

Хмельницький національний університет  
Факультет технологій і дизайну  
Кафедра дизайну

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

перший (бакалаврський)  
Освітній рівень

### ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ВЕСТИБЮЛЮ І КОРИДОРУ 1 ПОВЕРХУ 2 КОРПУСУ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В СТИЛІ МІНІМАЛІЗМ

Галузь знань \_\_\_\_\_ 02 Культура і мистецтво \_\_\_\_\_  
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність \_\_\_\_\_ 022 Дизайн \_\_\_\_\_  
Шифр і назва спеціальності

Шифр ДРДЗ. 2019012.01.05.ПЗ

Виконала: студентка 4 курсу, група ГДР-19-1 \_\_\_\_\_ Каріна ДЕМЕДЮК

Керівник: старший викладач \_\_\_\_\_ Олег БОБРОВСЬКИЙ

Нормоконтролер: кандидат техн. наук, доцент \_\_\_\_\_ Лариса КРАСНЮК

До захисту допускаю:

Зав. кафедри дизайну \_\_\_\_\_ Ельвіра БАЗИЛЮК

\_\_\_\_\_ 2023 р.

Хмельницький, 2023





## АНОТАЦІЯ

до дипломної роботи першого бакалаврського освітнього рівня на тему: «Графічне оформлення вестибюлю і коридору 1 поверху 2 корпусу Хмельницького національного університету в стилі мінімалізм»

студентки групи ГДР-19-1 Демедюк К.О.  
керівник – ст. викл. Бобровський О.В.

Обсяг пояснювальної записки – 73 с., 47 рис., 4 додатки, 16 джерел

Обсяг графічної частини – презентація дипломної роботи, 15 с.

ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ СЕРЕДОВИЩА,  
ІНФОРМАЦІЙНІ СТЕНДИ, ВКАЗІВНІ ТАБЛИЧКИ, МІНІМАЛІЗМ

У ході виконання дипломної роботи було розроблене графічне оформлення вестибюля і коридорів 1 поверху 2-го корпусу Хмельницького національного університету у стилі мінімалізм, з розробкою інформаційних стендів для кафедр. Також було розроблено інформаційні таблички-вивіски з нумерацією аудиторій і вказівники для кращого орієнтування у корпусі. Для створення зручного освітнього середовища було використано стиль мінімалізм та шрифти антиква та гротеск.

---

(дата)

---

(підпис)

## ЗМІСТ

	С
Вступ	6
1 Обґрунтування вихідних даних до проектування засобів візуальної інформації в інтер'єрі	8
1.1 Характеристика засобів візуальної інформації в інтер'єрі	8
1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі	18
2 Ретроспектива теми	24
2.1 Історичний огляд дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі	24
2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою	26
3 Творча розробка дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі	28
3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі	28
3.2 Розробка варіантів творчих ідей	35
3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі	40
Висновки	45
Перелік посилань	47
Додатки	49

## ВСТУП

**Актуальність теми** полягає в тому, що сучасні умови навчання вимагають створення комфортних і функціональних просторів для студентів та викладачів. Мінімалістичний стиль оформлення дозволяє створити такі простори, які будуть естетично привабливими, функціональними, але при цьому не перенасиченими деталями.

Вестибюль та коридори є першими місцями, які бачать студенти під час входу в університет, тому вони повинні бути оформлені таким чином, щоб справляти перше враження та відображати дух навчального закладу.

Використання мінімалістичного стилю в оформленні середовища дозволяє акуратно розташувати кожний об'єкт та створювати навіть з невеликої кількості предметів враження організованості та надання простору. Такий підхід дозволяє максимально ефективно використовувати вільний простір та надати вестибюлю чи коридору сучасного та впорядкованого вигляду.

Художнє проектування оформлення в стилі мінімалізм є важливим елементом, що дозволяє долучити студентів до академічного духу університету та створити сучасний та привабливий простір для навчання.

**Метою дипломної роботи** є розробка графічного оформлення другого корпусу Хмельницького національного університету(ХНУ).

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- зібрати данні для виконання дипломної роботи та сформувані бриф;
- ознайомитися з особливостями спеціальностей кафедр ХНУ, які знаходяться на 1-му поверсі 2-го корпусу;
- дослідити стиль мінімалізм для графічного оформлення середовища навчального закладу;
- проаналізувати існуючі інформаційні стенди і вказівні таблички, розміщені в вестибюлі і коридорах 1-го поверху 2-го корпусу ХНУ;
- визначити сучасні тренди і тенденції в дизайні інформаційних стендів і вказівних табличок, зокрема вищих навчальних закладів;

- обрати та виконати стилізацію джерела творчості для розробки графічного оформлення;
- розробити варіанти інформаційних стендів і вказівних табличок для вестибюля і коридорів 1-го поверху 2-го корпусу ;
- обґрунтувати розробку головної ідеї графічного оформлення.

**Засоби дослідження:** комп'ютерні програми та графічні редактори, Adobe Illustrator, Microsoft Office Word.

**Структура й обсяг роботи.** Дипломна робота складається з пояснювальної записки та графічної частини.

# 1 ОБҐРУНТУВАННЯ ВИХІДНИХ ДАНИХ ДО ПРОЄКТУВАННЯ ЗАСОБІВ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ІНТЕР'ЄРІ

## 1.1 Характеристика засобів візуальної інформації в інтер'єрі

Графічний дизайн займає одне з провідних місць в сучасному світі, основна задача якого полягає в створенні ефективних та привабливих дизайн-рішень, які відповідають потребам та очікуванням цільової аудиторії, передають правильний інформаційний зміст та наділені щодо заданих цілей функціональними можливостями.

Сучасний інтер'єр закладів освіти - це дизайн, який спрямовується на створення сприятливого та комфортного середовища для навчання та розвитку студентів та викладачів.

Один з основних принципів сучасного дизайну закладів освіти - це забезпечення найкращої функціональності, гармонійності приміщень. Приміщення повинні бути добре продумані та забезпечувати максимальну комфортність, динамічність, естетичне задоволення. Також, найважливішим вимогам сучасного дизайну закладів освіти є екологічна безпека, гігієна та ергономіка.

Сучасний дизайн освітніх закладів також враховує естетичні потреби користувачів, забезпечуючи стильність та гармонію у використанні кольорів, форм та матеріалів, зручне планування та практичне оздоблення.

В закладі вищої освіти, де є велика кількість аудиторій та адміністративних кімнат, де знаходяться тисячі студентів, викладачів та співробітників, з метою допомогти людям швидко та легко зорієнтуватися в новому приміщенні та знайти необхідний кабінет, кімнату, відділення або інше місце, використовуються спеціальні системи візуальної інформації, що являють собою різноманітні покажчики, вивіски, таблички, попереджувальні знаки, плани, лайтбокси, інформаційні стенди та інші конструкції.

Відповідно до визначення ДСТУ 3899-99: «Система візуальної інформації – структурово та просторово організована сукупність елементів візуальної

інформації, яка призначена для орієнтування людини у довкіллі та припису певних правил поведінки в ньому» [5].

«Засоби візуальної інформації – це сукупність спеціально розроблених конструктивів, знаків, кольорових і знакових систем для орієнтування людини у довкіллі» [5]. До засобів візуальної інформації можна віднести піктограми, символи, знаки, схеми, стрілки, різні покажчики.

Піктограма - це засіб візуальної інформації в інтер'єрі, який значно полегшують процес сприйняття повідомлення, особливо в умовах дефіциту часу чи незнання мови, адже є малюнковим спрощеним зображення предметів, понять, що в давнину заміняло слова [6].

Піктограма – це знак, що відображає найважливіші та впізнавані риси об'єкта або предмета, на які він вказує, та орієнтований на миттєве сприйняття його змістовного навантаження. Графічне рішення піктограм має бути лаконічним, максимально спрощеним та водночас інформативним. За системою Ч. Пірса піктограми можна поділити на три категорії [8]: іконічні піктограми, піктограми-символи, піктограми-індекси.

Іконічні піктограми вказують на позначуваний ними об'єкт, подібність у знаку легко зчитується й розуміється. Знакове зображення об'єкта схоже із самим об'єктом, не абстрактне, тобто малюнок об'єкта і сам об'єкт (рис.1.1).



Рисунок 1.1 – Іконічні піктограми

Піктограми-символи (ідеограма) позначають не конкретний предмет, а визначений сценарій із певним сенсом (зображення вказівного пальця показує напрямок руху). Ці зображення можуть нагадувати ребус, адже часто крім зображеного об'єкту позначають поняття, які побічно пов'язані з ним (людина, намальована у колі, позначає не сам об'єкт, а пішохідну доріжку).

Найвідомішими символами є дорожні знаки, хрест для християнства, голуби за мир, знак плюс для лікарні, долари за американську валюту тощо (рис.1.2).



Рисунок 1.2 – Піктограми-символи (ідеограми)

Піктограми-індекси характеризуються зверненням до об'єкта через емоції і відчуття. Сенс повідомлення усвідомлюється на підсвідомому рівні, дія якого заснована на реальній суміжності того, що означає і означуваного (розбите серце є індексом сильного емоційного стресу або болю, піднятий великий палець догори – індексом схвалення) [8] (рис.1.3).



Рисунок 1.3 – Піктограми-індекси

В сучасному графічному дизайні стала стрімко розвиватись нова система піктографічної мови – інфографіка, основною метою якої є інформування.

Інфографіка – це добірка зображень, діаграм і мінімального обсягу тексту, що роблять огляд теми легкозрозумілою [16].

Інфографіку використовують в різних сферах людського спілкування: науці, освіті, статистиці, журналістиці. Зокрема вона є ефективним засобом навігації в закладах освіти. Інфографіка може бути використана для розміщення презентаційної інформації, плани будівель, описи аудиторій та інших приміщень, що допоможе абітурієнтам, студентам та викладачам швидко та легко знайти необхідне місце в закладі (рис.1.4, 1.5).



Рисунок 1.4 – Інфографіка



Рисунок 1.5 – План розташування корпусів

Для орієнтування людини у певному середовищі, зазвичай використовуються стандартні піктограми, що вказують напрямок входу і виходу, напрямок сходів, розташування пристроїв пожежогашіння та інше (рис.1.6), які розміщені на носії візуальної інформації [15] .

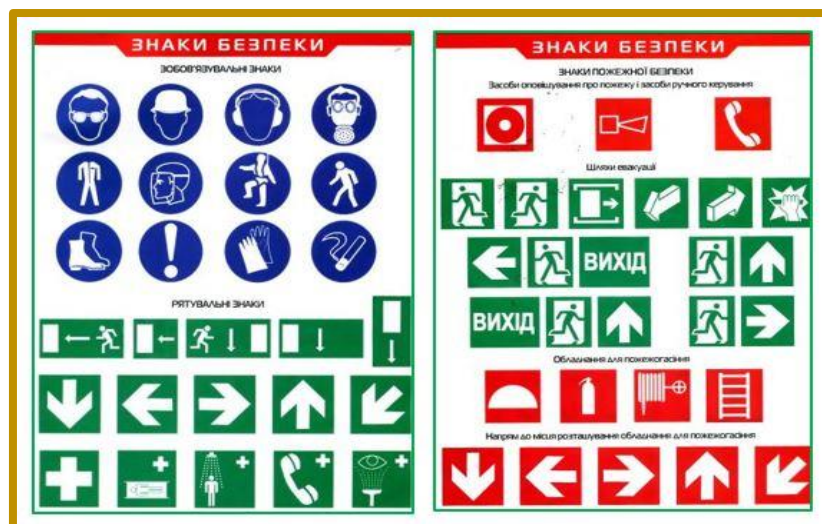


Рисунок 1.6 – Знаки безпеки

«Носій візуальної інформації – це об'єкт, який слугує для розміщення інформаційного (знакового) повідомлення» [5].

Носії візуальної інформації діляться на три типи: рекламно-інформаційні об'єкти, навігаційні об'єкти, комунікативні об'єкти. Матеріали, з яких виготовлені носії різноманітні: полікарбонат, ПВХ, алюмінієвий композит, дерево, скло, шкіра, метал, самоклеюча плівка. За способом встановлення: підвісні, настінні, у вигляді окремої стійки, у вигляді зображення на підлозі (рис.1.7-1.10).



Рисунок 1.7 – Підвісний навігаційний покажчик

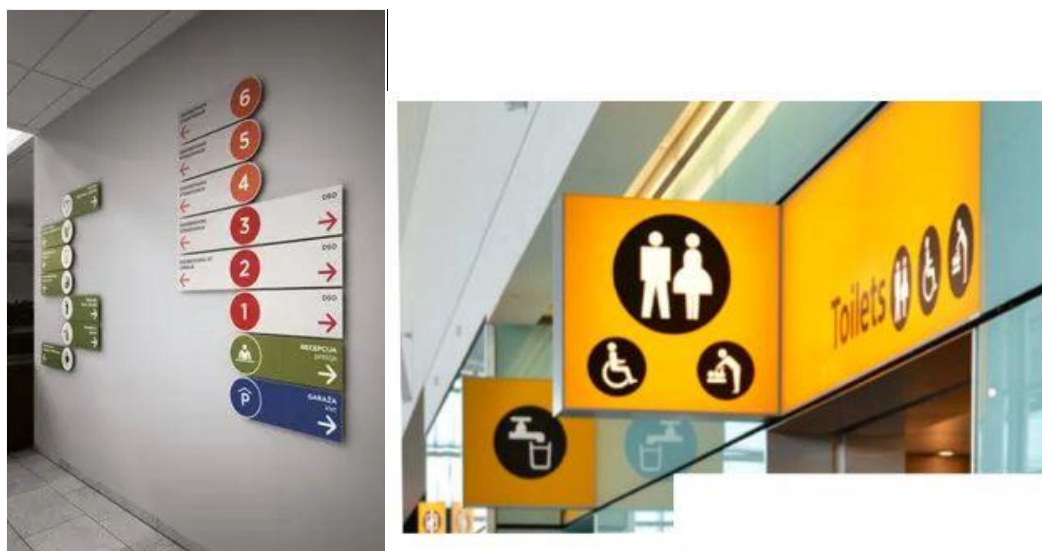


Рисунок 1.8 – Настінний навігаційний покажчик



Рисунок 1.9 – Навігаційний покажчик у вигляді окремої стійки



Рисунок 1.10 – Навігаційний покажчик, зображений на підлозі

Розміщення носіїв візуальної інформації в інтер'єрі насамперед залежить від їх призначення, від потоку людей, що проходять тим чи іншим шляхом, від потреб у конкретній інформації в певній точці об'єкта. Відповідно, кінцевою метою створення носіїв візуальної інформації є забезпечення максимальної доступності та зручності сприйняття інформації користувачами, щоб забезпечити мінімальний час та зусилля для пошуку потрібного приміщення, поверху чи об'єкту.

Навігаційний покажчик, як засіб візуальних комунікацій, слугує для надання достовірної інформації про місцезнаходження того чи іншого об'єкта та поєднує у собі інформативну, орієнтувальну, регулювальну функції. Схеми маршруту до об'єкта, план евакуації приміщення, розташування кабінетів, розташування пожежного крана, вогнегасників, телефонів дають людині змогу зорієнтуватись у середовищі та спланувати маршрут.

Задля коректності і адекватності руху людей навігаційні покажчики мають бути розташовані на видному місці та легко сприйматися користувачами. У разі наявності кількох покажчиків вони мають бути розміщені відповідно до відстані до важливих об'єктів. Навігаційні містять стрілки, піктограми, назви об'єктів.

Таблички, вивіски – це ідентифікаційні знаки, які розміщені на об'єктах та підтверджують, що людина прийшла у бажане місце.

Лайтбокс (світлові вивіски) – це конструкція, що складається з герметичного короба з підсвічуванням, що надає користувачам текстову або графічну інформацію. Це можуть бути фотографії, графічні зображення, постери та інші типи дизайну, призначені для інформування, навігації і рекламування закладу. В залежності від кількості лицьових панелей лайтбокси бувають односторонні та двосторонні. В залежності від форми лайтбокси бувають прямі, дуті, фігурні (рис. А.11).



Рисунок А.11 – Лайтбокси

Лайтбокс є ефективним інструментом для створення яскравих, витончених та динамічних систем навігації у закладі освіти (місця в коридорах, залах, вхідних зонах тощо), який покращує естетичний вигляд приміщень, затрачається менше часу на додавання та зміну інформації.

Стенд є одним із найефективніших способів розміщення засобів візуальної інформації. Стенди – це спеціально обладнані конструкції, що розміщуються в місцях громадського користування, таких як вестибюль громадських закладів, бібліотека, медичний заклад тощо, та призначені для викладення і передачі різних видів інформації. Вони дозволяють максимально швидко та зручно розмістити велику кількість інформації на одному місці, забезпечуючи її доступність для громадськості.

Стенди бувають інформаційні, презентаційні, рекламні. Змістовне наповнення інформаційних стендів визначається текстовою та графічною складовими. Графічна складова, як правило, поєднується із текстовою інформацією. Також інформаційні стенди можуть бути представлені лише з текстом, або лише графікою. За наповненням стенди бувають з незмінною та періодично змінюваною інформацією (рис.12).

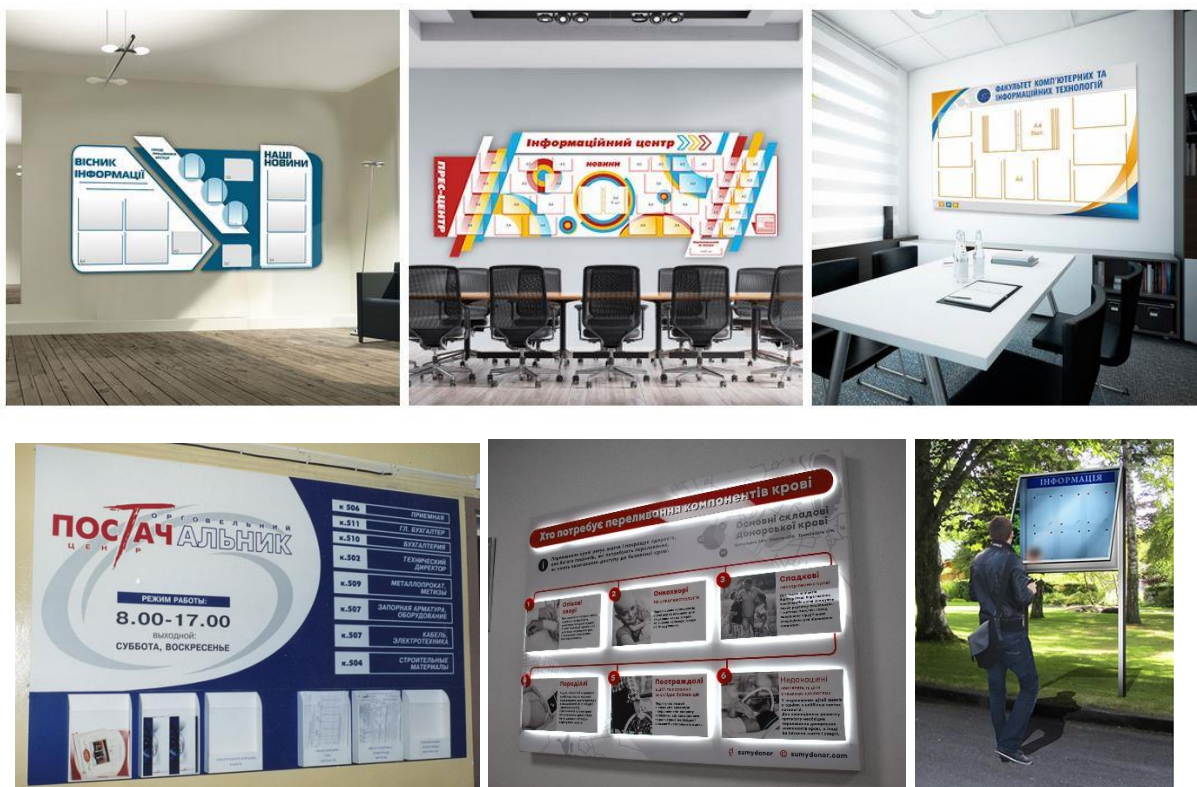


Рисунок А.12 – Інформаційні стенди

Інформаційні стенди - це популярний інструмент для розміщення інформації у закладах освіти. Вони можуть бути різного розміру та форми, а також бути виготовлені з різних матеріалів: пластики ПВХ, ДСП, ДВП, композитні панелі. Інформаційні стенди можуть бути з підсвічуванням.

Інформаційні стенди можна розділити на декілька типів.

Інформаційні дошки: найбільш поширений тип інформаційних стендів. Вони зазвичай зроблені з картону або пластику та можуть бути використані для розміщення планів, розкладів, афіш, новин та інших оголошень.

Магнітні дошки: такі дошки можуть використовуватися для розміщення інформації за допомогою магнітних карток. Вони можуть бути корисні для змінної інформації, такої як розклад занять або графік проведення додаткових занять.

Електронні дошки: ці дошки відображають інформацію на електронному екрані та зазвичай підключені до Інтернету. Вони можуть бути використані для відображення розкладів, новин та інших важливих повідомлень.

Тематичні дошки: ці дошки призначені для навчання та виховання. Вони можуть вміщувати інформацію про природу, світову історію, мистецтво та інші теми.

Інформаційні стенди на вулиці: ці стенди зазвичай розміщуються на вулиці, так що з них можна отримати доступ до важливої інформації про заклад освіти, такої як розклади, карти майданчиків та інформація про заходи.

Останнім часом дизайнери стали приділяти велику увагу створенню доступного середовища для людей із особливими потребами. Тому з'явилися тактильні та інтерактивні засоби візуальної інформації, у тому числі зі звуковим супроводом.

Ще однією тенденцією в дизайні засобів візуальної інформації є використання технологій доповненої реальності. Найпростішим прикладом такого підходу є розміщення QR-кодів на табличках будівель, що дозволяє за допомогою мобільних пристроїв отримати додаткову інформацію про об'єкт. Наприклад, QR-коди на історичних будівлях міста Хмельницького надають інформацію про дату заснування, архітектора, тощо (рис.1.13).



Рисунок 1.13 – Табличка з QR-кодом

## 1.2 Аналітичне дослідження вимог до дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі

Розробка дизайну будь якої системи візуальної інформації починається з визначення вимог щодо її проєктування та отримання інформації про будівлю, її архітектурні особливості.

Основні завдання, які вирішує система візуальної інформації – орієнтація людини у просторі, у тому числі незнайомому, з одночасним забезпеченням максимально можливого інформаційного комфорту; подолання мовного бар'єру за допомогою використання універсального графічного кодування піктограм; формування стилістично цілісного простору інтер'єрів об'єктів з виразною функціонально-просторовою структурою.

Засоби візуальної інформації в поєднанні з носіями візуальної інформації, безумовно, будуть створювати цілісність, стильову єдність всіх елементів композиції. Та розуміння інформаційних повідомлень стоїть на першому місці, а вже потім загальний естетичний рівень.

Дизайн систем візуальної інформації має свої вимоги та принципи, а саме: дотримання основних законів графічного дизайну (пропорцій, балансу, гармонії, контрасту тощо) та врахування факторів, що впливають на зміст та смислову структуру самих знакових повідомлень.

При розробці системи вказівників та знаків для вищого навчального закладу необхідно: надавати максимально повну інформацію про призначення та місцезнаходження приміщення або аудиторії; мати зрозуміле, спрощене графічне повідомлення; бути безпечними для здоров'я людини та навколишнього середовища; бути енергоефективними; мати естетичний вигляд та єдине стильове рішення; ергономічне розташування в просторі приміщення; мінімізувати час та складність демонтажу; бути візуально схожими на відомі зображувальні знаки [14].

Побудова системи візуальної інформації - це, перш за все, робота з інформацією, а у більш широкому значенні - з потребами клієнта. Зрозуміти, що

людина шукає, в який момент вона ставить те чи інше питання, і в якому вигляді хотіла б отримати відповідь - це комплексне завдання, вирішення якого можливо лише системним шляхом.

Для того, щоб засоби візуальної інформації (показчики, вивіски, карти і схеми, стенди та ін.) дійсно допомагали відвідувачам і повноцінно використовувалися, то для кожного із них є свої вимоги.

Вказівники, які надають інформацію про розташування структурних підрозділів університету та їх окремих служб розміщують в зонах входу до конкретного об'єкту (служби чи підрозділу), поряд з дверима [14]. Вказівники можуть містити текстову інформацію, символи або зображення об'єктів (рис.1.14).



Рисунок 1.14 – Вказівники та таблички

Для побудови маршруту в багатоповерховому приміщенні, для спроможності людини визначити своє положення у конкретний момент часу та діяти відповідно до нього використовують поповерхові вказівники. Ці носії можна об'єднати, утворивши поверховий концентратор інформації (рис. 1.15). Блоки таких носіїв інформації дають повну інформацію про розміщення об'єктів як по всій будівлі, так і на кожному поверсі. Будівлю можна зонувати як поверх за поверхом, так і корпус за корпусом. Наприклад, головний пункт прибуття повинен бути чітко ідентифікований за кількістю поверхів. Інформація про елементи навігаційної системи повинна бути лаконічною, тільки в цьому

випадку відвідувачі зможуть прочитати її на ходу. Повторні пояснення також допомагають переконатися, що вони знаходяться на правильному шляху, і пригадати маршрут.



Рисунок 1.15 – Поверховий концентратор

Карти або схеми повинні бути розміщені біля кожного входу в будівлю та в ключових місцях, які визначають, куди йдуть відвідувачі. Схеми та стенди, що містять інформацію, повинні бути чітко відображені та розпізнавані.

На схемі має бути позначка «Ви знаходитесь тут». Без неї відвідувачам буде важко орієнтуватися навіть на найдетальнішій карті, що зменшує її корисність. Для будівель великої площі допускаються схеми з різним рівнем деталізації для швидкого огляду та орієнтування.

Вимоги до оформлення інформаційного стенду передбачають: розташування матеріалів у логічній послідовності для зручності читання; наявність організаційного блоку (заголовок, емблема, графіки, розклади тощо) та додаткових інформаційних матеріалів; контроль співвідношення постійних і тимчасових матеріалів: актуальність, ефективність (своєчасність), систематичність, пізнавальна цінність, профілактичний ефект; збереження співвідношення тексту до зображення; дотримання стильової єдності (колірна гамма, шрифти, символи); регулярне оновлення інформації.

Виявлення візуальної інформації залежить від способу її подання. Тому інформація має потрапляти у поле зору користувачів і бути значущою,

своєчасною, послідовною. Простота і мінімалізм, відсутність надлишкової інформації дозволяють подати інформацію максимально стисло і зрозуміло.

Однією з найпоширеніших форм графічного представлення інформації є шрифти. Швидкість зчитування залежить від складу, розміру, контрастності та світлоколірних характеристик шрифту.

Сприйняття шрифтів (розбірливість і розмір літер) значною мірою залежить від освітлення.

Темні шрифти на світлому фоні завжди здаються меншими, ніж світлі шрифти на темному фоні через явище іррадіації.

З огляду на візуальне спотворення шрифту через зміну кута зору спостерігача, при створенні написів рекомендується враховувати наступні вимоги [9]: написи слід розміщувати горизонтально; два написи з різним змістом і невеликим інтервалом між ними слід розміщувати так, щоб один не сприймався як продовження іншого; відстань між буквами (цифрами) повинна бути в дві-три товщини лінії; шрифти з відносно товстими лініями сприймаються як ближчі до глядача; шрифти з тонкими зарубками чіткіші та помітніші в умовах поганої видимості; найбільш прийнятними є співвідношення товщини лінії до висоти літер 1:5-1:6 (для чорного тексту на білому тлі) і 1:7-1:12 (для білого тексту на темному тлі).

Важливу роль у візуальному представленні інформації відіграє колір і композиція. Кольори умовно можна поділити на теплі та холодні. Найтепліші кольори - червоний і оранжевий. Вони дуже агресивні. Рясне нанесення такого кольору швидко втомить очі. Холодні кольори - синій, фіолетовий. Навпаки, це створює певну дистанцію. Для кращого сприйняття інформації рекомендується використовувати нейтральні кольори, особливо білий і зелений [13].

Колір також використовується для того, щоб виділити в композиції найважливіше і істотне. Це досягається шляхом зіставлення контрастних кольорів і відтінків. Контрастні кольори можна визначити за допомогою так званого колірної кола. На цьому колі кольори розташовані в тому ж порядку, що й спектр кольорів: вишнево-червоний, червоний, помаранчевий, жовтий,

жовто-зелений, зелено-блакитний, блакитний, синьо-блакитний, синій, синьо-фіолетовий. Вибір двох кольорів у протилежних колах (через середину) створює додаткові та контрастні пари кольорів.

Колірне рішення систем візуальної інформації має гармоніювати з колірною гамою інтер'єру, в якому вони розташовані. Дуже важливий помірний контраст із навколишнім середовищем (тобто для яскравого середовища потрібна темна фонові поверхня, а для темного — світла фонові поверхня).

На зорове сприйняття повідомлень найбільше впливає композиційне розташування графічних елементів на візуальній поверхні. Композиція розкриває ідеї та розповідає історії. Залежно від того, як дизайнер вирішить розташувати візуальні елементи, проєктовані об'єкти в інформаційному дизайні можуть хвилювати, збуджувати, бентежити. Ненсі Дуарте в книзі «Слайдологія» [12] пропонує такі принципи композиції: контраст (користувач може швидко розпізнати основний елемент), послідовність (користувач знає, у якій послідовності доцільно сприймати інформацію), ієрархія (користувач помічає взаємозв'язки між елементами), єдність (користувач сприймає інформацію як єдине ціле), близькість (користувач сприймає інформацію завдяки розташуванню елементів один відносно одного), вільний простір (у користувача є відчуття візуального простору).

Таким чином ми з'ясували, що основні вимоги до дизайну систем візуальної інформації включають наступне [9]:

- читабельність: система повинна бути легко зрозумілою для різних груп користувачів, з різними рівнями зорової та пізнавальної діяльності;
- сприйняття: дизайн системи повинен бути сприйнятливим для користувачів та стимулювати їхню інтуїцію;
- ідентичність: система повинна відображати унікальність та концепцію бренду організації, яку вона представляє;
- узгодженість: всі елементи системи візуальної інформації повинні бути узгоджені та логічно сполучені між собою;
- гнучкість: система повинна бути гнучкою та легко адаптуватися до

різних форматів та розмірів;

- естетика: система повинна мати високу естетичну якість, щоб надихати та підсилювати довіру користувачів;
- функціональність: система повинна виконувати свої функції ефективно та безперешкодно.

## 2 РЕТРОСПЕКТИВА ТЕМИ

### 2.1 Історичний огляд дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі

З кінця двадцятого століття відбувається бурхливий розвиток кардинально нового середовища для життя людини, інформаційного середовища, яке має стабілізуючий і позитивний вплив на архітектурний простір і стимулює активну поведінку людей у ньому. Середовище сучасних залізничних вокзалів, терміналів і станцій метро постійно змінюється. Підвищення швидкості пересування людини та швидкості переміщення з однієї точки в іншу сприяє розвитку сфери інформації та комунікації. Таким чином, потрібні спеціальні засоби для візуалізації, інформації та адаптації до складних алгоритмів руху.

Моделювання засобів візуальної інформації – це цілісний проект, який включає в себе комплексну інтеграцію теоретичних і практичних знань, а також дизайнерських ідей. Історія дизайну невіддільна від розвитку машинної індустрії. Сьогодні практика дизайну дуже різноманітна. Сфера діяльності – виставковий дизайн, ландшафтний дизайн, поліграфія, комп'ютерний дизайн тощо. До 80-х років ХХ ст. формулюється професійне визначення дизайну «Дизайн – це різновид художньо-проектної діяльності, яка поєднує принципи зручності, економічності та краси. Створюючи красиві речі потрібно знати, що краса – вища форма доцільності, гармонія з навколишнім світом» [10].

Об'єкти дизайну – матеріальний і духовний світ, жива і нежива природа. Відповідно, розрізняють дизайн промислових виробів, середовища, графіки, соціально-культурної сфери [7].

У першій половині ХХ століття до систем візуальної інформації належали статистичні таблиці та графіки, що використовувалися в бізнесі та наукових дослідженнях. Згодом, у період Першої та Другої світової війн, системи візуальної інформації стали використовуватися в масштабних кампаніях з пропаганди, крім того застосування зображень і піктограм у поліграфії та рекламі стало популярним.

Після Другої світової війни дизайн сучасних систем візуальної інформації

почав еволюціонувати та досягати нові рівні. У 1960-х роках дизайнер Семюел Гоу працював над створенням системи візуальної інформації для найвідомішої американської авіакомпанії – «Pan Am», до того часу це була найбільша система візуальної інформації, яка передбачала створення графічних знаків для кожної з країн, де компанія працювала.

У 1970-х роках, Марія Гофман та Віктор Папанек - одні з кращих знавців дизайну систем візуальної інформації, виділили сучасні принципи проектування інформаційних систем, зокрема - мінімалістичність та універсальність знаків. Запровадження цих принципів дозволило створювати більш уніфіковані та легкі для сприйняття системи візуальної інформації.

З 1980-х і по даний час, з метою більш ефективного та точного визначення користувачів, системи візуальної інформації будуються на основі аналізу поведінки користувачів та їх інформаційних потреб. Взагалі, в сучасному дизайні інформаційних систем використовуються як традиційні знаки систем візуальної інформації, так і нові рішення відомі як дизайн інформаційного середовища. Концептуальна засада здавна залишається, не залежно від нововведень, принциповою рисою сучасних систем візуальної інформації є спрощення інформації та зроблення її більш зрозумілою користувачам.

Перші інформаційні стенди з'явилися на початку 20 століття в муніципальних будівлях та на залізничних станціях для підтримання порядку та забезпечення безпеки громади шляхом розміщення на них оголошень та розкладів. Пізніше, в період Першої і Другої світових війн, інформаційні стенди використовувалися як засіб пропаганди та мобілізації. Після закінчення війн, використання інформаційних стендів поширилося на культурні та спортивні події, торгові майданчики та інші місця.

Починаючи з 30-х років ХХ сторіччя, інформаційні стенди стали широко використовуватися в громадських приміщеннях, таких як лікарні, бібліотеки, аеропорти та інші. У цей час інформаційні стенди склалися головним чином з плакатів та табличок з традиційними шрифтами, що дозволяли перехопити увагу.

З появою комп'ютерів та Інтернету в останні десятиліття, інформаційні

стенди стали розвиватися швидко в різних сферах - від освіти до бізнесу. Сучасні інформаційні стенди зазвичай мають електронний дисплей та можуть забезпечувати багатофункціональність, наприклад, вони можуть відображати як текстову, так і відеоінформацію, демонструвати зображення і навіть взаємодіяти з користувачами.

У 70-х та 80-х роках ХХ сторіччя інформаційні стенди зазнали змін з появою нових технологій у дизайні та електроніці. На місці класичних плакатів поступово заступили мультимедійні екрани, які забезпечували більші можливості для передачі інформації.

Сьогодні інформаційні стенди продовжують еволюціонувати разом з розвитком технологій. Вони можуть мати додаткові екрани, сенсорні дисплеї, а також можуть включати інтерактивний дизайн із здатністю обміну даними. Технології, які застосовуються у сучасних інформаційних стендах, направлені на максимальну зручність і доступність для використання, забезпечуючи ефективну передачу інформації широкій аудиторії.

2.2 Огляд досягнень відомих художників-графіків і дизайнерів, що працювали над подібною темою

Проектування системи візуальної інформації – це багатоетапний процес, результатом якого є можливість на практиці підтримувати стереотипи сприйняття та адекватні реакції на інформаційні повідомлення. Різні міжнародні організації в другій половині 20-го століття вирішили проблеми навігації орієнтування в громадських місцях шляхом введення стандартних символів, піктограм і знаків [4].

Прикладом застосування піктограм та символічних позначень при відсутності текстової складової для подолання мовних бар'єрів може бути дизайн коворкінгу та школи іноземних мов Underhub в Києві, розроблений дизайнером Емілем Дервішем [1]. Натхнення для проекту дизайнер взяв зі схем лондонського метро (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Системи візуальної інформації школи іноземних мов Underhub в Києві, дизайнер Еміль Дервіш

Серед відомих українських художників графіки та дизайнерів, які створювали системи візуальної інформації для навчальних закладів, можна виділити наступних:

Христина Ільницька - художниця-графік, яка працює в галузі дизайну реклами та веб-дизайну. Вона створювала системи візуальної інформації для багатьох навчальних закладів, таких як Київський національний університет культури та мистецтв та Національний авіаційний університет.

Максим Віртулінський - графічний дизайнер та ілюстратор, який спеціалізується на розробці брендів, логотипів та систем візуальної ідентифікації. Він працював над створенням візуальної концепції для Київського національного університету технологій та дизайну.

Андрій Майборода - художник-графік та ілюстратор, який спеціалізується на створенні рекламних та інформаційних матеріалів для різних компаній та організацій. Він працював над створенням систем візуальної інформації для Міжнародної академії наук освіти та практики.

Лілія Ільницька - художниця-графік та дизайнер, яка спеціалізується на створенні ескізів та ілюстрацій для книг та журналів. Вона створювала ілюстрації та візуальні матеріали для різних програм та проектів Київського національного університету культури та мистецтв.

Ці талановиті художники зробили внесок у розвиток українського дизайну

## **3 ТВОРЧА РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ЗАСОБІВ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ В ІНТЕР'ЄРІ**

### **3.1 Вибір та обґрунтування концепції дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі**

Виконання кваліфікаційного проекту за фахом «дизайн» – це складний, багатовекторний процес, що базується на теоретичних, практичних і методологічних знаннях проєктної діяльності. Завданням дизайнера є проєктування (розробка формальних характеристик) функціональних виробів, які є технічно зручними, ергономічно якісними, інформативними через візуальні рішення, завершеними та гармонійними з композиційної точки зору, а також мають естетичні якості, що викликають відповідні емоції [3].

Візуальна комунікація, безумовно, ефективніша за вербальну, оскільки зображення мають більший вплив на людей, ніж люди думають. Будь-який об'єкт дизайну має характеристики (колір, ритм, пластичність тощо), які є засобами для формування різноманітних емоцій та образів, які формують сприйняття світу. Адже людина спочатку сприймає світ нераціонально – на емоційному рівні, а вже потім раціонально, намагаючись щось пояснити з логічної точки зору. Оскільки дизайн — це індивідуальність і неповторність образу, він і створює образ, і правильно його передає. Дизайн буквально означає переосмислення, пошук нового сенсу. Тільки такий підхід забезпечує успіх дизайнерських рішень, які є не просто картинкою, а дозволяють діалог між світом і людьми.

Дизайнерський проєкт, виконання та авторський нагляд здійснюються за певними алгоритмами [2]. Як правило, це можна виразити у вигляді схеми (рис. 3.1).

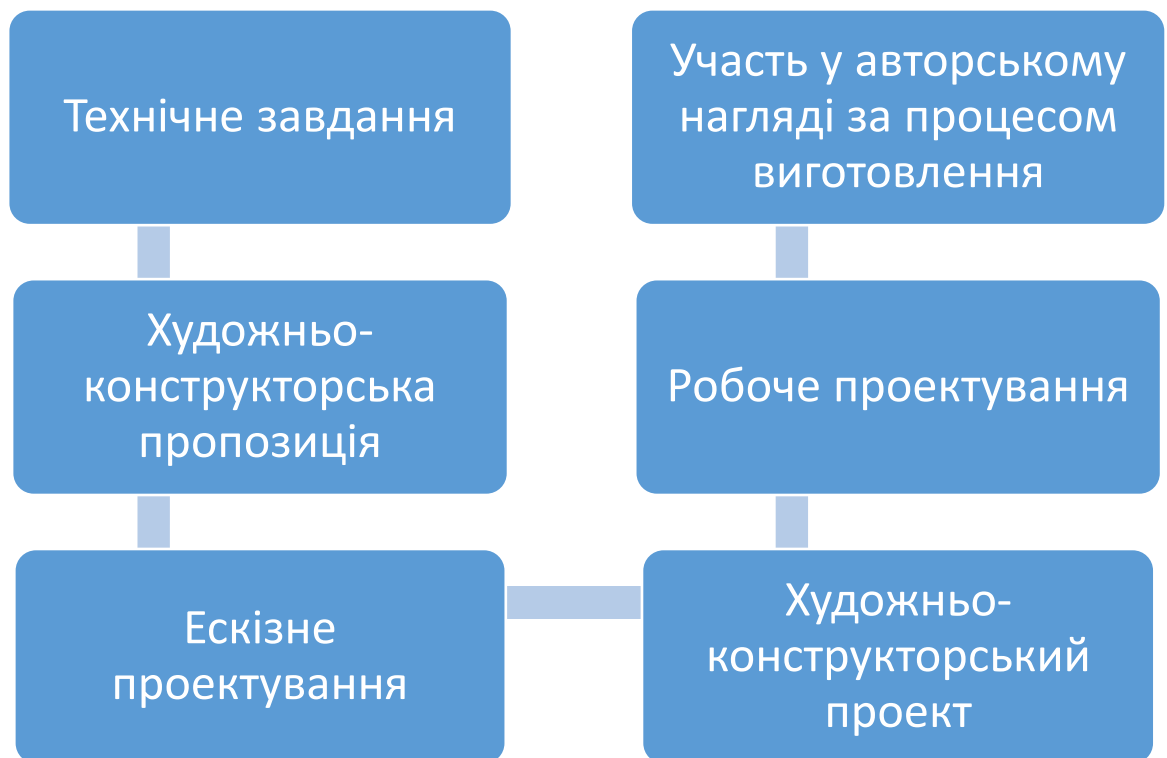


Рисунок 3.1 – Схема алгоритму дизайн-проекування

Попередній аналіз проектної ситуації проводиться після отримання технічного завдання, тобто отримання початкової інформації, на базі якої надалі здійснюватиметься все проектування.

Робота над художньо-проектною пропозицією повинна включати вивчення соціологічних, ергономічних та інших даних про проєктований об'єкт, визначення вимог до дизайну і художньо-проектних питань, пов'язаних з проєктованим об'єктом і підготовку попереднього варіанту пропозиції.

Ескізний етап проектування включає в себе аналіз і відбір художньо-конструкторських пропозицій, аналіз конструкції, матеріалів і технологій виготовлення аналогічних виробів, а також графічну розробку попередніх варіантів виробів (які також можуть мати форму макетів) з урахуванням ергономічних вимог об'єкта, що створюється.

Художньо-конструкторське проектування складається з безперервного процесу, що включає: остаточний макет проєктованого виробу, конструкторську розробку форми, розробку складних поверхонь (за наявності), підбір конструкційних і декоративних матеріалів, моделювання та макетування,

економічне обґрунтування об'єкта проєктування, оформлення проєкту та затвердження технічного проєкту документа.

Участь в авторському нагляді за процесом виготовлення спроектованого виробу, включаючи контроль ключових показників виготовлення конструкції, якості друкованого супроводу, монтажу спроектованого зразка та процесу встановлення або експлуатації.

Успішне дизайн-проєктування здійснюється в результаті:

- дій дизайнера спрямованих на оптимальне рішення компоновання виробу (з урахуванням конструктивно-технічних вимог і законів композиції);
- положення, розміри і форма елементів, призначених для дотику людини (залежно від ергономічних вимог);
- гармонійна композиція і зовнішнє оздоблення виробу (розробка нового художньо-конструкторського образу на основі технічних і естетичних характеристик конструкції та оздоблювальних матеріалів) матеріали, графічні елементи на виробі (наприклад, вивіска, табличка) та супровідна документація.

Початковим етапом розробки дизайну є передпроєктний аналіз, який базується насамперед на ознайомленні з існуючими аналогічними продуктами. Дослідивши проблему, художник-дизайнер ставить перед собою завдання, шукає шляхи його вирішення і на основі опису проблеми створює модель матеріального об'єкта, яка є принципом рішення. Методологія передпроєктного аналізу розбиває процес дослідження проблеми на етапи та представляє його в узагальненому вигляді (рис. 3.2) .

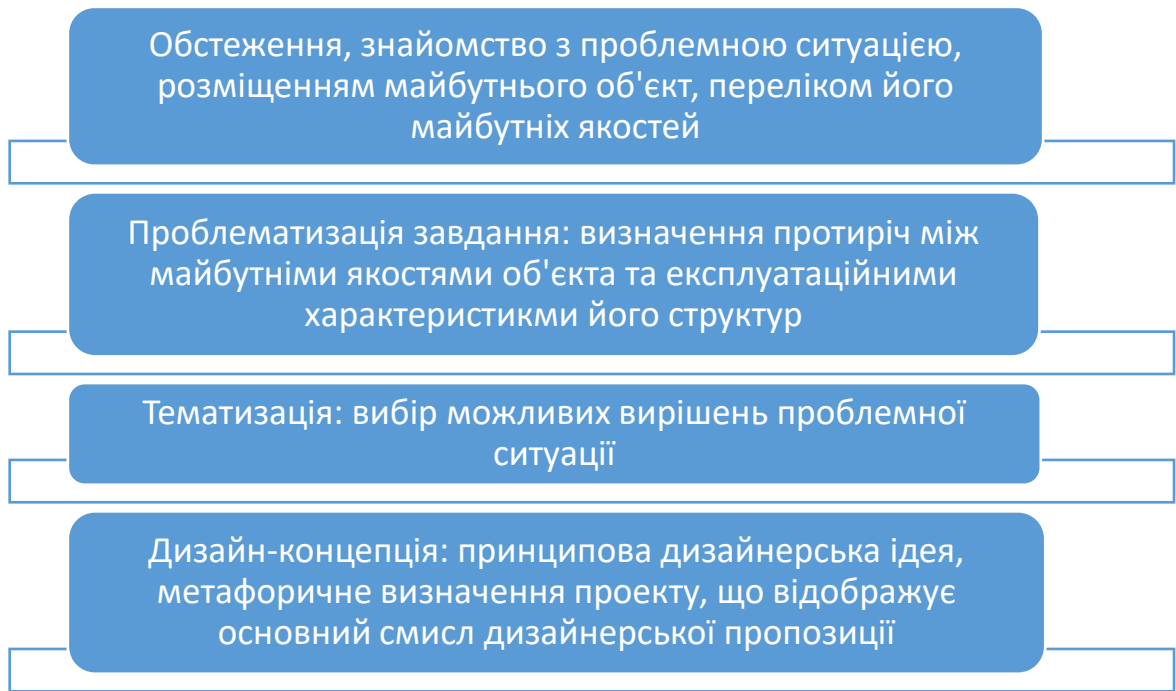


Рисунок 3.2 – Схема алгоритму дизайн-проекування

Слово «концепція» (походить від латинського *conceptio*) - це «система поглядів на певне явище, основна ідея, ідейний задум твору» [3]. У дизайні поняття "концепція" перетинається з терміном "ідея". Однак концепція - це попереднє враження, гасло, мовний опис кінцевого вигляду проекту. І те, і інше - це словесні описи або візуальні образи, які пов'язують воедино загальне враження про майбутнє проєктованого об'єкта. Іншими словами, концепція - це результат передпроектного аналізу та ідея, яку дизайнер буде реалізовувати в майбутньому за допомогою методів і прийомів у проєктній роботі.

Проект має на меті ознайомити гостей університету з його матеріальною базою: генеральним планом корпусів, схемами поверхів, переліком кабінетів і його структурних підрозділів. В процесі проєкування повинна враховуватися фірмова знаково-колірна символіка в об'єктах комплексного оформлення Хмельницького національного університету.

Хмельницький національний університет забезпечує підготовку фахівців за широким спектром спеціальностей, що користуються постійним попитом у регіоні та Україні. Разом з університетом розвивається й осучаснюється його

матеріально-технічна база. Тому проектом передбачено створення системи візуальної інформації для 1-го поверху 2-го корпусу ХНУ. Таким чином, важливою є цілеспрямована комплексна робота з оформлення університету, яка би укладалася в єдину логічну схему середовищно-архітектурного дизайнерського вирішення та володіла ознаками фірмового стилю ХНУ, як передового навчального закладу вищої ланки освіти.

Перед вибором концепції необхідно ретельно проаналізувати функціональні потреби засобів візуальної інформації в інтер'єрі першого поверху другого корпусу ХНУ. Це включає визначення цілей і завдань, які мають бути виконані.

Засоби візуальної інформації, такі як інформаційні стенди, таблички та вказівники, мають певні цілі та завдання, серед яких можна виділити наступні:

- передача інформації;
- орієнтація та навігація;
- виклик інтересу та привертання уваги;
- створення ідентичності та бренду;
- мотивація до освітньої діяльності;
- акцентування на художній виразності;
- впізнаванність та індивідуалізація простору.

Головна мета засобів візуальної інформації полягає в передачі необхідної інформації цільовій аудиторії. Це може бути різноманітна інформація, така як інструкції, орієнтири, розклади, вказівки, правила та інше. Головне завдання полягає у забезпеченні зрозумілості та доступності інформації для користувачів.

Засоби візуальної інформації використовуються для забезпечення орієнтації та навігації в будівлі або на території. Вони допомагають користувачам зорієнтуватися і знайти потрібні місця, шляхи та об'єкти. Це особливо важливо у великих приміщеннях.

Засоби візуальної інформації можуть бути використані для привертання уваги та викликання інтересу до певної інформації. Вони можуть мати естетичний дизайн, використовувати яскраві кольори, цікаві графічні елементи

або інші візуальні ефекти, що привертають погляд та спонукають до подальшого ознайомлення.

Засоби візуальної інформації можуть відігравати роль у впізнаваності бренду або ідентифікації певної організації чи місця. Вони можуть включати логотипи, корпоративні кольори, символи та інші елементи, які сприяють розпізнаваності та асоціації з певним брендом чи організацією.

Вибір та розробка засобів візуальної інформації повинна враховувати ці цілі та завдання, а також потреби та вимоги цільової аудиторії. Дизайн і організація інформації повинні бути зрозумілими, зручними та ефективними для користувачів, допомагати їм швидко знайти необхідну інформацію та забезпечувати позитивний досвід взаємодії.

Також ключовим фактором при виборі концепції дизайну засобів візуальної інформації є розуміння цільової аудиторії. Необхідно з'ясувати характеристики цільової аудиторії, їхні очікування, звички, спосіб сприйняття інформації. У нашому випадку цільова аудиторія складається з різних вікових груп, але в переважній більшості це студенти віком від 17 до 23 років.

Молодь зазвичай реагує на візуальні стимули, які є естетично привабливими, сучасними та актуальними. Їм подобаються чисті та прості дизайни, використання яскравих кольорів, графічних елементів та інші візуальні ефекти.

Також важливо враховувати, що молодь має скорочений час уваги та швидкий темп сприйняття інформації. Тому ефективним може бути використання коротких, конкретних та лаконічних повідомлень, що супроводжуються візуальними елементами, що негайно привертають увагу.

Одним із важливих етапів є вибір візуального стилю для дизайну засобів візуальної інформації. У даному випадку для проектування було задано стиль мінімалізм та фірмові кольори та шрифти.

Основна привабливість мінімалізму полягає в тому, щоб залишити в полі зору відвідувача особливо важливу частину об'єкта. Відомий художник-мінімаліст Дональд Джадд казав, що форма, об'єм і колір вже мають свою

незалежну цінність. Їх не слід розглядати просто як частини чогось іншого, цілого [11].

Створити дизайн-проект у мінімалістичному стилі можна двома способами:

- естетичність (коли гарне зображення використовується для привернення уваги, але саме по собі не інформує мети проекту);
- функціональність (коли важлива інформація візуалізується у зручній спосіб).

Можна виділити наступні принципи мінімалізму:

- простота та лаконічність;
- використання геометричних форм та рівних ліній;
- відмова від зайвих деталей;
- кожен елемент наділений своєю метою;
- достатня кількість вільного простору;
- зонування простору з використанням світла та різних фактур;
- використання всієї палітри кольорів переважно світлих відтінків.

Концепція дизайну засобів візуальної інформації повинна гармонійно поєднуватись з загальним дизайном інтер'єру приміщення. Важливо врахувати стиль, матеріали, форми та елементи, які використовуються в інтер'єрі, щоб забезпечити єдність і цілісність в оформленні простору.

Концепція повинна враховувати функціональні аспекти та забезпечувати зручність використання засобів візуальної інформації. Наприклад, інформаційні стенди та вказівники повинні бути розміщені у зручних для сприйняття місцях, мати чіткий шрифт, легку навігацію та інтуїтивно зрозумілу організацію інформації.

Обґрунтування обраної концепції засноване на вищезгаданих критеріях та факторах. Раціональне пояснення вибору концепції базується на відповідності її функціональним потребам, візуальному стилю, спільності з загальним дизайном інтер'єру та зручності використання.

### 3.2 Розробка варіантів творчих ідей

Університети - це навчальні заклади з різноманітними факультетами та кафедрами, де відбувається викладання та наукова діяльність. Правильне використання візуальної інформації в університеті є важливим для забезпечення ефективної комунікації та безперебійної діяльності в академічній та студентській спільноті.

Студенти, викладачі та відвідувачі університету повинні отримувати інформацію про розклад занять, заходи, розташування кабінетів та аудиторій. Візуальні інформаційні засоби, такі як інформаційні стенди, вивіски та таблички до аудиторій, повинні бути розроблені таким чином, щоб інформація була чіткою, доступною та зрозумілою.

Хмельницький національний університет має власну ідентичність та бренд. Дизайн засобів візуальної інформації повинен відповідати цій ідентичності і включати офіційний логотип, кольорову палітру, шрифти та інші елементи бренду.

Головні цілі, яких повинні досягти візуальні засоби:

- легкість розуміння та сприйняття: візуальні матеріали повинні бути розроблені таким чином, щоб надавати інформацію у чіткій та зрозумілій формі основна мета яких – уникнути непорозумінь та неправильного тлумачення;

- доступність: засоби візуальної інформації повинні бути легко доступними та помітними для користувачів, тому їх слід розміщувати в місцях, де люди можуть легко побачити та отримати необхідну інформацію;

- донесення правильної інформації: візуальні засоби комунікації повинні ефективно передавати потрібне повідомлення (сюди входять інструкції, вказівки, розклади, оголошення та інформація про події);

- візуальна привабливість: стенди, вказівники та таблички повинні бути привабливими і привертати увагу користувача (цього можна досягти, використовуючи візуальні елементи, такі як колір, фотографія та графіка, для створення привабливого та цікавого дизайну).

Стиль, використаний у цьому проекті - мінімалізм. Вибір мінімалістичного стилю в дизайні візуальних носіїв інформації може бути виправданий з точки зору візуального сприйняття та економічної ефективності.

Мінімалізм характеризується простотою, чіткими лініями та мінімальною кількістю деталей. Це створює візуальну інформацію, яка легко сприймається і розуміється глядачем. Він також забезпечує естетичну привабливість завдяки простоті та гармонії.

Мінімалістичний дизайн характеризується відмовою від використання зайвих деталей, кольорів і форм. Це зменшує витрати на друк, виробництво та обслуговування цих носіїв. У дизайні стендів, вивісок і табличок в аудиторіях були використані такі шрифти: Times New Roman, Academy ACCT і Mulish для різних текстових елементів; Times New Roman - класичний і легкий для читання, Academy ACCT - елегантний і професійний, а Mulish - сучасний і простий. Усі якості цих шрифтів ідеально поєднуються з атмосферою університету.

Залежно від поставленого завдання було розроблено три концепції візуальної інформації, з яких було обрана основна, як найбільш відповідна.

Розроблені концепції виглядають наступним чином:

Перша основна концепція – «Модерн-мінімалізм» - поєднує естетику сучасного дизайну з принципами мінімалізму для створення елегантного та функціонального вигляду інформаційних стендів, табличок з назвами аудиторій та навігаційних знаків. Основна ідея цієї концепції полягає у використанні мінімальної кількості декоративних елементів і простих ліній, зберігаючи при цьому сучасний і стильний вигляд (додаток А, рис. А.1 – А. 5).

Були використані прості форми та геометричні фігури, такі як прямокутники, квадрати, прямі лінії та кола.

Усі три концепції використовують корпоративні кольори згідно з брифом. Основним кольором є темно-синій, інші кольори використовуються як акценти.

Основний акцент зроблено на простоті та ясності. Фірмовий шрифт чіткий і розбірливий та ідеально доповнює візуальну структуру. Розташування

текстових та графічних елементів є логічним та зручним для відвідувачів університету.

Концепція підкреслює елегантність, сучасність і простоту: використання фірмового логотипу кожного факультету корпусу № 2 ХНУ, логотипу університету та фірмового патерну підкреслює ідентичність і стиль університету, забезпечуючи єдність і легкість ідентифікації.

Наступна концепція – «Технологічний мінімалізм» - поєднує в собі мінімалістичний стиль з технологічними елементами. Використання металу, скла, світлодіодів і сучасних форм створює враження технологічного прогресу. Наприклад, інформаційні стенди можуть бути виготовлені зі скла з інтегрованими світлодіодними панелями для відображення актуальної інформації, або ж вивіски - з металу з синім підсвічуванням (додаток Б, рис. Б.1 – Б.5).

Третя концепція – «Екологічний мінімалізм» підкреслює природу та навколишнє середовище як тему. Використання природних матеріалів, таких як дерево, скло та м'які природні кольори, створює спокійну та екологічно чисту атмосферу. Наприклад, у візуальному оформленні використовуються дерев'яні рамки зі світло-бірюзовими акцентами і текст, надрукований шрифтом Times New Roman (додаток В, рис. В.1 – В. 5).

Фірмова кольорова палітра темно-синього, блискучо зелено-жовтого, лазурного крайоли, ціану темного має певне заземлення та емоційний резонанс.

Темно-синій - колір, що асоціюється зі спокоєм, стабільністю та впевненістю. Він асоціюється з професіоналізмом, впевненістю та надійністю. Темно-синій також може символізувати знання, мудрість та інтелектуальну витонченість, допомагаючи створити враження серйозності та авторитетності.

Яскравий зелено-жовтий асоціюється з енергією, оптимізмом і радістю. Ще зі світлом, теплом і настроєм. Жовтий також символізує творчість, інновації та інтелектуальний інтелект і може стимулювати активність та інтерес.

Лазурний крайола - блакитний колір асоціюється зі спокоєм, гармонією та чистотою. Він викликає відчуття свіжості, ясності та рівноваги. Синій також

символізує довіру, спілкування та інтуїцію і може сприяти сприйнятливості та концентрації.

Ціан темний поєднує в собі характеристики синього і зеленого. Він асоціюється зі свіжістю, гармонією та рівновагою і викликає відчуття спокою, розслаблення та розкоші. Він також символізує творчість, інтуїцію та глибину і може створити емоційний зв'язок із користувачем.

Вибір цих кольорів для візуальної палітри має багато переваг. Поєднання темно-синього, блискучий зелено-жовтого, лазурний крайоли та ціану темного може створити візуально привабливий і збалансований образ, що привертає увагу користувача. Використання цих кольорів допомагає виділити важливу інформацію та забезпечити високу розбірливість. Кожен з обраних кольорів має власні емоційні асоціації, створюючи позитивне враження та допомагаючи створити правильний настрій для користувача. Такі поєднання кольорів виділяють інтер'єр серед інших університетських інтер'єрів і роблять фірмовий стиль впізнаваним.

У дизайні засобів візуальної інформації для корпусу № 2 ХНУ були використані такі графічні елементи: логотипи для кожного факультету 2-го корпусу ХНУ, логотип університету, трикутний корпоративний патерн.

Логотипи кожного факультету відображають унікальність, самобутність та важливість кожного факультету в університетському середовищі. Логотипи містять графічні елементи, символи та літери, що асоціюються з конкретними факультетами. Використання логотипів факультетів допомагає підвищити обізнаність, сприяти ідентифікації та зміцнити зв'язок з відповідною дисципліною.

Логотип університету – це важливий графічний елемент, що представляє університет. Він включає символи, літери та графічні елементи, які пов'язані з цінностями, цілями та ідентичністю університету. Логотип університету використовується для побудови бренду, створення привабливого іміджу та підвищення обізнаності серед студентів, викладачів та гостей університету.

Усі три концепції також використовують трикутний корпоративний патерн. Це додає візуального інтересу та урізноманітнює дизайн. Трикутники розташовані в різних комбінаціях, утворюють геометричні візерунки та фонові ефекти. Вони символізують різні значення, такі як динамізм, прогрес і різноманітність академічних дисциплін.

Графічні елементи додають візуального інтересу та естетики візуальним засобам. Це допомагає привернути увагу користувача, покращити сприйняття та зробити взаємодію з інформаційними елементами приємною.

Іншим важливим аспектом є організація візуальної інформації у внутрішньому просторі, що сприяє зручному сприйняттю та ефективній комунікації.

Візуальна інформація, така як інформаційні дошки, вивіски та вказівники для аудиторій, розташовуються відповідно до розміру та пропорцій приміщення. Наприклад, більші об'єкти розміщуються в центрі приміщення, а менші - на бічних стінах або біля дверей.

Оптимальне розміщення візуальної інформації полегшує доступ до неї та її розпізнавання. Інформаційні стенди розміщуються на видних місцях у коридорах, що робить їх легко помітними для студентів та відвідувачів.

Забезпечено баланс між різними елементами візуальної інформації. Це досягається шляхом розташування таких елементів, як текст і графіка, таким чином, щоб вони мали збалансований і гармонійний вигляд. Наприклад, якщо велика графіка розміщена на одній стороні інформаційного стенду, то текстова інформація врівноважується розміщенням її на іншій стороні.

Вибір шрифту також впливає на візуальне враження: такі шрифти, як Times New Roman, Academy ACST та Mulish можна використовувати для додання професійності, розбірливості та візуального різноманіття. Кожен шрифт має свою унікальну естетику та індивідуальність і може підкреслити загальний стиль і настрої дизайну. Таким чином, врахування організації візуальної інформації в інтер'єрі може сприяти зручному сприйняттю та ефективній комунікації.

### 3.3 Обґрунтування розробки головної ідеї дизайну засобів візуальної інформації в інтер'єрі

Хмельницький національний університет являє собою велику кількість різних аудиторій та адміністративних кімнат, що зосереджені на великій площі, орієнтуватися серед яких без сторонньої допомоги може бути складно.

Для 1 поверху 2 корпусу ХНУ було розроблено систему засобів візуальної інформації, тобто: інформаційні стенди, вказівники та таблички до аудиторій. Усі елементи системи використовуються для надання інформації студентам, викладачам та співробітникам.

Для того щоб обрати головну концепцію дизайну цих засобів було досліджено основні контексти, в яких використовуються засоби візуальної інформації в університеті – комунікація, ідентифікація, передачі різних типів інформації, полегшення навігації та створення відповідної атмосфери в університетському просторі.

Цільовою аудиторією візуальних інформаційних засобів університету є люди, які відіграють різні ролі в університетському середовищі. Основними групами аудиторії є студенти університету. Вони мають різні потреби та запити на інформацію. Наприклад, нові студенти можуть шукати інформацію про процедури вступу, навчальні програми та правила університету, в той час як інші студенти можуть шукати інформацію про розклад занять, результати іспитів, стипендії тощо. Інформаційні запити студентів можуть включати зручний доступ до інформаційних стендів, вивісок і табличок, а також чітку і лаконічну інформацію.

Ще однією групою користувачів є викладачі та співробітники університету. Їм може знадобитися інформація про академічні правила, розклад занять, планування заходів тощо. Викладачам і співробітникам потрібна інформація, за допомогою якої легко орієнтуватися в корпусі, яка є точною і актуальною, і до якої можна швидко отримати доступ.

В університеті можуть бути гості, відвідувачі та батьки студентів, яким потрібна інформація про університет, його послуги та розташування важливих об'єктів. Інформація, необхідна гостям, може включати чіткі знаки, що вказують на розташування будівель і важливих зон, інформаційні дошки з оглядом університету та прості вказівки по корпусу.

Візуальні засоби, такі як вивіски, знаки та навігація, будуть допомагати користувачам орієнтуватися та швидко знаходити потрібну інформацію. Такі методи, як створення чіткої, логічної структури дизайну та використання візуальних елементів, що підкреслюють шлях руху, можуть допомогти досягти легкої навігації.

Дизайн візуальних засобів також має бути естетично привабливим, щоб справити позитивне враження на користувачів. Візуальна привабливість може повернути й утримати увагу користувача, створити позитивний настрій і підвищити обізнаність про інформацію, що передається. Ці завдання в сукупності сприяють досягненню головних цілей візуального інформаційного дизайну: ефективна комунікація з цільовою аудиторією, зрозумілість і привабливість інформації.

Концепція «Модерн-мінімалізм» поєднує в собі елементи сучасного стилю модерн з принципами мінімалізму. Концепція характеризується простотою, промовистістю, чистотою ліній та використанням сучасних технологій і матеріалів. Основна ідея концепції полягає у створенні максимально функціональних та естетичних засобів візуальної інформації, зберігаючи при цьому простоту та мінімалізм.

Візуальна інформація має мінімалістичний дизайн з обмеженою кількістю деталей та простими формами. Використання простих ліній, геометричних форм і мінімальних декоративних елементів створює візуальну легкість.

Ця концепція створює спокійне, сучасне візуальне середовище, яке забезпечує ефективну комунікацію та передачу інформації, зберігаючи при цьому простоту, функціональність і красу. Вона підходить для розробки візуальної інформації, такої як інформаційні дошки, вивіски для аудиторій та

вказівники, де акцент робиться на передачі чіткої інформації з мінімумом зайвих деталей.

Причини вибору цієї концепції ґрунтуються на її відповідності цілям і завданням проекту.

Концепція модерн-мінімалізму є сучасною та актуальною і дозволяє створювати візуальне середовище, що відповідає актуальним тенденціям та вимогам.

Цей стиль може бути успішно застосований у різних контекстах і ситуаціях, у тому числі в університетському середовищі. Він може донести інформацію до всіх користувачів, незалежно від їхнього професійного рівня чи вікових особливостей.

Таким чином, вибір концепції сучасного мінімалізму забезпечує сучасне, просте, функціональне та естетично привабливе середовище для передачі візуальної інформації університетській спільноті, що належним чином відповідає цілям і завданням проекту.

Елементи дизайну для візуальної інформації включають ряд компонентів, що використовуються для створення ефективного та зрозумілого досвіду.

Колір використовується для створення настрою, вираження емоцій та підкреслення ключових елементів. Він допомагає створити гармонійну палітру та визначити ієрархію візуальних елементів.

Вибір відповідних шрифтів та їх розміщення впливають на читабельність та зрозумілість інформації. Вибір правильного шрифту передає правильний тон, стиль і послання бренду. Використання різних форм, таких як прямокутники, кола і трикутники, допомагає структурувати і організувати інформацію. Візуальні елементи мають різні розміри і пропорції та впливають на сприйняття і баланс дизайну.

Графічні елементи, такі як логотипи, іконки, лінії та рамки, використовуються для візуального акценту, вираження певної концепції або категорії, а також для створення впізнаваності та унікальності.

Ефективне розміщення елементів, використання негативного простору і балансу допомагають зробити інформацію легшою для читання і впорядкування. Композиція визначає, як різні елементи взаємодіють один з одним і як вони спрямовують погляд користувача.

Взаємодія цих елементів дизайну візуальної інформації призводить до чіткої, естетичної та ефективною комунікації. Ретельне вивчення цих елементів та їх взаємозв'язків є цінним для досягнення бажаного ефекту та сприяння досягненню цілей проекту.

Обґрунтування вибору кольорової палітри, типографіки та графічних елементів полягає у досягненні певного ефекту та виконанні цілей і завдань проекту. Обґрунтування для кожного елемента наведено нижче:

#### 1. Палітра кольорів:

- темно-синій: цей колір асоціюється зі спокоєм, довірою та стабільністю та підходить для створення враження серйозності та професіоналізму;
- блискучий зелено-жовтий колір символізує енергію, оптимізм і радість та привертає увагу і створює позитивний настрій;
- лазурний крайола (блакитний) створює враження спокою, гармонії та свіжості, простору і чистоти;
- ціан темний (поєднання синього і зеленого) асоціюється з природою, відпочинком і чистотою.

#### 2. Типографіка:

- шрифт Times New Roman має класичний, серйозний характер та підходить для офіційних документів і передає відчуття довіри та безпеки;
- шрифт Academy ACST: Цей шрифт має сучасний, лаконічний стиль. Він легко читається, привабливий і додає дизайну елемент сучасності та інноваційності;
- шрифт Mulish: цей шрифт має просту, чисту форму. Він читабельний і підходить для створення мінімалістичних дизайнів.

3. Використання графічних елементів у вигляді трикутників у фірмовому стилі університету є цілком виправданим. Адже трикутники візуально створюють враження стабільності, руху і напрямку, а також можуть слугувати покажчиками або стрілками, які спрямовують погляд користувача і забезпечують орієнтацію в просторі. Трикутники викликають відчуття активності та динамізму, що відповідає сучасним тенденціям та енергії молодого покоління. Використання цих графічних елементів створює динамічний, сучасний та ефективний дизайн, що відповідає цілям і завданням проекту.

Усі ці обрані елементи дизайну (кольорова палітра, типографіка та графічні елементи) є доречними та виправданими з точки зору досягнення цілей та завдань проекту. Разом вони забезпечують зручну, естетичну та ефективну комунікацію зі студентами, викладачами та відвідувачами університету.

## ВИСНОВКИ

Проблема оновлення й осучаснення засобів візуальної інформації Хмельницького національного університету в руслі творчих завдань дизайнерської розробки єдиної системи його комплексного оформлення, затверджених Художньою радою університету, визначило тему дослідження – «Графічне оформлення вестибюлю і коридору 1 поверху 2 корпусу Хмельницького національного університету в стилі мінімалізм». Спираючись на актуальність теми, ми зосередилися на проблемі розроблення систем візуальної інформації для архітектурно-предметного середовища ХНУ. Оновлення інформаційного поля навчального закладу, осучаснення естетичного вигляду та потреба в появі нових об'єктів (вказівників-навігаторів, інформаційних стендів) в контексті розробки фірмового стилю закладу визначило завдання дослідно-проектної роботи.

Аналіз досліджуваної проблеми проходив на підставі виявлення наукових джерел з психофізіології сприйняття візуальної інформації, впізнавання образів, виникнення асоціативних зв'язків сприйняття графічних зображень, проектування систем візуальної комунікації у сучасному місті, створення нових об'єктів інформаційно-комунікаційної інфраструктури та з'ясування понять та термінів графічного дизайну щодо їх проектування, продукції; закономірності та способи презентації колірно-графічної інформації в графічному дизайні.

На основі загальних принципів поетапності виконання проектно-дизайнерських робіт сформувавши план робіт з проектування вказівників-навігаторів, інформаційних стендів та описано особливості виконання графічної частини проекту. Виконано зразок – макет вказівника.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання теоретичних та практичних результатів дослідження для розробки методичних рекомендацій з виконання практичних завдань з Комплексного проектування. Результати практичної роботи можуть бути використовувані в архітектурно-предметному середовищі ХНУ.

Охарактеризовано понятійно-термінологічний апарат («візуальна інформація», «графічні знакові системи», «системи візуальної інформації», «інфографіка», «архітектурно-предметне середовище», «пиктограма», «шрифт», «художньо-конструкторське проектування» тощо).

З'ясовано алгоритм, етапи та основні вимоги до проектування систем візуальної інформації та орієнтації, складові й рівні системи візуальної інформації в середовищі існування людини. Вказано та охарактеризовано інструменти й засоби візуальної мови в проектуванні графічної знакової системи.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Голубчак К.Т. Засоби візуальних комунікацій в архітектурному середовищі освітніх закладів / К.Т. Голубчак // Сучасні проблеми архітектури та містобудування. – 2021 - Вип. 30. – С.248-256.
2. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури / В.Я. Даниленко. – Харків: ХДАДМ, 2005. – 242 с.
3. Даниленко В. Я. Дизайн: Підручник / В. Я. Даниленко. – Харків : ХДАДМ, 2003. – 320 с.
4. Дизайнерська діяльність: стандарти і розцінки: посіб. / В.О.Свірко, А.Л.Рубцов, О.В.Бойчук, В.М.Голобородько, О..П.Антонець, В.М.Євсєєнко – Київ, 2013. – 232 с.
5. ДСТУ 3899-99 Дизайн і ергономіка. Терміни та визначення основних понять. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://dnaop.com/html/61797/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3\\_3899-99](https://dnaop.com/html/61797/doc-%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_3899-99) (дата звернення: 3.03.2023).
6. Донченко С. В. Ситуаційний аналіз в дизайн-проектуванні піктографічних навігаційних систем/ С. В. Донченко. – Київ, 2014. – 131 с.
7. Білодід Ю. М. Основи дизайну : навч. посіб. / Ю. М. Білодід, О. П. Поліщук. — Київ : Парапан, 2004. — 240 с.
8. Зінченко А.Г. Піктограма: історіографічний аспект та сучасний розвиток /А.Г. Зінченко// Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство.-2021.- Вип. 45. – С.11-14.
9. Кузьмін О. В. Ергодизайн систем візуальної інформації / О.В. Кузьмін// Міжнародний науковий журнал «Інтернаука» - 2018. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/30327> (дата звернення 5.03.2023)
10. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну: Підручник / М. Я. Куленко / – Київ: Кондор, 2006.– 492с.

11. Організація рекламних послуг : підручник / А. І. Усіна, О. Ю. Давидова, І. В. Середя, Т. П. Кононенко ; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. – 183 с.
12. Соболев О.В. Інформаційний дизайн як комунікативний інструмент: методика проектування / Вісник Львівської національної академії мистецтв. Вип. 30 / 2016. – 237 с.
13. Степанов Н. Н. Колір в інтер'єрі / Н. Н. Степанов. – Київ: Вища школа, 1985. – 186 с.
14. Чемакіна О. В. Дизайнерська діяльність: системи візуальної інформації : науково-методичне видання / О. В. Чемакіна, А.Л. Рубцов, В.О. Свірко, О.П.Олійник. – Київ: УкрНДІ ДЕ, 2017. – 191 с.
15. Чемакіна О. В. Теоретичні та методичні основи архітектури і містобудування: навч.-мет. посіб. / Чемакіна О. В., Бармашина Л. М. — Київ: НАУ, 2006. — 153 с.
16. Швед О. В. Інфографіка як засіб візуальної комунікації в сучасній журналістиці. Київ, 2014. — 353 с.

ДОДАТОК А  
ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЯ ЗАСОБІВ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ  
«МОДЕРН – МІНІМАЛІЗМ»



Рисунок А.1 – Вказівники з напрямом руху



Рисунок А.2 – Вказівники на стіну



Рисунок А.3 – Таблички до аудиторій та табличка з номером корпусу

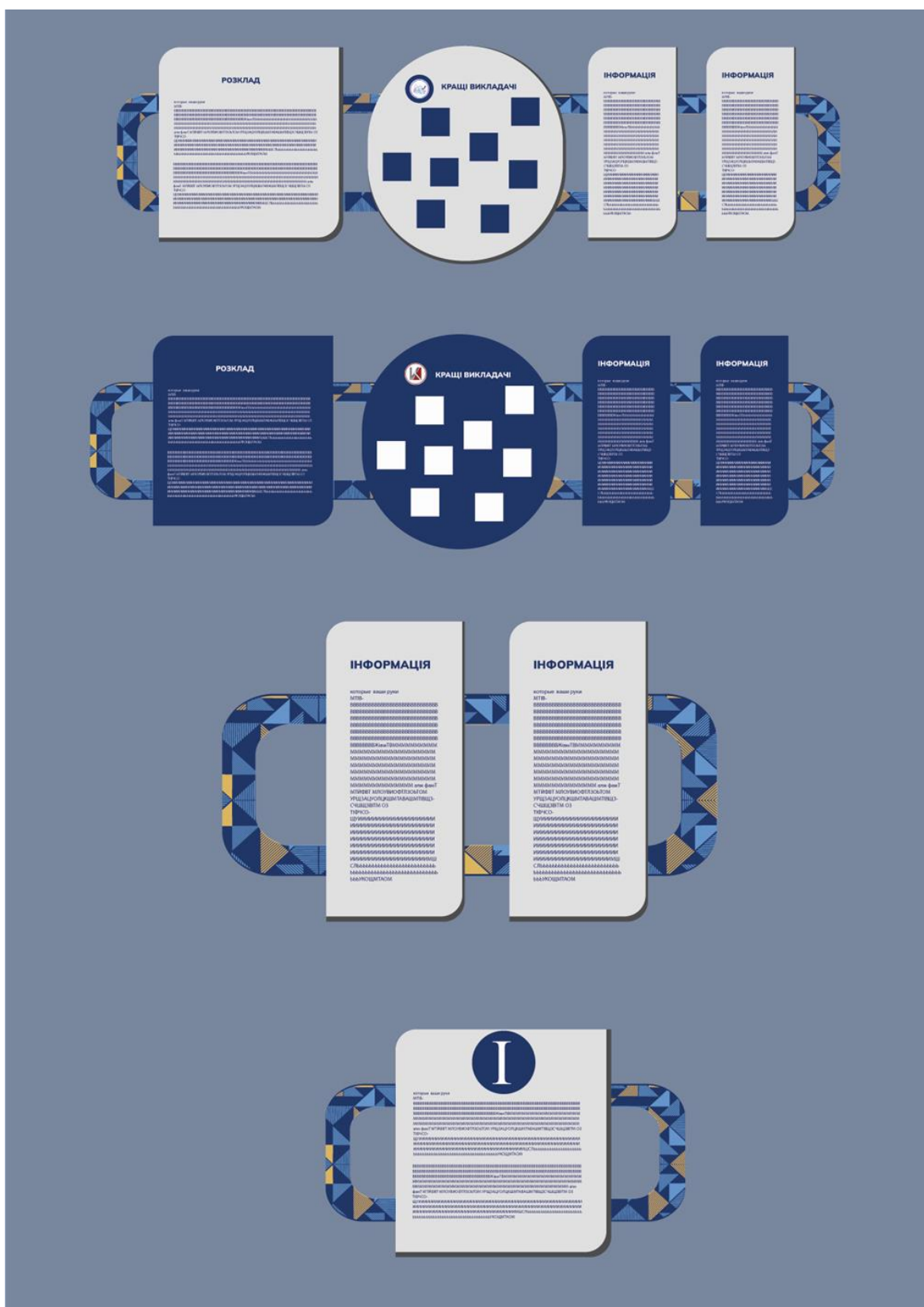


Рисунок А.4 – Інформаційні стенди та стенди із розкладом

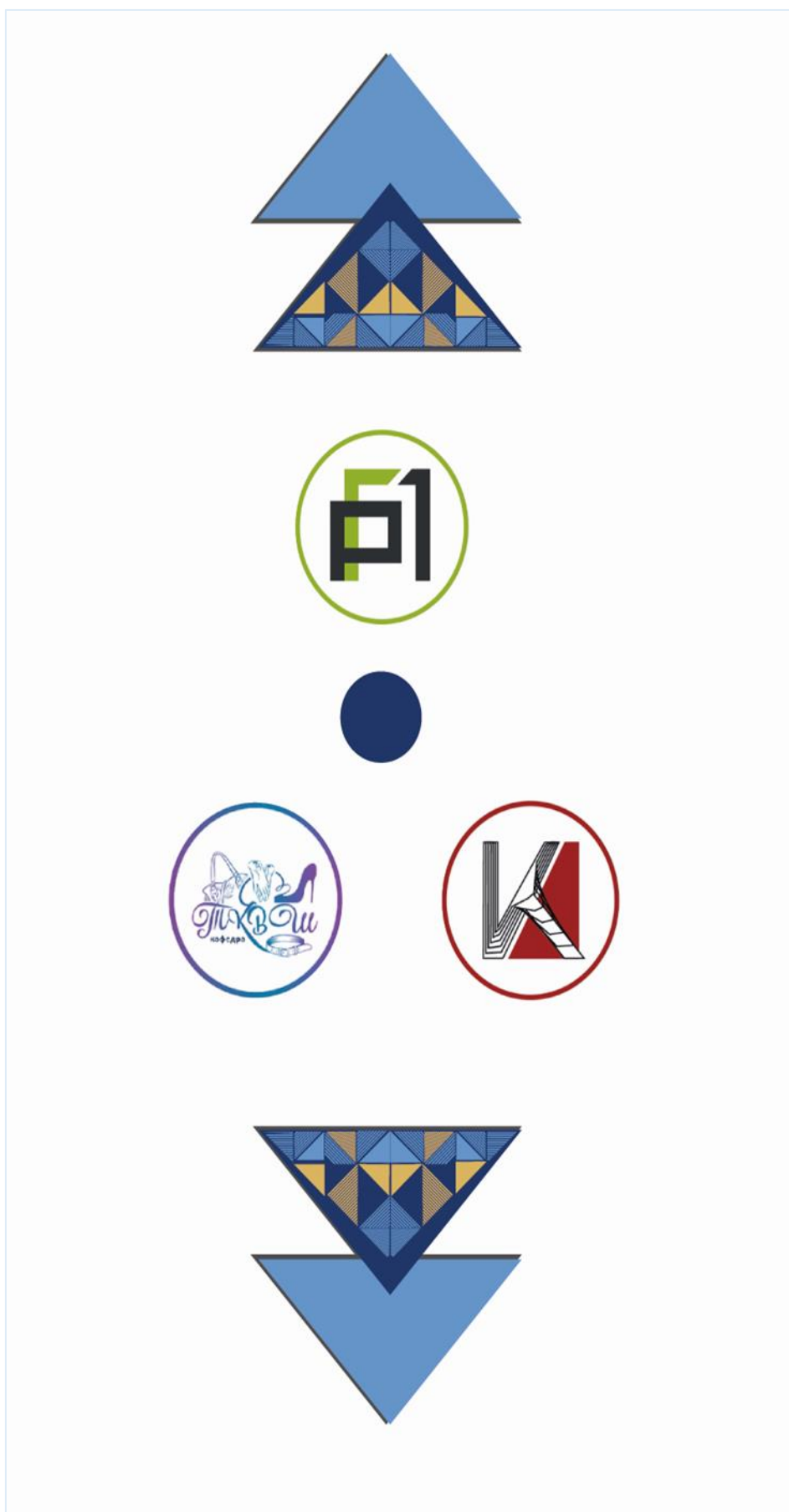


Рисунок А.5 – Вказівники із напрямом руху на підлогу

ДОДАТОК Б  
ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЯ ЗАСОБІВ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ  
«ТЕХНОЛОГІЧНИЙ МІНІМАЛІЗМ»



Рисунок Б.1 – Вказівники на стіну



Рисунок Б.2 – Вказівники на стіну

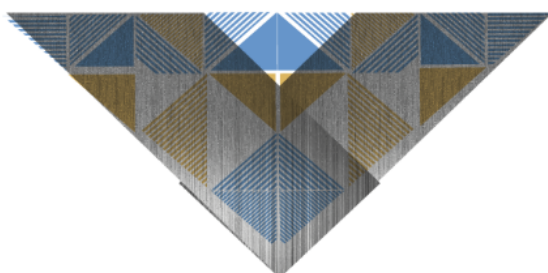
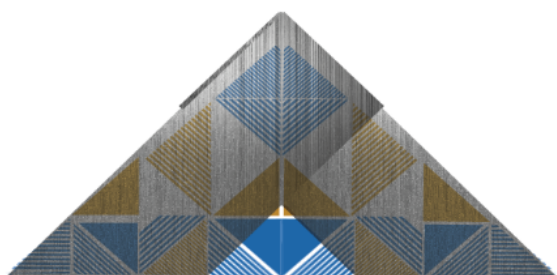


Рисунок Б.3 – Вказівники на підлогу



Рисунок Б.4 – Інформаційні стенди



Рисунок Б.5 – Таблички до аудиторій

ДОДАТОК В  
ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦІЯ ЗАСОБІВ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ  
«ЕКОЛОГІЧНИЙ МІНІМАЛІЗМ»



Рисунок В.1 – Вказівники на стіну



Рисунок В.2 – Вказівники на стіну



Рисунок В.3 – Вказівники на підлогу



Рисунок В.4 – Стенд для кафедри дизайну



Рисунок В.5 – Таблички до аудиторій

ДОДАТОК Г

**ЕЛЕМЕНТИ ГРАФІЧНОГО ОФОРМЛЕННЯ 1-ГО ПОВЕРХУ 2-ГО  
КОРПУСУ ХНУ**



Рисунок Г.1 – Вказівники

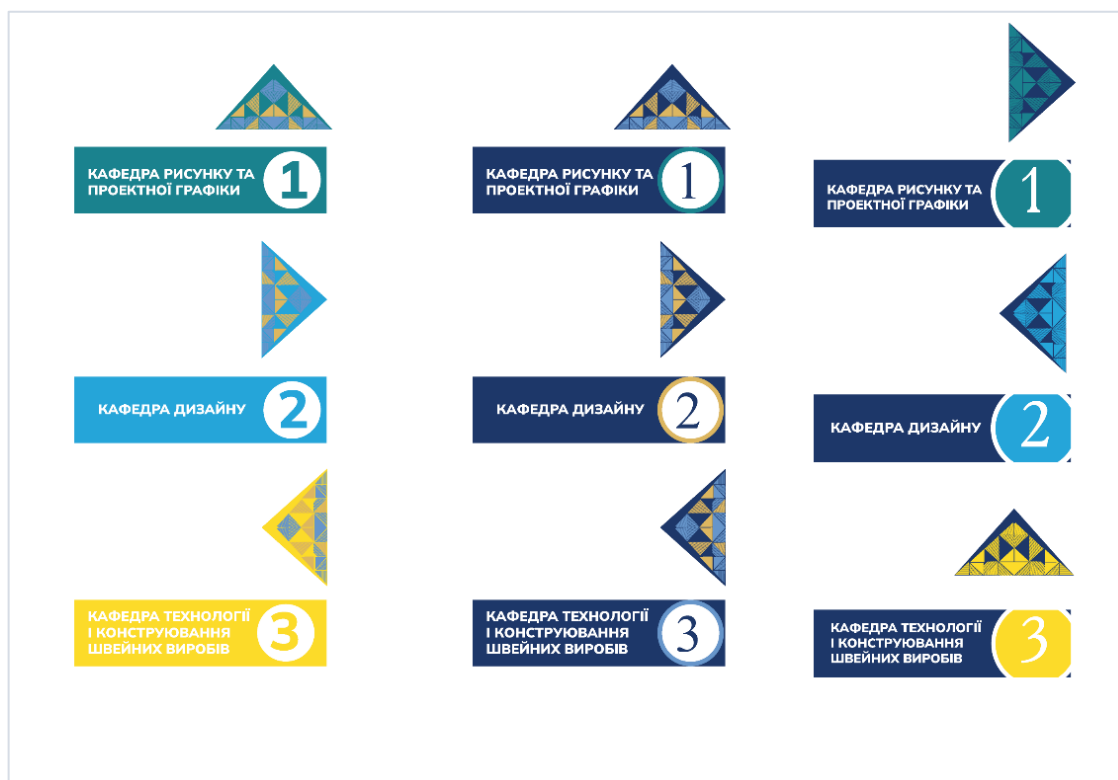
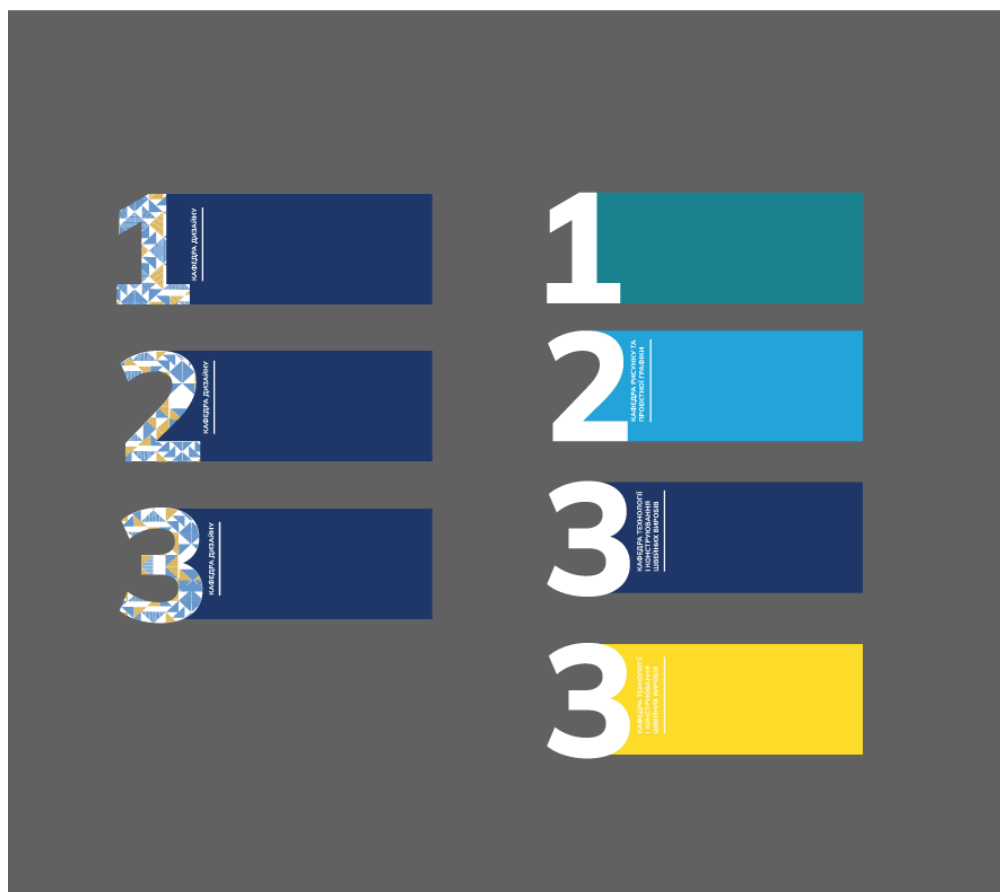


Рисунок Г.2 – Вказівники



Рисунок Г.3 – Вказівники

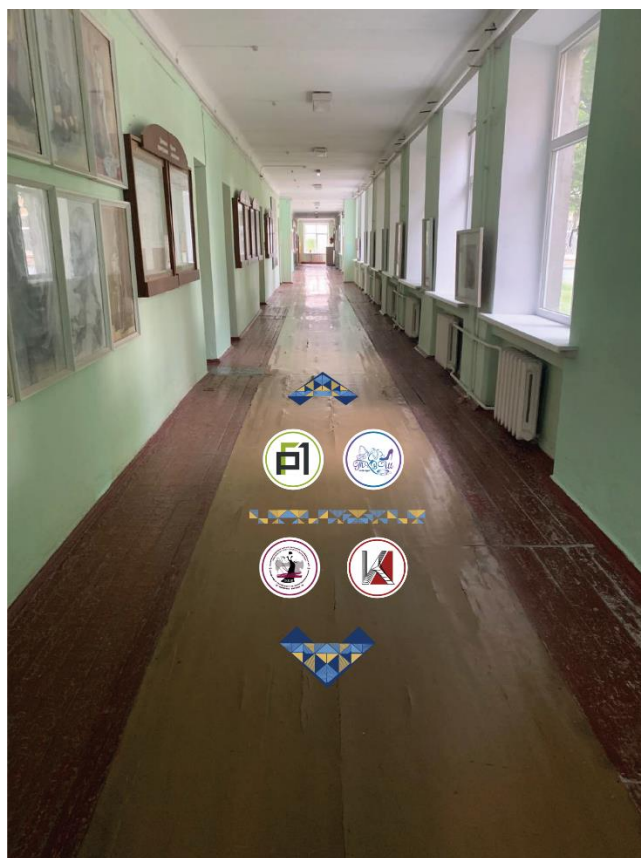
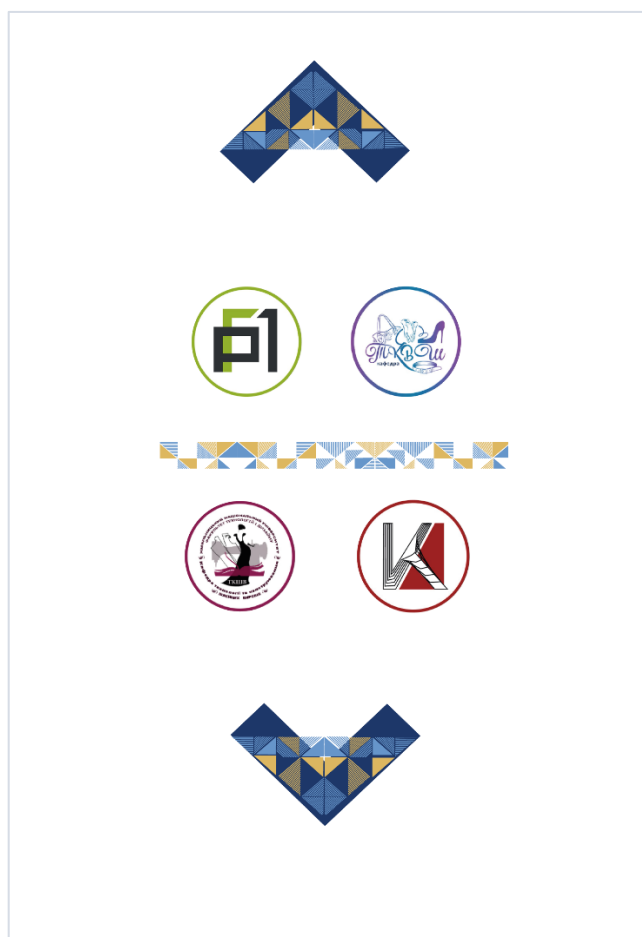


Рисунок Г.4 – Навігаційний покажчик, зображений на підлозі

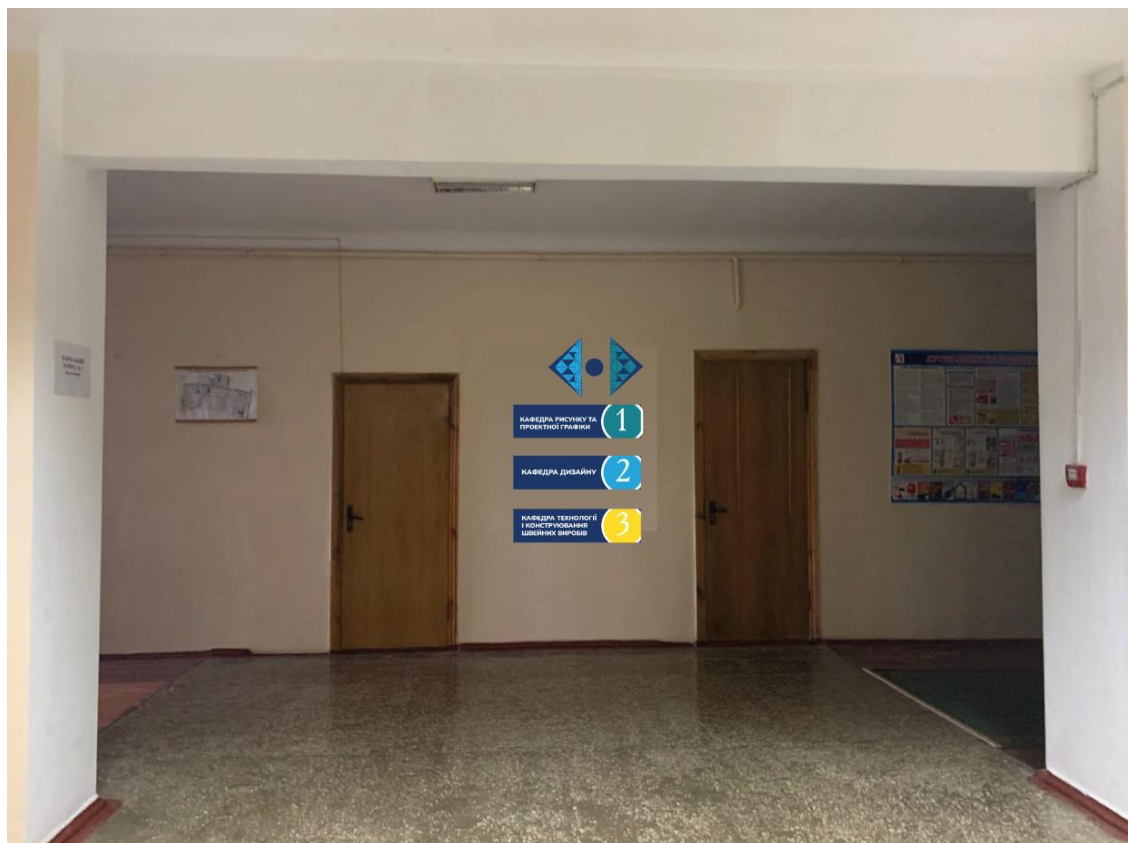


Рисунок Г.5 – Вказівники



Рисунок Г.6 – Вказівники

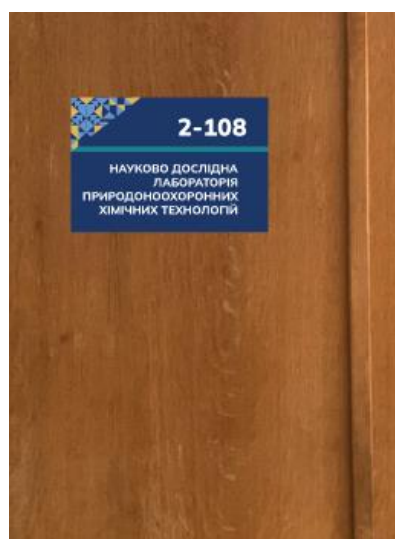


Рисунок Г.7 – Таблички

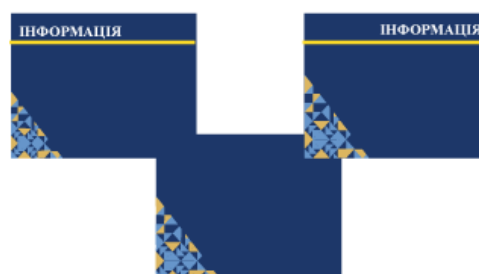
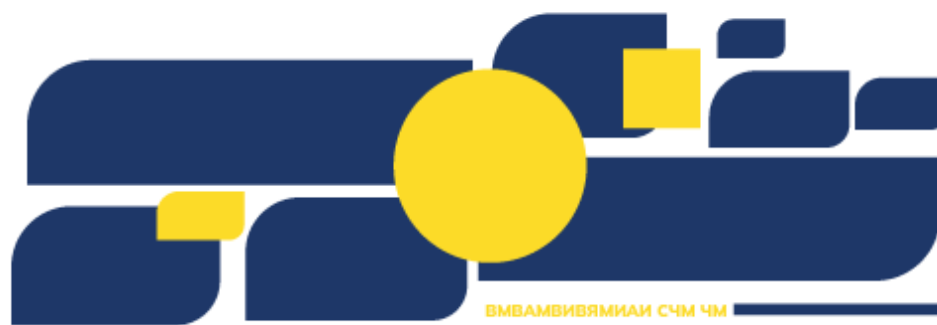


Рисунок Г.8 – Стенди

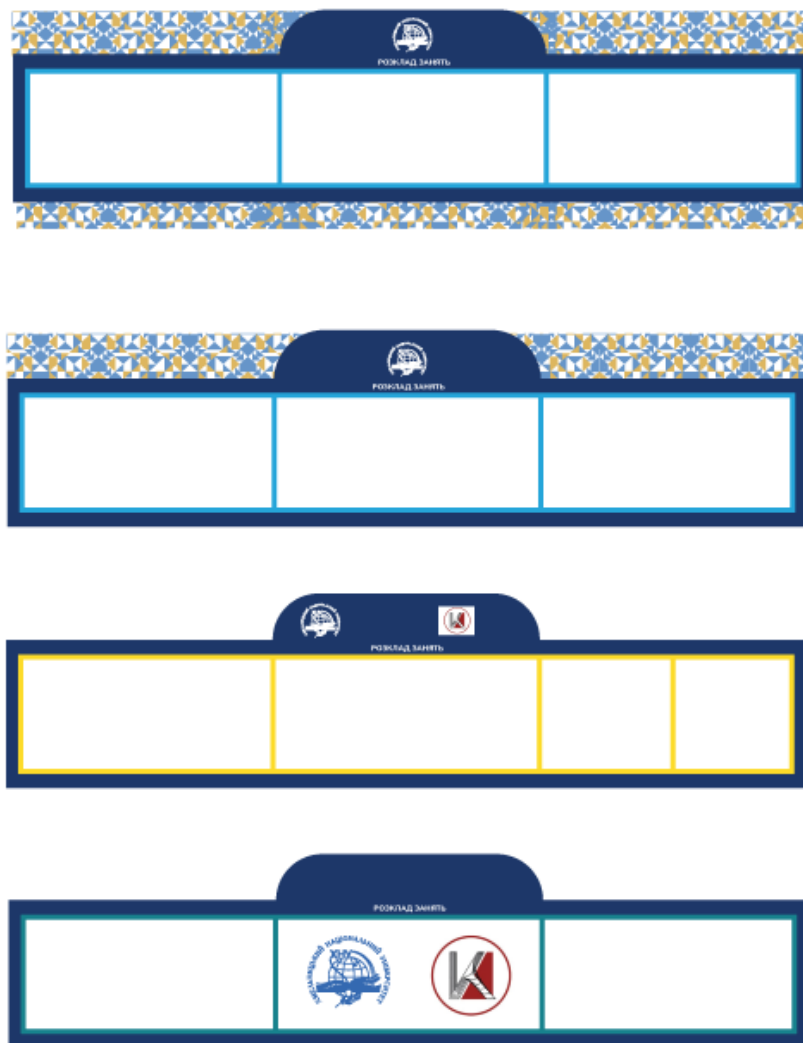


Рисунок Г.9 – Стенди

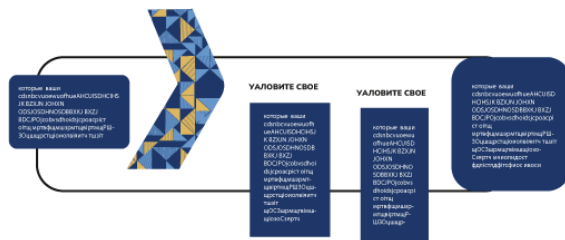
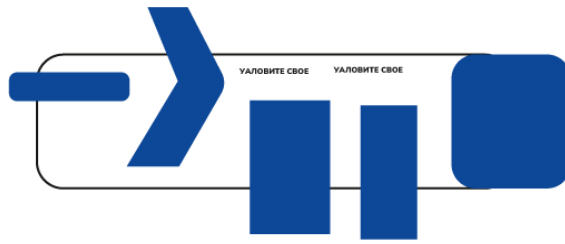


Рисунок Г.10– Стенди



Рисунок Г.11– Стенди

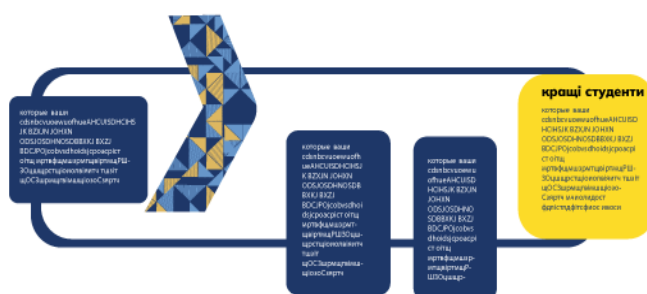
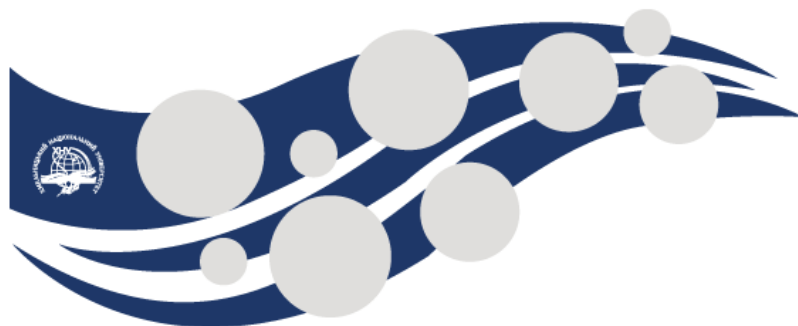


Рисунок Г.12– Стенди



Рисунок Г.13– Стенди



Рисунок Г.14– Стенди