



Лідія КОЛОМІЄЦЬ

## ЗАРОДЖЕННЯ ТА РОЗВИТОК МУЛЬТИСЕНСОРНОГО ДИЗАЙНУ у ХХ—ХХІ ст.

У статті досліджуються причини появи та особливості розвитку мультисенсорного дизайну у ХХ—ХХІ ст. Автором враховано досвід та експерименти провідних шкіл та напрямків дизайну; розкрито теоретичні і практичні аспекти мультисенсорного дизайну, проаналізовано функціональне застосування мультисенсорного дизайну у різних напрямках чуттєво-емоційного впливу (емоційний брендинг, відпочинок, робота, терапія, лікування), що активно застосовуються у сучасних інтер'єрах.

**Ключові слова:** мультисенсорний дизайн, Баугауз, футуризм, брендинг, терапія, сенсорна кімната, спа.

© Л. КОЛОМІЄЦЬ, 2012

Сучасний дизайн інтер'єру — це складна динамічна система, яка активно впливає на органи чуття людини через комплекс мультисенсорних заходів та приладів. На даному етапі свого розвитку галузь мультисенсорного дизайну як процесу проектування та творення предметного середовища людини з чуттєво-емоційним впливом на неї є особливо цікавою для теоретичного дослідження.

Мультисенсорний дизайн (з англ. multi — багато, та sensory — сенсорний, чутливий) — дизайн, який прямо впливає, задіюючи всі органи чуття людини — зір, слух, нюх, смак та дотик.

Середовище впливає на людину через органи чуттів повсякчас, проте завдання мультисенсорного дизайну — посилювати його та цілеспрямовано впливати на емоції, щоб отримати владу переконання, лікувати чи просто забезпечувати відпочинок. Враховуючи та застосовуючи сенсорний досвід у дизайні, ми можемо створювати більш гуманне середовище з наперед заданими функціями (інтер'єр житла, офісні приміщення, торгові площі, релаксаційні кімнати тощо).

Під активним тиском глобалізаційних змін, що безпосередньо позначились на проектному вирішенні житлових, виробничих, офісних, торговельних інтер'єрів, в людини формується потреба у перебуванні в самобутньому середовищі, яке сприяє процесу релаксації. Розуміння психологічних потреб людини, можливостей її чуттєвого сприйняття, з одного боку, та розвитку технологічних і проектувальних нововведень для створення заспокоїливих відпочинкових інтер'єрів — з іншого, дає змогу активно впроваджувати принципи мультисенсорного дизайну у сучасному проектуванні.

З часів Платона акт мислення сприймається як логічний, свідомий та вербальний процес, а емоціям завжди надавалася вторинна роль у процесі пізнання. До того, як вони формують основу думок, п'ять чуттів — зір, слух, нюх, смак та дотик — розпалюють ці емоції, володіють силою переконувати, розслабляти та лікувати. Саме тому дизайнери інтер'єрів повертаються до сенсорного дизайну, використовуючи підхід, що фокусується на зверненні до усіх п'яти чуттів людини у просторі [27, s. 36]. Співавтор книги «Сенсорний дизайн» професор Джой Мелнар, що закликає до використання у сфері дизайну цілого спектру людських чуттів, зокрема говорить: «Для дизайнера інтер'єру важливо збільшувати діапазон сенсорної інформації, а не зосереджу-

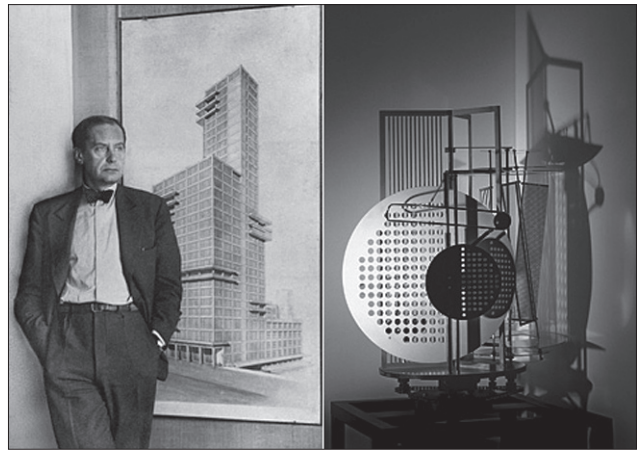
ватися виключно на візуальній естетиці. Через використання свого власного чуттєвого досвіду у дизайні творець інтер'єру може створити більш гуманно збудоване середовище» [20].

Психологія може відігравати більшу роль у сфері дизайну інтер'єру, ніж більшість людей можуть подумати. Проектування середовища з наперед заданими цілями передбачає використання відповідних важелів впливу: кольору, світла, запаху, матеріалу тощо, які не повинні бути суперечливими, викликати взаємозаперечуючі емоції. «Наші емоції формуються з наших чуттів, — говорить дизайнер Сюзан Корнацкі. — Вони те, що робить нас людьми. І дизайн інтер'єру — це неймовірно чуттєва професія» [19, с. 37].

Дизайнери, які цілеспрямовано прагнуть створити конкретний настрій (чуттєвий досвід) для людей, як, наприклад, радість, доброзичливий настрій тощо, можуть користуватися певними знаннями про канали органів чуття, їх взаємодію та вплив на отримання загального стану та відчуття у клієнта чи споживача. Таким чином, враховуючи вплив на усі чуття людини, можна уникнути суперечностей кінцевого дизайнерського продукту, підтримати цілісний образ об'єкта.

Теоретики та дослідники інтер'єру висвітлили різноманітні аспекти мультисенсорики у дизайні інтер'єру, його терапевтичного впливу, брендингу тощо. Так, серед найавторитетніших у сфері дослідження мультисенсорного дизайну слід виокремити працю «Мультисенсорний дизайн» — антологію під редакцією Петера Люкнера — професора Коледжу мистецтв і дизайну в Галле та почесного професора Академії Дизайну в Харкові, що займається дослідженням мультисенсорного дизайну та екологічної естетики. У 1990-х рр. він разом з викладачем Баугаузу Гертом Зелле (Selle) та Уолтером Функатом (Funkat) з Інституту екологічної естетики почали проводити регулярні міждисциплінарні семінари з питань дизайну, сенсомоторики у естетиці тощо [21].

Також цінною у дослідженні є антологія «Мультисенсорна робота. Інтердисциплінарний підхід до мультисенсорних методів» під редакцією Марії Сірколи [25], де зібрано статті ряду дослідників цього феномену та висвітлено його використання та поширення в інтер'єрах приватного та громадського призначення, впровадження мультисенсор-



Іл. 1. Ласло Моголь-Надь. Світло-просторовий модулятор. 1922—1930

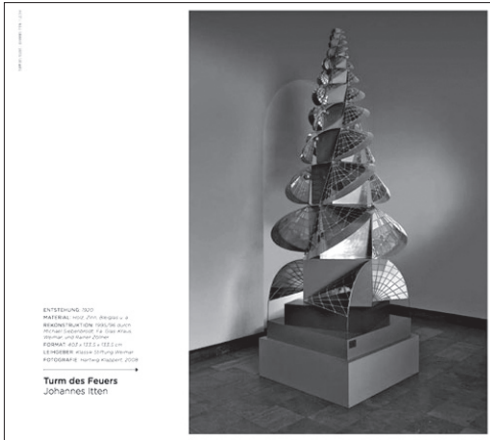
них інновацій у терапевтичній галузі та лікуванні хворих, в ігровій діяльності, у садово-парковому проектуванні, у функціонуванні лазень та спа, а також проаналізовано вплив мультисенсорних засобів на окремі чуття людини.

Ф. Вовдарка та Дж. Мелнар [20], В. Руга [24], К. Ворен Леоне [27] зупиняються у своїх працях на дослідженні особливостей дизайну для чуттів людини, психологічних аспектів його впливу.

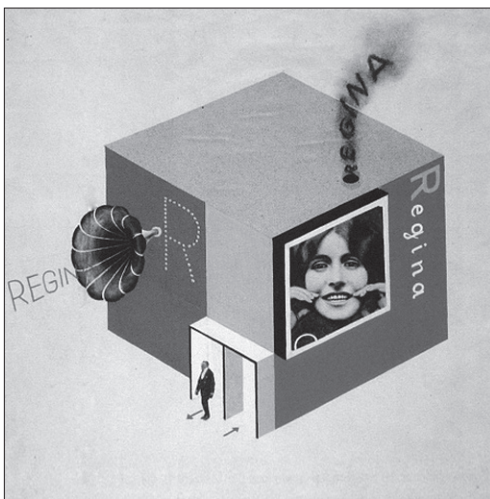
Історичний аспект становлення мультисенсорики у дизайні можна прослідкувати у працях з історії дизайну, зокрема художньо-промислових шкіл початку XX ст., що заклали основи та принципи його розвитку у подальші десятиліття. Це, зокрема, праці Дж. Пайла [23], А. Боні [14], статті В. Аронова [1], В. Дяченка [5], Д. Сільвестрова [10] та А. Скворцова [11].

Мультисенсорний брендинг у сфері дизайну розглядається у таких основних працях як «Основи брендингу» В. Грімальді де Пуже [16], «Емоційний брендинг» М. Гобе [15], «Чуття бренду» М. Ліндстрома [8], а також у статті Т. Шевченко «Мультисенсорний брендинг як технологія управління споживацькою поведінкою» [12].

Особливо активно проводиться дослідження мультисенсорного середовища у лікуванні, терапії та навчанні і його впливу на учнів, пацієнтів, відвідувачів і персонал. Першими дослідниками, які надихнули та активували наступників, були скандинавці Я. Гюльсег та А. Вергуль з працею «Snoezelen. Інший світ» [17]. Серед інших цікавих дослідників мультисенсорних терапевтичних кімнат слід назвати М. Ешбі [13], Р. Хатчінсон та Дж. Кевін [18], Р. Ульріча



Іл. 2. Йоганес Іттен. Вежа. 1920-ті рр.



Іл. 3. Герберт Байер. Дизайн мультимедійного кіоску вигаданого бренду зубної пастки «Регіна». 1924

[26] та ін. Австралійський професор П. Пагліано займається вивченням мультисенсорного середовища у навчальному процесі, його можливостей у школах тощо [22].

Серед вітчизняних науковців проблемами мультисенсорного дизайну цікавляться О. Бойчук [2], С. Вергунов [3], О. Орлова [9].

У проектуванні простору майстри здавна намагалися використовувати засоби впливу на чуття людини. Естетика інтер'єрів Стародавнього Єгипту, Греції, Риму та Візантії вражає гармонійністю простору, форм, колористики. А проте відомо, що середовища храмів, відпочивалень, лазень, палаців сповнювалося не тільки візуальними образами та натуральними матеріалами, текстурами, але й музикою та ароматами.

Розвиток технологій у XX ст. дав змогу людині активно впливати на світло, колір, звук, смак та за-

пах через перемикачі, пульти управління тощо. Таким чином, інтер'єр активно змінюється буквально за секунди, змінюючи, відповідно, і свій сенсорний вплив на людину, активуючи її чи заспокоюючи.

Сенсорний, від латинського *sensus* — чуття, відчуття, означає чуттєвий, тобто невизначено діючий. Тому С. Вергунов вважає поняття «мультисенсорний дизайн» більш точним, аніж «сенсорний». Мультисенсорний дизайн використовує сталі фізіологічні та психологічні здатності людей, а також щораз наближається до екологічного дизайну, прагне створювати максимально природне та органічне середовище для розвитку, праці та відпочинку [3, с. 32].

Мультисенсорний дизайн як феномен XX—XXI ст. має свої джерела формування, історію становлення та розвитку. Зокрема у дослідженнях дизайну початку XX ст. можемо знайти посилання на використання цікавих мультисенсорних заходів у проектуванні простору чи предметів побуту у той час, як саме поняття мультисенсорного дизайну з'явилося значно пізніше. Витоки та ціннісні установки мультисенсорного проектування прослідковуються у теоріях, концепціях та пропедевтичному досвіді художньо-промислових шкіл початку XX ст.

На початку XX ст. відбуваються зрушення у всіх сферах життя людини, формується новий світогляд та шукаються нові шляхи розвитку, у тому числі і в проектуванні. Саме тому формується дизайн як окрема художня галузь. А серед найактуальніших завдань нової ери важливе місце ставиться саме проектуванню середовища життєдіяльності модерної людини. Дизайн стає промисловим та масовим, а тому важливо було дбати про його мистецький та функціональний рівень водночас. Починають проводитися численні експерименти та новації.

Використання тактильного, звукового, «чуттєвого дизайну» прослідковується у підготовці художників-конструкторів школи Баугауз, що займає особливе місце в історії світового дизайну як інноваційний центр теорії та практики проектування. Метою дизайнера стало перетворення форм реального світу та гуманізація усього предметного середовища, виховання особистості. Також цікавим є факт, що Баугауз разом з інститутом психології проводили дослідження щодо впливу кольору на психіку людини з метою подальшого використання результатів на практиці.

Дослідження джерел естетичних особливостей полісенсорної культури прослідковується у пропедевтичних курсах Баугаузу. Так, у підготовчому курсі Ласло Мохоль-Надь знімає усякі філософські акценти і робить акцент на практичних заняттях з певними матеріалами. У структурі курсу Мохоль-Надь у першому розділі виділяє «чисту технологію» [4, с. 126] з такими основними елементами виробничого навчання як матеріали, фізичні властивості конструкційних матеріалів (дерева, глини, пластмаси, металу, паперу, скла), а також форма, поверхня та текстура (іл. 1).

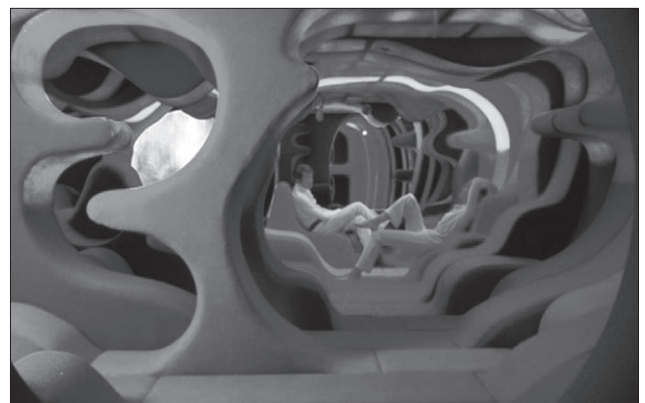
Як пише Д. Сільвестров, «Мохоль-Надь не тільки продовжував розробляти закладені Іттенем основи формалізації виражальних засобів, наприклад, вводив такі прилади, як барабан, що обертається від руки, з набором матеріалів, що демонструють тактильні контрасти, але й використовував чисто художні об'єкти для вивчення виключно дизайнерських ефектів. Спеціальні знання скульптури проводилися з метою детального вивчення тактильних властивостей, особливостей статичної та динамічної рівноваги» [10, с. 23—25].

Останнім з основоположників баугаузівської пропедевтики був Йозеф Альберс, що доповнив курс спеціальними лекціями про матеріали та «вправами з матерією та матеріалами» [10, с. 27—29]. Серед матеріалів, що використовували студенти у навчанні, були солома, гофрований картон, дріт, поліетилен, газети, шпалери тощо. Традиційні матеріали — дерево, метал, скло, камінь, тканини — часто комбінували між собою. Такі вправи були спрямовані на отримання конкретних відчуттів, наприклад, сили тяжіння, у результаті чого загострювалося відчуття матеріалу та простору [5, с. 28]. Таким чином відбувалося вивчення зовнішнього прояву на поверхні матеріалів тих чи інших властивостей. «Аналізуючи такий підхід, — відзначає Й. Альберс, — можна сказати, що взаємодія з реальним світом відбувається тут за схемою: чуттєве сприйняття — матерія — геометричні параметри. Тут поняття «матерія» отримує конкретику лише у процесі практичної діяльності, тоді як чуттєве сприйняття і геометричні параметри (образ предмета) залишаються у сфері абстракції» [1, с. 32].

Роки керівництва Оскара Шлеммера мали особливе значення у історії школи. Вивчення відношен-



Іл. 4. Герберт Байер. Фотоколаж. 1920-ті рр.



Іл. 5. Вернер Пантон. Фантастична кімната. 1970

ня людини та простору було центральним у експериментальному проектуванні, що опиралося на нейтральні компоненти простору, форми, кольору, світла, руху, звуку та мови. У курс навчання навіть були введені танцювальні заняття.

Студенти Ульмської школи чверть навчання відводили на вивчення ергономіки, соціології, економіки та психології, щоб у професійній діяльності користуватися системним підходом до процесу проектування.

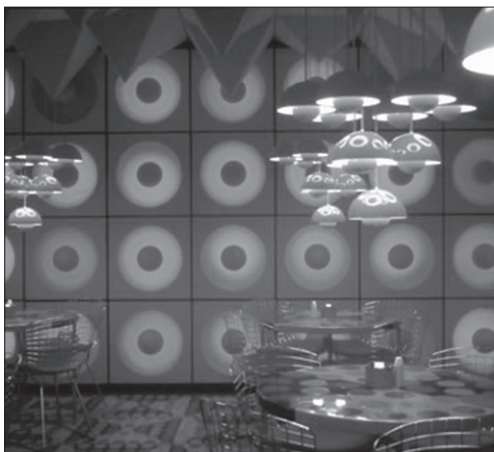
Пропедевтичний курс Ульмської школи — «курс основ» — був розроблений рядом педагогів, серед яких Макс Білл, Йоганес Іттен, Йозеф Альберс, Гелена Нонне-Шмідт та Вальтер Петерханс. Він включав у себе основи візуального сприйняття, у яких була здійснена спроба перебороти дуалізм ра-



Іл. 6. Вернер Пантон. Басейн у громадському будинку Спіль, Гембург, Данія. 1960-ті рр.



Іл. 7. Вернер Пантон. Інтер'єр для громадського будинку Спіль, Гембург, Данія. 1960-ті рр.



Іл. 8. Вернер Пантон. Ресторан Варна, Данія

ціоналістичної та інтуїтивістичної сторін у роботі дизайнера. У роботі з різними матеріалами захоувалася фантазія та інтерпретація, розширення тактильного пізнання матеріалів, їх поєднання та емоційно-чуттєве сприйняття дизайн-об'єктів.

Найдалі з усіх у дослідженні тактильної культури у дизайні просунувся теоретик мистецтва та педагог Йоганес Іттен. Його форкурс ліг в основу багатьох сучасних художніх шкіл. Він ввів обов'язкові вправи, які допомагали концентрувати увагу через різні звукові вібрації. Іттен вважав, що зняти напругу, відновити рівновагу та гармонію частин тіла можна за допомогою різноманітних звукових модуляцій [5, с. 30]. «Звуком можна виразити внутрішню естетику, яка міститься у нашому розумінні прекрасного. А ще вони [звуки] будуть відтворювати гармонію форм, допомагаючи відчутти їх свіжіше та глибше...» [6, с. 83].

Іттен значну увагу приділяв особливостям тактильного сприйняття. Студенти з закритими очима торкалися різноманітних матеріалів, робили колажі з матеріалів різних фактур, зокрема кусків деревини, сталеві стружки, дроту, шнурів, скла, фольги тощо. Таким чином вони розвивали чуття матеріалів, винаходили нові комбінації текстур. Відчуття поверхні вони переносили на папір, замальовуючи фактури, запам'ятовуючи, щоб потім легко відтворити їх знову. Такий спосіб вивчення предметів на основі особистих спостережень та переживань допомагає інтерпретувати побачене, як вважав педагог, а не «сліпо наслідувати природу» (іл. 2). А його учень Г. Штольцель говорив: «Хто хоче зобразити чортополох, повинен відчувати гостроту його колючок, відчутти укол на своїй шкірі, почути, як шелестять його колючі листя-гілки при подуві вітру... Так пізнається форма» [5, с. 30].

Герберт Байер (іл. 3; 4) наголошував на широких можливостях дизайну у рекламі: «Комбіновані засоби візуальної комунікації складають чудовий комплекс: мова як друковане слово або звук, малюнки як символи, картини, фото, скульптурні засоби, матеріали, текстури, колір, світло, рух (на дисплеї), фільми, схеми та діаграми. Одночасне застосування усіх пластичних та психологічних засобів надасть виставці дизайну нове звучання». Художник також відомий своїми революційними розробками у галузі мультимедіа та як експериментатор кіно 1920-х рр. Отож,

в творчій діяльності Г. Байера використовуються мультисенсорні засоби дизайну, чуттєвого впливу на глядача та потенційного клієнта.

Отож, такі відомі архітектори та дизайнери як В. Гропіус, Л. Міс Ван дер Роє, Г. Байер, М. Брейер, Ле Корбюз'є, О. Шлеммер вийшли зі стін Баугаузу та заклали основи дизайну XX ст., а пропедевтичні курси школи, безумовно, містили теоретичні, методологічні та практичні передумови того досить широкого поняття, яке зараз називають «мультисенсорним дизайном».

Вернер Пантон — чи не найбільш революційний дизайнер інтер'єру 1960—1970-х рр. Він ввів у простір життєдіяльності людини нові матеріали, світло, блиск та неймовірно яскраві кольори на протизагаду чорно-біло-коричневій гамі Баугаузу. Це був початок свободи дизайну, виклик прийнятним стандартам у проектуванні інтер'єру. Свою творчість він називав «тотальним дизайном», адже проектував не лише меблі чи елементи житла, а все у ньому: кольори та фактуру стін, фантастичних форм лампи та ілюмінацію, меблі, килими та навіть змінював традиційний простір кімнат, заповнюючи його на усю висоту. Дизайнер говорив, що проводити час у одноманітних приміщеннях нудно, тому робив його максимально змінним та фантастичним.

Його конструкція інтер'єру «Фантастичний пейзаж» (1970 р.) для виставки Visiona II складалася з паралонових матів, 3Д-килимів та дворівневих сидінь (іл. 5). Яскраві кольори та світло, що проникало крізь оболонку внутрішнього простору, створювали враження космічного інтер'єру, казкового середовища. Звичайно, такі експерименти не уникали критики та вважалися надто ексцентричними для того часу. Втім, для нас — це приклад мультисенсорної кімнати для релаксації та відпочинку.

Серед дизайнерських об'єктів В. Пантона є чимало публічних: ресторанів, їдалень, барів. Для громадського будинку Співель (Гембург, Данія) дизайнер спроектував подвір'я, вестибюль, бари, басейн, кімнати для конференцій та відпочинку (іл. 6; 7). Яскраві та водночас стильні інтер'єри доповнені оригінальними схемами освітлення, панелями, дзеркалами, текстурами стелі, килимів, що створюють незабутнє враження (іл. 8). Інтер'єри В. Пантона — чудовий приклад активного використання мультисенсорики у дизайні, чуттєвого впливу світла, кольору, форм,

ISSN 1028-5091. Народознавчі зошити. № 4 (106), 2012



Іл. 9. Джо Коломбо. Ліжка-кабріолет. 1960-ті рр.



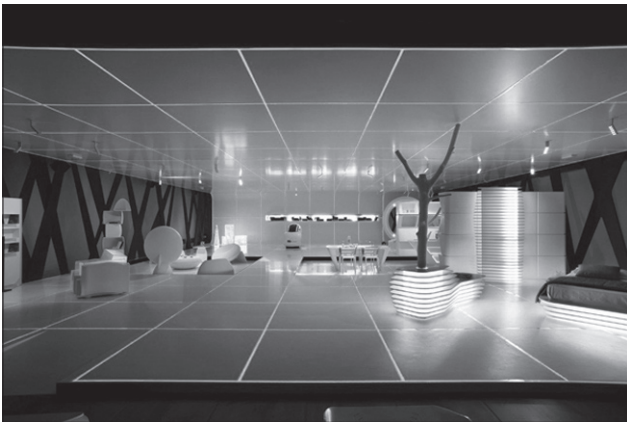
Іл. 10. Проекти футуристичного дизайну для дому. Дизайнер Карім Рашид

текстур та загальної композиції простору. Окрім того, досконала естетика кожної речі не залишає байдужим нікого. Це дизайн, яким продовжують надихатися молоді художники.

Тенденції до активного використання світлових панелей, фактурних вінілових шпалер, кольорових абажурів, бульбашкових та лавових ламп спостерігаються у 1970-х рр. Мода на диско привносить у інтер'єр дзеркала, дзеркальні кулі, кольорове світло, активні ритми форм та кольорів, що гармонійно



Іл. 11. Футуристичний дизайн кухні. Дизайнер Заха Хадід



Іл. 12. Футуристичний дизайн інтер'єру для науково-фантастичного фільму «Трон-2». 2010

співіснують зі стилем музики та, можна сказати, стають своєрідним стилем життя. І сьогодні любителі ретро можуть сміливо користуватися винаходами 70-х і у той же час виглядати сучасно. Цифрові технології, світлодіодні устаткування, проєктори тільки розширили спектр можливостей сенсорики у такому інтер'єрі, залишивши основні ознаки стилю.

Слід згадати, що такі напрями як функціоналізм та футуризм, характерні для дизайну першої половини ХХ ст., також використовували принципи мультисенсорики. Розвиток технологій стимулював їх введення у громадські та житлові інтер'єри, відпочинкові комплекси, транспорт тощо, що, у свою чергу, стимулювало чуттєве сприйняття та впливало на настрої людини.

Футуризм як напрям виникає на початку ХХ ст., проте оспівування краси нових технологій зберігає свою актуальність протягом усього століття і до сьогодні. Так, дизайнери футуристичного стилю замінюють декоративні деталі технологічними — аудіо- та відеосистемами, комп'ютерами тощо, що стають

домінантами у просторі інтер'єру та роблять його багатофункціональним.

Футуризм у інтер'єрі — це спроба створити середовище майбутнього, високотехнологічний простір, що полегшує життєдіяльність людини. Серед новаторів у експериментах модифікації житла можна назвати італійського дизайнера Джо Коломбо. Його оригінальний винахід — розкладне ліжко-кабріолет, що повністю закривається та розкривається, містить вмонтований телефон, радіо, вентилятор та навіть запальничку (іл. 9). Такі технологічні мультифункціональні меблі можуть бути прототипом для сенсорних пристроїв у сучасних меблях ХХІ ст.

Дизайнер футуристичних інтер'єрів Карім Рашид вважає, що «...нейтральність, як і патетичний мінімалізм — мертві. ХХІ століття турбується про нову енергію, про нематеріальне, про втрату форми і її здобуття, про прозорість, колір, запах. Про цифрові технології, що здатні створити місце перебування одночасно реальне та ірреальне, метафізичне та фізичне» (іл. 10). Карім Рашид — не тільки прихильник високих технологій та раціональності, але й естет та художник: «Я намагаюся розвивати меблі і об'єкти як «антистресові» предмети, які привносять радість, а не незручність, які спрощують завдання та підвищують наш рівень краси. Настрій піднімається, коли ми відчуваємо красу, комфорт, розкіш, що не мисляться один без одного».

Дизайнер говорить про свою роботу як про «чуттєвий мінімалізм»: «Чому вся техніка вічно у суворих тонах? Чорний та сірий — кольори високої технологічності... Але ж техніка може бути і кольоровою, легкою, м'якою на дотик! Чому у дизайні так рідко використовуються інші людські чуття? Нюх, світлочутливість?». Власне чуття, емоції він вважає четвертим виміром у інтер'єрі.

Прихильницею високих технологій також є всевітньо відома Заха Хадід. Її проєкти інтер'єру вражають не тільки незвичним дизайном, але й поліфункціональністю. Так, наприклад, кухонні панелі мають вмонтоване світло (світлодіоди), DVD-плеєр, mp3-плеєр, освіжувачі повітря та ароматизатори (іл. 11), а сам простір сучасного житла нагадує радше фантастичний інтер'єр майбутнього.

Футуристичні інтер'єри часто можна зустріти у популярних науково-фантастичних фільмах. Простір майбутнього створюється професіоналами най-

вищого класу, що збирають воедино якнайновіші розробки та найсміливіші фантазії щодо майбутнього. Так, наприклад, для дизайну інтер'єру фільму «Трон-2» було підібрано мультифункціональні та мультисенсорні меблі від дизайнерів з різних кінців світу, використано чимало світлодіодних ламп, стрічок тощо (іл. 12).

Активне використання мультисенсорики у дизайні спостерігається наприкінці XX ст. з як розвитком технологій дизайну, так і психології, медицини. Саме тоді і починає використовуватися поняття «мультисенсорний дизайн». Функціональне застосування мультисенсорного дизайну (МСД) можна окреслити наступним чином:



Як бачимо, використання мультисенсорних засобів у брендингу пов'язане із сферою відпочинку (подорожі, готельний бізнес, спа салони, розважальні клуби, фітнес центри тощо). Відпочинок, у свою чергу, може поєднуватися з заняттями у спортзалах, тренінгами, книжковими клубами. Розвиваючі заняття в школах також повинні стимулювати до праці, підвищувати увагу та пам'ять. Ефективність праці напряму залежить від створення відповідних умов у середовищі. І останній розділ — терапія та лікування — поєднує навчання та розваги, стимулює мозкову активність як хворих, так і здорових людей за допомогою обладнаних мультисенсорних кімнат.

Використання мультисенсорного брендингу стає все поширенішим через його ефективність у сфері бізнесу, торгівлі та туризму. Як пише Вінсент Грімальді де Пуже, «брендинг середовища дослівно розкриває (розгортає) споживача і висвітлює п'ять органів чуттів» [16]. І відповідно до чуттів людини можна виділити візуальний брендинг, аудіобрендинг, аромомаркетинг, брендинг смаку та дотику.

Найбільш успішно користуються мультисенсорним брендингом виробники автомобілів (Rolls Royce, Nissan, Audi), авіаперевізники (Singapore Airlines), мережі готелів (W Hotel, Le Meridien, Four Seasons,



Іл. 13. Люкс-апартаменти у Хард-рок готелі, Лас Вегас, США. Дизайн Chemical Spaces

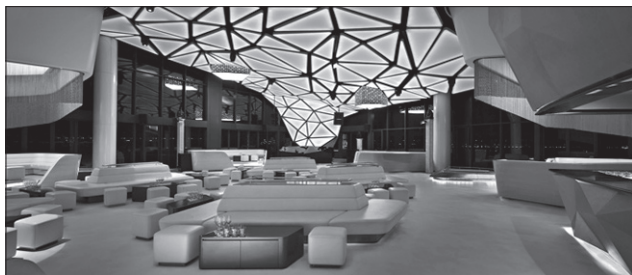


Іл. 14. Готель i-SUITE, Ріміні, Італія. Дизайнер Сімон Мікеле

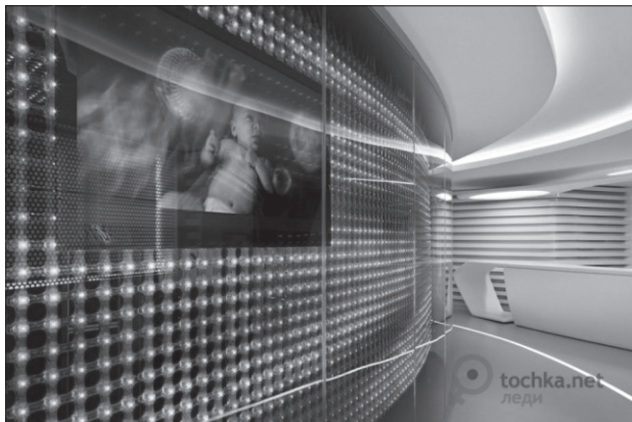
Hard Rock Hotel), заклади харчування (Starbucks, Burger King) тощо.

У сфері туризму, де брендинг відіграє чималу роль, використання релаксаційного середовища стає щораз популярнішим. Дизайнер Марк Вівер говорить, що слід створити такий досвід, що «виявляє захоплення, красу та культурну ідентичність через інноваційні дизайнерські задуми, що надихає гостя, стимулює органи чуття та заволодіває емоціями» [27, с. 42]. Для створення відповідного настрою користуються світловим оформленням простору, певною кольоровою гамою, ароматизацією, музичним супроводом, приємними на дотик матеріалами, текстилем. У готелях та курортах активно впроваджують практику релаксаційних кімнат, спа, сауни, масажних кабінетів тощо. Усі вони функціонують як





Іл. 15. Нічний клуб Allure, Абу Дабі, Арабські Емірати. 2010. Дизайн Orbit Design Studio



Іл. 16. Офіс ІВМ. Дизайнер Massimo Iosa Ghini



Іл. 17. Оранжева мультисенсорна кімната

мультисенсорне середовище, що покликане впливати на усі органи чуттів людини, викликати задоволення та оздоровчий терапевтичний ефект.

Італійський дизайнер Сімоні Мікеле, відомий своїми галактичними вподобаннями, розробив ряд вражаючих спа-об'єктів. Зокрема цьому автору належить проект інтер'єру готелю «i-Suite», де на шостому поверсі знаходиться wellness-центр з релакс-терасою, де біля лежаків горить відкритий камін. Тут є басейни, сауни, хамам, кабінети таласотерапії, фітнесу і спа (іл. 14). Сам дизайнер говорить про свою роботу так: «Моя мета — розбурху-

вати чуття людей за допомогою форм, зображень, кольорів, світла та матеріалів у просторі, де розмиваються межі між конкретним та абстрактним, мрією та реальністю» [7, с. 140].

У сфері розваг стимуляція чуттів зазвичай активніша. Тут доцільнішим є створення так званого вау-ефекту для привернення уваги відвідувачів, музика та освітлення можуть бути динамічнішими для емоційного піднесення людини. Особливо активно використовуються принципи мультисенсорики в оформленні нічних клубів — це мерехтіння світла і кольору, використання проєкцій, різноманіття текстур та матеріалів, звукові ефекти та танц-поли, що реагують на дотик, вібрацію тощо, світлобульбашкові панелі, ароматизація (іл. 15).

Середовище для дітей, їх ігровий та відпочинковий простір потребує не менших зусиль та ідей в оформленні, аніж наш власний. У високорозвинених країнах завдання з покращення дитячої інфраструктури стоїть на державному рівні, адже для всебічного розвитку, творчості та освіти майбутнього покоління не достатньо лише комп'ютера, а вони потребують отримувати досвід через різні органи чуття. Мультисенсорне інтерактивне середовище дитячих кімнат якраз для цього і призначене. Активно створюються нові сучасні дитячі садки, школи та ігрові майданчики, що повинні максимізувати простір для гри та навчання.

На відміну від готелів, ресторанів та інших відпочинкових інтер'єрів, робочий простір, де людина проводить більшу частину свого дня, не повинен розслабляти працівників, а, навпаки, активізувати роботу, мозкову активність, уважність тощо. І для цього також використовують принципи мультисенсорики у дизайні інтер'єру. Результати досліджень та експериментів надають сьогодні численні поради з облаштування робочого простору, офісів, банків. Працівники фірм проводять на роботі понад 40 годин щотижня, тому роботодавці, що зацікавлені у кращій роботі працівників, створюють сприятливий, комфортний дизайн (іл. 16).

Серед заходів сенсорного дизайну у корпоративному світі є інтегрування навколишнього середовища з інтер'єром через використання великих вікон. Акт введення природи підвищує чуттєвість, покращує настрій та продуктивність дій. Яскраві текстури, світлі кольори створюють енергійні та сприятливі для роботи інтер'єри [27, с. 42].

Спокійна кольорова гама інтер'єру, м'яке світло, приємні аромати, тиха ніжна музика — усе це створює відчуття спокою, умиротворення. Створені умови не тільки дають приємні відчуття, а й застосовуються у терапії. Так, ще у кінці 1970-х два голландські психологи Ед Вергуль та Ян Гульсеж розробили ідею Snoezelen кімнат з терапевтичним ефектом для людей з обмеженими можливостями. З часом цю ідею розширили впровадженням широкого спектру мультисенсорної стимуляції, щоб забезпечити спеціальні умови для інвалідів, людей з особливими потребами, аутистів, з вадами розумового розвитку, черепно-мозковими травмами, хронічними хворобами тощо, де завжди комбінуються різні види терапії, зокрема музика, аромати, садівництво, терапія для тіла.

Організоване особливим чином навколишнє середовище — сенсорна кімната — складається з великої кількості різного роду стимуляторів, які діють на органи зору, слуху, нюху, дотику та вестибулярні рецептори для надання чуттєвого досвіду та пізнавального розвитку (іл. 17).

Найбільш відомі мультисенсорні центри знаходяться у Нідерландах, Швеції та Фінляндії, де вони уже практикуються понад 40 років. В Англії, Ірландії, США, Канаді мультисенсорні кімнати поширилися у 1990-х рр., а в Україні вперше такі терапевтичні кімнати відкрилися у 2007 р. у Луцьку, Львові, Києві та Тернополі.

Донедавна дизайн розглядали як естетично рафіновану сферу, де тільки вище чуття — зір — володіє власною художньою формою, розвинутою виражальною мовою, технікою візуалізації, що постійно удосконалюється, проте сприйняття середовища відрізняється цілісністю, де однаково значимі усі чуття.

З кінця XX — на початку XXI ст. мультисенсорика досягає свого розквіту: витворюється велике різноманіття форм та варіантів застосування мультисенсорики в дизайні, активно залучаються новітні технології, мультисенсорика стає модною і затребуваною у готелях, спа-салонах, рекреаційних зонах, школах, офісах. Розвинувшись у окремий напрям, відбуваються пошуки нових можливостей застосування, як от мультисенсорний брендинг, терапевтичні та реабілітаційні кімнати, висококласні нічні клуби.

Дослідивши принципи мультисенсорного дизайну, історію його розвитку, природно виникає бажання втілювати проекти відпочинкових чи терапевтич-

них інтер'єрів в Україні. Сучасні технології помірними темпами проникають у практику вітчизняного дизайну, дають змогу розширювати номенклатуру дизайн-об'єктів та вносити елементи сенсорного впливу на людину.

1. Аронов В.Р. Подготовка художников-конструкторов в Германии начала XX века / Аронов В.Р. // Труды ВНИИТЭ. — 1973. — № 4. — 216 с.
2. Бойчук О. Промисловий дизайн в Україні. Оптимістичне минуле, невизначене майбутнє: синтез пластичних мистецтв / О. Бойчук // Мистецтвознавство України. — 2009. — С. 215—222.
3. Вергунов С.В. Новые понятия в дизайне. Ч. 2. Мультисенсорный дизайн / С.В. Вергунов // Вісник ХДАДМ-2009. — № 6. — С. 32—39.
4. Гропиус В. Границы архитектуры / В. Гропиус. — М. : Искусство, 1971. — 210 с.
5. Дяченко В.Ю. Ретроспективный анализ истоков эстетических особенностей мультисенсорного дизайна в художественно-промышленных школах Германии / В.Ю. Дяченко // Вісник ХДАДМ. — 2009. — № 8. — С. 27—31.
6. Иттен И. Искусство формы / И. Иттен. — М. : Аронов, 2004. — 135 с.
7. Ковальчук Г. Законы i-Магии / Г. Ковальчук // Domus Design. — 2011. — № 4 (89). — С. 130—140.
8. Линдстром М. Brand Sense. Чувство Бренда. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов / М. Линдстром. — М. : Эксмо, 2006. — 272 с.
9. Орлова О.О. Екологічний фактор формоутворення в дизайні / О.О. Орлова : автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата наук. — Харків, 2003. — 21 с.
10. Сильвестров Д. Немецкие пропедевтические школы в дизайне / Д. Сильвестров. — М. : Труды ВНИИТЭ. — № 62. — С. 84.
11. Скворцов А.И. Ульмская высшая школа художественного конструирования / А.И. Скворцов. — М. : ВНИИТЭ. — 1973. — № 4. — 216 с.
12. Шевченко Т. Мультисенсорный брендинг как технология управления потребительским поведением / Т. Шевченко // Маркетинговые стратегии. — 2009. — № 4. — С. 10—23.
13. Ashby M. Snoezelen: Its effects on concentration and responsiveness in people with profound multiple handicaps / M. Ashby, W.R. Lindsay // British Journal of Occupational Therapy. — 1995. — Vol. 53. — P. 303—307.
14. Bony A. Furniture & interiors of the 1970 s. / A. Bony, I. Rakočević. — Flammarion, 2005. — 223 p.
15. Gobé M. Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People / M. Gobe. — Allworth Press, 2001. — 320 p.

16. *Grimaldi de Puget V.* The Fundamentals of Branding. — [www.brandchannel.com](http://www.brandchannel.com)
17. *Hulsegge J.* Snoezelen: Another World / J. Hulsegge, A. Verheul. — Chesterfield : Rompa, 1987.
18. *Hutchinson R.* Sensations and Disability: Sensory environments for Leisure, Snoezelen, Education and Therapy / R. Hutchinson, J. Kewin J. — Chesterfield : Rompa, 1994. — S. 196—212.
19. *Landry M.* Frames of Mind / M. Landry // *Perspective*. — Fall 2009. — S. 36—39.
20. *Malnar J.* Sensory Design / J. Malnar., F. Vodvarka // University of Minnesota Press, 2004. — 137 s.
21. *Multisensuelles Design. Eine Anthologie.* Herausgegeben von Peter Luckner. — Halle (Saale), 2002.
22. *Pagliano P.J.* Using a Multisensory Environment. A Practical Guide for Teachers / P.J. Pagliano. — London : David Fulton, 2001.
23. *Pile J.F.* A History of Interior Design / W. Pile. — London : Laurence King Publishing Ltd., 2005. — 454 s.
24. *Ruga W.* Designing for the Six Senses / W. Ruga // *Journal of Health Care International Design*. — 1989. — Vol. 1. — P. 29—39.
25. *Sirkkola M.* Multisensory Work. Interdisciplinary Approach to Multisensory Methods / M. Sirkkola, P. Veikkola, T. Ala-Opas. — Hameenlinna : Hamk University of Applied Sciences, 2008. — 92 p.
26. *Ulrich R.S.* Effects of Interior Design on Wellness: Theory and Recent Scientific Research / R.S. Ulrich // *Journal of Health Care Interior Design*. — 1991. — Vol. 3. — P. 97—109.
27. *Warren Leone C.* Come to Your Senses / Leone C. Warren // *Perspective*. — Spring 2008. — P. 34—43.

*Lidiya Kolomiets*

ON ORIGIN AND DEVELOPMENT  
OF MULTISENSORY DESIGN  
in XX and XXI cc.

The article has presented some reasons for origination and means in development of multisensory design during XX and XXI cc. Author has paid especial attention to elaborations and experiments of leading contemporary design schools and exposes some theoretical and practical aspects of multisensory design with analyses in functional application of that within various types of sensuous/emotional influence (e.g. in emotional branding, relaxation, work, psychotherapy, medical cure) often appearing in present-day interior design.

**Keywords:** multisensory design, Bauhaus, futurism, branding, psychotherapy, sensory room, spa.

*Лидія Коломієць*

ЗАРОЖДЕНИЕ И РАЗВИТИЕ  
МУЛЬТИСЕНСОРНОГО ДИЗАЙНА  
в XX—XXI ст.

В статье исследуются причины возникновения и особенности развития мультисенсорного дизайна в XX—XXI ст. Автор учитывает опыт и эксперименты ведущих школ дизайна, анализирует функциональное применение мультисенсорного дизайна в разных направлениях чувственно-эмоционального влияния (эмоциональный брендинг, отдых, работа, терапия, лечение), который активно применяется в современных интерьерах.

**Ключевые слова:** мультисенсорный дизайн, Баухаус, футуризм, терапия, сенсорная комната, спа.