



УДК 7.012

СТАЛИЙ ДИЗАЙН ТА ЕТИКА ВІЗУАЛЬНОЇ АЙДЕНТИКИ: ШЛЯХ ДО СТВОРЕННЯ ЕКОЛОГІЧНО ВІДПОВІДАЛЬНИХ БРЕНДІВ

АГЛІУЛЛІН Руслан, ЛІСОВСЬКИЙ Олександр

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
agliullin.rm@knutd.edu.ua, alexander.lisovsky@gmail.com

У роботі проведено аналіз сучасного екологічного та сталого дизайну візуальної айдентики. Дослідження включає огляд різних підходів та їх вплив на екологічність дизайну. Розроблено поради, які відображають актуальні тенденції екологічного та сталого дизайну візуальної айдентики.

Ключові слова: візуальна айдентика, сталий розвиток, екологічний дизайн.

ВСТУП

Дослідження екологічного та сталого дизайну візуальної айдентики набуває важливості у контексті сучасних тенденцій сталого розвитку та зростаючої екологічної свідомості людей. Використання екологічних матеріалів, безвідходні технології та інтерактивні елементи, що сприяють зменшенню екологічного сліду, дозволяють брендам не лише зберегти свої ресурси, а й створювати унікальні візуальні концепти, що відповідають запитам сучасного споживача. Відомі компанії вже активно інтегрують принципи сталого дизайну у свої візуальні айдентики, що підвищує їхню привабливість і значущість у свідомості екологічно орієнтованої аудиторії. Розробка сталих рішень у дизайні айдентики не тільки сприяє покращенню іміджу брендів, але й відкриває нові можливості для розвитку бізнесу у відповідності до вимог сучасного ринку.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є дослідження сучасних підходів до екологічного та сталого дизайну візуальної айдентики, аналіз їх впливу на екологічність та сталий розвиток, а також розробка практичних порад для створення екологічно відповідальної візуальної айдентики.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Сталий дизайн став важливим аспектом в усіх галузях сучасного бізнесу, зокрема у сфері візуальної айдентики брендів. Тенденції до еко-свідомості, зменшення впливу на навколишнє середовище та етичний підхід до розробки брендових концептів набувають все більшого значення. Дизайнери, які працюють над створенням брендових айдентик, мають брати до уваги не лише естетичні аспекти, але й екологічні та етичні фактори.

Основними принципами сталого дизайну є використання екологічно чистих матеріалів, зниження енергоспоживання при виготовленні та



забезпечення довговічності продуктів. Сталий дизайн візуальної айдентики також передбачає обмеження використання шкідливих для природи компонентів та інструментів, зокрема фарб, пластиків та шкідливих хімікатів у процесі виготовлення упаковок і рекламних матеріалів.

У своїх роботах дизайнери можуть використовувати вторинні матеріали, органічні фарби, перероблену паперову продукцію та інші матеріали, що забезпечують мінімальний вплив на навколишнє середовище. Крім того, сталий дизайн передбачає використання таких технологій, які дозволяють зменшити кількість відходів і скоротити споживання ресурсів для виготовлення.

Етика візуальної айдентики охоплює питання соціальної відповідальності бренду, дотримання прав людини, піклування про природу, захисту прав споживачів та підтримки етичних принципів у всіх аспектах діяльності бренду. Дизайнерам варто враховувати вплив своїх рішень на суспільство, віддаючи перевагу компаніям, які демонструють прозорість у виробничих процесах і зберігають етичні стандарти.

Наприклад, бренди, які використовують матеріали, отримані без шкоди для людей і довкілля, здобувають повагу серед споживачів. Відповідно, етичний підхід до дизайну включає в себе не тільки візуально привабливий дизайн в природних кольорах, але й піклування про процеси які супроводжують створення продуктів.

Екологічні шрифти характеризуються простотою, чіткістю та зручністю для читання. Вибір таких шрифтів дозволяє зменшити енергетичні витрати при відображенні на екрані та друці, оскільки вони оптимізовані для різних форматів. Наприклад, шрифти без надмірних декоративних елементів, такі як «Roboto» чи «Open Sans», не лише забезпечують високу читабельність, але й знижують витрати на папір у друкованих матеріалах (рис. 1).



Рис. 1. Приклад екологічних шрифтів

Крім того, важливим аспектом при виборі шрифтів є їхня доступність. Чіткі та зрозумілі пропорції сприяють комфортному сприйняттю тексту. Такі шрифти часто використовуються у дизайні веб сайтів та рекламних матеріалів, де ключовим є економне використання ресурсів. Тому екологічні шрифти допомагають створювати більш стійкий та ефективний дизайн.[3]

Сучасні технології дозволяють досягати сталого дизайну за допомогою новітніх методів виробництва та цифрових технологій. Завдяки цифровим платформам дизайнери можуть створювати брендові айдентики, що мінімізують використання фізичних матеріалів, скорочуючи відходи та



забруднення. Наприклад, інтеграція цифрових інструментів, таких як QR коди, доповнена реальність (AR), штучний інтелект і 3D-друк, дозволяє ефективніше використовувати ресурси.

Одним з прикладів є розвиток еко-дизайну упаковки, де все більше брендів використовують матеріали для упаковки, що підлягають повному біологічному розкладу або переробці [1]. Гарним прикладом є використання універсального паперового пакету, з кастомним продуктовим флаєром та QR кодом за яким можна дізнатись детальну інформацію (рис. 2).

Екологічне пакування

- Екологічні матеріали
- Універсальне пакування для різних категорій товарів



- Кастомізація за рахунок модульних карток
- Використання QR коду для детальної інформації

Рис. 2. Приклад екологічного пакування

До успішних прикладів брендів, які активно працюють над створенням екологічного відповідалної айдентики відноситься компанія IKEA, яка використовує матеріали, що підлягають переробці, у своїй продукції та упаковці, намагаючись скоротити негативний вплив на екосистему.

Використання екологічних матеріалів в інтер'єрі сприяє не лише зменшенню негативного впливу на довкілля, а й створенню здорового мікроклімату в приміщенні. Натуральна деревина, бамбук, корок, а також фарби на водній основі без шкідливих летких органічних сполук є екологічно безпечними альтернативами традиційним матеріалам. Вони не виділяють токсичних речовин, регулюють вологість і мають довговічність, що сприяє зниженню відходів.

Покращення зручності навігації відвідувачів у культурних просторах сприяє зменшенню когнітивного навантаження. Це досягається завдяки продуманій просторовій конфігурації, зручній візуальній навігації, використанню сенсорних матеріалів у внутрішньому оздобленні [2].

Окрім цього, дедалі популярнішими стають перероблені матеріали, такі як відновлений пластик, метал або скло, які дозволяють зменшити використання природних ресурсів. Наприклад, меблі з вторинної деревини не лише естетично привабливі, а й допомагають знизити вирубку лісів. Також важливо звертати увагу на сертифікацію матеріалів, наприклад, FSC (The Forest Stewardship Council, Лісова опікунська рада).

Cradle-to-Cradle (C2C) — це концепція екологічного дизайну, що спрямована на створення безвідходних виробничих систем. Вона пропонує ефективне використання ресурсів, забезпечуючи їхню безперервну переробку



та повторне застосування без шкоди для довкілля. Такий підхід сприяє зменшенню екологічного сліду та підтримці сталого розвитку, оскільки матеріали повертаються в біологічний або технічний цикл без втрати якості, що допомагає зберігати природні ресурси та збагачувати навколишнє середовище [4].

Незважаючи на всі переваги сталого дизайну, існують значні виклики та обмеження, пов'язані з його впровадженням. Одним з головних бар'єрів є високі витрати на виготовлення екологічно чистих матеріалів, а також складність у переході на сталий дизайн для великих корпорацій з великим асортиментом товарів.

Багато компаній досі не можуть дозволити собі використовувати екологічні матеріали через високу вартість або через відсутність доступу до таких ресурсів на місцевих ринках.

ВИСНОВКИ

Загалом, екологічний дизайн візуальної айдентики та створення сталої бренд-ідентичності відіграють ключову роль у формуванні свідомого споживання та зменшенні негативного впливу на довкілля та природу. Дослідження показали, що використання біорозкладних матеріалів, інтерактивних елементів та адаптивного дизайну не лише знижує екологічне навантаження, а й підвищує привабливість продукту для сучасних споживачів. Результати опитувань підтверджують готовність покупців підтримувати екологічні ініціативи, що відкриває нові можливості для бізнесу у сфері сталого дизайну. Отримані висновки можуть стати основою для подальших досліджень і розробки інноваційних екологічних рішень у дизайні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Pogačar A., Gregor-Sveteč D. Eco-Friendly Design for Sustainable Gift Packaging. *Applied Sciences*. 2025. Vol. 15(6). P. 1-23. <https://doi.org/10.3390/app15062973>.
2. Cellucci C., Villani T. Sustainable environmental communication project: Eco-friendly and sensory materials for museums. *Sustainability*. 2024. Vol. 16(8). P. 1-16. <https://doi.org/10.3390/su16083358>.
3. How can you create an eco-friendly brand identity that is sustainable? *LinkedIn*. URL: <https://www.linkedin.com/advice/1/how-can-you-create-eco-friendly-brand-identity-sustainable-1juae>
4. Cradle-to-Cradle. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Cradle-to-Cradle>

AHLIULLIN R., LISOVSKIY O.

SUSTAINABLE DESIGN AND ETHICS OF VISUAL IDENTITY: THE PATH TO CREATING ECO-FRIENDLY BRANDS

This paper analyzes contemporary eco-friendly and sustainable design in visual identity. The research includes an overview of various approaches and their impact on the environmental friendliness of design. It also offers recommendations that reflect current trends in eco-friendly and sustainable visual identity design.

Key words: eco-friendly design, sustainable design, visual identity.