any applied graphic. In this interpretation, the interior becomes a direct extension of the corporate communication system rather than an independently designed spatial experience.

A somewhat different approach to brand integration can be observed in the COQODAQ space designed by Pentagram and in the office environments of Google (Fig. 3, Fig. 4). In both cases, the brand's visual identity is not directly transferred into the space. Instead, the designers extract geometric and colour logic, as well as individual identity elements, and transform them into spatial features and decorative components. In the COQODAQ project, elements of the logo were translated into the design of lighting fixtures and mirror frames (Fig. 3 a, b, c). This resulted in the integration of visual identity elements into the space without reproducing them literally, creating a subtle and unobtrusive form of brand communication. This approach resonates with what E. Lupton (2017) describes as the translation of a brand's “visual DNA” into material form – a process that preserves brand coherence while simultaneously expanding its expressive range.

Google's offices in London and Dublin employ a similar strategy. However, rather than integrating the logo into decorative objects, they utilise the playful and recognisable geometry and colours of the logo within volumetric and spatial solutions, such as partitions and openings (Fig. 4 a,b,c). In doing so, they nonverbally communicate the company's openness and creativity without directly referencing the logo. Such an approach aligns with the concept of “spatial syntax” formulated by F.D.K. Ching & C. Binggeli (2018), which suggests that the organisation of space itself can communicate values. Similar observations were made by E. Lupton & J. Phillips (2015) in their analysis of branded environments, where they argued that the most enduring spatial identities are those in which form and function are aligned with the brand and its core values.

In contrast, Apple and Aesop retail interiors (Fig. 5, Fig. 6) around the world have largely abandoned any direct visual reference to the graphic form of their logos. Instead, they have chosen the creation of a distinctive atmosphere as the primary mechanism of brand presence.

Apple stores in New York and London (Fig. 5, a, b) reproduce a consistent emotional model through large, open, light-filled spaces with a subtle presence of natural materials. No logo dominates the interior, and no colour system serves as the primary organising principle of navigation. Nevertheless, the experience is instantly and unmistakably recognised as Apple, while the brand itself is perceived through the inherent qualities of the space: technological sophistication and a distinctive sense of calm confidence.



a



b

Figure 1. Nova Poshta brand case

Note: a – graphic symbol; b – spatial organisation of the service branch.

Source: Delo (2022). <https://delo.ua/business/nova-posta-vidkrila-perse-viddilenniya-u-polshhi-405041/>



a



b

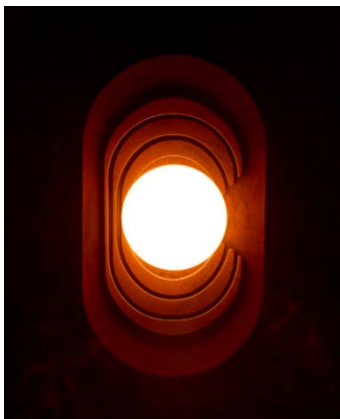
Figure 2. Rozetka brand case

Note: a – graphic symbol; b – navigation and colour solutions in the interior.

Source: Rau (2019). <https://rau.ua/novyni/vidkrittya/rozetka-7>



a



b



c

Figure 3. COQODAQ café

Note: a – graphic identity (logo); b – wall-mounted lighting fixture replicating the form of the logo's letters; c – mirrors utilising geometry derived from the logo

Source: Pentagram (2026). <https://www.pentagram.com/work/coqodaq>

Google

a



b



c

Figure 4. Google interior

Note: a – graphic identity (logo); b – Google lobby in London office; c – Google campus in Dublin

Source: Dezeen (2011). <https://www.dezeen.com/2011/01/28/google-office-by-scott-brownrigg/> (2011)



a



b

Figure 5. Apple store's interior

Note: a – Apple New York store; b – Apple London store

Source: Fox Business (2019). <https://www.foxbusiness.com/retail/apple-reopens-new-york-city-flagship-store>



a



b

Figure 6. Aesop store's interior

Note: a – Aesop Melbourne store; b – Aesop Rotterdam store

Source: Yellowtrace (2023). <https://www.yellowtrace.com.au/clare-cousins-architects-aesop-collins-street-melbourne-luxury-retail/>

Aesop stores in Melbourne and Rotterdam (Fig. 6, a, b) are organised according to a similar principle, yet communicate their own recognisable atmosphere. Each location responds to its local context by utilising regional materials, including timber and stone. However, through a consistent geometric language and a characteristic rhythm of product display, all locations convey a sense of intellectual rigour, which constitutes one of the brand's core marketing messages. This idea – that the engagement of sensory systems generates affective states that subsequently shape conscious interpretation – was articulated by H. Sagha *et al.* (2022) and is rooted in P. Kotler (1974) foundational concept of “atmospherics,” which advocates the intentional design of environments to produce specific emotional responses in consumers.

From the perspective of interior design, this approach resonates with the principles formulated by S. Caan (2011), who argues that the most powerful interiors are those that establish an emotional contract with the user through the careful selection and calibration of sensory stimuli. In turn, K. Quartier (2023) empirically demonstrated that atmospherically coherent retail environments generate significantly stronger brand associations than those relying primarily on visual identity, reinforcing the argument that atmosphere is an effective design instrument.

The flagship stores of Gentle Monster and the CAMP retail concept are distinguished by their spatial strategies: both clearly structure the environment as a sequence of scenes or episodes through which the visitor moves.

In Gentle Monster stores (Fig. 7, a, b), large-scale kinetic sculptural installations create a sense of interaction and oscillate between attraction and disorientation. Eyewear, the primary product, appears within this environment not as an object of commercial display but as an artefact integrated into the visitor journey. As a result, familiarity with the brand is achieved through the accumulation of carefully orchestrated impressions rather than through the recognition of direct visual signs. H. Xu *et al.* (2025) describe this mechanism as experiential sequencing, arguing that spatial narratives create more enduring connections with a brand than visual identification alone. This corresponds with the interior design concept of spatial choreography proposed by S. Yelavich & B. Adams (2014), which emphasises the organisation of movement and interaction within space in such a way that the sequence of lived experiences becomes the primary tool of spatial design.

CAMP stores (Fig. 8, a, b) employ a similar logic but within a fundamentally different sector: children's retail. Entering through a hidden door concealed within an ordinary toy store, visitors discover an expanded world beyond – a sequence of themed environments designed for exploration and participation. The spatial experience is built around a sense of discovery and novelty, causing the brand to become associated with a

distinctive system of impressions and experiences. B. Lin (2025) describes this strategy as the construction of a socio-immersive scenario, drawing upon the ideas of K. Thoring *et al.* (2018), who argued that scenario-planning tools borrowed from interaction design can be productively applied to the design of experiential environments.

Methods of Architectural Interpretation of a Brand in Public Interiors. The cases discussed above indicate that brand integration in public interiors is not standardised but rather depends on the marketing strategy of a particular brand to provide the desired user experience. Based on a comparative analysis of the aforementioned cases, four models of brand interpretation in interior design were identified and are proposed as practical tools for implementation. The proposed typology is based on conceptual approaches within interior design theory, particularly the levels of spatial intervention developed by G. Brooker & S. Stone (2010), as well as scenario-based methods of user journey design presented by M. Stickdorn *et al.* (2018), which are increasingly being adopted as a foundation for implementation in contemporary interior design practice.

The most fundamental approach to integrating a brand into the spatial environment is to use corporate colours, typography, and logos as the primary communicative tools within the space, enabling rapid brand identification, like in the interiors of Nova Poshta and Rozetka. This can be defined as *the method of direct translation*. It involves the direct use of visual identity elements in shaping the interior without significantly altering their meaning. Confirmed by H. Sola *et al.* (2025) that the key technique lies in the consistent use of brand colours and logo, which create visual coherence within the space and ensure its immediate recognisability and clear identification.

The main tools of this method include:

- the use of the corporate colour palette;
- the integration of the logo into the space (walls, navigation systems, furniture elements);
- the application of brand typography and patterns in navigation and decorative elements;
- the branding of individual functional zones.

This method is most effective in cases where:

- rapid brand identification by the visitor is essential;
- the space is service-oriented;
- it is necessary to maintain a unified corporate style (within a large network).

By applying this method, a basic formula is achieved that ensures a sense of stability through visual predictability, which may become an integral part of a company's long-term strategy (Kucher, 2025). This method also aligns with the definition of a “corporate interior” as described by J. Pile & J. Gura (2014), in which all design decisions are subordinated to the visual identity and are standardised throughout the entire network.



a



b

Figure 7. Gentle Monster stores interiors

Note: a – Gentle Monster Shanghai store; b – Gentle Monster Hongdae store;

Source: Retail Focus (2021). <https://retail-focus.co.uk/gentle-monster-opens-haus-shanghai-a-new-vision-of-future-retail/>



a



b

Figure 8. CAMP stores interior

Note: a – “Magic” door in CAMP NYC store; b – “Hidden world” in CAMP Dallas store;

Source: DMagazine (2020). <https://www.dmagazine.com/style-beauty-wellness/2019/08/camp-family-experience-store-the-hill/>

Unlike direct translation, in the COQODAQ project and the Google interiors, the geometric logic of a brand's graphic identity is abstracted from the flat plane and rebuilt in a spatial environment as a three-dimensional form. In both cases, decorative and spatial solutions are derived from the brand's graphic identity, yet do not constitute its direct reproduction. This method is intended to create a subtle form of communication with visitors, as it relies on a more integrated and nuanced brand presence.

This can be defined as *the morphological method* of spatial brand interpretation. In the book, P. Mollerup (2013) outlined that the sign is understood not as a static image, but as a visual grammar that can be applied across different media. The establishment of visual consistency across different spatial levels, from architectural to graphic, based on generative logic, was

described by K. Terzidis (2006) as an effective design tool.

The main tools of this method include:

- the use of brand geometry in shaping furniture, equipment, and decorative elements;
- the decomposition of graphic elements into individual components with their subsequent integration into the space;
- the application of characteristic rhythm and structure in spatial planning or interior detailing;
- the scaling of identity elements to the level of spatial objects and art installations.

Thus, the logo ceases to be merely an image, it becomes an instrument of spatial form-making.

This method is most effective in cases where:

- the brand possesses a distinctive geometry or characteristic form (Lupton, 2017);

- the space is oriented toward longer user engagement;
- the brand is recognisable within its target audience;
- the objective is to create a cohesive design image rather than merely visual identification;
- visual solutions are required for business scaling (Kim & Park, 2023).

This approach is suitable for showrooms, commercial interiors, and food establishments, including both chain-based and concept-driven venues.

When a brand makes itself known not through a logo or colour system, but by setting the visitor's mood and aesthetics that correspond to the brand's character, such as the spaces of Apple and Aesop, this is *the atmospheric method* of spatial brand interpretation. In both cases, the communication between the visitor and the space is established through the construction of a specific visual aesthetics aligned with the brand's values. The brand is present as a set of sensory conditions rather than a set of visual signs. Z. Paunksniene & J. Banytė (2012) and J. Fitzsimmons & M. Fitzsimmons (2000) concur that the designer's task is to select and coordinate all elements of the environment to create a multi-layered visual and sensory experience that influences the user on a subconscious level. Light, colour, geometry, and spatial solutions function as tools for creating a coherent sensory experience and associations with the brand in the visitor's perception.

The main tools of this method include:

- stylistic solutions as carriers of emotional states;
- visual associations linked to the theme or intended perception;
- work with light and colour (intensity, temperature, lighting scenarios) (Kotler, 1974);
- the use of materials (textures, surfaces) (Sagha *et al.*, 2022).

This method is most effective in cases where:

- the primary objective is to engage the user within the space and immerse them in the environment as a means of introducing the brand;
- it is applied in hospitality environments (cafés, hotels, restaurants).

This approach enables the creation of a deeper and more lasting connection with the user than can be achieved through purely visual means. Also, it serves as an effective model for large-scale business networks.

It is essential to note that the atmospheric method is neither intuitive nor spontaneous; it is grounded in previously defined brand characteristics, based on the results of brand analysis, and involves the deliberate creation of an emotional effect that is subsequently translated into a physical space.

The Gentle Monster and Camp interiors are structured as a narrative sequence: the visitor progresses through different settings, through action, participation, and the progression a more conscious understanding of the brand is formed. Design in this context is carried out as the construction of a socio-

immersive. scenario, where each zone and element of the space plays a role in shaping the overall impression (Lin, 2025). Both brands aimed at creating an emotional experience that the visitor directly associates with the brand, exemplifying what can be defined as *the scenario-based method* of spatial brand interpretation. In this case, space generates a state associated with the brand, as H. Xu *et al.* (2025) noted that users understand the brand not only through sensation but also through the experience lived within the space. Visiting becomes a desired experience, so do brand.

The main tools of this method include:

- the design of movement routes based on a defined scenario;
- interactive elements and points of engagement;
- the integration of artistic, sports, or media components;
- the creation of zones (elements) for communication and shared experiences.

These tools enable the creation of a space where the user not only becomes acquainted with the brand but also interacts with it, exploring it through various modes of experience and engagement. This fosters a more distinctive connection, encouraging the user to feel personally involved and valued. Moreover, such an experience cannot be replicated in an online format, as it is inherently tied to a specific place and a specific brand.

This method is most effective for:

- conceptual retail spaces;
- flagship stores.

A. Kepczynska-Walczak and B. Walczak (2021) argue that storytelling has become a foundational principle in contemporary architecture and design, as it enables the communication of complex ideas through emotional engagement. This approach demonstrates that, within the scenario-based method, space ceases to function as a backdrop for the product and instead becomes an event – one that creates a sense of exclusivity and encourages users to share their experience online, increasing marketing and artistic potential.

It is worth noting that the proposed methods can be applied independently or in combination with one another. In design practice, they are typically integrated, with visual, formal, atmospheric, and scenario-based aspects interacting within a unified framework. This ensures brand recognition across multiple sensory levels. The selection of a dominant method depends on the specific details of the brand, the intended function of the space, and the defined marketing objectives.

CONCLUSIONS

As a result of the study, the features of brand integration into public interiors were examined, and the role of interior architecture as a tool for shaping the brand experience was defined. It has been established that contemporary spaces function not only as

utilitarian environments but also as carriers of meaning, capable of transmitting brand identity across multiple levels of perception.

An approach to the architectural interpretation of a brand has been proposed, based on preliminary analysis, within which the brand is considered as a system of visual-formal, emotional-atmospheric, and behavioural characteristics. The identification of these parameters enables a transition from an abstract description of the brand to the definition of specific means for its spatial implementation.

The analysis of the selected case studies provides a comprehensive typology of brand interpretation strategies, organised along two dimensions: formal interpretation (ranging from the direct application of graphics and forms to their transformation into a spatial narrative) and subconscious user engagement (ranging from visual recognition to experiential interaction). Based on the generalisation of the obtained results, a typology of methods for integrating a brand into public interiors has been formulated, including the method of direct translation, the morphological method, the atmospheric method, and the scenario-based method. Each of these reflects a distinct level of brand-user interaction, respectively: graphics – form – atmosphere – experience. At the same time, the methods may be applied both independently and in combination, forming multi-layered spatial solutions.

Together, these approaches encompass the full spectrum of perception, enabling a comprehensive articulation of the brand within its spatial environment. Thus, the proposed methodology enables the systematisation of the brand integration process into the interior environment and may serve as a tool for both analysing existing spaces and developing new design concepts.

The perspective for further research lies in analysing how users perceive the proposed methods, which would enable the evaluation of their impact on the formation of emotional connections and behavioural patterns. In addition, future studies may focus on the development of more detailed tools for applying the proposed methods in design practice, as well as on their adaptation to different types of public spaces – from commercial to cultural and social contexts.

ACKNOWLEDGEMENTS

None.

FUNDING

None.

CONFLICT OF INTEREST

None.

REFERENCES

- [1] Ansari, M. (2025). Designing spaces: How interior design shapes brand perception and fosters customer loyalty. *Al-Basaer Journal of Business Research*, (2), 1-20. [doi: 10.71202/paper30](https://doi.org/10.71202/paper30).
- [2] Brooker, G., & Stone, S. (2010). *Form and structure in interior design*. Laurence King Publishing.
- [3] Caan, S. (2011). *Rethinking design and interiors: Human beings in the built environment*. Laurence King Publishing.
- [4] Chaban, Y. (2025). Brand architecture: A design methodology that shapes commercial identity. *International Journal on Science and Technology*, 16(3), 1-11. [doi: 10.71097/IJSAT.v16.i3.6785](https://doi.org/10.71097/IJSAT.v16.i3.6785).
- [5] Ching, F. D. K., & Binggeli, C. (2018). *Interior design illustrated* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- [6] Ding, X., Guo, X., Lo, T. T., & Wang, K. (2022). The spatial environment affects human emotion perception: Using physiological signal modes. In *Proceedings of CAADRIA Conference* (pp. 425-434). [doi: 10.52842/conf.caadria.2022.2.425](https://doi.org/10.52842/conf.caadria.2022.2.425).
- [7] Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2000). *New service development: Creating memorable experiences*. SAGE Publications.
- [8] Groat, L., & Wang, D. (2013). *Architectural research methods* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- [9] Husham, M., Dabbagh, S., & Abdulahaad, E. (2023). Brand as a determinant of architectural space creation. In *Proceedings of the Fourth International Scientific Conference of Alkafeel University* (pp. 23-28). Najaf, Iraq. [doi: 10.1063/5.0182125](https://doi.org/10.1063/5.0182125).
- [10] Husham, M., Dabbagh, S., & Abdulahaad, E. (2024). The impact of sustainable interaction in brand spaces. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Engineering and Science to Achieve the Sustainable Development Goals*, 3092(1), 1-14. [doi: 10.1063/5.0200021](https://doi.org/10.1063/5.0200021).
- [11] Kadir, S. A., White, N. N., & Ginting, N. (2024). Spatial identity in the context of interior and building environment. *Asian Journal of Environment-Behaviour Studies*, 9(29), 69-83. [doi: 10.21834/aje-bs.v9i29.458](https://doi.org/10.21834/aje-bs.v9i29.458).
- [12] Kepczynska-Walczak, A., & Walczak, B. (2021). Visual storytelling as a communication method in architectural design domain. In *Envisioning Architectural Narratives* (pp. 322-332). Queensgate: The University of Huddersfield. [doi: 10.34696/x3n-d030](https://doi.org/10.34696/x3n-d030).
- [13] Kim, J., & Park, E. (2023). Place branding viewed from the perspective of the poetics of space: The case of Aesop's signature stores. *Space and Culture*, 28(4), 7-15. [doi: 10.1177/12063312231213294](https://doi.org/10.1177/12063312231213294).
- [14] Kotler, P. (1974). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*, 49, 48-64.

- [15] Kucher, I. (2025). Trust signals in digital branding: Visual identity and social proof. *Economics and Society*, 81. [doi: 10.32782/2524-0072/2025-81-137](https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-81-137).
- [16] Lin, B. (2025). Innovation in interior design brand marketing: The integration path of social media and immersive experience. *Frontiers in Business, Economics and Management*, 20, 79-81. [doi: 10.54097/gnd1eg31](https://doi.org/10.54097/gnd1eg31).
- [17] Liu, Y., Li, H., & Hu, F. (2015). The impact of store environmental factors on consumers' emotional responses and purchase intentions: A review of the literature. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(9), 880-894.
- [18] Lupton, E. (2017). *Design is storytelling*. Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.
- [19] Lupton, E., & Phillips, J. C. (2015). *Graphic design: The new basics* (2nd ed.). Princeton Architectural Press.
- [20] Martin, I. (2025). Examining the role of interior branding in retail design strategy. *Frontiers in Business Innovations and Management*, 2, 1-5. [doi: 10.64917/fbim-012](https://doi.org/10.64917/fbim-012).
- [21] Mikunda, C. (2004). *Brand lands, hot spots & cool spaces: Welcome to the third place and the total marketing experience*. Kogan Page.
- [22] Mollerup, P. (2013). *Marks of excellence: The history and taxonomy of trademarks* (Rev. ed.). Phaidon Press.
- [23] Önem, M., & Hasırcı, D. (2020). Designing brand experience in interior space. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 960, 022005. [doi: 10.1088/1757-899X/960/2/022005](https://doi.org/10.1088/1757-899X/960/2/022005).
- [24] Paunksnienė, Ž., & Banytė, J. (2012). Consumers' emotions in store environment: Why do emotions arise? *Economics and Management*, 17. [doi: 10.5755/j01.em.17.1.2279](https://doi.org/10.5755/j01.em.17.1.2279).
- [25] Permata, N., Artha, B., & Hadi, A. (2023). Brand loyalty: A literature review. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 7, 66-75.
- [26] Petković, G., Pasanec Preprotić, S., & Kozjan Cindrić, A. (2025). Experiential graphic design: Informing, inspiring, and integrating people in physical spaces – A review. *Buildings*, 15(11), 1862. [doi: 10.3390/buildings15111862](https://doi.org/10.3390/buildings15111862).
- [27] Pile, J., & Gura, J. (2014). *A history of interior design* (4th ed.). Laurence King Publishing.
- [28] Quartier, K. (2023). *The big book of retail design*. Lannoo Campus.
- [29] Riskiyanto, R., & Anandhita, G. (2022). Starbucks' expressive space: Reading the visual tectonic of architecture driven by colour system. *ARSNET*, 2. [doi: 10.7454/arsnet.v2i1.51](https://doi.org/10.7454/arsnet.v2i1.51).
- [30] Sagha, M. A., Seyyedamiri, N., Foroudi, P., & Akbari, M. (2022). The one thing you need to change is emotions: The effect of multi-sensory marketing on consumer behavior. *Sustainability*, 14, 2334. [doi: 10.3390/su14042334](https://doi.org/10.3390/su14042334).
- [31] Sari, S. M., Nilasari, P. F., & Tedjokoemo, P. E. D. (2022). Implementation of interior branding in retail interior design. *Journal of Management and Marketing Review*, 7(1), 13-22. [doi: 10.35609/jmmr.2022.7.1\(2\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2022.7.1(2)).
- [32] Schmitt, B., Zarantonello, L., & Brakus, J. J. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68. [doi: 10.1509/jmkg.73.3.52](https://doi.org/10.1509/jmkg.73.3.52).
- [33] Šola, H. M., Khawaja, S., & Qureshi, F. (2025). Neuroscientific analysis of logo design: Implications for luxury brand marketing. *Behavioral Sciences*, 15, 1-45. [doi: 10.3390/bs15040502](https://doi.org/10.3390/bs15040502).
- [34] Stickdorn, M., Hormess, M., Lawrence, A., & Schneider, J. (2018). *This is service design doing*. O'Reilly Media.
- [35] Terzidis, K. (2006). *Algorithmic architecture*. Architectural Press.
- [36] Thoring, K., Desmet, P., & Badke-Schaub, P. (2018). Creative environments for design education and practice: A typology of creative spaces. *Design Studies*, 56, 54-83. [doi: 10.1016/j.destud.2018.02.001](https://doi.org/10.1016/j.destud.2018.02.001).
- [37] Xu, H., Zhao, J., Jin, C., Zhu, N., & Chai, Y. (2025). Research on the multi-sensory experience design of interior spaces from the perspective of spatial perception: A case study of Suzhou coffee roasting factory. *Buildings*, 15(8), 1393. [doi: 10.3390/buildings15081393](https://doi.org/10.3390/buildings15081393).
- [38] Yelavich, S., & Adams, B. (Eds.). (2014). *Design as future-making*. Bloomsbury Academic.

Методологія архітектурної інтеграції бренду у дизайні публічних просторів

Тетяна Осадча

Асистент

Одеська державна академія будівництва та архітектури

65029, вул. Дідріхсона, 4, Одеса, Україна,

<https://orcid.org/0009-0004-1112-7354>

Анотація. У статті досліджуються методи архітектурної інтерпретації брендів у комерційних і публічних просторах. Ці методи розглянуто у сучасній парадигмі, де інтер'єр є не лише функціональним простором, а й дієвим інструментом взаємодії між брендом та бажаним користувачем, що безпосередньо впливає на результативність бізнесу. На основі узагальнення актуальних локальних та світових дизайнерських

практик вперше були сформульовані типологія та методологія інтеграції брендів у публічні інтер'єри. В результаті було виведено чотири методи. Метод прямої трансформації, основний принцип якого полягає у прямому переносі елементів айдентики у простір. Морфологічний метод, де ті самі елементи айдентики розглядаються як формоутворюючі компоненти простору. Атмосферний метод полягає в створенні інтер'єру з зрозумілими емоційними та стилістичними відсилками, притаманними конкретному бренду. Та сценарний метод, який допомагає відвідувачу дізнатися про бренд через досвід взаємодії з простором. Запропоновані методи розкривають бренд через чотири всеосяжні аспекти: графіку, форму, атмосферу, користувацький досвід. У статті проаналізовано особливості застосування кожного методу, та кожен із них розглядається як окремий спосіб трансляції ідентичності бренду від простої візуальної ідентифікації до формування певної емоції, в залежності від комерційної задачі. Сформована методологія систематизує процес створення технічних завдань для архітекторів, дизайнерів та маркетологів та може бути використана як практична основа для розробки конкурентоспроможних просторових рішень з забезпеченням концептуальної цілісності для потенційного підвищення комерційної привабливості бізнесу.

Ключові слова: дизайн інтер'єру; комерційний інтер'єр; методологія проектування; сценарне моделювання; просторовий брендинг; дизайн середовища



Innovative principles of designing eco-friendly packaging

Nataliia Skliarenko*

Doctor of Study of Art, Professor
Lutsk National Technical University
43000, 75 Lvivska Str., Lutsk, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0001-9188-1947>

Bogdana Sobko

Master
Kyiv National University of Technologies and Design
01011, 2 Mala Shyianovska Str., Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0009-0002-4384-6746>

Olha Romaniuk

Assistant
Lutsk National Technical University
43000, 75 Lvivska Str., Lutsk, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0003-1691-0140>

Abstract. The purpose of the work was to identify innovative principles in packaging design that integrate functionality, aesthetics and environmental responsibility, contributing to the spread of a culture of sustainable consumption. The work used a systematic approach to the design of eco-friendly packaging, which is based on the integration of analytical-comparative, functional and morphological analysis methods and covers interdisciplinary research in the fields of design, ecology, materials science, marketing, consumer psychology, etc. A systematic analysis of eco-packaging has led to the development of three principles for its design: the use of biodegradable materials, multifunctionality, and the visualisation of natural aesthetics. It has been proven that the key area of innovation is the creation of packaging from biodegradable materials (paper, fabric, wood, plant raw materials, bioplastics, combined raw materials) that are capable of decomposing naturally without leaving environmentally harmful waste. The essence of the principle of multifunctionality has been substantiated, demonstrating the possibilities of eco-packaging design to form new ways of interacting with people and products (edible packaging, transformer packaging, organiser packaging, scented packaging). It has been found that the principle of visualising natural aesthetics emphasises the ecological orientation of the product and shapes the eco-conscious behaviour of the consumer through design. The principles considered ensure systematic design aimed at sustainable development of the natural environment, minimisation of negative impact on the environment, and improvement of aesthetic appeal. The results of the study outline the prospects for the implementation of innovative strategies in the practice of enterprises that seek to combine economic efficiency with care for the environment. The practical results of the research open up opportunities for creating conceptual models of eco-packaging that demonstrate a synthesis of functionality, aesthetics and environmental responsibility. This can be used in the design, educational and manufacturing activities of designers

Keywords: packaging design; eco-design; design for sustainable development; visual communications design; biodegradable materials; secondary raw materials; packaging life cycle

Suggested Citation:

Skliarenko, N., Sobko, B., & Romaniuk, O. (2026). Innovative principles of designing eco-friendly packaging. *Art and Design*, 9(3), 43-55. doi: 10.30857/2617-0272.2026.3.4.

*Corresponding author



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

INTRODUCTION

The world today is facing a bunch of global environmental issues linked to the rise in single-use packaging, the heavy use of synthetic materials, and the build-up of packaging waste. This is leading to the degradation of natural ecosystems and putting more pressure on the environment. Currently, packaging is no longer just an auxiliary element of a product, but an important factor influencing environmental safety and the sustainability of consumption practices. Consumers are becoming increasingly interested in the environmental aspects of goods.

Packaging, as an element of communication between the manufacturer and the consumer, plays a key role not only in marketing strategies, but also in cultivating a culture of responsible consumption. In the context of the global environmental crisis and ever-increasing consumer demands, environmentally friendly packaging is becoming not only a competitive advantage but also a necessity. That is why it is becoming increasingly important to find new approaches to its design, where the synthesis of aesthetic, functional, technological and environmental characteristics plays an important role. In this context, eco-packaging design takes on strategic importance as a tool for minimising negative environmental impact and integrating environmental values into everyday consumer culture. In today's world, the problem of packaging waste (Peydayesh *et al.*, 2021) and the environmental challenges associated with it are becoming particularly relevant in the work of modern scientists. The need for sustainable development and the implementation of innovative approaches to packaging design necessitates a comprehensive study of this topic.

The problem of applying smart packaging technologies and using eco-materials in packaging shifts the focus to finding ways to improve environmental performance. In recent years, scientific publications have shown an increasing interest in the creation of environmentally friendly packaging materials based on biopolymers. In particular, considerable attention has been paid to the study of materials formed on the basis of fungal mycelium. Thus, R. Khan (2025) in his review study emphasizes the high potential of mycelial bioproducts as an alternative to traditional polymer materials in the context of the formation of a sustainable economy. A similar position is confirmed by the results of the experimental work of S. R. Biby *et al.* (2025), which demonstrate the possibilities of creating mycelial biocomposites from agricultural and paper waste as an ecological alternative to polystyrene foam packaging. Biopolymers obtained from seaweed are also actively studied. For instance, P. Kajla *et al.* (2024) consider the potential of algal biopolymers for the creation of environmentally friendly packaging materials of a new generation. Additionally, the possibilities of such materials are confirmed in the work of H. Dogruoglu *et al.* (2023), where the properties of biodegradable

composites based on *Chlorella* algae and k-Carrageenan were investigated.

An analysis of scientific publications in recent years indicates the intensive development of research in the field of biopolymer materials for packaging, in particular based on plant biopolymers. Specifically, X. Dang *et al.* (2025) developed multifunctional packaging materials based on corn starch with improved antimicrobial and preservative properties. Considerable attention is also paid to composite materials made of nanocellulose. In their review, Y. Xu *et al.* (2024) emphasize the prospects of nanocellulose films for food packaging due to their barrier properties, biodegradability and the possibility of combining with other biopolymer components. The described studies demonstrate the possibilities for the transition to more sustainable solutions in packaging design.

Smart packaging technologies have been studied by Akbar *et al.* (2025), A. Grossman (2022), S. Hussain *et al.* (2024), who worked on biodegradable materials that replace traditional synthetic materials in the food industry. Tools for assessing the environmental impact of packaging throughout its life cycle and methods for integrating eco-design into production were the subject of research by Wang *et al.* (2024), Aguiar *et al.* (2021) created maturity models that allow companies to assess the level of integration of sustainable design principles, particularly in the field of packaging.

Eco-friendly packaging attracts the attention of researchers in the context of eco-design theory, where eco-packaging design, smart packaging technologies and eco-materials are becoming dominant. M. Blyzniuk (2022) analysed the principles and theoretical foundations of eco-design, which became the basis for understanding the concept of sustainable packaging. The relevant aspects of modern eco-packaging design are compliance with the principles of the circular economy (Goodrich, 2022), the use of biodegradable materials, and the possibility of reusing packaging to extend its life cycle (Skliarenko *et al.*, 2021; Szaky, 2023; Pant *et al.*, 2024). A. Khezerlou *et al.* (2025) emphasise the importance of integrating innovative technologies in packaging design to reduce the environmental footprint.

Another important aspect of contemporary eco-packaging research is visual language, in particular "green" typography, colour and graphic elements that transform packaging design into a tool for shaping brand uniqueness (Shukla *et al.*, 2022; Carvalho *et al.*, 2025). This shapes consumer perception, programmes eco-conscious behaviour and provides an emotional connection between the brand and the consumer (Neacșu, 2025). The outlined aspects prove the existence of a significant source base, which emphasises the relevance of the topic raised, but requires systematisation and analysis from the point of view of eco-packaging design.

Considering the analysis of contemporary scientific works, the aim of the study was to systematise innovative principles of designing environmentally

friendly packaging based on modern scientific approaches, technological capabilities and market needs. **The research tasks** were aimed at achieving the goal, in particular: 1) to analyse modern scientific concepts in the field of eco-friendly packaging; 2) to generalise and systematise the key principles of packaging design solutions; 3) justify their essence in order to assess the level of environmental friendliness of packaging materials and design solutions suitable for practical integration into production.

MATERIALS AND METHODS

The study is based on a systematic approach and is interdisciplinary in nature, which has made it possible to integrate methods from the fields of design, ecology, materials science, aesthetics, consumer psychology, marketing, etc.

The research methodology is based on a comprehensive combination of analysis of scientific sources, results of comparative analysis of design cases, and systematisation of real examples of modern eco-packaging. The research is based on scientific publications and examples of design solutions selected from international scientometric databases, including Scopus, Web of Science, Google Scholar, as well as professional platforms dedicated to design and innovation in packaging (Designboom, Dezeen, Packaging Europe). The search for sources was carried out using the keywords such as *sustainable packaging*, *eco-friendly packaging*, *biodegradable packaging*, *mycelium packaging*, *seaweed packaging*, *edible packaging*, *biopolymer packaging*, *circular packaging design*, as well as their Ukrainian equivalents. The search strategy involved combining these keywords with the following terms: *design principles*, *innovation*, *sustainability*, *consumer perception* and *life cycle*.

The time frame of the study covers mainly scientific works and design projects of recent years (approximately 2018–2025), which allowed the focus to be placed on current technological and design trends in the field of sustainable packaging. The analysis includes publications that examined innovative materials, new packaging life cycle models, and design solutions that combine environmental, functional, and communicative aspects. The criteria for including sources were scientific peer review of publications, the availability of empirical or experimental data on the properties of materials, and a description of practical design solutions. At the same time, sources that were purely marketing and advertising in nature, did not contain a description of materials or technologies, and duplicated already processed research results were excluded from the analysis.

The empirical basis of the study involved the analysis of more than 150 samples of eco-packaging presented in scientific developments, design archives and examples of innovative products. To examine innovative approaches to environmentally friendly packaging, cases from leading brands and start-ups were selected that demonstrate different technological

and design approaches to sustainable packaging. These include solutions proposed by Sway, which develops bioplastic films from seaweed (Waseem *et al.*, 2023), Ecovative Design, which creates packaging based on fungal mycelium (Laszlo *et al.*, 2013); Geyman, 2020; Vandeloock *et al.*, 2021), and Proservation, which works with innovative food and biopolymer materials (Sheth, 2024). The analysis also includes design concepts and start-ups, such as Seaweed U (Designboom, 2020), Wonder Cup (Wonderfruit, 2023) and Good Edi edible packaging (Clark & Wright, 2023). The criteria for selecting cases were the innovativeness of materials, environmental efficiency, the scalability of technology, and the presence of distinctive design and communication solutions. It helped to reveal the main characteristics of eco-packaging and formulate the principles of its design, which influence the assessment of the effectiveness of innovative principles based on a set of indicators (ecological, functional, economic, visual-communicative, etc.), but due to publication size limitations, only some of these materials have been made available to the scientific community.

The analysis procedure was carried out in several consecutive stages. In the first stage, a systematic review of sources was conducted and a database of eco-packaging examples was compiled. In the second stage, a morphological analysis of packaging characteristics was carried out according to the parameters 'material – design – consumer – disposal', which made it possible to identify the interrelationships between the environmental properties of materials, the functionality of packaging, consumer experience and the possibilities for its reuse or recycling. In the third stage, a comparative analysis of innovative design solutions was carried out based on a set of indicators, including environmental (biodegradability, resource renewability, waste reduction), functional (product protection, ease of use), economic (production and logistics efficiency) and visual-communicative (design expressiveness, informativeness, ability to shape consumer environmental awareness).

The systematisation of the samples studied made it possible to classify eco-packaging according to its dominant characteristics. As a result, three main groups were identified: packaging made from biodegradable materials (30%), multifunctional packaging (50%) and visually aesthetic packaging (20%). These groups were identified based on an analysis of certain aspects of packaging structure, the most important of which are shape, material and technology, functionality, aesthetics, and level of visual communication. This approach allowed the establishment the basic principles of environmentally-oriented packaging design and evaluation of the effectiveness of innovative solutions within a comprehensive system of indicators.

However, the study has certain limitations. First, the analysis covers mainly samples presented in open scientific and professional sources, which may limit access to commercial or experimental developments

that have not yet been made public. Second, a significant part of innovative projects is at the prototype or start-up stage, so their economic efficiency and the potential for large-scale implementation require further research. Nevertheless, the analysis enables the establishment of a generalized methodological framework for defining innovative principles of environmentally friendly packaging design and to outline key areas for its further development.

RESULTS AND DISCUSSION

The principle of using biodegradable materials in packaging. Environmentally friendly packaging is a concept that involves creating packaging materials and forms that minimise harmful effects on the environment throughout the entire product life cycle,

from manufacture to disposal (Wilber, 2010). Based on an analysis of eco-packaging samples, three design principles were identified that determine the principle of using biodegradable materials in packaging, the principle of packaging multifunctionality, and the principle of visualising natural aesthetics. A traditional solution in many countries is packaging made from natural materials, which harmoniously combines aesthetics and environmental friendliness. Such materials are biodegradable, do not pollute the environment, and can be reused in everyday life (Zeng & Durif, 2019). The use of biodegradable materials in packaging affects its design, functionality, visual appeal, and environmental performance. Eco-packaging has been classified according to the choice of material (Fig. 1).

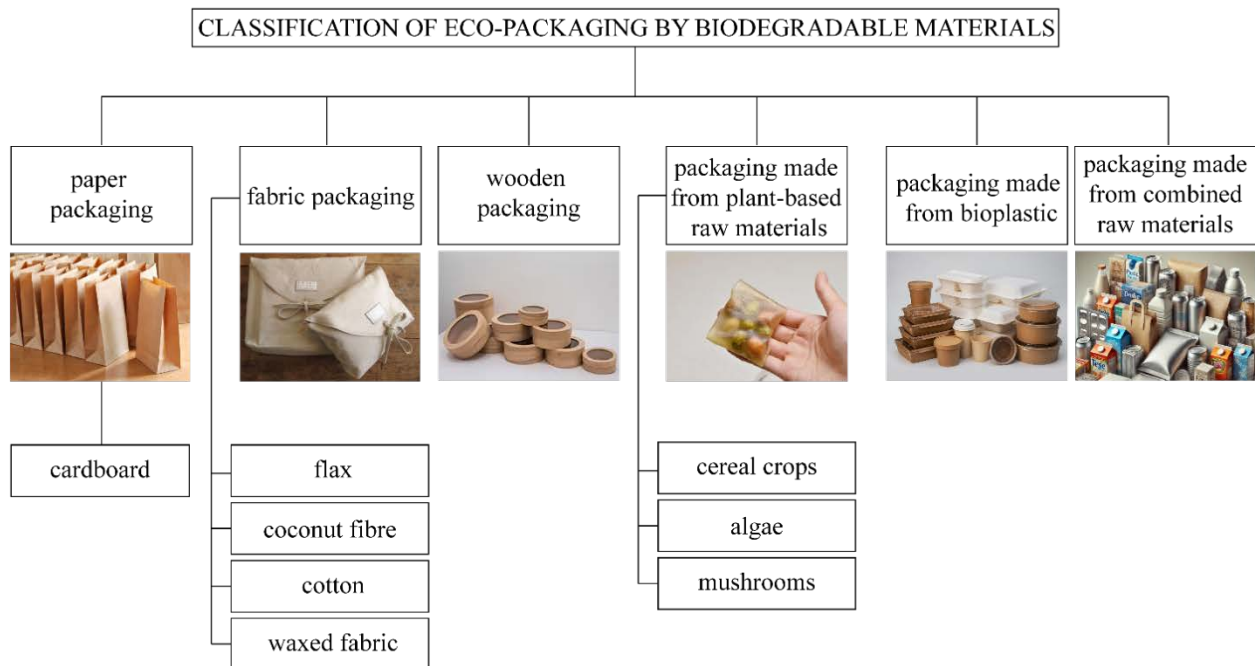


Figure 1. Types of biodegradable packaging (based on materials)

Source: created by the authors

One of the most popular eco-friendly solutions is paper packaging. It is made from renewable resources such as recycled paper or certified wood, making it an environmentally friendly choice (Skliarenko *et al.*, 2021). It is easy to recycle, decomposes quickly in natural conditions and does not harm the environment. Fabric packaging is made from natural materials such as cotton, linen or jute, coconut or hemp fibre, making it completely biodegradable. Thanks to its durability, it can be used multiple times, which significantly reduces waste. Fabric bags are an excellent alternative to disposable packaging, as they serve as a stylish accessory or a practical means of storing items. A type of fabric packaging is waxed bags, which combine naturalness and practicality thanks to a special technology of impregnating the fabric with natural wax. This process creates a thin water- and grease-resistant layer that preserves the elasticity and breathability of the material. As a result, the bags can be reused for food

storage, reducing the need for disposable plastic and making everyday life more environmentally friendly. One of the most promising options for eco-friendly packaging is wood packaging, as this material is renewable, biodegradable and recyclable. Wooden packaging not only provides reliable protection for products, but also has an aesthetic appearance that emphasises the naturalness and environmental friendliness of the brand.

Plant-based packaging covers a wide range of innovative materials of natural origin. These include materials based on algae, fungal mycelium, rice husks and cereal crops. Such solutions are an alternative to traditional polymer packaging because they are biodegradable, environmentally friendly, and renewable (Jain *et al.*, 2025). Biodegradable packaging made from algae is lightweight and environmentally friendly. Polysaccharides found in algae, such as alginate and fucoidan, open up opportunities for the

creation of bioplastics, edible films and active packaging (Goodrich & Robinson, 2025). These materials have antioxidant and antimicrobial properties that help keep products fresh during storage (Marichelvam *et al.*, 2025).

Sway, based in the UK, uses seaweed to create compostable packaging that replaces single-use plastic (Khalil *et al.*, 2017). Their products, such as Firstwave™ Film, are transparent and suitable for replacing plastic windows in packaging. They are environmentally friendly and ideal for single use, as they leave no harmful waste behind (Fig. 2, a). This type of packaging is a promising alternative to traditional plastic materials and is widely used in the food industry and for packaging everyday goods. Biodegradable packaging made from mushroom mycelium is an environmentally friendly type of packaging made from the structure of mushroom mycelium that grows on agricultural or wood waste (Amrita & Ashok, 2025). This packaging is completely biodegradable and does not contain plastic or synthetic components, making it safe for the environment. The characteristic features of this material are its lightness, dimensional stability and ability to take various shapes during manufacture, which allows the creation of packaging of different configurations and sizes (Fig. 2, b). In addition, mycelium packaging has insulating properties that

protect the product from mechanical damage, moisture, and temperature fluctuations (Hua *et al.*, 2025). Cereal crops (corn, rice husks, cereal waste) are also widely used as material for biodegradable packaging. Corn starch-based bioplastics show great promise as a replacement for conventional plastic packaging (Abookleesh *et al.*, 2026). Thanks to their mechanical and barrier properties, these materials are an effective choice for use in the food industry. Such packaging can be edible. Biodegradable packaging made from grain waste is an environmentally friendly type of packaging made from grain production by-products such as grain husks, bran or processing residues (Azimi *et al.*, 2025; Jafarzadeh *et al.*, 2025) (Fig. 2, d). Biodegradable packaging made from rice husks is an environmentally friendly type of packaging made from rice production by-products, which allows for the effective use of waste and reduces the negative impact on the environment (Amornkitbamrung *et al.*, 2025) (Fig. 2, c). The main characteristics of this type of packaging are lightness, sufficient strength, resistance to deformation, and the possibility of giving it different shapes during production. The use of rice husks for packaging promotes sustainable development, reduces plastic waste and emphasises the brand's environmental responsibility and innovation.

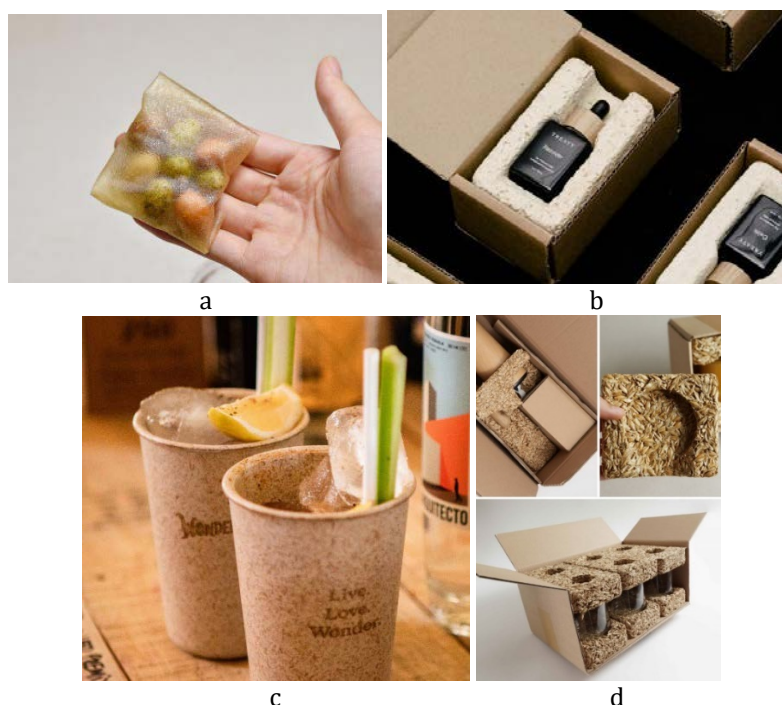


Figure 2. Features of biodegradable packaging made from plant materials

Note: a – biodegradable films made from seaweed; b – biodegradable packaging made from mushroom mycelium; c – biodegradable packaging made from rice husks; d – biodegradable packaging made from grain waste

Source: Designboom (2020), M. Geyman (2020), Wonderfruit (2023), Sheth (2024)

Composted materials made from rice husks and grain waste are a new type of environmentally friendly packaging material, as they are completely biodegradable in composting conditions, turning into organic fertilisers. Composted packaging is used for

food, cosmetics and household goods, and its main advantage is that it can be safely returned to the natural cycle. Thanks to its properties, bioplastic packaging completely replaces traditional plastic, which pollutes the environment (Peydayesh *et al.*, 2021).

Biodegradable materials have high environmental value because they decompose quickly under the influence of natural factors. The main challenge for biodegradable packaging is its cost, which is still higher than that of traditional plastic counterparts. Composite packaging is a type of packaging made from several different materials (e.g. cardboard, aluminium, polyethylene and waste cotton (Mahmud *et al.*, 2025) that are combined to achieve better protective and functional properties. Such packaging provides high strength and barrier protection for the product, but is difficult to recycle due to its multi-layer structure.

The principle of using biodegradable materials in packaging combines functionality and environmental friendliness, allowing the creation of packaging that protects the product while minimising the negative impact on the environment. The main goal of this principle is to minimise the negative impact of packaging on the ecosystem, reduce the amount of plastic and other inorganic waste, and support the concept of sustainable development. The use of materials such as algae, mushroom mycelium, and rice husks contributes to sustainable development, reduces the amount of plastic waste, and increases brand value in the eyes of conscious consumers.

The principle of multifunctionality of packaging. The integration of additional functions into packaging materials is becoming increasingly important, allowing for an expansion of the range of eco-packaging functions. The principle of multifunctionality in eco-packaging ensures that several functions can be combined simultaneously. Going beyond its standard protective role, packaging includes functions such as protection, consumption together with the product, aesthetic and visual communication, and many others.

Multifunctional packaging not only stores and transports the product, but also serves as a storage container, stand, dispenser, decorative element, or even part of a gaming or interactive experience for the consumer. The characteristic features of multifunctional packaging are convenience, versatility, and increased aesthetic value. It reduces the use of additional resources, increases the practicality of the product, and creates a positive image for the brand, focused on environmental friendliness and creative design. This approach also supports the principles of sustainable development by ensuring reuse or multiple use (Wimmer *et al.*, 2004).

In the context of this principle, the innovative feature is the ability to consume the product together with the packaging. This function is focused on the convenience of using edible packaging (Fig. 3, a). Edible packaging is an innovative type of packaging made from natural products or food biopolymers that can be consumed together with the product or separately after use (Dang *et al.*, 2025). The characteristic features of edible packaging are food safety, creativity in design and multifunctionality (Fig. 3, a). Such packaging is made from algae, gelatine, agar-agar, rice or grain flour,

as well as fruit and vegetable purees. Edible packaging is essentially an integral part of the product and also serves as an additional sensory element, adding flavour and aroma.

Rethinking the aesthetic function of packaging involves creating an attractive appearance by transforming the visual design or shape, which evokes positive emotions and contributes to the creation of a holistic image of the product with transformer packaging. The concept of visual transformation provides for a change of images inside and outside the packaging, which corresponds to the characteristics of product consumption (Fig. 3, b). Such packaging can serve as a plate, cup, stand, or decorative element. This type of packaging combines aesthetic appeal with interactivity, creating an additional emotional experience for the consumer. The characteristic features of this packaging are interactivity, aesthetic value, the ability to attract attention and stimulate interest in the product. The use of such illustrations is particularly effective for children's products, premium products and gift packaging, where emotional interaction with the consumer is important.

Formal transformation of packaging is carried out by modifying the shape through rotation, bending, tearing, folding/unfolding, etc. of individual parts or modules (Fig. 3, c-e). This allows the consumer to reuse the packaging after its main function has been fulfilled. Modularity in eco-friendly packaging involves creating structures from separate interchangeable elements that can be combined, transformed or separated depending on consumer and logistics needs. This approach ensures versatility and functionality: one package can be used for transport, storage or product separation. Modularity increases ease of use, optimises space during transport, reduces material costs and creates a modern, innovative look for packaging, giving it a universal appeal.

Packaging as an organiser simultaneously performs the functions of protecting the product, facilitating its transportation and presenting it to the consumer (Fig. 3, f). It has a specific shape, size, material and design features that determine its practical properties and aesthetic appeal. The choice of various materials, including paper, cardboard, plastic, biopolymers, or combined structures, depends on the product's purpose and preservation requirements.

The desire to enhance the sensory experience of consumers has led to the emergence of scented packaging with freshness or fragrance indicators (Fig. 3, g). They have become widespread for packaging food products, cosmetics, household goods and gift sets, where the aroma emphasises the quality and character of the product, creating a unique brand experience. A distinctive feature of scented packaging is the presence of aroma capsules, microencapsulated essential oils or special layers that release a pleasant scent (StickerYou, 2018) enhancing the impression of the product and forming an emotional connection with the consumer (Yang & Zhao, 2019).

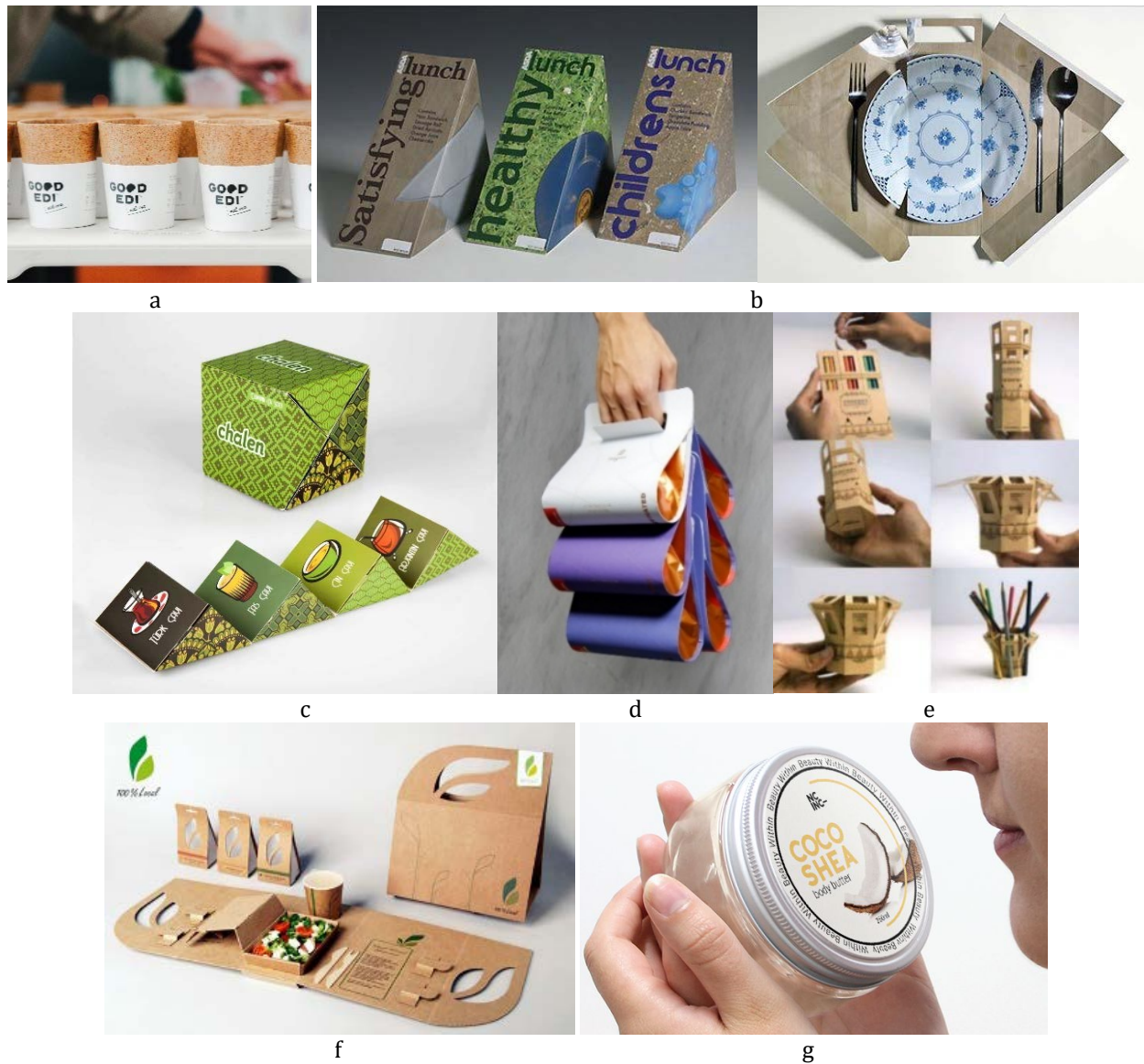


Figure 3. Features of multifunctional packaging

Note: a – edible packaging made from food ingredients; b – transformer packaging (visual transformation); c-e – transformer packaging (formal transformation); f – organiser packaging with additional elements for convenient use of the product; g – scented packaging

Source: A. Clark & K. Wright (2023), J. Nèjè (n.d.), Packaging of the World (2019), Packaging of the World (2015), B. Mittal (2025), F. Remonato (2014), StickerYou (2018)

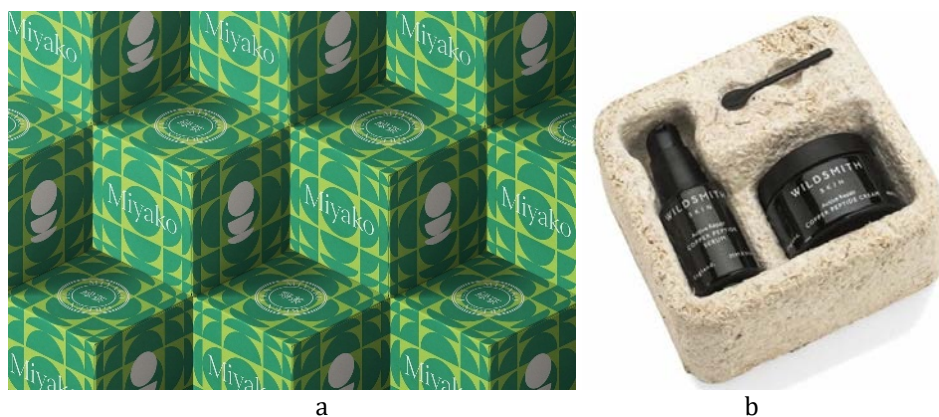


Figure 4. Graphic concepts of eco-packaging

Note: a – “green” packaging colours; b – integration of natural textures

Source: Charlie Stopford Design (n.d.), Vandelook *et al.* (2021)

Thus, the principle of multifunctionality allows packaging to perform not only its basic protective function, but also increasing consumer convenience, material savings and the aesthetic value of the product. This approach shapes a positive brand image, creates an emotional connection with the consumer and supports the concept of sustainable consumption.

The principle of visualising natural aesthetics.

The visual component of packaging is a key tool for communication between the brand and the consumer, because it is the appearance that primarily forms an emotional impression, distinguishes the product from its competitors and enhances its environmental value (Liu *et al.*, 2025). In this context, an important principle of environmentally friendly packaging is the principle of visualising natural aesthetics. Yang & Zhao (2019) analyse how people evaluate “green” packaging elements (materials and visual cues) and how this affects brand trust. Adding natural textures, shapes and colours makes packaging emotionally appealing to consumers (Mitterer-Daltoé, 2024).

This principle is implemented through the use of “green” packaging colours that are close to natural colours (Qiu *et al.*, 2023). The packaging design uses shades that contain natural materials, plants, earth, water or other elements of the environment (Fig. 4, a). This design approach emphasises the environmental friendliness of the product, creates a sense of naturalness and organicity, and promotes consumer confidence. The characteristic features of packaging with “green” colours are a calm and harmonious colour scheme and associations with nature, which support the image of an environmentally responsible brand (Skliarenko *et al.*, 2022). The integration of natural textures (coconut, fabric, wood, etc.) into the packaging design emphasises natural aesthetics and is defined by minimalist design (Fig. 4, b). Materials made from plant fibres or mycelium simultaneously perform a technical role and serve as a visual code for eco-friendly packaging.

Thus, eco-packaging is not only a material object, but also a visual and communicative carrier of the idea of sustainable development. It forms associations in the consumer’s mind with responsibility, trust and an ethical attitude towards nature. The design of eco-packaging is becoming systematic and lies at the intersection of ecology, technology and visual culture.

The analysed principles of eco-packaging design form a systematic approach to design activities, based on the interaction of environmental, functional and aesthetic aspects and focused on sustainable development. The use of biodegradable and recycled materials reduces the negative impact of packaging on the natural environment throughout the product life cycle (Amrita & Ashok, 2025). The systematic nature of the design process is enhanced by expanding the range of functions of eco-packaging, which allows us to talk about its transformation from a traditional container to an active element of multisensory communication with the user. Edible, scented packaging and transformable

eco-packaging reduce waste, increase the consumer value of the product and demonstrate the ability of design to adapt to different consumption contexts. The integration of environmental values in the visual language of design forms an emotional connection between a person and a product. The use of natural textures, minimalist forms, and natural colours contributes to the development of environmentally conscious consumer behaviour.

Through the synthesis of the three design principles, packaging is considered not as a separate design object, but as part of an eco-sociocultural system. Designers combine the principles of sustainable development with design thinking methods, product life cycle analysis and an interdisciplinary approach during the design process. This allows to take into account the interconnections between material, production technology, features of use, visual and communication characteristics, and consumer behaviour. In this context, the aesthetics of eco-packaging is considered as a strategic tool for environmental communication and the transmission of sustainable development principles.

CONCLUSIONS

The study analysed the main innovative principles of eco-friendly packaging design: the use of biodegradable materials, multifunctionality, and the visualisation of natural aesthetics. These principles integrate functionality, aesthetic appeal, and sustainability requirements, which are important in modern packaging design. It has been proven that the use of biodegradable materials is an effective means of reducing the negative impact of packaging on the environment. Materials (paper, fabric, wood, plant raw materials, bioplastics, combined raw materials) allow the creation of packaging that is both durable and safe for nature, in line with the principles of sustainable development.

The essence of the principle of multifunctionality has been defined, which consists in the formation of new ways of interaction between packaging, the product and the consumer. Edible packaging, transformer packaging with visual and formal transformation capabilities, organiser packaging and aromatic packaging have been identified as contributing to the formation of a conscious and responsible culture of consumption. The essence of the principle of visualising natural aesthetics, which influences the perception of the product and corrects consumer behaviour, is substantiated. Colours close to natural colours and tactile textural elements of packaging create associations with the naturalness and safety of the product, as well as form an unforgettable sensory experience.

Integrating these principles allows for combining aesthetics and practicality in packaging design, emphasising the environmental focus of the product and encouraging consumers to make conscious choices. Manufacturers who implement innovative packaging

solutions reduce their negative impact on the environment in accordance with international environmental standards, create a positive brand image, and promote a culture of responsible consumption. Environmentally friendly packaging not only protects the product, but also shapes a conscious attitude towards resources and the environment, which is a key direction in modern design for sustainable development.

The value of the study is in the possibility of practical implementation of the research results in the field of designers' project activities, in educational, production and communication practice in order to promote environmentally responsible behaviour. The research results can be used as a methodological basis

for the development of conceptual models of eco-packaging system design, as well as for the formation of strategies for the sustainable development of production and commercial structures.

ACKNOWLEDGEMENTS

None.

FUNDING

The study did not receive any funding.

CONFLICT OF INTEREST

None.

REFERENCES

- [1] Abookleesh, F., Zubair, M., & Ullah, A. (2026). Eco-friendly rapeseed protein-chitosan hybrid nanocomposite films for active food packaging and preservation. *Food Hydrocolloids*, 170, article number 111672. doi: [10.1016/j.foodhyd.2025.111672](https://doi.org/10.1016/j.foodhyd.2025.111672).
- [2] Aguiar, F.M., Daniel, J., & De Camargo Fiorini, P. (2021). [Maturity models for sustainability: A review of ongoing research streams](#). In B.F. Giannetti, C.M.V.B. Almeida, & F. Agostinho (Eds.), *Advances in Cleaner Production, Proceedings of the 10h International Workshop* (pp. 627-635). Ferrara: Advances in Cleaner Production Network.
- [3] Akbar, U., Altaf, A., Mondol, S.A., Sidiqi, U.S., Dar, A.H., Dash, K.K., & Bashir, I. (2025). Almond shell utilization in next-generation biocomposite packaging: A review. *Trends in Food Science & Technology*, 164, article number 105258. doi: [10.1016/j.tifs.2025.105258](https://doi.org/10.1016/j.tifs.2025.105258).
- [4] Amornkitbamrung, L., Thanawinitcharoen, A., Lertvachirapaiboon, C., Ahn, C.-H., Ekgasit, S., & Rimdusit, S. (2025). Eco-friendly water barrier coating for paper packaging: Harnessing bio-calcium carbonate from mussel shell waste. *Cleaner Materials*, 16, article number 100318. doi: [10.1016/j.clema.2025.100318](https://doi.org/10.1016/j.clema.2025.100318).
- [5] Amrita, D., & Ashok, S.D. (2025). Policy pathways utilizing extended producer responsibility and eco-modulation frameworks for sustainable food packaging waste management in India: A review. *Results in Engineering*, 26, article number 104885. doi: [10.1016/j.rineng.2025.104885](https://doi.org/10.1016/j.rineng.2025.104885).
- [6] Azimi, N.R., Sonchaeng, U., Leelaphiwat, P., Tongdeesoontorn, W., & Bumbudsanpharoke, N. (2025). Comparative study of packaging performance: Thermoplastic starch blends and polyester blends for biodegradable personal care packaging. *International Journal of Biological Macromolecules*, 320(1), article number 145739. doi: [10.1016/j.ijbiomac.2025.145739](https://doi.org/10.1016/j.ijbiomac.2025.145739).
- [7] Biby, S.R., Surendran, V., & Kundanati, L. (2025). Mycelium biocomposites from agricultural and paper waste: Sustainable alternative to plastic foam based secondary packaging. *Bioresource Technology Reports*, 31, article number 102177. doi: [10.1016/j.biteb.2025.102177](https://doi.org/10.1016/j.biteb.2025.102177).
- [8] Blyzniuk, M. (2015). [Ecological design: Theoretical foundations, principles, educational component](#). *Bulletin of the Lviv National Academy of Arts*, 33, 141-153.
- [9] Carvalho, F.M., Forner, R.A.S., Ferreira, E.B., Behrens, J.H. (2025). Packaging colour and consumer expectations: Insights from specialty coffee. *Food Research International*, 208, article number 116222. doi: [10.1016/j.foodres.2025.116222](https://doi.org/10.1016/j.foodres.2025.116222).
- [10] Charlie Stopford Design. (n.d.). *Miyako Green Tea: Visual identity design for a Japanese green tea brand*. Retrieved from <https://www.charliestopford.com>.
- [11] Clark, A., & Wright, K. (2023). *A crowd-funded startup is making a coffee cup that can be eaten*. Retrieved from: <https://www.bloomberg.com>.
- [12] Dang, X., Han, S., & Wang X. (2025). Versatile corn starch-based sustainable food packaging with enhanced antimicrobial activity and preservative properties. *Journal of Colloid and Interface Science*, 694, article number 137698. doi: [10.1016/j.jcis.2025.137698](https://doi.org/10.1016/j.jcis.2025.137698).
- [13] Designboom. (2020). *Wenwen fan develops colorful seaweed wrappers as alternative, edible food packaging*. Retrieved from <https://www.designboom.com>.
- [14] Dogruoglu, H., Yildiz, M., & Erbil, H.Y. (2023). *Sol-gel and gel-sol transitions of biodegradable Chlorella-k-carrageenan composites: Photon transmission study*. arXiv. doi: [10.48550/arXiv.2401.09429](https://doi.org/10.48550/arXiv.2401.09429).
- [15] Geyman, M. (2020). *How mushrooms could help solve the beauty industry's waste problem*. Retrieved from <https://www.vogue.com>.
- [16] Goodrich, N. (2022). *Designing packaging to prevent & divert food waste*. Retrieved from <https://sustainablepackaging.org>.

- [17] Goodrich, N., & Robinson, S. (2025). *What would it take to recycle flexible films curbside?* Retrieved from <https://greenblue.org>.
- [18] Grossman, A. (2022). *This plastic packaging can turn into soil within six months.* Retrieved from <https://nocamels.com>.
- [19] Hua, M., Jiang, C., Zahid, H.M., Pan, Y., Yu, P., Li, X., Yao, L., Gao, C., & Pan, G. (2025). High-performance biodegradable polylactide films with nano-reinforced stereo-complex polylactide and layered crystalline structures for eco-friendly packaging applications. *International Journal of Biological Macromolecules*, 313, article number 144165. doi: 10.1016/j.ijbiomac.2025.144165.
- [20] Hussain, S., Akhter, R., & Maktedar, S.S. (2024). Advancements in sustainable food packaging: From eco-friendly materials to innovative technologies. *Sustainable Food Technology*, 2, 1297-1364. doi: 10.1039/d4fb00084f.
- [21] Jafarzadeh, S., Qazanfarzadeh, Z., Parandi, E., Esmaeili, Y., Barrow, C.J., Timms, W., & Naebe, M. (2025). Eco-friendly plastics from cereal-derived by-products and waste: A circular economy approach for sustainable packaging. *Materials Today Chemistry*, 47, article number 102782. doi: 10.1016/j.mtchem.2025.102782.
- [22] Jain, P., Gupta, D., Kaur, H., Singh, S., & Gaikwad, K.K. (2025) Advanced anti-counterfeit inks in food packaging: A comprehensive review focusing on functional materials to digital integration. *Trends in Food Science & Technology*, 164, article number 105229. doi: 10.1016/j.tifs.2025.105229.
- [23] Kajla, P., Chaudhary, V., Dewan, A., Punia Bangar, S., Ramniwas, S., Rustagi, S., & Pandiselvam, R. (2024). Seaweed-based biopolymers for food packaging: A sustainable approach for a cleaner tomorrow. *International Journal of Biological Macromolecules*, 274 (1), article number 133166. doi: 10.1016/j.ijbiomac.2024.133166.
- [24] Khalil, A.H.P.S., et al. (2017). Seaweed based sustainable films and composites for food and pharmaceutical applications: A review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 77, 353-362. doi: 10.1016/j.rser.2017.04.025.
- [25] Khan, R. (2025). Mycelium-based bioproducts: A novel material for a sustainable economy – a comprehensive review. *The Microbe*, 8, article number 100439. doi: 10.1016/j.microb.2025.100439.
- [26] Khezerlou, A., Sani, M.A., & Rhim, J.-W. (2025). Genipin crosslinked polysaccharide packaging films: An eco-friendly and innovative strategy to improve the performance of food packaging materials. *Carbohydrate Polymer Technologies and Applications*, 9, article number 100732. doi: 10.1016/j.carpta.2025.100732.
- [27] Laszlo, C., Ladki, A.L., & Weiner, A. (2013). Ecovative Design LLC: A Biological Materials Startup. Case Western/Ivey. Retrieved from: <https://www.iveypublishing.ca/s/product/ecovative-design-llc-a-biological-materials-startup/01t5c00000CwjXmAAJ>
- [28] Liu, C., Samsudin, M.R., & Zou, Y. (2025). The impact of visual elements of packaging design on purchase intention: Brand experience as a mediator in the tea bag product category. *Behavioral Sciences*, 15(2), article number 181. doi: 10.3390/bs15020181.
- [29] Mahmud, R.U., Darda, M.A., Hossain, M.T., Habib, M.A., Nag, R.K., & Sarker, M.P. (2025). Fabrication of waste cotton reinforced corn and potato starch sustainable bioplastics for eco-friendly packaging material. *Sustainable Chemistry for the Environment*, 11, article number 100286. doi: 10.1016/j.scsenv.2025.100286.
- [30] Marichelvam, M.K., Kanadakodeeswaran, K., Dheenesh, D., Easwarapandiyan, S., & Lokeshkumar B. (2025). Developing eco-friendly bio-plastics from natural sources for sustainable packaging. *Sustainable Chemistry and Pharmacy*, 46, article number 102105. doi: 10.1016/j.scp.2025.102105.
- [31] Mittal, B. (2025). *The future of packaging: From disposable to desirable.* Retrieved from <https://www.linkedin.com>.
- [32] Mitterer-Daltoé, M.L., Baroni, K.C., Oldoni, T.C., Kaushik, N., Choudhary, S., & Bilck, A.P. (2024). Biodegradable packaging with natural colorants added to increase the consumption of eco-friendly packaging. *Journal of Cleaner Production*, 477, article number 143894. doi: 10.1016/j.jclepro.2024.143894.
- [33] Neacșu, N.A. (2025). *The role of packaging in brand attachment.* *Bulletin of the Transilvania University of Braşov. Series V: Economic Sciences*, 18(1), 20-28. doi: 10.31926/but.es.2025.18.67.1.2.
- [34] Nèjè, J. (n.d.). *34 of the best interactive package designs ever.* Retrieved from <https://www.boredpanda.com>.
- [35] Packaging of the World. (2015). *Magico coffee (student project).* Retrieved from <https://packagingoftheworld.com>.
- [36] Packaging of the World. (2019). *Chalen Tea.* Retrieved from <https://packagingoftheworld.com>.
- [37] Pant, R., Ramesh, B., Kalpana, K., Sharma, N., Gupta, G., Brar, M., Kulshreshtha, K., & Adnan, M.M. (2024). Sustainable packaging design using life cycle thinking. *E3S Web of Conferences*, 581, article number 01034. doi: 10.1051/e3sconf/202458101034.
- [38] Peydayesh, M., Bagnani, M., & Mezzenga, R. (2021). Sustainable bioplastics from amyloid fibril-biodegradable polymer blends. *ACS Sustainable Chemistry & Engineering*, 9(35), 11916-11926. doi: 10.1021/acssuschemeng.1c03937.
- [39] Qiu, Q., Wang, X., & Otani, M. (2023). *Multimodal color recommendation in vector graphic documents.* *arXiv*. doi: 10.48550/arXiv.2308.04118.
- [40] Remonato, F. (2014). *100% local, product service system design.* Retrieved from <https://www.behance.net>.

- [41] Sheth, S. (2024). *Your next package might be cushioned by upcycled grain husk instead of plastic styrofoam*. Retrieved from <https://www.yankodesign.com>.
- [42] Shukla, P., Singh, J., & Wang, W. (2022). The influence of creative packaging design on customer motivation to process and purchase decisions. *Journal of Business Research*, 147, 338-347. doi: 10.1016/j.jbusres.2022.04.026.
- [43] Skliarenko, N.V., Didukh, A.S., Rainysh, V.V., Kolosnichenko, O.V., & Chuprina, N.V. (2021). From waste to usefulness: Packaging design as a by-product. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 16(5), 487-494. doi: 10.18280/ij dne.160502.
- [44] Skliarenko, N.V., Kolosnichenko, M.V., Didukh, A.S., Kolosnichenko, O.V., & Remenieva, T.V. (2022). Living visual communication design toward to sustainable development: Conceptual framework and ecological strategies. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 17(6), 875-882. doi: 10.18280/ij dne.170607.
- [45] StickerYou. (2018). *5 ways to brand your health and beauty business*. Retrieved from <https://www.stickeryou.com>.
- [46] Szaky, T. (2023). *What's needed to scale reuse*. Retrieved from <https://www.packworld.com>.
- [47] Vandellook, S., Elsacker, E., Van Wylick, A., De Laet, L., & Peeters, E. (2021). Current state and future prospects of pure mycelium materials. *Fungal Biology and Biotechnology*, 8, article number 20. doi: 10.1186/s40694-021-00128-1.
- [48] Wang, X., Chen, J., Ma, C., & Jiang, Y. (2024). *Simpler is greener: The impact of packaging visual complexity on products' eco-friendliness perception*. *Psychology & Marketing*, 41(12), 2992-3008. doi: 10.1002/mar.22096.
- [49] Wilber, D. (2010). Book review: Cradle to cradle. Remaking the way we make things. *Environmental Practice*, 12(1), 92-94. doi: 10.1017/S1466046609990494.
- [50] Wimmer, W., Züst, R., & Lee, Kun-Mo. (2004). *EcoDesign implementation: A systematic guidance on integrating environmental considerations into product development*. New-York: Springer.
- [51] Wonderfruit. (2023). *No single-use cups at Wonderfruit*. Retrieved from <https://wonderfruit.co>.
- [52] Xu, Y., Wu, Z., Li, A., Chen, N., Rao, J., & Zeng, Q. (2024). Nanocellulose composite films in food packaging materials: A review. *Polymers*, 16(3), article number 423. doi: 10.3390/polym16030423.
- [53] Yang, Y.-C., & Zhao, X. (2019). Exploring the relationship of green packaging design with consumers' green trust, and green brand attachment. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 47(8), 1-10. doi: 10.2224/sbp.8181.
- [54] Zeng, T., & Durif, F. (2019). *The influence of consumers' perceived risks towards eco-design packaging upon the purchasing decision process: An exploratory study*. *Sustainability*, 11(21), article number 6131. doi: 10.3390/su11216131.

Інноваційні принципи проектування екологічно безпечного пакування

Наталія Скляренко

Доктор мистецтвознавства, професор
Луцький національний технічний університет
43000, вул. Львівська, 75, м. Луцьк, Україна
<https://orcid.org/0000-0001-9188-1947>

Богдана Собко

Магістр
Київський національний університет технологій та дизайну
вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, 01011, Україна
<https://orcid.org/0009-0002-4384-6746>

Ольга Романюк

помічник
Луцький національний технічний університет
43000, Україна, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
<https://orcid.org/0000-0003-1691-0140>

Анотація. Метою роботи було визначення інноваційних принципів дизайну упаковки, що поєднують функціональність, естетику та екологічну відповідальність, сприяючи поширенню культури сталого споживання. У роботі застосовано системний підхід до проектування екологічної упаковки, що

ґрунтується на інтеграції методів аналітико-порівняльного, функціонального та морфологічного аналізу й охоплює міждисциплінарні дослідження у сферах дизайну, екології, матеріалознавства, маркетингу, психології споживання тощо. Системний аналіз екоупаковки дозволив сформулювати три принципи її проєктування: використання біорозкладних матеріалів, багатофункціональність та візуалізація природної естетики. Доведено, що ключовим напрямом інновацій є створення упаковки з біорозкладних матеріалів (папір, тканина, деревина, рослинна сировина, біопластик, комбіновані матеріали), здатних до природного розкладання без утворення шкідливих для довкілля відходів. Обґрунтовано сутність принципу багатофункціональності, продемонстровано можливості дизайну екоупаковки формувати нові способи взаємодії з людьми та продуктами (істівна упаковка, упаковка-трансформер, упаковка-органайзер, ароматизована упаковка). Встановлено, що принцип візуалізації природної естетики підкреслює екологічну спрямованість продукту та формує екосвідому поведінку споживача засобами дизайну. Розглянуті принципи забезпечують системне проєктування, спрямоване на сталий розвиток природного середовища, мінімізацію негативного впливу на довкілля та підвищення естетичної привабливості. Результати дослідження окреслюють перспективи впровадження інноваційних стратегій у діяльність підприємств, що прагнуть поєднати економічну ефективність із турботою про довкілля. Практичні результати дослідження відкривають можливості для створення концептуальних моделей екоупаковки, що демонструють синтез функціональності, естетики та екологічної відповідальності.

Ключові слова: дизайн упаковки; екодизайн; дизайн для сталого розвитку; дизайн візуальних комунікацій; біорозкладні матеріали; вторинна сировина; життєвий цикл упаковки



Етапи еволюції дизайну виставкового простору: від об'єктної демонстрації до досвідно-орієнтованих та цифрових моделей

Руслана Хиневич*

Кандидат технічних наук, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну
01011, вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0000-0002-3130-5785>

Михайло Твердий

Аспірант
Київський національний університет технологій та дизайну
01011, вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, Україна

<https://orcid.org/0009-0007-1701-4491>

Анотація. Актуальність дослідження зумовлена переходом виставкового простору від моделі демонстрації об'єктів до організації цілісного досвіду відвідувача, у якому взаємодіють просторові, комунікативні, цифрові, інклюзивні та екологічні чинники. Мета роботи полягає у систематизації етапів еволюції дизайну виставкового простору та визначенні проєктних наслідків цієї еволюції для сучасної музейної, культурної та комерційної практики. Дослідження ґрунтується на сукупності методологічних інструментів: системному аналізі, історико-типологічному, аналітичному, порівняльному та культурологічному методах. Методологія базується на двоступеневому алгоритмі: на першому кроці за допомогою контент-аналізу виділено ключові маркери еволюції (адресат, публічність, модель експонування, логіка маршруту, інтерпретація, медіація, участь відвідувача); на другому – здійснено хронологічне групування стадій. Обґрунтовано комплексну періодизацію еволюції дизайну виставкового простору, що охоплює шість послідовних стадій – від приватно-колекційного та публічно-музейного до індустріально-видовищного, професіоналізованого, наративно-людиноцентричного й сучасного цифрово-гібридного, інклюзивного та сталого середовища. Виявлено ключові закономірності: поступове зміщення проєктного центру від експоната до системи взаємодії з відвідувачем, кумулятивне нашарування попередніх моделей та розширення меж об'єкта проєктування. Практична цінність полягає в розробці комплексної аналітичної моделі, що інтегрує історичні типи виставкового середовища з актуальними вимогами дизайну, яка може бути використана для кураторського планування, аналізу, оцінювання та проєктування сучасних експозиційних середовищ.

Ключові слова: дизайн; музей; інновації; цифрові технології; культурний простір; інклюзивність; сталий розвиток

ВСТУП

У сучасному науковому дискурсі виставковий простір дедалі частіше розглядається не як нейтральна оболонка для демонстрації експонатів, а як комплексно організоване середовище взаємодії між об'єктом, простором і відвідувачем. Такий підхід зумовлений змінами у способах сприйняття інформації, розвитком цифрових

медіа, поширенням інтерактивних форматів, а також зростанням вимог до доступності, мультимодальності й екологічної відповідальності. Унаслідок цього виставковий дизайн сьогодні оцінюється не лише за композиційною виразністю чи технічною якістю експозиції, а й за здатністю організовувати маршрут, структурувати інтерпретацію, формувати емоційно й пізнавально насичений

Suggested Citation:

Хиневич, Р., & Твердий, М. (2026). Етапи еволюції дизайну виставкового простору: від об'єктної демонстрації до досвідно-орієнтованих та цифрових моделей. *Art and Design*, 9(3), 56-65. doi: 10.30857/2617-0272.2026.3.5.

*Corresponding author



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

досвід та забезпечувати інклюзивну взаємодію з різними групами аудиторії (Liu & Sutunarak, 2024; Shehade & Stylianou-Lambert, 2020).

Актуальність дослідження зумовлена тим, що сучасні трансформації виставкового простору неможливо повноцінно пояснити без звернення до його історичної еволюції. Зміни у функціях музею, характері публічності, логіці експонування, ролі інтерпретації та ступені технологічної медіації формувалися поступово привели до становлення сучасної моделі виставкового середовища як людиноцентричної, цифрової, інклюзивної та сталої системи. Водночас у науковій літературі окремі аспекти цієї проблематики – когнітивне залучення, імерсивні технології, універсальний дизайн, цифрова доступність або сталість – зазвичай розглядаються фрагментарно, тоді як питання цілісної етапізації розвитку дизайну виставкового простору потребує додаткового узагальнення.

Мета статті полягає у систематизації етапів еволюції дизайну виставкового простору та визначенні сучасних векторів його розвитку. Для досягнення поставленої мети передбачено такі завдання: виявити логіку переходу від об'єктно-орієнтованої демонстрації до досвідно-орієнтованих моделей; уточнити проєктні характеристики окремих етапів розвитку виставкового середовища; окреслити роль цифрових, інклюзивних і сталих практик у сучасному виставковому дизайні. Наукова новизна дослідження полягає в тому, що: вперше розроблено цілісну шестиступеневу періодизацію еволюції дизайну виставкового простору на основі трансформації моделей взаємодії між експонатом, простором, інформацією та відвідувачем; отримали подальший розвиток теоретичні положення про виставкове середовище як сценарно організовану систему з урахуванням цифрової медіації, інклюзивності та принципів сталого життєвого циклу; удосконалено науково-методичний підхід до кураторського планування та проєктування сучасних виставкових середовищ шляхом поєднання історико-типологічного аналізу з концепціями досвіду відвідувача (*visitor experience*).

У такій постановці проблеми йдеться не лише про історичний опис змін у виставковій практиці, а й про виявлення тих проєктних механізмів, через які ці зміни відбувалися. Для сучасного дизайну виставкового простору принципово важливо простежити, як саме трансформувалися відносини між експонатом, простором, інформацією та відвідувачем, оскільки саме в цій взаємодії закладаються засади подальших рішень щодо маршруту, навігації, сценарію сприйняття, мультимедійного супроводу, рівня залучення аудиторії та характеру інтерпретації (Krukar & Dalton, 2020; Shehade & Stylianou-Lambert, 2020). Інакше кажучи, історія виставкового середовища є

не фоновим контекстом, а методологічним ресурсом для розуміння сучасного стану галузі.

Для дизайнерської та кураторської практики це має особливе значення, оскільки сучасний виставковий простір дедалі частіше функціонує в умовах поєднання різних режимів взаємодії: експозиція повинна бути одночасно інформативною, візуально цілісною, доступною для різних груп відвідувачів, технологічно гнучкою та придатною до інтеграції в ширше цифрове середовище. Саме тому етапізація еволюції дизайну виставкового простору дозволяє не тільки впорядкувати історичний матеріал, а й виявити, які характеристики є спадковими, які – зумовлені конкретною культурною ситуацією, а які – визначають напрям подальшого розвитку виставкового середовища (Neo & Lee, 2025; Rasmussen *et al.*, 2022). У цьому сенсі дослідження спрямоване на формування цілісного теоретичного підґрунтя, придатного для осмислення як історичних, так і сучасних виставкових практик.

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРИ

Проблематика дизайну виставкового простору у сучасному науковому полі висвітлюється у кількох взаємопов'язаних напрямках: історія музею й виставки, просторово-композиційна організація експозиції, когнітивні та поведінкові аспекти досвіду відвідувача, цифрові та мультимодальні інструменти, інклюзивні рішення, а також сталі підходи до проєктування виставкових середовищ.

У вітчизняному контексті важливими є праці, присвячені композиційним та комунікативним особливостям експозиційного простору. Так, В. Абізов & А. Сідорова (2020) розглядають внутрішній виставковий простір як композиційно організовану систему, у якій архітектурно-просторові та візуальні засоби забезпечують цілісність сприйняття. В. Маланюк (2024) акцентує увагу на інноваційних технологіях у сучасних корпоративних музеях, підкреслюючи значення мультимедійності, інтерактивності та сценарного підходу у взаємодії з аудиторією. Близьким до цього напрямку є дослідження М. Твердого & Р. Хиневич (2025), у якому виставковий простір осмислюється як мультимедійне середовище, що поєднує просторові, цифрові та комунікативні компоненти.

Історичний вимір розвитку виставкового середовища розкрито у працях, присвячених становленню музею як соціокультурної інституції та трансформації його просторових функцій. С.Н. Rasmussen *et al.* (2022) простежують інституційне формування музеїв у скандинавському контексті, а J.-Y. Neo & J. N. Lee (2025) аналізують розширення ролі музею у зв'язку зі змінами його просторової організації. Для осмислення ранніх форм колекціонування важливими є праці J. Freedman (2021) і L. Tarp

(2018), які показують, що кабінети рідкісностей були не лише формою збирання предметів, а й особливим способом організації знання, соціального престижу та візуальної комунікації. У свою чергу, M. Fleming (2021), A. Smith et al. (2025), а також J. Monclús & C. Díez-Medina (2025) висвітлюють трансформацію виставки у масштабну подію індустріальної та урбаністичної культури, що важливо для розуміння індустріально-видовищного етапу еволюції виставкового дизайну.

Когнітивний і поведінковий виміри досвіду відвідувача репрезентовані низкою сучасних досліджень, у яких увага зосереджена на зв'язку між просторовою організацією експозиції та сприйняттям. J. Krukar & R. C. Dalton (2020) доводять, що видимість і ко-видимість експонатів впливають на когнітивне залучення відвідувачів, а J. C. F. De Winter et al. (2022) показують закономірності розподілу уваги під час споглядання візуального твору. B. D. Jee & F. K. Anggoro (2021) розглядають експозицію як середовище підтримки пізнавальних зв'язків і навчання. Сукупно ці праці засвідчують, що маршрут, щільність експонування, читабельність і просторові взаємозв'язки між об'єктами безпосередньо впливають на інтерпретацію та запам'ятовування.

Окремий блок літератури стосується цифрових і мультимодальних аспектів сучасного виставкового дизайну. M. Shehade & T. Stylianou-Lambert (2020) розглядають VR у музеях як інструмент переосмислення оповіді та досвіду відвідувача. E. Anastasovitis et al. (2024) пропонують цілісне бачення цифрової музеології, що поєднує імерсивність, мультисенсорність і доступність. Систематичний огляд досліджень дизайну онлайн-музеїв засвідчує, що сучасна проблематика цифрового музейного середовища охоплює не лише технологічні рішення, а й поведінку користувачів, доступність, автентичність, імерсивність та прийняття технологій (Yezhova et al., 2025). Q. Liu & C. Sutunyarak (2024) доводять, що ефективність імерсивних технологій залежить від якості їх інтеграції у логіку відвідування. M. Glaser et al. (2025) аналізують вплив просторових аудіогідів на навчальні результати, а S. Paananen (2024) акцентує увагу на співпроектуванні інтерактивних технологій для культурної спадщини. Таким чином, цифровізація у сучасному виставковому дизайні постає не як додатковий ефект, а як важливий інструмент організації взаємодії, інтерпретації та персоналізації досвіду.

Інклюзивний і сталий виміри також посідають важливе місце в сучасних дослідженнях. X. Wang et al. (2022) демонструють можливості цифрових навігаційних систем для незрячих відвідувачів; K. Kasemsarn & F. Nickpour (2025) аналізують універсальний дизайн у поєднанні з цифровим сторітелінгом як стратегію роботи з різними аудиторіями; I. Drivas & E. Vraimaki (2025)

розглядають вебресурси музею як продовження досвіду відвідування у цифровому середовищі. Проблематику сталості розкривають D. Crippa et al. (2025), які трактують її як один із базових кодів сучасного виставкового дизайну, а також C. Dalle Nogare & M. Murzyn-Kupisz (2024), котрі пов'язують цифровізацію, сервісність і дружність до відвідувача з новими критеріями оцінювання музейної інституції.

Отже, огляд літератури засвідчує, що сучасний виставковий дизайн доцільно розуміти як міждисциплінарну систему, у якій просторові, комунікативні, когнітивні, технологічні, соціальні та екологічні компоненти функціонують у тісному взаємозв'язку. Саме така аналітична модель є продуктивною для побудови етапізації еволюції дизайну виставкового простору та для пояснення його сучасних трансформацій.

■ МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

Основним методологічним підходом обрано системний аналіз, який дозволив дослідити виставковий простір не як нейтральну оболонку для експонатів, а як складний комплекс просторових, комунікативних, когнітивних, цифрових, інклюзивних та екологічних засобів взаємодії, їхні внутрішні взаємозв'язки і функціонування в межах єдиної цілісної системи. Для досягнення поставленої мети та забезпечення достовірності висновків було застосовано комплекс взаємодоповнюючих методів: теоретичного аналізу і синтезу, історико-типологічний, порівняльний, структурно-функціональний та культурологічний.

Методологія отримання основного наукового результату – узагальненої періодизації еволюції дизайну виставкового простору – ґрунтується на послідовному двоступеневому алгоритмі. На першому етапі за допомогою аналітичного опрацювання та контент-аналізу джерельної бази було виділено ключові аналітичні маркери еволюції: тип адресата експозиції, характер публічності, домінантна модель експонування, логіка побудови просторового маршруту, роль інтерпретації, ступінь технологічної медіації та рівень участі відвідувача. На другому етапі із залученням історико-типологічного та порівняльного методів здійснено систематизацію та групування матеріалу за хронологічними фазами, що уможливило виявлення закономірностей переходу від об'єктно-орієнтованої демонстрації до людиноцентричних та цифрово-гібридних моделей.

Матеріалом для дослідження стали фахові публікації присвячені проблемам історії музеїв і виставок, когнітивного залучення відвідувачів, імерсивних медіа, цифрової доступності, інклюзивного та сталого проектування, а також репрезентативні історичні праці й кейси, що висвітлюють ранні форми колекціонування (кабінети рідкісностей).

тей) і становлення експозиційного дизайну XIX–XX століть. Відбір інформаційних джерел здійснювався за критеріями тематичної релевантності, наукової рецензованості та репрезентативності для окремих етапів еволюції. Спеціалізовані міжнародні наукометричні бази даних та пошукові платформи (Scopus, Web of Science, Google Scholar) використовувалися для пошуку джерел інформації, проведення цитатного аналізу, доступу до архівів відкритого доступу із застосуванням ключових слів, пошукових операторів та алгоритмів фільтрації контенту, що відповідає профільним інтересам дослідження.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Проведений аналіз дав змогу встановити, що історичні трансформації виставкового простору доцільно описувати не лише як зміну стилів оформлення, типів обладнання або технологій експонування, а як послідовну зміну домінантної моделі взаємодії між експонатом, простором, інформацією та відвідувачем. На основі визначених критеріїв запропоновано шестиступеневу аналітичну періодизацію еволюції дизайну виставкового простору (Таблиця 1).

Таблиця 1. Етапи еволюції дизайну виставкового простору та їхні основні характеристики

Етап	Хронологічні межі	Ключові характеристики
Приватно-колекційний	XVI–XVII ст.	Приватна демонстрація колекції; групування предметів, шафи й вітрини, візуальні домінанти, поєднання статусної та пізнавальної функцій.
Публічно-музейний	Кінець XVIII – перша половина XIX ст.	Розширення доступу до колекцій; становлення музею як публічної культурно-освітньої інституції; систематизована організація експозиції; формування послідовності огляду, просторового зонування та пояснювальних засобів; орієнтація на сприйняття ширшою аудиторією.
Індустріально-подієвий	Середина XIX – початок XX ст.	Розширення масштабу виставкового проектування; павільйонна організація, тематичне зонування, відкриті публічні простори; організація маршрутів і масових потоків; посилення комунікативної, репрезентативної та подієвої функцій виставкового середовища.
Професіоналізація виставкового дизайну	XX ст.	Перехід від локальних рішень з оформлення та розміщення експонатів до комплексного професійного проектування; взаємодія просторової структури, експозиційного обладнання, освітлення, графіки, типографіки, текстових матеріалів і навігації; утвердження системного підходу та розширення професійної ролі дизайнера.
Наративно-людиноцентричний	Кінець XX – початок XXI ст.	Переорієнтація проектування на процес сприйняття та інтерпретації змісту відвідувачем; формування смислової послідовності, просторових переходів і маршрутів; урахування уваги, орієнтації, пізнавального залучення та запам'ятовування; зростання ролі відвідувача як активного учасника інтерпретації експозиції.
Цифровий, мультимодальний, інклюзивний і сталий	XXI ст.	Інтеграція фізичного й цифрового середовищ; використання VR, цифрових інтерфейсів, просторового аудіо, мобільних і вебресурсів; розширення взаємодії за межі фізичної експозиції; урахування різних груп користувачів і принципів доступності; модульність, повторне використання та врахування життєвого циклу виставкових рішень.

Джерело: систематизовано авторами

У наукових джерелах існують періодизації окремих форм виставкової діяльності. Так, A. Smith *et al.* (2025), аналізуючи історіографію International Expos, наводять запропонований J. Monclús поділ міжнародних виставок відповідно до характеру їхнього містобудівного впливу на історичний період (1851–1929 рр.), модерний (1930–1990 рр.) та постмодерний періоди (після 1990 р.). Така схема не охоплює ранні колекційні форми, музейний виставковий дизайн, когнітивні аспекти сприйняття, цифрову медіацію, інклюзивність і сталість.

На відміну від наявних у літературі локальних періодизацій, запропонована в цьому дослідженні шестиступенева періодизація є результатом авторського синтезу. Вона охоплює не лише подієві формати XIX–XXI ст., а й еволюцію внутрішньо-просторових засобів експонування –

від ранніх приватних колекцій до сучасних цифрових та сталих середовищ. Методологічно таблиця побудована на основі систематизації джерельної бази за критеріями зміни моделі взаємодії між експонатом, простором, інформацією та відвідувачем.

Відмінність запропонованого підходу полягає у зміні об'єкта та критерію періодизації. У центрі аналізу перебуває не окремий тип виставкової події, а еволюція принципів проектування виставкового середовища. На цій основі було визначено шість етапів, кожен із яких характеризується специфічним співвідношенням між функцією експоната, характером публічності, просторовою організацією, інтерпретацією, технологіями та участю відвідувача.

В таблиці 1 узагальнено результати порівняльного аналізу джерел за визначеними

вище параметрами. Назви етапів і їх групування сформульовано на основі виявлених змін у принципах організації виставкового середовища. Проаналізовані вище джерела не містять запропонованої періодизації в готовому вигляді, а підтверджують окремі історичні процеси та характеристики, синтезовані у межах відповідних етапів.

Порівняння шести етапів дозволило виявити три взаємопов'язані закономірності. Перша полягає у поступовому зміщенні проектного центру від експоната до системи взаємодії з відвідувачем. Якщо для ранніх колекцій визначальним було зібрання та демонстрування предметів, то в подальшому дедалі більшого значення набували організація руху, інтерпретація, когнітивне залучення, доступність і можливість вибору способу взаємодії.

Друга закономірність полягає у нашаруванні, а не повному витісненні попередніх моделей. Вітринна демонстрація, систематичне групування, маршрутність, сценографічність або павільйонний принцип, сформовані на попередніх етапах, продовжують використовуватися в сучасних експозиціях. Інновація проявляється не у відмові від цих засобів, а у зміні їхньої функції та способів поєднання.

Третя закономірність – розширення меж самого об'єкта проектування. Від проектування місця розташування експонатів виставковий дизайн поступово переходить до організації цілісної системи контактів, яка охоплює фізичний простір, інформаційні та навігаційні елементи, цифрові інтерфейси, онлайн-комунікацію, доступність і життєвий цикл конструкцій. Саме ці закономірності, а не окремі стилістичні зміни, являють собою основну траєкторію еволюції дизайну виставкового простору.

Від приватної колекції до публічного музею.

Аналіз джерел, присвячених ранньомодерному колекціонуванню, показує, що приватні колекції цього періоду виконували одночасно пізнавальну, репрезентативну та статусну функції. На прикладі Museum Wormianum L. Tarp (2018) розглядає колекцію XVII ст. у контексті збирання й навчання. Вчені С. Н. Rasmussen *et al.* (2022), простежуючи історію скандинавських музеїв, також починають її огляд з королівських Kunstkammer і ранніх колекцій. J. Freedman (2021), аналізуючи мотиви колекціонування, показує історичну мінливість цілей, з якими створювалися зібрання.

На основі зіставлення цих положень виділено приватно-колекційний етап. Визначення «приватний» у цьому разі характеризує насамперед режим доступу: зібрання ще не функціонує як загальнодоступна музейна інституція. Домінантною є предметоцентрична модель, у якій структура простору підпорядковується накопиченню, групуванню та демонстрації речей.

Перехід до публічно-музейної моделі був пов'язаний не лише зі зміною інституційного статусу колекцій, а й із поступовим розширенням доступу до них та формуванням музею як публічної культурно-освітньої інституції (Rasmussen *et al.*, 2022). Розширення суспільних функцій музею супроводжувалося трансформаціями його просторової організації та способів взаємодії з відвідувачами (Neo & Lee, 2025). Зіставлення цих процесів дало підстави визначити одну з ключових ознак публічно-музейного етапу: перехід від організації приватного зібрання до просторово впорядкованої експозиції, розрахованої на сприйняття ширшою аудиторією.

Для публічно-музейного етапу характерним стає систематизований підхід до організації експозиції: впорядкування колекцій, формування послідовності огляду, просторове зонування та використання пояснювальних засобів, орієнтованих на зрозуміле представлення матеріалу аудиторії. Таким чином, критерієм розмежування приватно-колекційного та публічно-музейного етапів є не лише зміна характеру доступу до зібрання, а й переорієнтація принципів його просторової організації на потреби відвідувача. Експозиція поступово перестає бути лише способом демонстрації колекції та набуває функції структурованого представлення й інтерпретації її змісту.

Індустріально-подієвий етап: від показу до середовища масової події. Наступний етап еволюції виставкового простору пов'язаний із розвитком міжнародних промислових і всесвітніх виставок XIX – початку XX століття. Вони набули значення масштабних публічних подій, у межах яких демонстрація технологічних досягнень і промислової продукції поєднувалася з національною репрезентацією, комунікацією та трансформацією міського середовища (Smith *et al.*, 2025). Просторова організація таких виставок охоплювала не лише окремі експозиції, а й павільйонні комплекси, відкриті громадські простори та систему переміщення значних потоків відвідувачів (Monclús & Díez-Medina, 2025). Водночас розвиток виставкового представлення науки й технологій посилював значення просторових засобів як складової формування змісту та способу його сприйняття (Fleming, 2021).

Комплексний розгляд зазначених процесів дозволив виокремити індустріально-подієвий етап, для якого характерним стає розширення самого масштабу виставкового проектування. Предметний показ перестає бути єдиним центром організації середовища: поряд із ним дедалі більшого значення набувають архітектура павільйонів, тематичне зонування, організація маршрутів і потоків, відкриті публічні простори та засоби візуальної комунікації.

Таким чином, критерієм переходу до цього етапу є зміщення від локальної організації показу

окремих об'єктів до проектування цілісного середовища, розрахованого на масове відвідування та комплексне представлення змісту. Виставковий простір починає виконувати не лише демонстраційну, а й комунікативну, репрезентативну та подієву функції, що створює передумови для подальшого формування виставкового дизайну як самостійної проектної діяльності.

Професіоналізація виставкового дизайну у ХХ столітті. У ХХ столітті відбувається поступовий перехід від локальних рішень з оформлення та розміщення експонатів до комплексного професійного проектування виставкового середовища. Особливо виразно цей процес простежується у музейній практиці після Другої світової війни, коли виставковий дизайн починає формуватися як окрема сфера професійної діяльності, а роль дизайнера у створенні експозиції набуває більшої самостійності (Wintle, 2022). Розвиток виставкових практик науки й техніки у ХХ столітті також засвідчує посилення значення просторової організації як засобу представлення та інтерпретації змісту, а не лише фізичного розміщення експонатів (Fleming, 2021). У результаті експозиційний простір дедалі менше сприймається як нейтральне тло і дедалі більше – як активний компонент формування змісту виставки.

Аналіз наведених тенденцій дозволяє визначити однією з ключових ознак етапу професіоналізації розширення самого предмета проектної діяльності. Якщо на попередніх етапах основна увага зосереджувалася на демонстрації та впорядкуванні експонатів, то тепер проектування охоплює взаємодію просторової структури, експозиційного обладнання, освітлення, графіки, типографіки, текстових матеріалів і засобів орієнтації. Композиційні прийоми й засоби формування внутрішнього виставкового простору розглядаються як взаємопов'язані елементи, від узгодженості яких залежить цілісність сприйняття експозиції (Abyzov & Sidorova, 2020). Таким чином, виставковий простір поступово перетворюється із сукупності окремо оформлених об'єктів на цілісну проектну систему.

Професіоналізація змінює також характер роботи над виставкою. Ускладнення просторових, графічних, інформаційних і технічних складових потребує узгодження різних рівнів проекту та участі фахівців різного профілю. За таких умов дизайнер працює вже не лише з формою окремого стенда або способом розташування експоната, а з цілісною структурою сприйняття: визначає просторові акценти, співвідношення окремих зон, послідовність подання інформації та взаємодію візуальних компонентів експозиції. Саме тому професіоналізацію доцільно розглядати не просто як появу нових технічних засобів, а як зміну принципу організації проектного процесу – від вирішення окремих оформлювальних завдань до

координації взаємопов'язаних компонентів виставкового середовища.

Важливим наслідком цього переходу стало переосмислення ролі самого просторового рішення. У виставкових практиках ХХ століття воно дедалі активніше бере участь у структуруванні інформації та визначенні способу її сприйняття (Fleming, 2021). Просторова композиція, освітлення, графічні елементи та експозиційне обладнання починають функціонувати не ізольовано, а в межах спільної системи візуальної та просторової організації (Abyzov & Sidorova, 2020). На основі цього можна визначити ще одну характерну рису етапу: окреме проектне рішення оцінюється вже не лише за його власними функціональними або естетичними характеристиками, а й за тим, яку роль воно виконує у загальній структурі експозиції.

Отже, критерієм виокремлення етапу професіоналізації є перехід від переважно предметно-оформлювального підходу до системного проектування виставкового середовища. Власне узагальнення проведеного аналізу полягає в тому, що саме на цьому етапі формується принцип структурної цілісності: простір, експонати, обладнання, світло, графічні та інформаційні засоби починають розглядатися як взаємозалежні складові одного проектного рішення. Це створило підґрунтя для подальшої переорієнтації виставкового дизайну на процес сприйняття та досвід відвідувача, оскільки сформована у ХХ столітті системна логіка дозволила надалі працювати не лише з окремими елементами експозиції, а й із маршрутом, послідовністю взаємодії та сценарієм сприйняття в цілому.

Наративний і людиноцентричний поворот. Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття у виставковому дизайні посилюється увага до того, як просторова організація експозиції впливає на сприйняття, орієнтацію та пізнавальну активність відвідувача. Взаємна видимість експонатів і характер їхнього просторового розміщення можуть впливати на розподіл уваги та подальше розпізнавання побаченого (Krukar & Dalton, 2020). Організація експозиційного матеріалу також здатна підтримувати встановлення змістових зв'язків між об'єктами та сприяти навчанню в музейному середовищі (Jee & Anggoro, 2021). Водночас дослідження візуального сприйняття засвідчують нерівномірність розподілу уваги під час огляду творів, що підкреслює необхідність урахування когнітивних особливостей відвідувача під час проектування експозиції (De Winter *et al.*, 2022).

Узагальнення наведених результатів дослідження дає підстави визначити наступну суттєву зміну в еволюції виставкового простору – поступове зміщення проектного акценту з організації експозиції як самодостатньої просторової системи на організацію процесу її

сприйняття відвідувачем. Просторове рішення в такому разі виконує не лише композиційну функцію, а впливає на послідовність ознайомлення з матеріалом, характер встановлення смислових зв'язків, розподіл уваги та можливі способи інтерпретації представленого змісту.

Однією з характерних ознак цього етапу стає наративна організація виставкового середовища. Під наративністю в цьому дослідженні розуміється не обов'язково побудова лінійного сюжету, а цілеспрямоване формування послідовності смислових акцентів, просторових переходів і взаємозв'язків між окремими частинами експозиції. Простір у такій моделі бере участь у структуруванні змісту: розташування об'єктів, співвідношення тематичних зон, візуальні акценти та послідовність їх сприйняття створюють умови для поступового розкриття теми виставки.

Водночас маршрут набуває значення не лише засобу переміщення між експонатами, а одного з інструментів організації сприйняття. Його структура може визначати послідовність контакту з інформацією, створювати змістові переходи, концентрувати увагу на окремих об'єктах або, навпаки, надавати відвідувачеві можливість самостійного вибору траєкторії огляду. Таким чином, у центрі проектної уваги поступово опиняється не тільки експонат і спосіб його представлення, а взаємодія людини з усією системою виставкового середовища.

Отже, критерієм виокремлення наративно-людиноцентричного етапу є переорієнтація виставкового дизайну на процес сприйняття та інтерпретації змісту відвідувачем. Проведений аналіз дозволяє визначити характерну для цього етапу закономірність: якість просторового рішення дедалі більше залежить від того, наскільки воно підтримує зрозумілу послідовність сприйняття, орієнтацію, пізнавальне залучення та можливість формування власних смислових зв'язків. У такий спосіб відвідувач поступово переходить від ролі переважно спостерігача до активного учасника процесу інтерпретації експозиції.

Цифрові та мультимодальні моделі XXI століття. У XXI столітті цифрові технології стають повноцінною складовою виставкового середовища і дедалі більше впливають не лише на спосіб подання інформації, а й на характер взаємодії відвідувача з експозицією. Використання VR у музейному середовищі відкриває нові можливості для інтерпретації змісту, водночас висуваючи вимоги до доречності, зрозумілості та інтеграції технології у загальну концепцію виставки (Shehade & Stylianou-Lambert, 2020). Імерсивні технології можуть впливати на задоволеність відвідувачів і їхню готовність до подальшої взаємодії з музейним середовищем, однак результат залежить не лише від технологічної новизни, а й від якості організації

самого досвіду (Liu & Sutunyararak, 2024). Розвиток цифрових експозиційних практик також демонструє тенденцію до поєднання імерсивності, мультисенсорності та доступності в межах єдиного середовища взаємодії (Anastasovitis *et al.*, 2024).

Цифрова трансформація виставкового простору не обмежується візуальними технологіями або VR. Просторові аудіогіди можуть впливати на засвоєння інформації та характер орієнтації в експозиції, що засвідчує зростання ролі аудіального каналу як самостійного засобу проектування досвіду відвідувача (Glaser *et al.*, 2025). Інтерактивні технології дедалі частіше розробляються із залученням принципів співпроекування, що дозволяє враховувати потреби та сценарії поведінки різних груп користувачів ще на етапі створення цифрових рішень (Raananen, 2024). Паралельно цифрове середовище музею поширюється за межі фізичної експозиції: вебресурси стають окремою точкою контакту з інституцією та потребують урахування доступності, зручності користування і якості цифрової взаємодії (Drivas & Vraimaki, 2025).

Аналіз наведених тенденцій дозволив визначити характерну для сучасного етапу зміну: цифрові засоби перестають функціонувати лише як додатковий інформаційний або видовищний компонент і включаються у загальну структуру виставкового середовища. Їхня роль проявляється у розширенні способів подання змісту, можливостей навігації, персоналізації та залучення відвідувача. Таким чином, взаємодія з експозицією дедалі частіше відбувається одночасно через фізичні, візуальні, аудіальні та цифрові канали.

Однією з виявлених закономірностей цього етапу є розширення просторових і часових меж виставкового середовища. Контакт із виставкою може починатися ще до безпосереднього відвідування – через вебсайт, цифрову інформацію про експозицію, онлайн-квиток або попереднє ознайомлення з маршрутом. Під час перебування у виставковому просторі ця взаємодія доповнюється мобільними інтерфейсами, цифровою навігацією, аудіогідами, інтерактивними модулями або імерсивними засобами, а після відвідування може продовжуватися через дистанційний доступ до матеріалів та цифрових ресурсів музею. Унаслідок цього межі виставкового середовища вже не збігаються виключно з межами конкретної зали або будівлі.

Для проєктування це означає зміну самого об'єкта дизайнерської діяльності. Йдеться вже не лише про організацію фізичного простору та розташування експонатів, а про узгодження різних точок і каналів взаємодії з відвідувачем. Просторова структура, навігація, цифрові інтерфейси, аудіовізуальний контент і дистанційні сервіси мають функціонувати як взаємопов'язані компо-

ненти, а не як самостійні доповнення до експозиції. Саме їхня узгодженість визначає цілісність сприйняття сучасного виставкового середовища.

Отже, критерієм виокремлення цифрово-гібридного етапу є не сама поява нових технологій, а їх інтеграція у просторову та комунікативну структуру експозиції й одночасне розширення взаємодії за межі фізичного виставкового простору. Проведений аналіз дозволяє визначити ще одну закономірність еволюції: об'єктом виставкового проектування поступово стає не окремий простір, а цілісна система взаємодії, що охоплює різні канали, формати та етапи контакту з відвідувачем. Відповідно технологічна новизна сама по собі не може розглядатися як показник якості; визначальним стає те, наскільки цифрові рішення підтримують зміст експозиції, відповідають потребам користувачів і узгоджуються з іншими компонентами виставкового середовища.

Інклюзивність і сталість як нова норма проектування. У сучасному виставковому дизайні доступність дедалі частіше розглядається не як додаткова адаптація вже сформованого середовища, а як одна з вихідних умов його проектування. Розроблення інтерактивних музейних карт для незрячих відвідувачів засвідчує необхідність спеціальної організації просторової інформації та навігації з урахуванням різних способів її сприйняття (Wang *et al.*, 2022). Водночас поєднання принципів універсального дизайну навчання з цифровими засобами подання змісту розширює можливості адаптації музейної комунікації до потреб різних вікових і користувачьких груп (Kasemsarn & Nickpour, 2025). Це свідчить про поступове перенесення питань доступності з рівня окремих допоміжних рішень на рівень загальної структури взаємодії відвідувача з експозицією.

У такому підході інклюзивність стосується не лише фізичної доступності приміщення. Вона охоплює способи орієнтації у просторі, подання текстової, візуальної та аудіальної інформації, доступність цифрових інтерфейсів, можливість користування експозицією людьми з різними сенсорними, когнітивними та віковими особливостями. Отже, проектне рішення має оцінюватися не лише за його функціональністю або візуальною виразністю, а й за тим, наскільки широкий спектр користувачів може повноцінно взаємодіяти з виставковим середовищем.

Паралельно з цим посилюється значення екологічного аспекту виставкового проектування. У дослідженнях сучасного виставкового дизайну сталість пов'язується з переосмисленням не лише вибору матеріалів, а й усього життєвого циклу виставкового рішення – від проектування і виробництва до монтажу, демонтажу, повторного використання та подальшої утилізації елементів експозиції (Crippa *et al.*, 2025). У такому контексті важливими стають модульність конструкцій,

можливість їх повторного використання, ресурсна ощадність, ремонтпридатність і зменшення кількості одноразових рішень.

Порівняння інклюзивного та сталого напрямів дозволило виявити спільну для них зміну у підході до оцінювання виставкового середовища. Якщо на попередніх етапах основними критеріями могли виступати виразність просторового рішення, інформативність, технічна досконалість або здатність залучати аудиторію, то сучасне проектування додатково потребує врахування доступності середовища для різних груп користувачів, його адаптивності та ресурсних наслідків створення й експлуатації. Таким чином, якість виставкового простору дедалі більше визначається не лише тим, як він функціонує під час безпосереднього відвідування, а й тим, наскільки відповідально організовано весь цикл його існування.

Проведений аналіз дає підстави розглядати інклюзивність і сталість не як самостійні завершальні етапи еволюції, а як взаємопов'язані характеристики сучасного виставкового проектування. Вони розширюють саму систему вимог до проекту: інклюзивний підхід – через необхідність враховувати різноманітність користувачів і способів взаємодії, сталий – через необхідність оцінювати довготривалі ресурсні та експлуатаційні наслідки прийнятих рішень.

У поєднанні з цифровізацією ці напрями формують комплексну характеристику сучасного етапу еволюції виставкового простору. Цифрові технології розширюють взаємодію за межі фізичної експозиції, інклюзивний підхід – за межі орієнтації на умовного «середнього» відвідувача, а сталий – за межі періоду безпосереднього функціонування виставки. Отже, однією з визначених закономірностей сучасного етапу є розширення меж відповідальності дизайнера: від організації просторової форми до врахування різних користувачьких сценаріїв, доступності, адаптивності та життєвого циклу виставкового середовища.

■ ВИСНОВКИ

Проведені дослідження дозволили запропонувати шестиступеневу періодизацію еволюції дизайну виставкового простору, побудовану на основі системного аналізу та трансформації моделей взаємодії між експонатом, простором, інформацією та відвідувачем. Виокремлено приватно-колекційний, публічно-музейний, індустріально-подієвий етапи, етап професіоналізації виставкового дизайну, наративно-людиноцентричний, а також сучасний цифро-гібридний, інклюзивний і сталий етап.

У результаті узагальнення встановлено ключові закономірності розвитку галузі:

- зміщення фокуса проектування: спостерігається поступовий перехід від об'єктно-орієнтованої демонстрації та просторового

впорядкування експонатів до формування цілісної системи взаємодії з відвідувачем та організації його досвіду (*visitor experience*);

- кумулятивний характер еволюції: принципи й засоби, сформовані на попередніх історичних етапах, не зникають повністю, а набувають нових функцій та органічно інтегруються у складніші гібридні моделі виставкового середовища;

- розширення меж об'єкта дизайну: у сучасній практиці проектування охоплює не лише фізичний простір експозиції, а й цифрові канали комунікації, інклюзивні інтерфейси, різноманітні сценарії сприйняття та екологічний життєвий цикл виставкових рішень.

Отримані результати розширюють теоретичні уявлення про виставкове середовище як сценарно організовану систему та вдосконалюють науково-

методичний підхід до кураторського планування. Запропонована періодизація може бути використана як надійна аналітична основа для подальших наукових досліджень, а також як практичний інструмент оцінювання та проектування сучасних експозиційних середовищ у музейній, культурній та комерційній сферах.

ПОДЯКИ

Немає.

ФІНАНСУВАННЯ

Дослідження не отримувало фінансування.

КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ

Немає.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Abyzov, V., & Sidorova, A. (2020). Features of Interior Exhibition Space Design: Compositional Techniques and Means. *Technologies and Design*, 4(37). http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2020_4_4
- [2] Anastasovitis, E., Georgiou, G., Matinopoulou, E., Nikolopoulos, S., Kompatsiaris, I., & Roumeliotis, M. (2024). Enhanced Inclusion through Advanced Immersion in Cultural Heritage: A Holistic Framework in Virtual Museology. *Electronics*, 13(7), 1396. [doi: 10.3390/electronics13071396](https://doi.org/10.3390/electronics13071396)
- [3] Crippa, D., Botta, L., & Di Prete, B. (2025). Sustainability, Museums, and Codes of Exhibition Design. History and Counter-History of Exhibition Design. *Diid*, 86, 148–159. [doi: 10.30682/diid8526j](https://doi.org/10.30682/diid8526j)
- [4] Dalle Nogare C., & Murzyn-Kupisz M. (2024). Core functions, visitor friendliness and digitalisation: a comparative analysis of corporate museums' performance. *Journal of Cultural Economics*, 48(3), 405–437. [doi: 10.1007/s10824-024-09515-z](https://doi.org/10.1007/s10824-024-09515-z)
- [5] De Winter J. C. F., Dodou D., & Tabone W. (2022). How do people distribute their attention while observing The Night Watch? *Perception*, 51(11), 763–788. [doi: 10.1177/03010066221122](https://doi.org/10.1177/03010066221122)
- [6] Drivas I., & Vraimaki E. (2025). Evaluating and Enhancing Museum Websites: Unlocking Insights for Accessibility, Usability, SEO, and Speed. *Metrics*, 2(1). Art. 1. [doi: 10.3390/metrics2010001](https://doi.org/10.3390/metrics2010001)
- [7] Fleming, M. (2021). Embodied ephemerality: Methodologies and historiographies for investigating the display and spatialization of science and technology in the twentieth century. *History of Science*, 59(2), 197–219. [doi: 10.1177/0073275319858528](https://doi.org/10.1177/0073275319858528)
- [8] Freedman, J. (2021). Hidden Gems: Using Collections in Museums to Discover the Motivations of Collectors. *Collections: A Journal for Museum and Archives Professionals*, 17(4), 473–490. [doi: 10.1177/1550190621998330](https://doi.org/10.1177/1550190621998330)
- [9] Glaser, M., Hug, L., Werner, S., & Schwan, S. (2025). Spatial versus normal audio guides in exhibitions: Cognitive mechanisms and effects on learning. *Educational Technology Research and Development*, 73, 169–198. [doi: 10.1007/s11423-024-10424-3](https://doi.org/10.1007/s11423-024-10424-3)
- [10] Heo, J.-Y., & Lee, J. H. (2025). A Chronological Review of the Expansion of the Museum's Role in Relation to Spatial Changes. *Buildings*, 15(11), 1952. [doi: 10.3390/buildings15111952](https://doi.org/10.3390/buildings15111952)
- [11] Jee, B. D., & Anggoro, F. K. (2021). Designing Exhibits to Support Relational Learning in a Science Museum. *Frontiers in Psychology*, 12, 636030. [doi: 10.3389/fpsyg.2021.636030](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.636030)
- [12] Kasemsarn, K., & Nickpour, F. (2025). Museum Presentations for Older Adults: A Review of Universal Design for Learning (UDL) Integration with Digital Storytelling (DST) Guidelines. *Heritage*, 8(6), 189. [doi: 10.3390/heritage8060189](https://doi.org/10.3390/heritage8060189)
- [13] Krukar, J., & Dalton, R. C. (2020). How the Visitors' Cognitive Engagement Is Driven (but Not Dictated) by the Visibility and Co-visibility of Art Exhibits. *Frontiers in Psychology*, 11, 350. [doi: 10.3389/fpsyg.2020.00350](https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00350)
- [14] Liu, Q., & Sutunyarak, C. (2024). The Impact of Immersive Technology in Museums on Visitors' Behavioral Intention. *Sustainability*, 16(22), 9714. [doi: 10.3390/su16229714](https://doi.org/10.3390/su16229714)
- [15] Malaniuk, V. (2024). Innovative Technologies in the Exhibition Design of Modern Corporate Museums. *Current Issues of the Humanities*, 74(2), 47–53. [doi: 10.24919/2308-4863/74-2-7](https://doi.org/10.24919/2308-4863/74-2-7)
- [16] Monclús J., & Díez-Medina C. (2025). International exhibitions and open public spaces: echoes of the times or forerunners? *Planning Perspectives*, 40(6), 1481–1506. [doi: 10.1080/02665433.2025.2534846](https://doi.org/10.1080/02665433.2025.2534846)
- [17] Paananen, S. (2024). Co-Designing Interactive Technologies for Cultural Heritage Contexts: Creating and Evaluating Interactive Museum Experiences. In A. Matvienko, J. Niess, & T. Kosch (Eds.), *MUM '24: Proceedings of the International Conference on Mobile and Ubiquitous Multimedia*, 549–551. ACM. [doi: 10.1145/3701571.3703597](https://doi.org/10.1145/3701571.3703597)

- [18] Rasmussen, C. H., Rydbeck, K., & Larsen, H. (Eds.). (2022). *Libraries, archives, and museums in transition: Changes, challenges, and convergence in a Scandinavian perspective*. Routledge. doi: [10.4324/9781003188834](https://doi.org/10.4324/9781003188834)
- [19] Shehade, M., & Stylianou-Lambert, T. (2020). Virtual Reality in Museums: Exploring the Experiences of Museum Professionals. *Applied Sciences*, 10(11), 4031. doi: [10.3390/app10114031](https://doi.org/10.3390/app10114031)
- [20] Smith, A., Gold, J. R., & Gold, M. M. (2025). Exhibitionary urbanism: International Expos and city planning, 1851–2025. *Planning Perspectives*, 40(6), 1421–1437. doi: [10.1080/02665433.2025.2574891](https://doi.org/10.1080/02665433.2025.2574891)
- [21] Tarp, L. (2018). Museum Wormianum: Collecting and Learning in 17th Century Denmark. In G. D. Rosenberg, & R. Clary (Eds.), *Museums at the Forefront of the History and Philosophy of Geology: History Made, History in the Making*, 81–89. doi: [10.1130/2018.2535\(06\)](https://doi.org/10.1130/2018.2535(06))
- [22] Tverdyi, M., & Khynevysh, R. (2025). Exhibition Space as a Multimedia Environment: Trends and Design Solutions. *Theory and Practice of Design*, 4(38), 1, 318–325. doi: [10.32782/2415-8151.2025.38.1.36](https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.38.1.36)
- [23] Wang, X., Kayukawa, S., Takagi, H., & Asakawa, C. (2022). BentoMuseum: 3D and Layered Interactive Museum Map for Blind Visitors. In: ASSETS '22: *Proceedings of the 24th International ACM SIGACCESS Conference on Computers and Accessibility*, 1–14. doi: [10.1145/3517428.3544811](https://doi.org/10.1145/3517428.3544811)
- [24] Wintle, C. (2022). Exhibition Making in Crisis: Professional Identity and Radical Museum Exhibition Design in Britain after the Second World War. *Journal of Design History*, 35(1), 16–34. doi: [10.1093/jdh/epab018](https://doi.org/10.1093/jdh/epab018)
- [25] Yezhova, O., Zhao, J., & Pashkevich, K. (2025). Exploring design aspects of online museums: from cultural heritage to art, science and fashion. *Preservation, Digital Technology & Culture (PDTC)*, 54(1), 35–50. doi: [10.1515/pdte-2024-0044](https://doi.org/10.1515/pdte-2024-0044)

Stages of the evolution of exhibition space design: from object-based display to experience-oriented and digital models

Ruslana Khynevysh

Ph.D. in Technical Sciences, Associate Professor
Kyiv National University of Technologies and Design
01011, 2 Mala Shiyansovska St., Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0000-0002-3130-5785>

Mykhaylo Tverdyi

Postgraduate student
Kyiv National University of Technologies and Design
01011, 2 Mala Shiyansovska St., Kyiv, Ukraine
<https://orcid.org/0009-0007-1701-4491>

Abstract. The relevance of the study is driven by the transition of exhibition space from a model of object demonstration to the organisation of an integral visitor experience, in which spatial, communicative, digital, inclusive, and environmental factors interact. The aim of the work is to systematise the stages of the evolution of exhibition space design and to determine the design implications of this evolution for contemporary museum, cultural, and commercial practice. The study is based on a set of methodological approaches: systemic analysis, historical-typological, analytical, comparative, and cultural methods. The methodology relies on a two-step algorithm: at the first stage, using content analysis, key evolutionary markers were identified (addressee, publicity, display model, route logic, interpretation, mediation, visitor participation); at the second stage, a chronological grouping of phases was carried out. A comprehensive staging of the evolution of exhibition space design is substantiated, covering six consecutive phases – from the private-collecting and public-museum stages to the industrial-event, professionalised, narrative-human-centred, and contemporary digital-hybrid, inclusive, and sustainable environments. Key regularities were identified: a gradual shift of the design centre from the exhibit to the visitor interaction system, the cumulative overlapping of previous models, and the expansion of the boundaries of the design object. The practical value lies in the development of a comprehensive analytical model that integrates historical types of exhibition environments with current design requirements, which can be used for curatorial planning, analysis, evaluation, and the design of contemporary exhibition environments.

Keywords: design; museum; innovation; digital technologies; cultural space; inclusivity; sustainability



Вороже архітектурне планування як інструмент соціального виключення в міському середовищі

Євгеній Шишлюк

Доктор філософії, доцент
Київський національний університет технологій та дизайну
01011, вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, Україна
<https://orcid.org/0000-0002-7358-7864>

Світлана Долеско*

Доктор філософії, доцент
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
01015, вул. Лаврська, 9, м. Київ,
<https://orcid.org/0000-0001-6702-5606>

Анотація. Метою дослідження був всебічний аналіз механізмів функціонування ворожого архітектурного планування в сучасних містах та визначення його впливу на соціальну справедливість, права людини та принципи інклюзивного міського розвитку. Для досягнення поставленої мети застосовано комплекс міждисциплінарних методів: структурно-функціональний аналіз міських просторів, компаративний аналіз міжнародних практик, критичний дискурс-аналіз, типологічний аналіз архітектурних рішень та емпіричний аналіз задокументованих випадків з міст Північної Америки, Європи та Австралії за період 2010–2025 рр. У результаті дослідження проаналізовано еволюцію концепції від теорії «захищеного простору» Оскара Ньюмана (1970-і рр.) через принципи запобігання злочинності через екологічний дизайн до сучасних практик систематичного виключення. Визначено чотири основні типи ворожого дизайну та їх функціональні характеристики: антибездомні шипи як найбільш агресивну форму фізичного відштовхування, поділені лавки з підлокітниками як завуальований засіб запобігання лежанням, бар'єрне озеленення та каміння як псевдоестетичні перешкоди, а також демонтаж публічних зручностей як стратегію створення «примарних просторів». Встановлено, що вороже планування функціонує як складна система просторової сегрегації, яка маскується під нейтральні безпекові та естетичні рішення і забезпечує «чисті» простори для споживання та інвестицій шляхом виштовхування вразливих груп до менш видимих та менш безпечних районів міст. Доведено негативний психологічний вплив на безпритульних, включно з посиленням почуттів ізоляції, маргіналізації, стресу та втрати гідності. Емпірично встановлено географічні закономірності розміщення ворожих архітектурних елементів: концентрацію у бізнес-районах з високими доходами, віддаленість від соціальних служб та притулків, тісний зв'язок з процесами джентрифікації. Виявлено різноманітні форми громадського опору: тактичний урбанізм, демонтаж ворожих елементів, медійні кампанії та законодавчі ініціативи.

Ключові слова: виключний дизайн; права людини; просторова справедливість; інклюзивне планування; CPTEd; урбанізм

ВСТУП

Дослідження ворожого архітектурного планування набуває актуальності в умовах прискореної урбанізації XXI ст., коли майже половина світового населення проживає в містах, а

процеси соціальної поляризації та просторової сегрегації набувають нових форм та масштабів. Вороже архітектурне планування (hostile architecture), також відоме як оборонний дизайн (defensive architecture), виключний дизайн (exclusionary design) або неприємний дизайн

Suggested Citation:

Шишлюк, Є., & Долеско, С. (2026). Вороже архітектурне планування як інструмент соціального виключення в міському середовищі. *Art and Design*, 9(3), 66-85. doi: 10.30857/2617-0272.2026.3.6.

*Corresponding author



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

(unpleasant design), являє собою стратегію міського планування, що використовує елементи забудованого середовища для цілеспрямованого керування поведінкою людей у публічних просторах, часто з метою обмеження або повного виключення певних соціальних груп.

M. Carr (2020) прослідковує витоки сучасної ворожої архітектури до програми Crime Prevention Through Environmental Design (CPTED), створеної у 1971 р., яка запропонувала використання фізичного середовища для превенції злочинності через ідентифікацію «легітимних» та «нелегітимних» користувачів простору. CPTED ігнорує упередження щодо раси, етнічності, соціоекономічного статусу та гендеру, не визнає своєї внутрішньої ціннісної природи, що призвело до зловживання її принципами та створення ворожої архітектури як форми міського виключення.

R. Rosenberger (2023) розробив комплексну класифікаційну схему ворожого дизайну, яка систематизує різноманітні форми архітектурного виключення за функціональними та семіотичними ознаками. Дослідник встановив, що ворожі архітектурні елементи функціонують на трьох взаємопов'язаних рівнях: іконічному, індексальному та символічному, що створює складну систему культурних кодів про право на публічний простір. Ця класифікація стала теоретичним інструментом для аналізу механізмів функціонування виключного дизайну в сучасних містах.

V. McCreath (2024) у роботі з урбаністичної біоетики проаналізував потенційний негативний вплив ворожого архітектурного планування на здоров'я бездомного населення. Дослідник встановив, що бездомне населення, яке вже стикається з численними диспропорціями в здоров'ї та підвищеною смертністю порівняно із загальним населенням, зазнає додаткового негативного впливу від ворожого дизайну. Цей вплив може виникати як від примусового переселення, якого зазнають особи для уникнення ворожих архітектурних елементів, так і від ризиків, пов'язаних з новими, часто менш безпечними просторами, які вони змушені займати.

A. Shaw (2024) дослідив психологічні наслідки ворожого архітектурного планування для вразливих груп населення. Автор встановив, що постійний вплив ворожого середовища призводить до посилення почуттів ізоляції серед бездомних осіб, поглиблення маргіналізації та значного підвищення рівня стресу. Крім того, дослідження виявило, що вороже планування посилює соціальну стигматизацію та формує у суспільства уявлення про бездомних як про «небажаний» елемент міського ландшафту.

Neighborhood Design Center (2023) у дослідженні «Understanding Hostile Architecture: The Cause and Effect of Restricting Public Space» розкрив

історичні корені та системний характер виключного дизайну. Дослідники встановили, що велика частина сучасного фокуса на ворожому архітектурному плануванні зосереджена на суперечках щодо людей, які переживають бездомність, а дизайнерські елементи коріняться в історичній нерівності та були впроваджені в кожній сфері від ландшафтного дизайну до планування вулиць у містах по всьому світу. Та ідеали, що керують цією практикою, зміцнюють сегрегацію, дезінвестиції та нерівність в американському ландшафті.

E. Kendal (2024) у публікації для Melbourne Zero проаналізувала вплив ворожого архітектурного планування на здоров'я міста в цілому. Дослідниця довела, що такі дизайнерські рішення часто прагнуть захистити корпоративні інтереси – наприклад, бізнес може встановити наземні шипи біля вітрин своїх магазинів, щоб клієнти не стикалися з видимою бездомністю під час витрачання грошей. Шипи посилюють чіткий сигнал про те, що деякі люди не вітаються і повинні бути деінде, але коли людей, що сплять на вулиці, виключають з публічних районів, зазвичай немає безпечного «деінде» для них.

L. Hudson (2023) у статті «Urbanism 101: Hostile Architecture» систематизувала основні форми та механізми функціонування ворожого дизайну. Дослідження показало, що вороже архітектурне планування часто (хоча не завжди) реалізується могутніми людьми, які вносять дизайн, щоб зупинити поведінку менш могутніх людей, тим самим обмежують використання публічного простору для вже знедолених груп. Водночас авторка зазначає складність балансування потреб різних груп користувачів публічного простору та етичні дилеми, пов'язані з такими рішеннями.

J. Welch (2024) підкреслив, що дослідження все частіше демонструють відображення глибших соціальних та економічних нерівностей у міському просторі через вороже архітектурне планування. Автор виявив, що вороже планування не вирішує проблеми, а лише переміщує їх, створює ілюзію порядку та безпеки для економічно привілейованих груп, при цьому залишає без уваги справжні причини соціальних проблем.

K. Mendelson (2025) зазначив, що одним з найбільш тривожних аспектів оборонного дизайну є відсутність формального визнання з боку самих осіб та фірм, які його впроваджують, що ускладнює боротьбу з цими практиками. Дослідник встановив, що багато архітекторів, містобудівників та девелоперів, які включають ворожі або виключні елементи дизайну в публічні простори, рідко роблять чітке публічне зобов'язання щодо цих практик.

Cozens *et al.* (2023) досліджували розвиток та сучасний стан принципів запобігання злочинності через екологічний дизайн. Автори встановили, що первісні концепції CPTED, які фокусувалися на

створенні безпечніших середовищ через природне спостереження, контроль доступу та територіальність, зазнали трансформації в інструмент дискримінації проти найбільш вразливих груп населення у контексті неоліберальної урбаністичної політики.

Попри зростаючий академічний інтерес, досі бракує комплексного міждисциплінарного дослідження, яке б систематично проаналізувало вороже планування як цілісний соціо-просторовий феномен у контексті сучасних урбаністичних процесів.

Метою дослідження було здійснити комплексний міждисциплінарний аналіз феномену ворожого архітектурного планування в сучасних містах для визначення механізмів його функціонування як інструменту соціального виключення та просторової дискримінації, а також оцінити його вплив на соціальну справедливість, права людини та принципи інклюзивного міського розвитку.

МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

Методологічну основу дослідження становить комплексний міждисциплінарний підхід, що інтегрує теоретичні та методологічні надбання критичної урбаністики, соціальної географії, архітектурознавства, правознавства та досліджень соціальної справедливості. Вибір такої методологічної стратегії обумовлений специфікою об'єкта дослідження – ворожого архітектурного планування як складного соціо-просторового феномену, що функціонує на перетині архітектурної практики, міської політики, соціальних відносин та правових норм, а також вимагає урахування множинних контекстів його прояву та впливу на різні верстви населення.

Теоретичною основою дослідження є актуалізовані та переосмислені у сучасному контексті концепції права на місто Анрі Лефевра (Lefebvre, 1967), теорія просторової справедливості Едварда Сої (Soja, 2010), сучасні інтерпретації критичної теорії урбанізму Девіда Харві (Harvey, 2008), новітні розробки у галузі концепції «захищеного простору» Оскара Ньюмана (Newman, 1972), принципи CPTED (Crime Prevention Through Environmental Design) (Jeffery, 1971; Cozens & Love, 2015), а також підходи деколоніальної урбаністики та досліджень соціального виключення (Mitchell, 2003; Schindler, 2015). Це дозволяє розглядати вороже планування не як ізольоване технічне явище, а як прояв ширших структурних процесів міської нерівності та просторового контролю в умовах неоліберального капіталізму.

Структурно-функціональний аналіз застосовано для дослідження ролі та функцій ворожого дизайну в міських системах. Цей метод дозволяє виявити як явні (декларовані), так і латентні (приховані) функції архітектурних елементів у соціальному просторі. Аналіз включає три рівні: макрорівень (функції у міській системі в цілому), мезорівень (функції у конкретних районах

та локаціях) та мікрорівень (функції окремих архітектурних елементів).

Компаративний метод використано для систематичного порівняння практик ворожого дизайну в різних містах, країнах та культурних контекстах. Порівняльний аналіз включає як синхронічний вимір (порівняння сучасних практик у різних містах), так і діахронічний (еволюція практик у часі). Емпіричну базу компаративного аналізу становлять задокументовані випадки з міст Північної Америки (Нью-Йорк, Сіетл, Портленд), Європи (Лондон, Стокгольм), Австралії (Мельбурн) та Китаю (Хуанши). Це дозволяє виявити як універсальні тенденції, так і локально-специфічні особливості застосування ворожого планування та культурні відмінності у сприйнятті таких практик.

Критичний дискурс-аналіз застосовано для дослідження способів репрезентації ворожого планування в офіційних документах, медійних текстах та академічній літературі. Аналіз фокусується на виявленні владних відносин, ідеологічних позицій та стратегій легітимації, що стоять за дискурсивними практиками навколо ворожого дизайну. Також увага приділяється аналізу евфемізмів та нейтралізуючої лексики, що використовується для маскування дискримінаційного характеру архітектурних рішень (наприклад, «міркування безпеки», «естетичні покращення», «підтримання порядку», «створення комфортного середовища», «оптимізація використання простору»).

Типологічний аналіз використано для систематичної класифікації різновидів ворожого архітектурного планування за множинними критеріями. Типологія включає класифікацію за формальними ознаками (фізичні бар'єри, поверхневі модифікації), функціональним призначенням (анти-бездомні), ступенем видимості (явні, завуальовані, приховані), просторовою локалізацією (центральні райони, периферія, транзитні зони) та часовими характеристиками (постійні, тимчасові). Додатково розроблено класифікацію за економічними мотивами (захист комерційних інтересів, підвищення вартості нерухомості) та соціально-психологічними цілями (формування відчуття безпеки, контроль поведінки).

Просторовий аналіз реалізовано через компаративне дослідження географічних закономірностей розміщення ворожих архітектурних елементів у міському просторі. Аналіз включає вивчення задокументованих випадків, дослідження їх зв'язку з соціально-економічними характеристиками районів, близькістю до соціальних служб, транспортними вузлами та комерційними зонами. Застосовано методи якісного аналізу для виявлення просторових закономірностей та типових патернів розміщення ворожих елементів у різних типах міських територій.

Контент-аналіз застосовано для систематичного дослідження наукової літератури, офіційних документів, медійних публікацій та онлайн-дискусій навколо ворожого планування. Аналіз включає як кількісні показники (частота згадок, динаміка публікацій, географічне розподілення), так і якісні характеристики (тематичні фокуси, авторські позиції, аргументативні стратегії). Візуальний аналіз застосовано для дослідження естетичних та семіотичних аспектів ворожого планування. Аналіз включає фотодокументацію ворожих архітектурних елементів, дослідження їх візуальної мови, символічних значень та впливу на сприйняття міського простору. Використано методи семіотичного аналізу за схемою Rosenberger (2023) для виявлення іконічних, індексальних та символічних рівнів значення архітектурних елементів.

Емпіричну базу дослідження становлять задокументовані випадки ворожого архітектурного планування з міст Європи, США, Австралії та Китаю. Основні кейси включають: Camden benches, антибездомні шипи біля житлових комплексів (2014), шипи на підвіконнях у районі Блекфрайарс, нерівні бетонні поверхні у Camberwell, поділені лавки з кутковими поверхнями біля Королівського суду справедливості (2014) та арт-проект «Space, Not Spikes» на Curtain Road (2015) у Лондоні, Велика Британія; поділені лавки на залізничних станціях Стокгольма, Швеція (2015); трансформацію публічного простору в парку на Oxford Street у районі Коллінгвуд, Мельбурн, Австралія; велосипедні стійки під мостом Alaskan Way Viaduct (2017) та огорожу під мостом Ballard Bridge (2018) у Сіетлі, США; каміння під автомобільними мостами Портленда, США (2013 – донині); демонтаж лавок у метро Нью-Йорка, США (2021); бетонні шипи під експресвеєм Хуанши, Китай.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період з 2010 по 2025 рр., що відповідає періоду інтенсифікації громадських дискусій навколо ворожого дизайну, активізації протестних рухів та початку систематичних академічних досліджень цього феномену. Цей період також збігається з глобальною фінансовою кризою 2008 р. та її довгостроковими наслідками у вигляді зростання соціальної нерівності та кризи доступного житла.

Методологічні принципи дослідження базуються на етичних засадах поваги до гідності всіх груп населення та визнання права на місто як фундаментального права людини. Дослідження проводиться з позицій критичної науки, що передбачає не лише аналіз наявного стану, а й формування рекомендацій для створення більш справедливих та інклюзивних міських просторів.

Обмеження дослідження має фокус на англomовних країнах та західному контексті, що може обмежувати глобальну застосовність висновків. Також дослідження зосереджується переважно на впливі ворожого планування на

бездомне населення, хоча інші групи (молодь, мігранти, люди з інвалідністю, літні особи) також можуть зазнавати негативного впливу.

РЕЗУЛЬТАТИ

Аналіз ворожого архітектурного планування в сучасних містах дозволяє виділити чотири основні періоди його розвитку, кожен з яких характеризується специфічними особливостями дизайнерських рішень та їх соціального впливу. Ця періодизація відображає не лише архітектурні тенденції, а й фундаментальні соціально-політичні зміни, що впливали на стратегії контролю публічного простору та механізми соціального виключення через дизайн міського середовища у контексті глобалізації та неоліберальної трансформації міст.

Період становлення концептуальних основ (1960–1980-і рр.) характеризувався розробкою теоретичного підґрунтя для використання дизайну як засобу контролю поведінки у публічних просторах. Запобігання злочинності через екологічний дизайн (CPTED) виникло в Сполучених Штатах приблизно у 1960 р., коли міські дизайнери визнали, що стратегії міського оновлення створили ризики для соціальної структури, необхідної для самоохорони (Cozens & Love, 2015). Архітектор Оскар Ньюман створив концепцію «захищеного простору», яка була далі розвинена кримінологом С. Реєм Джефрі, який ввів термін CPTED та систематизував його принципи.

Первісні підходи фокусувалися на створенні безпечніших середовищ через природне спостереження, контроль доступу та територіальність, які не мали явно виключного характеру. Основна увага приділялася покращенню безпеки через дизайн, а не виключенню певних груп населення. Ці ранні концепції базувалися на науково обґрунтованому припущенні, що належний дизайн середовища може зменшити злочинність, знизити страх перед злочинністю та покращити якість життя (Cozens *et al.*, 2023). У цей період формувалися базові принципи територіального контролю, природного спостереження та контролю доступу, які пізніше були спотворені та використані для дискримінаційних цілей.

Період практичного впровадження (1980–2000-і рр.) ознаменувався початком систематичного застосування принципів CPTED у міському плануванні та поступовою трансформацією їх первісних цілей. З'явилися перші елементи ворожого архітектури: поділені лавки, обмеження доступу до певних зон, використання освітлення як засобу контролю. Водночас ці заходи ще не мали масового характеру та часто представлялися як нейтральні безпекові рішення. Цей період характеризувався початком комерціалізації принципів безпеки та їхньої адаптації до потреб приватного сектору, що заклало основи для майбутнього виключного дизайну.

Період раннього розширення (2000–2010-і рр.) характеризувався зростанням використання ворожого дизайну в контексті агресивної неоліберальної урбаністичної політики та посилення соціальної нерівності (Harvey, 2008). З'явилися більш агресивні форми виключного дизайну, включно з першими антибездомними шипами та систематичним використанням поділених лавок. Цей період збігається з поширенням неоліберальних підходів до управління містами та масштабним зростанням приватизації публічних просторів (Smith, 2002). Особливо важливими чинниками стали фінансова криза 2008 р., яка призвела до скорочення соціальних програм та зростання бездомності, а також посилення корпоративного впливу на міське планування.

Період масового поширення та громадського опору (2010–2025 рр.) відзначається зростанням застосування ворожого дизайну по всьому світу та одночасним формуванням організованого руху опору. Цей період характеризується диверсифікацією типів ворожого планування, розробкою більш витончених та завуальованих форм виключення, а також активізацією громадських кампаній, мистецьких інтервенцій та академічних досліджень. Ключовими подіями стали лондонська суперечка навколо шипів 2014 р., що привернула міжнародну увагу до проблеми, та пандемія COVID-19, яка значно вплинула на використання публічних просторів та посилила дискримінаційні практики щодо вразливих груп населення.

Паралельно з цими періодами розвивалися регіональні особливості застосування ворожого дизайну. Північноамериканський контекст характеризується тісним зв'язком з проблемою

бездомності та наркоманії, європейський – з міграційними процесами та молодіжними субкультурами, а австралійський – з корінним населенням та соціальною інтеграцією. Китайський контекст демонструє масштабне індустріальне застосування ворожих елементів з акцентом на технологічні рішення та державний контроль над публічними просторами в умовах швидкої урбанізації. Ці регіональні відмінності відображають локальні соціально-політичні контексти та культурні особливості сприйняття публічного простору й різні підходи до управління міським населенням.

У період раннього розширення вироблялися стандартизовані підходи до ворожого планування з науковим обґрунтуванням та комерційною підтримкою. Лавки в районі Camden, Лондон, Великобританія (рис. 1), розроблені в 2012 р. компанією Factory Furniture стали культовим та найбільш аналізованим символічним прикладом «неприємного дизайну» (Swain, 2013). «Camden bench» є монолітний бетонний виріб вагою майже дві тони, спеціально спроектований для системного впливу на поведінку громадськості шляхом обмеження певних способів використання через фізичні та психологічні бар'єри. За словами її творців, лавки призначені для «протистояння злочинній та антисоціальній поведінці» та мали «захисні» функції, що робили їх непридатними для будь-якого використання, окрім короточасного сидіння. (Factory Furniture, 2020). Цей дизайн втілює філософію «одна функція – один об'єкт», що принципово суперечить традиційним підходам до багатофункціонального використання публічного простору.



Рисунок 1. «Camden bench», район Camden, Лондон, Велика Британія, 2012

Джерело: F. Swain (2013)

Аналіз конструктивних особливостей «Camden bench» розкриває складну систему фізичних обмежень: рифлений верх та похилі поверхні

роблять її непридатною для лежання, відсутність щілин ускладнює приховування наркотиків, а неглибокі заглиблення вздовж передньої та

задньої частини дозволяють людям тимчасово зберігати сумки за ногами для безпеки. Конструкція мінімізує обслуговування, оскільки відсутні плоскі поверхні або щілини, де може накопичуватися сміття, а бруд та вода стікають самостійно. Кутові елементи та специфічна текстура поверхні створюють фізичний дискомфорт при тривалому контакті, а важка вага унеможливорює переміщення або несанкціоноване використання.

«Camden bench» стала зразком для масового виробництва подібних конструкцій по всьому світу та символом «досконалого анти-об'єкта», який максимально обмежує можливості використання при збереженні формальної функціональності. Її розробка ознаменувала перехід від імпровізованих рішень до професійно спроектованих систем виключення, що поєднують естетичну привабливість з обмежувальними функціями. Лавка отримала міжнародне визнання у дизайнерських колах та водночас стала об'єктом гострої критики з боку правозахисників та дослідників публічного простору. М. Carr (2020) характеризує Camden bench як «досконалий анти-об'єкт», дивний артефакт, що визначається радше тим, чим він не є, ніж тим, чим є. Це своєрідна архітектурна нульова точка, частина міста, що за дизайном не взаємодіє з ним у жодний спосіб.

Лондонський інцидент став переломним моментом у громадському усвідомленні ворожого дизайну та каталізатором глобального руху проти дискримінаційних архітектурних практик. У червні 2014 р. медійна суперечка спалахнула в соціальних мережах навколо металевих шипів висотою 2,54 см, встановлених в ніші житлового будинку в Південному Лондоні. Громадський резонанс виник в Twitter (X) після того, як користувач, відомий як

«EthicalPioneer», опублікував фото шипів (рис. 2) (Petty, 2016). Протягом наступних кількох днів зображення було поширене тисячі разів у соціальних мережах, і «антибездомні шипи» стали предметом новинних сюжетів по всьому світу. Ця медійна кампанія стимулювала міжнародні дебати про міський простір, бездомність та раніше маргінальний у публічному дискурсі феномен «ворожого архітектурного планування». Значення цієї події полягає не лише у приверненні уваги до конкретного випадку, а у кристалізації громадської думки навколо етичних аспектів міського дизайну. Вперше у mainstream-медіа було артикульовано поняття «hostile architecture» як системного явища, а не окремих технічних рішень. Суперечка продемонструвала потужність соціальних мереж у мобілізації громадської думки проти дискримінаційних практик та стала зразком для подальших кампаній по всьому світу.

Реакція громадськості була переважно негативною та емоційно забарвленою. Критики охарактеризували шипи як «варварські», «нелюдські» та «символ морального занепаду суспільства». Водночас прихильники захищали рішення як необхідний захід для підтримання порядку та безпеки мешканців. Ця поляризація думок відобразила глибші суспільні розбіжності щодо того, як мають функціонувати публічні простори та хто має право на місто. Під тиском громадської кампанії управляюча компанія була змушена демонтувати шипи протягом кількох тижнів, що стало першою задокументованою перемогою активістів проти ворожого дизайну. Цей прецедент надихнув подібні кампанії в інших містах та продемонстрував можливість успішного опору дискримінаційним архітектурним практикам через організовану громадську мобілізацію.



Рисунок 2. Антибездомні шипи біля житлового комплексу, Південний Лондон, Велика Британія, 2014
Джерело: J. Petty (2016)

Сучасний період (2015–2025 рр.) характеризується масовим поширенням ворожого дизайну в містах по всьому світу та одночасним зростанням високоорганізованого та міжнародно координованого громадського опору проти таких практик. Цей період також відзначається радикальною диверсифікацією типів ворожого планування та розробкою більш витончених, завуальованих форм виключення, що стратегічно намагаються уникнути негативної публічної реакції через маскуванню під естетичні, функціональні або безпекові рішення (Rosenberger, 2023). Особливістю цього періоду є індустріалізація виробництва ворожих архітектурних елементів, поява спеціалізованих компаній та розробка міжнародних стандартів «захисного дизайну». Найбільш відверто агресивною формою ворожого архітектурного планування є металеві шипи, встановлені на плоских поверхнях для запобігання сидінню або лежанню. Такі конструкції найчастіше встановлюються біля магазинів, офісних будівель та у підземних переходах, де вони створюють непереборні фізичні бар'єри для використання цих просторів як місць відпочинку. Ці елементи функціонують як «архітектурні колючі дроти», що фізично травмують при спробі їх

ігнорування та психологічно впливають на сприйняття простору як ворожого.

Шипи на парапетах (рис. 3) є одним з найбільш поширених та символічно значущих типів ворожого дизайну в Лондоні. За спостереженнями Hauptfleisch (2024), шипи в центральному районі Blackfriars більше стосуються передачі повідомлення, ніж практичних міркувань безпеки. Фактично, вони полегшують підйом по схилу. Автор зазначає, що це «явно більше шипів, ніж потрібно», що підкреслює переважно символічний, а не функціональний характер багатьох таких інсталяцій. Надмірна кількість шипів демонструє принцип «надлишкової агресії», коли ефективність замінюється демонстрацією сили та контролю над простором. Психологічний вплив таких конструкцій поширюється далеко за межі їх безпосередньої функції. Вони створюють атмосферу ворожості та недовіри, сигналізують про те, що певні групи людей є небажаними. Семіотичний аналіз показав, що шипи функціонують як символи виключення, що транслюють повідомлення про соціальну ієрархію та право на простір через мову насильства та агресії.



Рисунок 3. Шипи на парапеті, район Blackfriars, Лондон, Велика Британія

Джерело: W. Hauptfleisch (2024)

Незвичайна, ймовірно антибездомна, бетонна бруківка в Camberwell, Південний Лондон (рис. 4), демонструє значно більш витончений та психологічно складний підхід до ворожого дизайну. На відміну від очевидно агресивних шипів, така поверхня може здаватися просто поганим плануванням або абстрактним дизайнерським елементом, але насправді служить тій самій меті – робить неможливим комфортне лежання або сидіння на поверхні. Цей приклад ілюструє еволюцію ворожого дизайну від відкритої агресії

до завуальованої дискримінації, що маскується під естетичні або технічні рішення. Особливістю такого підходу є створення «правдоподібного заперечення» (plausible deniability), коли розробники можуть стверджувати, що нерівна поверхня має естетичні, дренажні або конструктивні цілі, а не спрямована на виключення певних груп. Ця стратегія значно ускладнює критику та опір, оскільки важко довести дискримінаційний намір без прямих заяв розробників.

Нерівна текстура створює фізичний дискомфорт при тривалому контакті, викликає больові відчуття при лежанні та сидінні. Водночас така поверхня залишається функціональною для короткочасного переходу, що дозволяє зберігати формальну «публічність» простору при фактичному обмеженні його використання. Семіотично така поверхня функціонує як «німе повідомлення», що транслює норми поведінки через фізичні обмеження, а не вербальні заборони. Вона створює ефект «самодисципліни», коли люди самостійно уникають небажаної поведінки через фізичний дискомфорт, що робить контроль менш помітним та більш ефективним. Цей тип ворожого дизайну особливо проблематичний з етичної точки зору, оскільки він поєднує ефективність виключення з

низькою видимістю дискримінації, що ускладнює громадський контроль та правовий захист. Він відображає тенденцію до «невидимого» соціального контролю через архітектуру, що характеризує сучасний етап розвитку ворожого планування.

Лавки з розділеннями та кутовими поверхнями (рис. 5) конструктивно роблять їх принципово незручними для лежання та представляють найбільш поширену форму ворожого дизайну у сучасних містах. Згідно з оцінкою фахівців, розділені секційні лавки стали домінуючим стандартом у сучасному міському благоустрої (Geraghty L., 2022). Ця повсюдність свідчить про нормалізацію виключних практик та їх інтеграцію в стандарти міського благоустрою як «природної» частини міського ландшафту.



Рисунок 4. Нерівна бетонна поверхня, Camberwell, Південний Лондон, Велика Британія
Джерело: W. Hauptfleisch (2024)



Рисунок 5. Лавки біля Королівського суду справедливості, Лондон, Велика Британія, 2014
Джерело: W. Hauptfleisch (2024)

Незалежно від типу, вигнуті лавки чи місця для сидіння, розділені підлокітниками, існує широкий спектр інженерно розроблених та технічно обґрунтованих способів запобігання використанню лавок для відпочинку або сну. Представлені лавки біля Королівського суду справедливості в Лондоні мають кутову форму та роздільники, спеціально розроблені для створення незручності при лежанні. Кутовий дизайн створює фізичний дискомфорт для всіх, хто намагається лягти, а роздільники ефективно перетворюють довгу лавку на серію окремих місць для сидіння, тим самим унеможливають використання всієї довжини лавки як місця для сну. Поділені лавки втілюють принцип «селективної функціональності», коли об'єкт залишається придатним для «бажаної» поведінки (короткочасне сидіння), але стає непридатним для «небажаної» (лежання, сон). Це створює ілюзію збереження публічної функції при фактичному обмеженні способів використання простору.

Емпіричне дослідження центрального вокзалу в Неймегені (Нідерланди) підтвердило, що відсутність місць для сидіння в зонах входу створює систему «підштовхувань», яка вказує відвідувачам, що вони не повинні затримуватися в цій зоні, а повинні або виконати свої справи і піти, або рухатися далі через станцію до призначеного перону (van Rossem, 2022). Цей висновок узгоджується з виявленими патернами розміщення лавок виключно в зонах за турнікетами громадського транспорту.

Роздільники функціонують як архітектурні «перегородки», що дисциплінують тіло та нав'язують конкретну позу. Вони створюють індивідуалізовані «зони сидіння», що перешкоджають груповому використанню та соціальній взаємодії. Це відображає ширші тенденції до атомізації публічного простору та контролю над колективними практиками. Кутові поверхні створюють додатковий рівень дискомфорту через неергономічну форму, що робить неможливим розслаблене положення тіла. Такий дизайн примушує до «дисциплінованого сидіння» – прямої, напруженої пози, що виключає можливість відпочинку або розслаблення. Символічно такі лавки транслують повідомлення про «правильне» використання публічного простору та соціальну відповідальність за дотримання норм поведінки. Вони перетворюють акт сидіння з природної потреби на контролювану активність, що має відповідати заданим параметрам.

Складність ідентифікації ворожого дизайну полягає в його винятковій здатності маскуватися під звичайні елементи міського благоустрою та створювати ілюзію нейтральності при збереженні дискримінаційних функцій. Вороже архітектурне планування реалізується через складні мережі владних структур та корпоративних інтересів, які стратегічно впроваджують дизайнерські рішення

для контролю поведінки соціально вразливих груп населення, які систематично обмежують їхній доступ до публічного простору. Ця практика набуває прихованих форм, коли муніципальні органи влади використовують інфраструктурні рішення для досягнення цілей соціального контролю під виглядом покращення міського середовища та підвищення естетичної привабливості території. Особливістю цього типу ворожого дизайну є створення «подвійної реальності», де офіційна мета (покращення, благоустрій, безпека) маскує справжню функцію (виключення, контроль, дискримінацію). Це створює складності для критики та опору, оскільки будь-які заперечення можуть бути відхилені посиланням на «благородні» цілі проекту.

Австралійський досвід демонструє системний вплив ворожого планування на громадське здоров'я та соціальну згуртованість міських спільнот. Прикладом є трансформація публічного простору в парку на Oxford Street у районі Коллінгвуд, Мельбурн (рис. 6), де місцева адміністрація застосувала комплекс архітектурних інтервенцій виключного характеру. Парк, який історично функціонував як важливий осередок соціальної взаємодії для місцевої громади, включно з маргіналізованими групами населення, зазнав радикальної реконфігурації через впровадження елементів ворожого дизайну. Систематичний демонтаж захисних конструкцій від погодних умов, встановлення модифікованих лавок з обмеженою функціональністю та стратегічне розміщення фізичних бар'єрів трансформували цей простір у зону обмеженого використання, що виключає можливість тривалого перебування.

Цей зразок демонструє «поступову ерозію» публічного простору, коли зміни впроваджуються не одномоментно, а через серію «невеликих покращень», кожне з яких здається розумним окремо, але в сукупності радикально змінює характер простору. Така стратегія мінімізує опір, оскільки кожен окремий крок важко критикувати як дискримінаційний. Трансформація парку в Коллінгвуді ілюструє також принцип «приватизації через дизайн», коли публічний простір формально залишається доступним, але фактично стає придатним лише для певних типів користувачів та активностей. Це створює де-факто приватні зони в межах публічного простору без формальної зміни статусу власності.

Характерним прикладом завуальованого ворожого дизайну стала справа Сіетла (CISA) 2017 р., де Департамент транспорту (SDOT) встановив 18 велосипедних стійок під мостом Alaskan Way Viaduct (рис. 7) для запобігання організації наметових таборів бездомних після примусової зачистки цієї території. Цей випадок став класичним прикладом «подвійного призначення» міської інфраструктури, коли

легітимна функція використовується як прикриття для дискримінаційних цілей.

Стійки та встановлення коштували близько \$6700: 18 стійок та шість монтажних рейок коштували \$3998, а робота трьох членів бригади протягом п'яти годин коштувала \$2718 (Fucoloro, 2017). SDOT використав велосипедні стійки, куплені через схвалений виборцями збір Move Seattle для розвитку велосипедної інфраструктури. Однак департамент компенсував загальну вартість проекту через фонд SDOT спеціально для боротьби з бездомністю. Дивне розміщення велосипедних стійок вказувало на їх справжню функцію:

запобігти тому, щоб люди без даху над головою лягали або розташовувалися табором під мостом (Hudson, 2023). Це приклад одного із способів, яким вороже архітектурне планування «ховається на видному місці» – використання нормальної або навіть корисної інфраструктури може застосовуватися з прихованими мотивами як спосіб обмеження використання публічного простору певними групами людей. Зрештою, негативна реакція проти їх ворожого використання змусила SDOT демонтувати даний ряд велосипедних стійок у березні 2018 р.



Рисунок 6. Парк на Oxford Street, Коллінгвуд, Мельбурн, Австралія, 2024

Джерело: E. Kendal (2024)



Рисунок 7. Велосипедні стійки під мостом Alaskan Way Viaduct, Сіетл, США, 2017 р.

Джерело: T. Fucoloro (2017)

Цей кейс демонструє декілька критично важливих аспектів сучасного ворожого дизайну. По-перше, використання «позитивної» інфраструктури (велосипедні стійки як символ екологічного транспорту) для досягнення виключних цілей створює когнітивний дисонанс та ускладнює критику. По-друге, фінансова схема з використанням різних бюджетних фондів показує інституційну підтримку дискримінаційних практик. По-третє, офіційна риторика про «активне публічне використання» маскує справжні мотиви виключення. Локація під мостом, де традиційно знаходили притулок бездомні, була трансформована у «велосипедну парковку», що формально зберігало публічний характер простору при фактичному виключенні його попередніх користувачів. Це створило прецедент для подібних «змін» просторів по всьому світу. Громадський опір проти цього проекту продемонстрував обізнаність населення щодо завуальованих форм ворожого дизайну та

здатність мобілізуватися проти них. Демонтаж стійок став символічною перемогою активістів та показав можливість успішного спротиву псевдофункціональним формам виключення.

Показовим прикладом масштабних витрат на виключну інфраструктуру став проект огорожування мосту Ballard у Сіетлі (США) 2018 р. (рис. 8). Документальний аналіз члена міської ради Майка О'Браєна виявив радикальну трансформацію простору протягом кількох днів: початкове обстеження зафіксувало п'ять наметів під північним пандусом мосту, однак повторне відвідування через короткий проміжок часу показало повну ліквідацію наметового табору та початок встановлення фізичних бар'єрів. Муніципальні служби оперативно огородили під'їзд та розпочали свердління отворів для встановлення 10-футової огорожі (3,05 м) з шипами для запобігання повторному розташуванню бездомних людей табором.



Рисунок 8. Огорожа під мостом Ballard Bridge, Сіетл, США, 2018 р.

Джерело: S. Greenstone (2018)

Економічний аналіз проекту виявив вражаючу ціну цього огороження: \$100,000 для обох сторін Northwest Leary Way під мостом Ballard. Згідно з офіційною позицією SDOT заявив, що огорожа є критично важливою для безпеки після серії повідомлень про пожежі під мостами (Seattle Times, 2018). Цей кейс ілюструє типову для ворожого архітектурного планування «економіку виключення», де короткострокові витрати на фізичні бар'єри значно перевищують довгострокові інвестиції у вирішення соціальних проблем. Він демонструє також швидкість реакції муніципальних служб на «проблему видимості» бездомності порівняно з повільністю реагування на саму житлову кризу.

Використання «безпекової риторики» для обґрунтування виключних заходів є характерною рисою сучасного ворожого планування, що

дозволяє маскувати дискримінаційні цілі під легітимні міркування громадської безпеки. Водночас така логіка ігнорує альтернативні підходи до забезпечення безпеки через соціальну підтримку та надання житла. Великі вазони та стратегічно розміщені каміння використовуються для тотального заповнення простору, де люди можуть сидіти, або як непереборні дорожні блоки для утримання різних груп користувачів у межах дозволених зон активності. Ці елементи часто маскуються під естетичні покращення або екологічні ініціативи та представляють найбільш складну для ідентифікації категорію ворожого дизайну через свою «природність» та позитивні конотації.

Приклад промислового масштабу застосування агресивних фізичних бар'єрів демонструють

бетонні шипи, які покривають приблизно 200 м² під експресвеем Хуанши, Китай (рис. 9) та абсолютно «забороняють» бездомним людям використовувати міст як притулок (Arch20, 2024). Ці конструкції створюють суцільне поле фізичних перешкод, що робить неможливим будь-яке використання простору для відпочинку або тимчасового перебування. Подібні стратегії з використанням масивних бетонних конструкцій та

штучних перешкод систематично та повсюдно застосовуються в містах по всьому світу для тотального блокування просторів, де бездомні люди могли б розташуватися. Така практика вражає показує, як муніципальні влади використовують агресивні фізичні бар'єри під виглядом інфраструктурних покращень для систематичного виключення вразливих груп населення з публічних просторів.



Рисунок 9. Бетонні шипи під експресвеем Хуанши, Китай

Джерело: Arch20 (2024)



Рисунок 10. Демонтаж лавок на станціях метро Нью-Йорка, США, 2021

Джерело: E.A.J. Connolly (2021)

Масштаб цього проекту (200 м² суцільних бетонних шипів) свідчить про військово-промисловий підхід до виключення, коли цілі території перетворюються на непридатні для людського перебування зони. Використання бетонних шипів створює ландшафт, що нагадує поле бою або зону відчуження, що радикально змінює характер міського простору. Такі масштабні інсталяції бетонних перешкод особливо проблематичні з точки зору громадського здоров'я та безпеки, оскільки створюють травмонебезпечне середовище не лише для цільових груп, а й для всіх користувачів простору. Суцільне покриття шипами

перетворює потенційно корисний публічний простір на абсолютно непридатну для використання територію. Також економічні витрати на виготовлення, транспортування та встановлення 200 м² бетонних конструкцій є значними, що підкреслює готовність влади інвестувати великі кошти у фізичне виключення замість вирішення соціальних проблем. Такі проекти створюють прецедент для ще більш масштабного застосування репресивних архітектурних рішень. Масштабні фізичні бар'єри такого типу репрезентують крайню форму політики житла як різниці, де простір буквально

перетворюється на непридатний для життя певних категорій населення, що суперечить базовим принципам права на житло та людську гідність (Lancione, 2020).

Муніципальні регуляції та політики публічного простору використовуються для контролю певних сегментів населення через вибіркове правозастосування, відмовляючи їм у участі в публічному житті, включно з використанням спільних просторів для задоволення базових потреб. Такі повсякденні активності, як сон, використання гідрантів для купання чи скейтбординг, клеймються як порушення громадського порядку, загрози здоров'ю або візуально непривабливі явища, тоді як муніципалітети використовують як регуляторну владу, так і естетику міського дизайну для їх придушення, не адресуючи соціополітичні реалії та цінності, що їх породили (Abbeu, 2023).

У межах розробленої типології ворожого архітектурного планування власне місце займає стратегія «примарних зручностей» – демонтаж необхідних елементів міської інфраструктури під формальними приводами економії або технічного обслуговування з метою обмеження доступу вразливих груп до публічного простору. Цей підхід кардинально відрізняється від попередніх категорій тим, що досягає виключного ефекту не через додавання ворожих елементів, а через їх цілеспрямовану відсутність.

Прикладом реалізації такої стратегії став інцидент у транзитній системі Нью-Йорка (США) у 2021 р., коли муніципальні служби масово демонтували лавки на станціях метро (рис. 10). Представники транзитної системи Нью-Йорка спочатку відверто оголосили через соціальні мережі (Twitter (X)), що «лавки були демонтовані зі станцій, щоб запобігти сну бездомних на них» (New York Post, 2021). Агентство пізніше під тиском громадської критики заявило, що допис був помилкою та не відображає офіційної позиції. Стратегія видалення лавок ілюструє особливо витончену форму дискримінації, оскільки формально не спрямована проти конкретних груп, але фактично створює непропорційні труднощі для найбільш вразливих користувачів транспортної системи. Відсутність місць для сидіння на станціях метро перетворює очікування транспорту на випробування, що особливо важко для літніх людей, осіб з інвалідністю, вагітних жінок та батьків з маленькими дітьми.

Економічне обґрунтування демонтажу є сумнівним з огляду на ефективність витрат, оскільки процес демонтажу лавок потребує додаткових ресурсів, а економія на обслуговуванні досягається за рахунок погіршення умов для сотень пасажирів щодня. Справжня мета полягає у створенні «некомфортного» середовища, що перешкоджає тривалому перебуванню. Випадкове розкриття справжніх мотивів у соціальних мережах

продемонструвало розрив між офіційною риторикою про «технічні міркування» та реальними дискримінаційними цілями. Необхідність швидкого «виправлення» допису свідчить про усвідомлення неприйнятності відкритого визнання виключних практик у демократичному суспільстві.

Характерною рисою сучасного періоду є стрімке зростання високоорганізованого та міжнародно координованого опору проти ворожого дизайну з боку художників, активістів та громадських організацій. Ці ініціативи використовують новаторські, творчі та провокативні підходи для привернення уваги до проблеми та демонстрації альтернативних способів використання публічного простору через мистецькі інтервенції, що деконструють логіку виключення та пропонують інклюзивні альтернативи.

Мультидисциплінарний проект Black Power Naps протистоїть ворожій архітектурі через створення просторів для відпочинку як актив радикального опору. Проект безпосередньо адресує три інструменти пригнічення: хромофобію (колоніальний страх кольору, що стирає афродіаспорну естетику), ворожу архітектуру (міське планування для виключення маргіналізованих спільнот) та звуковий терор (використання шумового забруднення для дестабілізації знедолених районів). Через яскраві інсталяції, звукові ландшафти та архітектурні втручання проект створює простори для відпочинку та зцілення, переосмислює відпочинок як форму репарацій та колективної турботи (Acosta, 2025).

Прикладом мистецького активізму проти ворожого дизайну став проект арт-групи під назвою «Space, Not Spike». Митці взяли нішу з шипами в будівлі на Curtain Road у Лондоні і радикально перетворили її на маленьку спальню з книжковою полицею (Horan, 2015) (рис. 11). У своєму маніфесті на платформі Tumblr група сформулювала гостру критику сучасного міського простору: написала заяву, яка розкриває комерціалізацію публічного простору та умовність права на місто. Група свідомо обрала це місце, оскільки район раніше був унікальним ексцентричним анклавом і простором для художників, деякі з яких були дуже бідними, однак джентрифікація безжально витіснила їх. На їх місці з'явилися будівлі, управляючі компанії яких настільки побоювалися присутності бездомних поблизу входів, що встановили шипи. Цей арт-проект функціонує на кількох рівнях критики та альтернативного бачення. По-перше, він фізично показує можливість трансформації ворожого простору у функціональне та гуманне середовище. По-друге, він створює потужний візуальний контраст між агресивністю шипів та затишком домашнього простору, підкреслює абсурдність виключного дизайну.

Символічно проект «Space, Not Spikes» представляє концепцію «права на відпочинок» як фундаментального елементу права на місто. Перетворення ніші на спальню з книжковою полицею не просто критикує ворожий дизайн, а пропонує альтернативну модель використання міського простору, що поєднує базові потреби (сон, захист) з культурними (читання, саморозвиток). Проект також ілюструє потенціал тактичного урбанізму як інструменту боротьби з дискримінаційними архітектурними практиками. Тимчасова, але потужна інтервенція створює прецедент для подібних дій по всьому світу та демонструє можливість «відхилення» – перетворення репресивних просторів на емансипаційні.

Емпіричне дослідження в Бостоні, Массачусетс, США, проведене з використанням теоретичних положень Девіда Харві про «Право на місто», показало, що приклади ворожого архітектурного

планування, спрямованого на бездомних, були більш ймовірними далі від місцевих притулків для бездомних, у районах, зонованих для бізнесу, а не для житла, та в районах з вищими середніми доходами (Cagey, C, 2018). Це підтверджує гіпотезу про те, що вороже планування функціонує як систематичний інструмент просторової сегрегації та забезпечує «чисті» простори для споживання та інвестицій за рахунок примусового виштовхування вразливих груп до менш видимих та менш безпечних районів. Важливість цього дослідження полягає у кількісному підтвердженні класових та економічних мотивів ворожого дизайну. Концентрація виключаючих елементів у бізнес-районах з високими доходами демонструє, що головною метою є не забезпечення безпеки, а захист комерційних інтересів та підтримання привабливості просторів для заможних споживачів.



Рисунок 11. Арт-проект «Space, Not Spikes», Curtain Road, Лондон, Велика Британія, 2015 р.
Джерело: М. Horan (2015)

Van Rossem (2022) у дослідженні центрального вокзалу Неймегена виявила, що турнікети громадського транспорту створюють поділ станції на дві частини: «безкоштовну» зону, де відвідувачі можуть користуватися деякими зручностями, але не мають змоги залишатися, та «платну» зону, де необхідно довести наявність підстави та коштів для доступу до решти станції. Це підтверджує, що вороже планування функціонує як система контролю доступу, що визначає, хто має право користуватися міським простором та його зручностями.

Семіотичний аналіз, проведений з використанням передової схеми класифікації Rosenberger (2023), вперше системно виявив, що ворожі архітектурні елементи функціонують на

трьох взаємопов'язаних рівнях значення. Іконічний рівень пов'язаний з візуальною подібністю архітектурних елементів до звичайних міських об'єктів та створює ілюзію нормальності. Індексальний рівень формується через контекстуальні зв'язки з конкретними явищами та поняттями і встановлює причинно-наслідкові асоціації. Символічний рівень виявився найскладнішим та найбільш культурно обумовленим, на якому ворожі елементи функціонують як носії конвенційних значень про те, хто «належить» до публічного простору та створюють ієрархії громадянства. Ця семіотична структура демонструє, як ворожий дизайн функціонує не лише як фізичний бар'єр, а як складна система комунікації, що транслює

соціальні норми та очікування через матеріальне середовище. Символічний рівень особливо важливий, оскільки він формує культурні уявлення про легітимність присутності різних груп у публічному просторі.

Дослідження McCreath (2025), опубліковане в журналі *Cities & Health*, вперше систематично проаналізувало потенційний негативний вплив ворожого архітектурного планування на здоров'я бездомного населення. Попередні дослідження ворожого архітектурного планування не досліджували його потенційний вплив на здоров'я бездомних, хоча бездомне населення стикається з кількома диспропорціями здоров'я та підвищеною смертністю порівняно із загальним населенням. Цей вплив може виникати від примусового переселення, якого зазнають особи для уникнення ворожого архітектурного планування, або від ризиків, пов'язаних з новими, часто менш безпечними просторами, які вони змушені займати.

Психологічні наслідки антибездомного архітектурного планування можуть бути глибокими (Shaw, 2024). Постійний вплив ворожого середовища призводить до посилення почуттів ізоляції серед бездомних осіб, поглиблення маргіналізації та значного підвищення рівня стресу. Деякі члени англійської спільноти бездомних, опитані дослідниками, зазначили, що ворожий дизайн сприяє їх переміщенню та почуттю незначущості, оскільки здається, що інтереси місцевого бізнесу мають пріоритет над їхнім виживанням.

Часто як частина більш широкої та все більш координованої моделі тактичного урбанізму, деякі противники ворожого архітектурного планування відповіли на нього безпосередньо, щоб підірвати його передбачувані ефекти. Там, де публічних місць для сидіння немає або вони неадекватні, деякі побудували та встановили місця для сидіння самостійно в акті, який називається «бомбардування стільцями» (chair bombing). Інші видаляють або руйнують антибездомні шипи та підлокітники на знак протесту проти законодавства проти бездомності.

Успішні кампанії проти ворожого дизайну є в Мумбаї (Індія), де антибездомні шипи під тиском активістів були демонтовані з-під банківської будівлі; у Сіетлі антибездомні велосипедні стійки були вимушено прибрані Департаментом транспорту; і для художника Стюарта Семпла, рада Борнмута видалила решітки зі своїх лавок. Ці дії демонструють, що громадська опозиція ворожому дизайну існує та вона організована, створює альтернативні моделі використання публічного простору, що базуються на принципах інклюзивності та соціальної справедливості.

Дослідження виявило системний характер ворожого архітектурного планування як інструменту просторового виключення в сучасних містах. Встановлені типологічні характеристики,

географічні закономірності та психологічні наслідки ворожого дизайну підтверджують його функціонування як механізму соціальної сегрегації. Водночас зростання організованого громадського опору та успішні випадки демонтажу дискримінаційних архітектурних елементів свідчать про можливість трансформації міських просторів у напрямку інклюзивності та соціальної справедливості.

ОБГОВОРЕННЯ

Отримані результати дозволили переосмислити концептуальні основи ворожого архітектурного планування в сучасних урбаністичних процесах як комплексного механізму соціального контролю та просторового виключення. Аналіз засвідчив, що вороже планування функціонує не як ізольований технічний феномен, а як структурний елемент ширших процесів міської нерівності та неоліберальної урбаністичної політики, що кидає виклик фундаментальним принципам права на місто та соціальної справедливості.

Результати дослідження підтверджують і розвивають теоретичні положення критичної урбаністики щодо ролі дизайну в процесах соціального виключення. Зокрема, дослідження підтверджує концепцію «архітектурного виключення» Schindler (2015), демонструє механізми, через які фізичний дизайн може систематично дискримінувати та сегрегувати через елементи забудованого середовища. Розроблена типологія ворожого дизайну суттєво розширює класифікаційну схему Rosenberger (2023), включно з новими категоріями технологічних систем контролю та псевдофункціональних перешкод.

Ключовим теоретичним досягненням є виявлення еволюційного характеру ворожого планування від концептуальних основ CPTEd 1960-х рр. до сучасних практик систематичного виключення. Ця періодизація спростовує твердження про те, що вороже планування є «новим» феноменом, натомість демонструє його глибокі історичні корені в теоріях «захищеного простору» та запобігання злочинності через екологічний дизайн (Newman, 1972; Jeffery, 1971). Важливим є встановлення того, як первісні концепції CPTEd, що фокусувалися на створенні безпечніших середовищ через природне спостереження, контроль доступу та територіальність (Cozens *et al.*, 2023), зазнали трансформації в інструмент дискримінації проти найбільш вразливих груп населення.

Застосований міждисциплінарний підхід, що поєднує методи урбаністики, семіотики, соціальної географії та правознавства, дозволив розкрити багатозаровість ворожого планування як соціо-просторового феномену. Використання семіотичного аналізу виявило три рівні функціонування ворожих архітектурних елементів

(іконічний, індексальний, символічний), що створює теоретичну основу для подальших досліджень символічних аспектів міського дизайну. Цей підхід дозволяє інтегрувати концепції права на місто Анрі Лефевра, теорію просторової справедливості Едварда Соя (Soja, 2010) та критичну теорію урбанізму Девіда Харві (Harvey, 2008) в єдину аналітичну рамку.

Географічний аналіз просторового розподілу ворожих елементів підтвердив гіпотезу про їх концентрацію у бізнес-районах з високими доходами, віддалених від соціальних служб, що корелює з результатами емпіричного дослідження Carey (2018) у Бостоні та розширює їх на міжнародний контекст. Ці закономірності відповідають теоретичним положенням про неоліберальне управління містами та зростання приватизації публічних просторів (Smith, 2002), та демонструє, як архітектурні засоби використовуються для забезпечення «чистих» просторів для споживання та інвестицій.

Дослідження виявило етичні проблеми, пов'язані з використанням ворожого дизайну як інструменту соціального контролю. Як зазначає Viterbi Conversations in Ethics (2024), «вороже архітектурне планування йде проти принципів інженерії спільного простору», оскільки воно приватизує публічні простори та є неефективною і деперсоналізованою відповіддю на проблему бездомності. Також уваги заслуговує аналіз того, як псевдофункціональні елементи, такі як велосипедні стійки у справі Сіетла (Fucoloro, 2017), маскують дискримінаційні цілі під виглядом покращення міської інфраструктури.

Значущими є виявлені психологічні наслідки ворожого дизайну для вразливих груп населення. McCreath (2024) у дослідженні з урбаністичної біоетики довів, що постійний вплив ворожого середовища призводить до погіршення здоров'я бездомного населення через примусове переселення та ризики, пов'язані з менш безпечними просторами. Shaw (2024) розширює це розуміння, демонструє, що постійний вплив ворожого середовища призводить до посилення почуттів ізоляції серед бездомних осіб, поглиблення маргіналізації та значного підвищення рівня стресу. Ці дослідження узгоджуються з теоретичними положеннями про те, що вороже планування посилює соціальну стигматизацію та формує у суспільства уявлення про бездомних як про «небажаний» елемент міського ландшафту.

Важливим аспектом є те, що хоча ворожий дизайн часто обговорюється в контексті рішень на рівні вулиць, як зазначає Britannica (2024), деякі вчені стверджують, що рішення щодо планування більшого масштабу на муніципальному та регіональному рівнях часто мають виключні ефекти, подібні до результатів, яких прагнуть прихильники ворожого архітектурного планування. Neighborhood Design Center (2023) підкреслює, що

ці дизайнерські елементи коріняться в історичній нерівності та були впроваджені в кожній сфері від ландшафтного дизайну до планування вулиць у містах по всьому світу.

Критичний аналіз ефективності ворожого планування засвідчив його фундаментальну неспроможність вирішувати соціальні проблеми. Як підкреслює Melanin Base Camp (2025), «вороже архітектурне планування не вирішує проблеми, а лише переміщує їх», створює ілюзію порядку та безпеки для економічно привілейованих груп. У контексті пошуку альтернатив, Welch (2024) пропонує стратегії включення громадських зручностей, таких як громадські туалети, питні фонтанчики та притулки, що можуть зробити міські середовища більш відповідними та гуманними для всіх, включно з бездомним населенням, тим самим зменшуючи потребу у виключних дизайнах. Kendal (2024) доповнює це розуміння, показує, як такі дизайнерські рішення часто прагнуть захистити корпоративні інтереси за рахунок найбільш вразливих груп населення.

Дослідження нідерландського досвіду продемонструвало, що навіть у країнах з розвинутою системою громадського транспорту турнікети можуть функціонувати як форма ворожого архітектури, яка обмежує публічний характер транспортних вузлів (van Rossem, 2022). Учасники дослідження відзначили, що станція залишається технічно публічним простором, але створює атмосферу недружелюбності, де відвідувачів вітають для використання станції за призначенням, але не заохочують «просто відпочивати».

Аналіз правових аспектів ворожого планування виявив складну ситуацію з його регулюванням. Хоча були спроби формально заборонити використання певних стратегій ворожого дизайну в різних муніципалітетах (наприклад, House Bill 6400 у Коннектикуті), найбільш ефективний опір ворожому дизайну відбувався на низовому рівні (Britannica, 2024). Mendelson (2025) підкреслює, що одним з найбільш тривожних аспектів оборонного дизайну є відсутність формального визнання з боку самих осіб та фірм, які його впроваджують. Ця проблема посилюється тим, що багато архітекторів, містобудівників та девелоперів, які включають ворожі або виключні елементи дизайну в публічні простори, рідко роблять чітке публічне зобов'язання щодо цих практик.

Дослідження документує різноманітні форми громадського опору проти ворожого дизайну. Hudson (2023) систематизує основні форми та механізми функціонування ворожого дизайну, зазначає складність балансування потреб різних груп користувачів публічного простору. Успішні кампанії, задокументовані у Design Week (2019), включають випадки в Мумбаї, де антибездомні шипи були демонтовані з-під банківської будівлі; у Сіетлі антибездомні велосипедні стійки були прибрані Департаментом транспорту (Hudson,

2023); та у Борнмуті, де рада видала решітки зі своїх лавок.

Acosta (2025) у проєкті Black Power Naps демонструє, що протистояння ворожій архітектурі вимагає не лише фізичного редизайну міських просторів, а й деколонізації естетичних норм та переосмислення того, хто має право на відпочинок у публічному просторі. Проєкт створює інсталяції з модульними конструкціями для лежання та звуковими ландшафтами, що заспокоюють і зцілюють, трансформують звук з інструменту контролю в засіб визволення та протистоянь міським ландшафтам, що пріоритизують виключення.

Вороже архітектурне планування є комплексним соціо-просторовим феноменом, який функціонує як інструмент систематичного виключення вразливих груп населення з публічних просторів сучасних міст. Дослідження підтвердило еволюційний характер трансформації принципів запобігання злочинності через екологічний дизайн у практики дискримінаційного контролю міського простору, що відображає процеси неоліберальної урбаністичної політики. Виявлені географічні закономірності, психологічні наслідки та форми громадського опору створюють цілісне розуміння механізмів функціонування ворожого планування та можливостей його подолання. Результати формують теоретичну та емпіричну основу для розробки альтернативних підходів до створення інклюзивних міських просторів, що базуються на принципах соціальної справедливості та поваги до людської гідності.

■ ВИСНОВКИ

Проведене комплексне міждисциплінарне дослідження ворожого архітектурного планування в сучасних містах дозволило розкрити механізми його функціонування як інструменту соціального виключення та просторової дискримінації, а також оцінити його вплив на соціальну справедливість, права людини та принципи інклюзивного міського розвитку.

Дослідження встановило чотири основні періоди розвитку ворожого архітектурного планування: період становлення концептуальних основ (1960–1980-і рр.), період практичного впровадження (1980–2000-і рр.), період раннього розширення (2000–2010-і рр.) та сучасний період масового поширення та громадського опору (2010–2025 рр.). Виявлено еволюційний характер трансформації від концептуальних основ CRTED 1960-х рр. до сучасних практик масового виключення, що спростовує твердження про новизну феномену та демонструє його глибокі історичні корені в теоріях «захищеного простору» та запобігання злочинності через екологічний дизайн.

Розроблено типологію засобів ворожого дизайну, що включає шість основних категорій: агресивні фізичні бар'єри, модифіковані лавки, псевдофункціональні елементи, завуальовані

бар'єри, ландшафтні перешкоди та «примарні зручності». Кожна категорія має специфічні механізми впливу та чітко визначені цільові групи для виключення.

Встановлено, що вороже планування функціонує як складний механізм просторової сегрегації, що маскується під нейтральні технічні рішення для забезпечення безпеки, порядку та естетичної привабливості. Цей процес забезпечує «чисті» простори для споживання та інвестицій шляхом систематичного виштовхування вразливих груп до менш видимих та менш безпечних районів.

Семіотичний аналіз виявив, що ворожі архітектурні елементи функціонують на трьох рівнях значення: іконічному, індексальному та символічному. Це створює систему культурних кодів про право на публічний простір та функціонує як засіб невербальної комунікації соціальних норм і очікувань.

Емпірично підтверджено географічні закономірності розміщення ворожих архітектурних елементів: концентрацію у бізнес-районах з високими доходами, віддаленість від соціальних служб та притулків, тісний зв'язок з процесами джентрифікації. Це створює систему «архітектурного апартеїду», що фізично закріплює соціальну нерівність у міському ландшафті.

Доведено негативний психологічний та фізичний вплив ворожого дизайну на бездомне населення, включно з посиленням почуттів ізоляції, маргіналізації, стресу та втрати гідності. Постійний вплив ворожого середовища призводить до погіршення здоров'я через примусове переселення та ризики, пов'язані з менш безпечними просторами.

Виявлено різноманітні форми організованого громадського опору: тактичний урбанізм, «бомбардування стільцями», демонтаж ворожих елементів, мистецькі інтервенції, медійні кампанії та законодавчі ініціативи. Успішні кампанії в Сіетлі, Борнмуті, Мумбаї демонструють можливість зміни політики через організований громадський тиск.

Систематизовано альтернативні підходи до створення безпечних та інклюзивних публічних просторів: принципи універсального дизайну, розвиток громадських зручностей, участь спільнот у плануванні, застосування принципів CRTED без виключних елементів, інвестиції в соціальні служби та доступне житло.

■ ПОДЯКИ

Немає.

■ ФІНАНСУВАННЯ

Дослідження не отримувало фінансування.

■ КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ

Немає.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Abbey, S. (2023). Guerrillas in Our Midst: Ad Hoc Urbanism and Public Practice. *Landscape Journal*, 42(1), 77–90. <https://doi.org/10.3368/lj.42.1.77>
- [2] Acosta, N. (2025). How Black Power Naps Challenges Fear of Colour, Hostile Architecture and Sonic Terror. *APRIA Journal*, 7(7), 73-76. <https://doi.org/10.37198/APRIA.07.07.A8>
- [3] Arch20. (2024, October 9). 10 of the Most Inhumane Hostile Architecture Examples. Retrieved from <https://www.arch2o.com/10-inhumane-hostile-architecture-examples/>
- [4] Carey, C. (2018). [*Hostile architecture aimed at people experiencing homelessness in Boston, Massachusetts: A spatial analysis*](#). Paper presented at the Society for the Study of Social Problems 2018 Annual Meeting, Philadelphia, PA, August 11, 2018. 2018 Student Paper Award, Sociology and Social Welfare Division.
- [5] Carr, M. M. (2020). Urban Hostility: CPTED, Hostile Architecture, and the Erasure of Democratic Public Space [Undergraduate honors thesis, Portland State University]. PDXScholar. <https://doi.org/10.15760/honors.913>
- [6] Connelly, E. A. J. (2021, February 6). NYC transit tweets that benches removed to deter homeless. *New York Post*. Retrieved from <https://nypost.com/2021/02/06/nyc-transit-tweets-that-benches-removed-to-deter-homeless/>
- [7] Cozens, P., & Love, T. (2015). A Review and Current Status of Crime Prevention through Environmental Design (CPTED). *Journal of Planning Literature*, 30(4). doi: 10.1177/0885412215595440
- [8] Cozens, P., Babb, C., & Monk, S. (2023). Exploring and developing crime prevention through environmental design (CPTED) audits: an iterative process. *Crime Science*, 12(1), 1-18. Retrieved from <https://doi.org/10.1057/s41300-022-00170-0>
- [9] Design Week. (2019, November 5). Hostile design is still a problem in our public spaces - here's why. Retrieved from <https://www.designweek.co.uk/issues/14-20-october-2019/hostile-design/>
- [10] Factory Furniture. (2020). PAS 68 Camden concrete bench specifications. Retrieved from <https://www.externalworksindex.co.uk/entry/132658/Factory-Furniture/PAS-68-Camden-concrete-bench/>
- [11] Fucoloro T. (2017). Western Avenue Bike Racks installed by SDOT. *Seattle Department of Transportation via Seattle Bike Blog*. Retrieved from <https://www.seattlebikeblog.com/2017/12/19/sdot-uses-bike-racks-to-displace-people-camping-under-viaduct/>
- [12] Geraghty L.. (2022, September 21). 5 ways anti-homeless architecture is used to exclude people from public spaces. *Big Issue*. Retrieved from <https://www.bigissue.com/news/housing/anti-homeless-architecture-hostile-designs/>
- [13] GOV.UK. (2024). Rough sleeping snapshot in England: Autumn 2023. Department for Levelling Up, Housing and Communities. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/statistics/rough-sleeping-snapshot-in-england-autumn-2023>
- [14] Greenstone S. (2018). Seattle is putting fences under its bridges to keep campers out. *Seattle Times*. Retrieved from <https://www.seattletimes.com/seattle-news/seattle-is-putting-fences-under-its-bridges-to-keep-campers-out-and-some-say-thats-wrong/>
- [15] Harvey, D. (2008). The Right to the City. *New Left Review*, 53, 23-40. Retrieved from <https://newleftreview.org/issues/ii53/articles/david-harvey-the-right-to-the-city>
- [16] Hauptfleisch, W. (2024, January 4). A Hostile Architecture Tour Around London — Part 2. *Medium*. Retrieved from <https://wolfhf.medium.com/a-hostile-architecture-tour-around-london-part-2-50452aba1a49>
- [17] Horan, M. (2015, July 22). Space not spikes London homeless art. *Refinery29*. Retrieved from <https://www.refinery29.com/en-us/2015/07/91169/anti-homeless-spikes-england-artist-protest>
- [18] HUD. (2024). The 2023 Annual Homeless Assessment Report to Congress. U.S. Department of Housing and Urban Development. Retrieved from <https://www.huduser.gov/portal/sites/default/files/pdf/2023-AHAR-Part-1.pdf>
- [19] Hudson L. (2023, December 11). Urbanism 101: Hostile Architecture. Retrieved from <https://www.theurbanist.org/2023/12/11/urbanism-101-hostile-architecture/>
- [20] Jeffery, C. R. (1971). *Crime Prevention Through Environmental Design*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- [21] Kendal, E. (2024). Why Hostile Architecture is Bad for Our City's Health. *Melbourne Zero*. Retrieved from <https://www.melbournezero.org.au/hostile-architecture-is-bad-for-our-city-s-health>
- [22] Kendal, E. (2024). Why Hostile Architecture is Bad for Our City's Health. *Melbourne Zero*. Retrieved from <https://www.melbournezero.org.au/hostile-architecture-is-bad-for-our-city-s-health>
- [23] Lancione, M. (2020). Radical housing: On the politics of dwelling as difference. *International Journal of Housing Policy*, 20(2), 273-289. <https://doi.org/10.1080/19491247.2019.1611121>
- [24] Lefebvre, H. (1967). The Right to the City. In E. Kofman & E. Lebas (Eds.), *Writings on Cities* (pp. 63-181). Oxford: Blackwell Publishers.
- [25] Lefebvre, H. (1968). *Le Droit à la ville*. Paris: Anthropos.
- [26] McCreath, B. (2024). Hostility in the city: The implications of hostile architecture on health and ethics [Master's thesis, Temple University]. TUScholar Repository. <http://hdl.handle.net/20.500.12613/10225>

- [27] Melanin Base Camp. (2025, February 8). What is Hostile Architecture? America's War on the Unhoused. Retrieved from <https://www.melaninbasecamp.com/trip-reports/2024/5/17/what-is-hostile-architecture-americas-war-on-the-unhoused>
- [28] Mendelson, K. (2025, February 21). Overcoming hostile architecture. IAI TV. Retrieved from <https://iai.tv/articles/overcoming-hostile-architecture-auid-3086>
- [29] Mitchell, D. (2003). The Right to the City: Social Justice and the Fight for Public Space. New York: Guilford Press.
- [30] Neighborhood Design Center. (2023). Understanding Hostile Architecture: The Cause and Effect of Restricting Public Space. Retrieved from <https://ndc-md.org/news-and-stories/understanding-hostile-architecture-the-cause-and-effect-of-restricting>
- [31] Newman, O. (1972). Defensible Space: Crime Prevention Through Urban Design. New York: The Macmillan Company.
- [32] Petty, J. (2016). The London Spikes Controversy: Homelessness, Urban Securitisation and the Question of 'Hostile Architecture'. International Journal for Crime, Justice and Social Democracy, 5(1), 67-81. doi: 10.5204/ijcsd.v5i1.286
- [33] ResearchGate. (2019, June 13). Defending Suburbia: Exploring the Use of Defensive Urban Design Outside of the City Centre. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/334139026_Defending_Suburbia_Exploring_the_Use_of_Defensive_Urban_Design_Outside_of_the_City_Centre
- [34] Rosenberger, R. (2023). A Classification Scheme for Hostile Design. Philosophy of the City Journal, 1(1), 49-70. doi: 10.21827/potcj.1.1.40323
- [35] Rosenfeld, J. (2024, June 26). Hostile architecture: History, Definition, Examples, & Facts. Britannica. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/hostile-architecture>
- [36] Schindler, S. (2015). [Architectural exclusion: Discrimination and segregation through physical design of the built environment](#). The Yale Law Journal, 124, 1937-2024.
- [37] Shaw, A. (2024, November 25). Hostile Architecture and Its Impact on Homelessness. Medium. Retrieved from <https://medium.com/@ariushshaw/hostile-architecture-and-its-impact-on-homelessness-49df47a08060>
- [38] Smith, N. (2002). New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. Antipode, 34(3), 427-450. doi: 10.1111/1467-8330.00249
- [39] Soja, E. W. (2010). Seeking Spatial Justice. Minneapolis: University of Minnesota Press. doi: 10.5749/minnesota/9780816666676.001.0001
- [40] Swain, F. (2013, Dec 5). Designing the Perfect Anti-Object. Medium, Futures Exchange. Retrieved from <https://medium.com/futures-exchange/designing-the-perfect-anti-object-49a184a6667a>
- [41] van Rossem, A. (2022). Hostile architecture and its effect on public space in Nijmegen: A case study at the central station of Nijmegen [Bachelor's thesis, Radboud University].
- [42] Viterbi Conversations in Ethics. (2024, June 25). Hostile Architecture: The Ethical Problem of Design as a Means of Exclusion. Retrieved from <https://vce.usc.edu/volume-7-issue-1/hostile-architecture-the-ethical-problem-of-design-as-a-means-of-exclusion/>
- [43] Welch, J. (2024, October 18). The dual edge of hostile architecture: Enhancing security or eroding freedom? Grab The Axe. Retrieved from <https://grabtheaxe.com/hostile-architecture/>

Hostile Architectural Planning as an Instrument of Social Exclusion in the Urban Environment

Yevhenii Shyshliuk

PhD, Associate Professor

Kyiv National University of Technologies and Design

01011, 2 Mala Shyianovska Str., Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0002-7358-7864>

Svitlana Dolesko

PhD, Associate Professor

National Academy of Culture and Arts Management

01015, 9 Lavrska Str., Kyiv, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0001-6702-5606>

Abstract. The purpose of the study was to comprehensively analyze the mechanisms underlying hostile architectural planning in contemporary cities and to determine its impact on social justice, human rights, and the

principles of inclusive urban development. To achieve this purpose, a set of interdisciplinary methods was applied: structural-functional analysis of urban spaces, comparative analysis of international practices, critical discourse analysis, typological analysis of architectural solutions, and empirical analysis of documented cases from cities in North America, Europe, and Australia over the period 2010–2025. As a result of the study, the evolution of the concept was analyzed – from Oscar Newman's "defensible space" theory of the 1970s, through the principles of crime prevention through environmental design, to contemporary practices of systematic exclusion. Four main types of hostile design and their functional characteristics were identified: anti-homeless spikes as the most aggressive form of physical deterrence; segmented benches with armrests as a disguised means of preventing lying down; barrier landscaping and rocks as pseudo-aesthetic obstacles; and the removal of public amenities as a strategy for creating "phantom spaces." It was established that hostile planning functions as a complex system of spatial segregation that masks itself as neutral safety and aesthetic solutions, securing "clean" spaces for consumption and investment by pushing vulnerable groups into less visible and less safe areas of cities. The negative psychological impact on homeless individuals was demonstrated, including intensified feelings of isolation, marginalization, stress, and loss of dignity. Geographic patterns in the placement of hostile architectural elements were empirically established: concentration in high-income business districts, distance from social services and shelters, and a close link to gentrification processes. Various forms of public resistance were identified: tactical urbanism, dismantling of hostile elements, media campaigns, and legislative initiatives.

Keywords: exclusionary design, homeless person, human rights, spatial justice, inclusive planning, CPTED, urbanism

ART AND DESIGN

Науковий журнал

Том 9, №3, 2026

Заснований у 2017 р.
Виходить чотири рази на рік

Технічний редактор
Відповідальний за поліграфічне виконання

Олена КРИВОНОС
Лілія ОВЕЧКИНА

Підп. до друку 30.09.2026. Формат 60×84 1/8.
Ум. друк. арк. 10,22. Облік. вид. арк. 8,00. Наклад 100 пр. Зам. ____.

Державна реєстрація:

Ідентифікатор медіа R30-05424

Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 2520 від 8 серпня 2024 року

Свідectvo про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 993 від 24.07.2002.

Видавець і виготовлювач:

Київський національний університет технологій та дизайну.
вул. Мала Шияновська, 2, м. Київ, 01011, Україна.
e-mail: artdesign@knutd.edu.ua
<https://jrnl.knutd.edu.ua/index.php/artdes>

Сертифікат KB № 19330-9130ПР
Сертифікат ДК № 993, 24.07.2002.

ART AND DESIGN

Scientific Journal

Volume 9, №3, 2026

Founded in 2017.
Published four times per year

Technical Editor
Responsible for printing

Kryvonos O.
Ovechkina L.

Printing proof 30.09.2026. Format 60×84 1/8.
Conditional sheet 10.22. Calculated sheet 8.00. Circulation 100 copies. Order N ____.

State registration:

Media identifier R30-05424

Decision of the National Council of Television and Radio Broadcasting of Ukraine № 2520 dated 08.08.2024

Certificate of entry of a publishing entity into the State Register of Publishers, Manufactures and Distributors of Publishing Products ДК № 993 dated 24 July 2002. 30 June

KNUTD Instant Printing Department:

Mala Shyianovska Street, 2, Kyiv, 01011, Ukraine.
e-mail: artdesign@knutd.edu.ua
<https://jrnl.knutd.edu.ua/index.php/artdes>

Certificate KB № 19330-9130ПР
Certificate ДК № 993, 24.07.2002.