

УДК 7.012: 721:747(043.2)

Блажівська Наталія Ігорівна<sup>1</sup>,  
старший викладач

Національний авіаційний університет, Україна

E-mail: [dps.natalia@gmail.com](mailto:dps.natalia@gmail.com)

## ЗАДАЧІ ВИКОРИСТАННЯ ТА РІЗНОВИДИ ДОШКИ НАСТРОЮ (MOOD BOARD) ЯК ЗАСОБУ ДИЗАЙНУ В ПРОЦЕСІ ПРОЕКТУВАННЯ ІНТЕР'ЄРІВ

*Анотація:* У статті проаналізовано використання дошки настрою (mood board) як засобу проектування в різних галузях дизайну. Розглянуто складові елементи, інструменти та роль засобу дизайну на різних етапах розробки проектів інтер'єрів, а також вплив на результат роботи. Доведено, на яких підставах дошка настрою набуває актуальності в проектуванні інтер'єрів та виявлено основні задачі та різновиди дошки настрою притаманні цьому виду дизайну.

*Ключові слова:* дизайн інтер'єрів, дошка настрою, проектування.

**Постановка проблеми.** Дошка з м'якого пористого матеріалу застосовувалась першими модельєрами одягу з рубежу XVIII-XIX століть в якості площини для збирання загальної інформації щодо нового виробу чи колекції – ескізів, візріців тканини, оздоблення, аксесуарів тощо, які кріпились за допомогою шпильок. Дошка настрою як зручний і ефективний засіб дизайну і в наш час використовується в моделюванні одягу, у веб-дизайні, графічному та промисловому дизайні, рекламі, архітектурі та проектуванні інтер'єрів. Засіб поширений в міжнародній спільноті професійних дизайнерів і має стале визначення: колаж, що складається із зображень, тексту і зразків окремих елементів або матеріалів об'єкту дизайну. Однак термін, особливості використання, різновиди, методика та

---

<sup>1</sup> © Блажівська Н.І.

термін «дошка настрою» досі не описаний в спеціалізованій літературі, ефективність застосування цього засобу дизайну не досліджені.

**Аналіз останніх досліджень.** Використання дошки настрою у формуванні брендів одягу в контексті проектно́ї культури та мистецтва досліджує Гусова Д.Т. [3], наводячи в якості прикладів як роботи славетних дизайнерів, так і студентські розробки. Стрімко розвиваються інтернет-ресурси, що пропонують до використання різні складові елементи та інструменти створення дошки настрою. Макети та моделі елементів для власної розробки дошки настрою надають Olioboard, MoodShare, MyDeco [1]. Колекції прототипів-образів (світлин, авторських малюнків, орнаментів, відео та аудіо роликів) доступні на сайтах: Pinterest, Musepeak, Moodstream, Nice.co, Mural.ly [2]. Супроводження зображень текстовими нотатками і створення власної бібліотеки посилань та збереженої інформації в віртуальному просторі забезпечується як на аматорському, так і на професійному рівні. Але різновиди та особливості дошки настрою в різних галузях дизайну досі не досліджені.

**Формулювання цілей статті.** На основі аналізу світового досвіду визначити доцільність використання дошки настрою як засобу проектування дизайну інтер'єрів та його задачі і види, що відповідають різним етапам проектування.

**Основна частина.** Задачами дизайну будь-якого напрямку є створення концепції нового продукту, розробка оригінального проекту та подальше ефективне функціонування об'єкту дизайн-розробки. Як засіб дизайну, дошка настрою використовується при вирішенні кожної з цих задач.

Було проаналізовано 170 прикладів дошки настрою. Досліджено використання спеціальних інструментів та ресурсів для їх створення: спеціалізовані каталоги зображень та світлин, відео та аудіо роликів, шрифтові редактори, програми з компонування колажів, професійні цифрові моделі промислових виробів (обладнання, меблів, декору), паспарту та рамок для композицій, надаються за плату чи в якості реклами і

супроводжуються коментарями та рекомендаціями розробників та відомих дизайнерів (рис.1, рис.2).



Рис. 1. Інструментальна панель сайту Olioboard.com



Рис. 2. Приклад дошки настрою, яка створена з використанням комп'ютерних технологій.

Визначено, що певним етапам розробки проекту відповідають особливі види дошки настрою і використовуються відповідні інструменти та техніки розробки.

Виявлені три особливі різновиди дошки настрою:

1. Релевантна дошка настрою (Relevant mood board) - створюється до початку розробки на першому етапі спілкування замовника і розробника-дизайнера. Попереджає проектування і призначена для узгодження уявлень замовника та розробника про задачі та якості майбутнього продукту. Колаж складається з тез-вимог замовника до проекту («дерево бажань») і зображень, запропонованих дизайнером та погоджених клієнтом, кожне з яких ілюструє конкретну якість проекту (рис.3).



*Рис. 3. Приклад релевантної дошки настрою у Web-дизайні*

Різновид виник і набув популярності з початку 2000-х років. Необхідність його викликана розвитком технологій, недостатньою інформованістю клієнта-інвестора про сучасні можливості, скороченням часу, що відводиться замовником для спілкування щодо проекту. Створення релевантної дошки настрою забезпечує відповідність напрямку формоутворення нового об'єкту дизайну очікуванням замовника. Засіб поширений в розробках графічного дизайну, проектуванні програмних продуктів і сайтів надання інтернет-послуг.

В дизайні інтер'єру цей засіб тільки набуває розповсюдження. Він відображує аналіз дизайнером вимог клієнта до об'єкту проектування і закріплює результат у сталих зображеннях-образах, зрозумілих і прийнятних як для

розробника, так і для замовника (рис.4). Світлини або символічні речі, що створюють відповідний настрій, впливають на вибір масштабу елементів, кольорової гами, тактильної характеристики матеріалів оздоблення, потужності та загальної композиції освітлення. В якості зображень доречно використання продуктів відомих брендів, що виявляє вимоги до якості, цінової категорії, екстравагантності або інших ознак об'єкту.

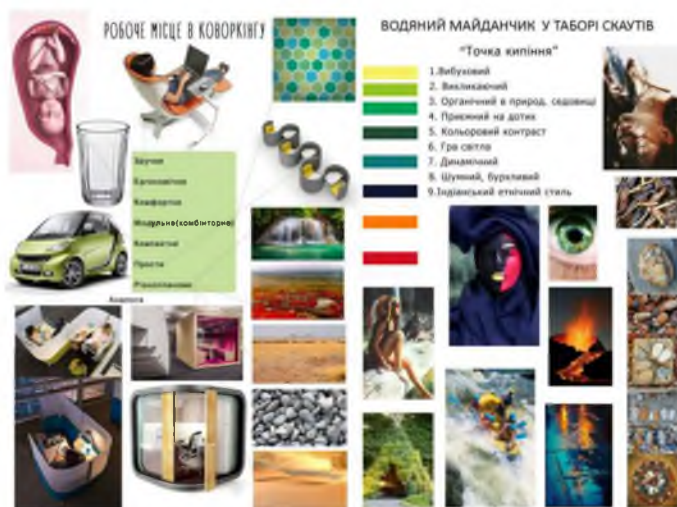


Рис. 4. Приклад студентської розробки релевантної дошки настрою з дисципліни «Проектування», кафедра дизайну інтер'єру, НАУ

Ефективність засобу полягає у виключенні на початковому етапі роботи варіантів дизайну, непридатних для реалізації.

2. Креативна дошка настрою (Creative mood board) - створюється на початкових етапах розробки інноваційного продукту або авторської колекції. Здебільшого є колажем з випадкових і навіть суперечливих образів, які надихали автора і, на перший погляд, не можуть бути об'єднані в одному виробі. Такі провокативні зіткнення сталих образів призводять до

виникнення ефектних результатів – неочікуваних форм, композицій, матеріалів. Історичним попередником креативної дошки настрою є ескізи перших модельєрів одягу XIX-XX сторіччя (рис.5).

В дизайні інтер'єру цей тип використовується для розробки акцентних елементів функціонально-планувальної структури або художньої композиції і попереднього (до розробки загальної концепції) обговорення з замовником.



*Рис. 5. Моделювання одягу. Ельза Скіапареллі в процесі розробки дошки настрою для моделей суконь.*

Такими елементами в громадських об'єктах можуть бути загальні зони: рецепції, очікування, переговорів і презентації, кабінетів керівництва або спеціальні інтер'єри – спортивні, медичні та інші, пов'язані з спеціалізованим габаритним обладнанням та особливостями його використання. У приватних приміщеннях – використання дошки настрою доречно при проектуванні найбільш складних в інженерному обладнанні і витратних в оздобленні зон: сходів, камінних і кінозалів, приміщень приватних колекції, ванних кімнат, саун, тощо. Такі елементи не можливо використовувати в проекті без погодження з замовником.

В дизайні інтер'єру креативна дошка настрою – це колаж зображень - образів з обов'язковою добіркою візрів основних конструктивних та оздоблювальних матеріалів. Колаж доповнює фор-ескіз (попередній, початковий ескіз) чи клаузуру (від лат. Clausura - заперити) - первісну ідею просторової теми та художнього образу об'єкту, яка виконується у вигляді графічного начерку для подальшої роботи над проектом. Засіб дозволяє корегувати розробку дизайну відповідно функціональним вимогам та можливостям інвестора і впливати на формування спорідненого сприйняття образу об'єкту у дизайнера та його клієнта .

3. Рекламна дошка настрою (Advertising mood board): може бути презентацією дизайн проекту, включати різні типи зображень (малюнок, фото тощо), відео- та аудіоролики, візрі матеріалів та елементів продукту розробки, тощо. В окремих випадках може перетворюватись на самостійний витвір мистецтва. Прототипом рекламної дошки настрою є афіша, листівка, рекламний плакат, буклет, альбом.

В дизайні інтер'єру цю роль виконує комплект презентаційних планшетів ескізного проекту або колекції виробів – меблів, світильників тощо, який супроводжує комплект професійних креслень (рис.6).



Рис. 6. Фрагмент презентаційного буклету інтер'єрної колекції «Альпійський будиночок» Ральфа Лоурена

Комплект планшетів, необхідний і обов'язковий для погодження проекту і подальшого робочого проектування, є основою розробки іншої рекламної продукції щодо об'єкту – рекламних буклетів, банерів, тощо.

**Висновки.** На основі аналізу процесу проектування інтер'єру визначені задачі використання дошки настрою на різних етапах роботи:

- передпроектний аналіз ситуації та налагодження взаєморозуміння між проектувальником та замовником;
- фор-ескіз просторової та функціональної концепції дизайн-об'єкту з означенням основних конструктивних та оздоблювальних матеріалів для погодження подальшої розробки;
- презентація та погодження об'єкту перед розробкою стадії «проект» та «робочий проект», реклама з метою залучення інвестицій .

Виявлені три різновиди дошок настрою, відповідних певним етапам розробки проекту:

- релевантна дошка настрою що використовується як засіб дизайну на етапі передпроектного аналізу;
- креативна дошка настрою що збирається на початковому етапі проектування;
- рекламна дошка настрою яка є презентацією стадії ескізний проект

**Перспективи подальшого дослідження.** У даній роботі проведені дослідження, які можуть бути розвинуті з метою створення систематизованої методики використання дошки настрою як засобу розробки дизайну на різних етапах проектування інтер'єрів.

### Література

1. Olioboard/. Електронний ресурс. Режим доступа: <http://olioboard.com/flash/editor/>. – дата доступа: 10.03.2016. – заголовок з екрану.
2. How to create mood boards: 40 expert tips/. Електронний ресурс. Режим доступа: <https://www.pinterest.com/pin/142426406939069388/>. – дата доступа: 10.03.2016. – заголовок з екрану.



3. Гусова Д.Т. Формирование и развитие бренда модной одежды в контексте проектной культуры и искусства. Диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения: 17.00.06 / Гусова Дзерасса Таймуразовна, Московский Государственный Университет дизайна и технологии. – М., 2016. – 245 с. - Режим доступа:

<http://www.mgudt.ru/aspirantura/files/defence/GusovaDT/%D0%94%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%93%D1%83%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%20%D0%94.%D0%A2..pdf>– дата доступа: 10.03.2016. – заголовок з екрану.

Аннотация

**Блажиевская Н.И. Задачи использования и разновидности доски настроения (mood board) как средства дизайна в процессе проектирования интерьеров.** В статье проанализировано использование доски настроения (mood board) как средства в различных видах дизайна, рассмотрены составляющие элементы, инструменты и роль на разных этапах разработки проектов интерьеров а также влияние на результат работы. Показано, на каких основаниях доска настроения приобретает актуальность в проектировании интерьеров и определены основные задачи и разновидности доски настроения (mood board) присущие этому виду дизайна.

Ключевые слова: дизайн интерьеров, доска настроения, проектирование.

Abstract

**Blazhiyevska N.I. Tasks of use and variety of mood boards as a design tool in the design of interiors.** The article analyzes the mood boards using as a means of various types of design are considered constituent elements, tools, and role in the various phases of the development projects of interiors as well and effect on work results. It was shown on what grounds the mood board acquires relevance in the design of the interiors and the main task and mood boards varieties inherent in this type of design.

Keywords: interior design, mood board, projects development.

Стаття надійшла в редакцію 11.03.2016 р.