

УДК 7.012:069.5

DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.38.1.36>

ВИСТАВКОВИЙ ПРОСТІР ЯК МУЛЬТИМЕДІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ДИЗАЙНЕРСЬКІ РІШЕННЯ

Твердий Михайло Михайлович¹, Хиневиц Руслана Вікторівна²

¹ аспірант кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна,
e-mail: fenixoz@ukr.net, orcid: 0009-0007-1701-4491

² кандидат технічних наук, доцент кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна,
e-mail: h.ruslana.v@gmail.com, orcid: 0000-0002-3130-5785

Анотація. **Метою** статті є аналіз актуальних практик у дизайні виставкових просторів та визначення ключових тенденцій, що формують їх розвиток у XXI столітті. Завдання дослідження полягають у розкритті специфіки застосування цифрових технологій, гейміфікації, модульності та емоційного дизайну, а також у висвітленні принципів екологічності, інклюзивності та соціальної інтеграції.

Методологія базується на комплексному підході, який поєднує аналітичні, порівняльні, системні та культурологічні методи. Аналітичний метод застосовано для вивчення сучасних теоретичних концепцій та тенденцій у сфері дизайну виставкового простору. Порівняльний метод дозволив виявити спільні та відмінні риси у практиках формування експозицій у провідних музеях України та світу. Культурологічний метод сприяв осмисленню виставкового дизайну як відображення соціокультурних процесів та носія комунікативних цінностей. Системний підхід використано для розгляду виставкового простору як цілісної системи, що включає архітектурно-просторову, комунікативну, технологічну та емоційно-естетичну складові частини.

Результатом дослідження стало визначення ключових сучасних тенденцій у дизайні виставкового простору. Також проаналізовано роль соціальних і мережевих просторів у контексті популяризації виставок, інтеграції аудиторії та формування спільнот навколо культурних і комерційних проєктів.

Наукова новизна полягає в уточненні поняття «дизайн виставкового простору» як багатовимірної комунікативної системи, що поєднує просторово-предметний, інформаційний і сенсорний рівні взаємодії, виявленні закономірностей формування сучасного виставкового простору під впливом цифрових технологій, інклюзивних практик і концепції сталого розвитку, а також у визначенні ролі дизайну як медіатора між культурною спадщиною, технологією та глядацьким досвідом.

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання розроблених принципів і підходів у проєктуванні нових виставкових просторів та оновленні наявних експозицій, формування методичних рекомендацій щодо організації доступного, сталого та емоційно насиченого виставкового середовища.

Ключові слова: виставковий простір, дизайн, цифрові технології, інтерактивність, екологічність, інклюзивність, емоційний дизайн.

ВСТУП

У сучасному світі виставкові простори перетворюються на важливу комунікативну платформу, що об'єднує митців, бренди, наукові інституції та широку аудиторію. Якщо раніше їх основною функцією було лише представлення експонатів чи товарів, то нині ключовим завданням є створення повноцінного досвіду для відвідувачів. Завдяки цьому виставковий простір виходить за межі демонстрації, стаючи засобом соціального діалогу, інструментом культурної дипломатії та каналом формування емоційного зв'язку з глядачем [4; 6].

Динамічний розвиток цифрових технологій, зростання уваги до принципів інклюзивності, екологічності та сталого розвитку, а також підвищення ролі соціальних мереж у культурній та комерційній сферах визначають нові підходи до дизайну виставок [7; 8]. Водночас сучасна аудиторія очікує від культурних і комерційних заходів інтерактивності, персоналізованого досвіду та можливості занурення у віртуальні світи.

Таким чином, у статті представлено спробу комплексного огляду сучасних рішень, які змінюють характер виставкового простору та його роль у культурному і соціальному житті суспільства.

АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Дослідженням сучасних тенденцій у дизайні виставкових просторів активно займаються як вітчизняні, так і зарубіжні дослідники. Науковці В. Овчарек та Г. Омельченко визначають поняття «виставковий дизайн», окреслюють його структуру та сферу застосування, підкреслюючи взаємозв'язок між художньо-проектними, комунікативними та технологічними аспектами формування експозицій. Такий підхід створює теоретичне підґрунтя для подальшого аналізу інновацій у цій сфері [10]. І. Бурий виділяє екологічність, мінімалізм, біофільний дизайн і впровадження «розумних» технологій, які інтегруються й у виставкову практику [4]. І. Ільченко аналізує розвиток виставкових просторів крізь призму мультимедійності, модульності та персоналізованого досвіду, розглядаючи їх як інструмент брендингу й комунікації з аудиторією [5].

Цифровізація та інтерактивність експозицій широко висвітлені у працях Н. Панас [11], Р. Маньковської [9], які аналізують застосування мультимедіа, VR та AR у музейно-виставковому середовищі. Зарубіжні автори підкреслюють значення імерсивних технологій і сторітелінгу у створенні «експозиційного досвіду».

Важливу увагу науковці приділяють інклюзивності. У навчально-методичному посібнику [2] авторами системно представлено принципи універсального дизайну та доступності культурних просторів. Міжнародні організації European Disability Forum [20], Center for Universal Design [18] пропонують аналогічні підходи, інтегруючи безбар'єрність у виставкову практику.

Не менш актуальною є проблематика екологічності та сталого розвитку. Чжан Дунцань і О. Лагода [15] аналізують використання природних та перероблених матеріалів у культурних просторах. У звітах European Exhibition Industry Alliance [21] наголошується на ролі енергоефективних технологій та повторного використання конструкцій у досягненні цілей сталого розвитку.

Отже, попередні дослідження висвітлюють широкий спектр проблем: від функціональної організації й естетики до цифрових інновацій, інклюзивності та екологічності. Їх інтеграція дозволяє сформуванню цілісного бачення розвитку виставкового простору, що і становить мету цієї статті.

МЕТА

Метою дослідження стало висвітлення сучасних практик у дизайні виставкових просторів, що формують новий досвід взаємодії між відвідувачами, експонатами та організаторами подій.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Цифрові технології та інтерактивність

Сучасний виставковий дизайн неможливо уявити без цифрових технологій, які стали рушійною силою трансформації простору. Якщо раніше інновацією було застосування мультимедіа, то зараз дизайнери активно інтегрують доповнену (AR) та віртуальну реальність (VR), цифрові двійники (digital twins), системи відстеження уваги відвідувачів, сенсорні панелі, системи зворотного зв'язку та навіть голографічні інсталяції [12; 26].

Доповнена реальність відкриває можливості накладення цифрових шарів на фізичні об'єкти. Це дозволяє, наприклад, «оживляти» картини або реконструювати історичні події. Подібні практики використовуються у Луврі (Франція) та Національному художньому музеї України, де за допомогою AR створено мобільні додатки для інтерактивної взаємодії з експонатами [3]. Віртуальна реальність, своєю чергою, забезпечує повне занурення у цифровий простір. У Smithsonian Institution (США) VR-тури дозволяють «подорожувати»

космосом чи побачити динозаврів у їхньому середовищі [18].

Інтерактивні екрани та сенсорні панелі інтегруються у стіни, підлогу чи окремі експонати, реагуючи на дотики чи рух. Це дає можливість відвідувачу вибирати мову та формат подачі інформації (текст, аудіо, відео), що робить експозицію персоналізованою. У PinchukArtCentre подібні інструменти використовуються для створення мультимовних медіагідів [14].

Брендові виставки все частіше застосовують голографічні презентації. Наприклад, компанія Nike представила нову лінійку взуття у вигляді голограм, що створювали ілюзію фізичної присутності продукту [28]. Окрім того, впроваджуються алгоритми штучного інтелекту, які дозволяють аналізувати реакції аудиторії та адаптувати контент у реальному часі [22].

Таким чином, цифрові технології розширюють межі експонування, перетворюючи відвідувача з пасивного спостерігача на активного учасника процесу. Вони сприяють більш глибокому зануренню, підвищують пізнавальну цінність і створюють нові можливості для культурної дипломатії.

Гейміфікація та нові формати взаємодії

Гейміфікація у виставкових практиках передбачає використання ігрових механік для залучення аудиторії: квести, завдання, інтерактивні сценарії, система віртуальних винагород [8; 13].

У музеях природничої історії Європи створюються маршрути з інтерактивними завданнями, де відвідувачі виступають у ролі «дослідників». У Children's Museum (Х'юстон, США) діти виконують «місії» за допомогою спеціальних карток і сенсорних екранів [19]. В Україні у «Мистецькому Арсеналі» під час освітніх виставкових програм для школярів розробляють завдання, що стимулюють пошук символів чи історичних деталей [1].

Мобільні додатки дозволяють створювати персональні маршрути. Відвідувач отримує завдання у реальному часі, а його прогрес зберігається у профілі. Це формує «ефект гри з продовженням», коли виставковий досвід виходить за межі фізичного простору [16].

На корпоративних виставках компанії інтегрують «challenge-зони», де учасники можуть випробувати продукт у форматі гри. Це підвищує впізнаваність бренду та сприяє створенню емоційного зв'язку з аудиторією. Наприклад, на технологічних ярмарках у Франкфурті чи Барселоні такі механіки стали ключовим елементом експозицій [28].

У корпоративних музеях великих компаній (зокрема, енергетичного та аграрного секторів) інтегруються інтерактивні симулятори, що дозволяють «відчути» виробничий процес або прийняти управлінські рішення у віртуальному форматі [8].

Отже, гейміфікація робить відвідувача не лише спостерігачем, а активним учасником. Вона підвищує мотивацію до взаємодії, формує нові формати навчання й розваг та підсилює ефективність виставкових заходів.

Гнучкість і модульність простору

Гнучкість і модульність виставкового простору є одними з основних вимог сучасного дизайну. Виставки змінюються доволі часто, тому експозиційний простір повинен швидко трансформуватися відповідно до нових тем, обсягів експонатів та потреб аудиторії [1; 12].

Виставкові стенди дедалі частіше будуються за принципом багаторазового використання. Легкі модулі з алюмінію, деревини чи композитних матеріалів дозволяють швидко зібрати й розібрати експозицію, змінюючи її структуру. Подібні системи використовувалися на міжнародних виставках Expo 2020 Dubai, де багато павільйонів були спроектовані так, щоб їх можна було переміщати й адаптувати до нових функцій [28].

Трансформовані елементи – це рухомі стіни, перегородки та меблі, які легко переставляти. Вони забезпечують динамічність і дозволяють підлаштовувати простір під кількість відвідувачів. У «Мистецькому Арсеналі» (Київ) мобільні конструкції застосовуються для швидкої зміни залів від історичних виставок до сучасних арт-проектів [3].

Подіуми, галереї, балкони не лише розширюють площу, а й формують різні перспективи огляду. У Tate Modern (Лондон) подібні рішення дозволяють відвідувачам «подорожувати» простором, відкриваючи експозицію під новими кутами [27].

Гнучкість простору дає змогу ефективно керувати логістикою переміщення людей. Наприклад, у виставковому центрі Messe Frankfurt (Німеччина) модульні конструкції дозволяють адаптувати маршрути під кілька десятків тисяч учасників ярмарку одночасно [23].

Таким чином, гнучкість і модульність поєднують економічну ефективність, мобільність і функціональність. Це робить виставкові простори більш стійкими до змін і відповідними вимогам сучасної культури мобільності.

Емоційний дизайн і сторітелінг

Виставковий простір у XXI столітті перестав бути нейтральною «рамкою» для експонатів. Він став інструментом створення

емоційного досвіду. Основним засобом тут є принципи емоційного дизайну та сторітелінгу [13].

Правильна колірна гама і світлові рішення впливають на психологічний стан відвідувача. Теплі тони створюють атмосферу затишку, холодні – дистанції, а динамічне освітлення здатне підкреслити драматичні моменти. У мультимедійному проєкті Van Gogh Experience (Амстердам) кольорові проєкції імітують занурення в картини художника [16].

Звукове середовище формує емоційне тло. У Меморіальному музеї Голокосту (Вашингтон) поєднання реальних свідчень із відеоматеріалами створює ефект глибокого співпереживання [30].

Використання натуральних матеріалів, як-от дерево чи камінь, підсилює відчуття автентичності. Контрастні текстури (гладке-шорстке, холодне-тепле) дозволяють посилювати емоційний ефект від експозиції [1].

Сторітелінг – це побудова виставки як історії з логічним сюжетом, героями і кульмінацією. У MoMA (Нью-Йорк) виставки вибудовуються за хронологічним чи тематичним принципом, що дозволяє глядачеві «подорожувати у часі» [24]. В Україні прикладом є Національний музей Голодомору-геноциду, де експозиція побудована на свідченнях очевидців, що дозволяє «прожити» подію особисто [3].

Таким чином, емоційний дизайн і сторітелінг створюють у відвідувачів відчуття співучасті. Вони роблять простір не лише інформативним, а й здатним викликати емоції, що залишаються у пам'яті на роки.

Екологічність і сталі матеріали

Екологічність є одним із ключових пріоритетів сучасного виставкового дизайну. В умовах глобальних кліматичних змін та зростаючої уваги до сталого розвитку організатори дедалі частіше шукають рішення, які поєднують естетику та відповідальність перед довкіллям [3; 16; 29].

Одним із найважливіших напрямів є створення модульних систем, які можна зібрати та розібрати без втрати якості. Наприклад, на Expo 2020 Dubai низка павільйонів була спроектована для подальшого використання як освітні чи культурні центри [28]. В Україні схожі практики впроваджує «Мистецький Арсенал», де виставкові перегородки та меблі використовуються повторно у кількох проєктах поспіль [1].

Все частіше застосовують перероблене дерево, бамбук, коркове покриття, льон, текстиль із вторинної сировини. Це не лише зменшує екологічний слід, а і створює нову

естетику природності. У Скандинавських країнах, зокрема в музеї ARKEN (Данія), практично весь виставковий дизайн базується на сертифікованих матеріалах [21].

Інтеграція природних елементів у простір підсилює психологічний комфорт. Зелені стіни з моху, живі рослини, природне світло стають невід'ємними елементами експозицій [16]. У Японії, у Mori Art Museum (Токіо), біофільні інсталяції поєднуються з мінімалістичним дизайном, створюючи унікальну атмосферу гармонії [25].

Використання LED-світильників, систем регулювання енергоспоживання та відновлюваних джерел енергії дедалі більше стає стандартом. За даними European Exhibition Industry Alliance, понад 40% виставкових центрів у ЄС інтегрували сонячні панелі до 2021 року [21].

Прикладом екологічних практик в Україні є виставка «Сад Життя» у PinchukArtCentre (2019), де інсталяції з живих рослин підкреслювали тему єднання людини і природи. Подібні рішення не лише декорують простір, а й несуть важливе соціальне повідомлення [8].

Отже, екологічність виставкового простору більше не є лише «модюю». Це стандарт, що демонструє відповідальність і формує позитивний імідж організаторів у міжнародному культурному та бізнесовому середовищі.

Інклюзивність і персоналізація

Інклюзивність та персоналізація – ще один стратегічний напрям у сучасному дизайні виставкових просторів. Його сутність полягає у забезпеченні рівного доступу та створенні комфортних умов для всіх відвідувачів, незалежно від віку, соціального статусу чи фізичних можливостей [8].

Сучасні виставкові простори повинні відповідати принципам «universal design». Це означає наявність пандусів, ліфтів, тактильних доріжок, поручнів, адаптованих входів. У Львівському музеї історії релігії створено умови для відвідувачів із порушеннями опорно-рухового апарату, що стало важливим кроком до безбар'єрності [3].

Для людей із порушеннями зору розробляють тактильні копії експонатів, 3D-друковані моделі та аудіоописи. У British Museum (Лондон) такі програми діють уже кілька років [17], а в Києві PinchukArtCentre запровадив аудіогіди з докладними описами для слабоворих [14].

Міжнародні виставки обслуговують відвідувачів із десятків країн. Тому застосовуються мультимовні аудіогіди, інтерактивні сенсорні екрани та мобільні додатки. В групі музеїв Об'єднаного Королівства Великої

Британії відвідувачі можуть вибирати зручний для себе формат отримання знань, що дозволяє адаптувати інформацію до різних рівнів розуміння та інтересів. Це відповідає загальній тенденції в інтерактивних музеях, де дається можливість вибору формату, предмета, наукового напрямку та типу матеріалу, що робить освітній процес більш комплексним і доступним для різних вікових груп [20].

Інклюзивність полягає не лише у фізичній доступності, а й у «культурній гостинності», тобто створенні середовища, у якому кожен відчуває себе бажаним учасником події. Цей принцип поступово впроваджується і в Україні завдяки програмам «Безбар'єрна Україна», які охоплюють культурні та виставкові інституції [8].

Новітні розробки дозволяють створювати цифрові рішення для людей з особливими потребами. Наприклад, додатки із субтитрами для людей із порушеннями слуху або мобільні системи навігації для людей із порушеннями зору [26].

Таким чином, інклюзивність і персоналізація у виставковому дизайні не лише розширюють аудиторію, а і створюють простір, який відповідає принципам рівності та соціальної відповідальності.

Соціальні та мережеві простори

Сучасні виставкові простори вже не зводяться лише до демонстрації експонатів. Вони стають місцями соціальної інтеграції, обміну знаннями та формування культурних і професійних спільнот. Саме тому дизайнери активно включають у структуру виставок соціальні та мережеві простори, які доповнюють основну експозицію і стимулюють комунікацію між відвідувачами [26].

У міжнародній практиці lounge-зони та простори відпочинку є стандартом. Наприклад, на «Art Basel» у Швейцарії чи «Salone del Mobile» у Мілані завжди облаштовують lounge-простори, де відвідувачі можуть обговорити враження, поділитися думками чи налагодити ділові контакти. В Україні подібні рішення інтегрує виставковий центр «Парковий» у Києві, де для бізнес-форумів створюються окремі зони для неформального нетворкінгу [3].

У великих міжнародних виставкових центрах, як-от Messe Frankfurt (Німеччина), передбачаються робочі зони з доступом до Інтернету, переговорними кімнатами та обладнанням для презентацій. Це особливо актуально для B2B-подій, де ключовим є обмін контактами та підписання угод [23].

Сучасні відвідувачі часто прагнуть залишити враження від виставки у соціальних

мережах. Тому дизайнери створюють інтерактивні фотозони або візуально яскраві інсталяції. Наприклад, у PinchukArtCentre в Києві використовували арт-об'єкти, які спеціально проєктувалися для поширення в Instagram. Подібні рішення дозволяють події виходити за межі фізичного простору та отримувати додаткове медійне охоплення [16].

Важливою практикою є створення офіційних хештегів і QR-кодів для поширення інформації у соціальних мережах. Це робить виставку «цифрово присутньою» навіть після її завершення. За даними SEGД, понад 70% великих міжнародних подій використовують digital-брендинг як інструмент розширення аудиторії [26].

Виставки дедалі частіше стають відправною точкою для створення тривалих спільнот. Наприклад, після відвідування міжнародних архітектурних бієнале учасники часто продовжують обмін ідеями в онлайн-групх і професійних мережах [21].

Таким чином, соціальні та мережеві простори трансформують виставку з «події для перегляду» у подію для взаємодії. Вони посилюють культурний і бізнесовий вплив, створюють умови для інтеграції спільнот та розширюють присутність виставок у цифровому середовищі.

ВИСНОВКИ

Сучасний дизайн виставкових просторів є багатограним процесом, у якому поєднуються естетика, технології та соціальна відповідальність. Проведений аналіз дає змогу виділити кілька стратегічних тенденцій, що визначають розвиток галузі, таких як: цифрові технології та інтерактивність, гейміфікація, гнучкість і модульність, емоційний дизайн і сторітелінг, екологічність і сталі матеріали, інклюзивність і персоналізація, соціальні та мережеві простори.

Таким чином, виставкові простори у XXI столітті вже не є лише місцями демонстрації експонатів. Вони перетворилися на комплексні платформи досвіду, що поєднують культурні, освітні, соціальні та економічні функції. Подальший розвиток галузі залежатиме від інтеграції новітніх технологій, посилення міжнародної співпраці та орієнтації на принципи сталого розвитку й інклюзивності.

ЛІТЕРАТУРА

[1] Абизов В. Особливості дизайну внутрішнього виставкового простору: композиційні прийоми та засоби. Технології та дизайн. 2020. 4(37). DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792-2020-4-50-54>.

[2] Азін В.О., Байда Л.Ю., Грибальський Я.В., Красюкова-Еннс О.В. Доступність та універсальний дизайн : навчально-методичний посібник. Київ, 2013. 128 с.

[3] Банах В. Музейні інновації та інтерактивність у теорії та практиці музейної справи. *Historical and cultural studies*. 2016. Т. 3, № 1. С. 1–5.

[4] Бурий І.Д. Сучасні тенденції у дизайні інтер'єру. *Актуальні питання дизайну : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.* Київ, 2021. С. 126–127.

[5] Ільченко І.В. Сучасні тенденції дизайну виставкового простору. *Технічні науки та технології в машинобудуванні*. Київ, 2017. Вип. 2(31). С. 24–31.

[6] Клименко І.А., Кухаренко М.В. Функціонально-просторовий дизайн виставкових об'єктів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Архітектура*. Херсон, 2018. Вип. 45. С. 155–160.

[7] Ковальова О.О. Функціональні особливості дизайну виставкового простору. *Молодий вчений*. Київ, 2018. 1(53). С. 196–198.

[8] Маланюк В. Інноваційні технології в експозиційному дизайні сучасних корпоративних музеїв. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2024. Вип. 74. Т. 2. С. 47–53. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/74-2-7>.

[9] Маньковська Р.В. Новітні технології у формуванні сучасного музейного простору: досвід та перспективи. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2017. Вип. 1. С. 45–52.

[10] Овчарек В.Є., Омельченко Г.В. Виставковий дизайн: визначення, структура, сфера застосування. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Дизайн*. Київ, 2015. Вип. 2(84). С. 157–162.

[11] Панас Н.Б. Використання цифрових технологій в музейній та пам'яткоохоронній діяльності. *Young Scientist*. 2019. Вип. 6(70). С. 257–259. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-6-70-49>.

[12] Северин В. Дизайн виставкових експозицій у сучасній проектно-художній діяльності. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 1. С. 111–116. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2020.196579>.

[13] Сом-Сердюкова О. Вимоги сучасності до виставкового простору: норвезький досвід. *Вісник Львівської національної академії мистецтв*. 2021. Вип. 46. С. 23–30.

[14] У PinchukArtCentre встановили аудіогіди Guide ID. *SupportYourArt* : вебсайт. URL: <https://supportyourart.com/news/v-pinchukartcentre-vstanovyly-audiogidy/> (дата звернення: 01.09.2025).

[15] Чжан Дунцань, Лагода О. Дизайн в контексті екологічної проблематики і сталого розвитку. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів V Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ : КНУДТ, 2023. Т. 1. С. 120–123.

[16] ArchDaily. Exhibition Design Category. URL: <https://www.archdaily.com/> (дата звернення: 01.09.2025).

[17] British Museum. Accessibility at the Museum: Audio Descriptive Guides, Touch Tours, Large

Print Guides. URL: <https://www.britishmuseum.org/visit/accessibility-museum/> (дата звернення: 01.09.2025).

[18] Center for Universal Design. Universal Design for Museums. Smithsonian American Art Museum. URL: <https://americanart.si.edu/videos/universal-design-museums-158635/> (дата звернення: 01.09.2025).

[19] Children's Museum Houston. SECRET Spy Game. URL: <https://www.cmhouston.org/exhibits/secret-spy-game> (дата звернення: 01.09.2025).

[20] European Disability Forum. Promoting Accessibility to Cultural Heritage: a European priority. URL: <https://showtimezone.com/en/museums-posts-en/promoting-accessibility-to-cultural-heritage-a-european-priority/> (дата звернення: 01.09.2025).

[21] European Exhibition Industry Alliance. *Sustainability in Exhibitions Report*. Brussels : EEIA, 2021. 54 p.

[22] Lei L. The artificial intelligence technology for immersion experience and space design in museum exhibition. *Scientific Reports*. 2025. Vol. 15. DOI: <https://doi.org/10.1038/s41598-025-13408-2>.

[23] Messe Frankfurt GmbH. Sustainability Activity Report 2023. Frankfurt : Messe Frankfurt. URL: <https://www.messefrankfurt.com/content/dam/messefrankfurt-redaktion/corporate/documents/en/downloads/messefrankfurt-sustainability-activity-report-2/> (дата звернення: 01.09.2025).

[24] MoMA, the New Edition: From Monumental to Experimental. URL: <https://www.pulse.ng/articles/moma-the-new-edition-from-monumental-to-experimental-2024082212432321727/> (дата звернення: 01.09.2025).

[25] Mori Art Museum. *Exhibition Design Practices in Japan*. Tokyo : Mori Art Foundation, 2020. 88 p.

[26] SEG D (Society for Experiential Graphic Design). Exhibition and Experience Design Resources. URL: <https://segd.org> (дата звернення: 01.09.2025).

[27] Tate Modern. *Annual Report 2022*. London : Tate Publishing, 2022. 95 p.

[28] UFI – The Global Association of the Exhibition Industry. *Global Exhibition Barometer*. Paris : UFI, 2023. 65 p.

[29] UN. The Sustainable Development Goals Report 2022. New York : United Nations, 2022. 72 p.

[30] United States Holocaust Memorial Museum. Audio Tour of the Museum's Hall of Witness and Hall of Remembrance. URL: <https://www.ushmm.org/information/visit-the-museum/museum-accessibility/audio-tour-of-the-museums-hall-of-witness-and-hall-of-remembrance/> (дата звернення: 01.09.2025).

REFERENCES

[1] Abyzov, V. (2020). Osoblyvosti dyzainu vnutrishnoho vystavkovoho prostoru: kompozytsiini pryimy ta zasoby [Features of interior exhibition space design: compositional techniques and tools]. *Tekhnologii ta dyzain*, 4(37). <https://doi.org/10.32702/2306-6792-2020-4-50-54> [in Ukrainian].

[2] Azin, V.O., Baida, L.Yu., Hrybalskyi, Ya.V., & Krasiukova-Enns, O.V. (2013). Dostupnist ta universalnyi dyzain: navchalno-metodychnyi posibnyk [Accessibility and universal design: a study guide]. Kyiv, 128 p. [in Ukrainian].

[3] Banakh, V. (2016). Muzeini innovatsii ta interaktyvnist u teorii ta praktytsi muzeinoi spravy [Museum innovations and interactivity in the theory and practice of museum work]. *Historical and cultural studies*, 3(1), 1–5 [in Ukrainian].

[4] Buryi, I.D. (2021). Suchasni tendentsii u dyzaini inter'ieru [Modern trends in interior design]. *Aktualni pytannia dyzainu: materialy vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kyiv, 126–127 [in Ukrainian].

[5] Ilchenko, I.V. (2017). Suchasni tendentsii dyzainu vystavkovoho prostoru [Modern trends in exhibition space design]. *Tekhnichni nauky ta tekhnologii v mashynobuduvanni*, 2(31), 24–31 [in Ukrainian].

[6] Klymenko, I.A., & Kukharenko, M.V. (2018). Funktsionalno-prostorovyi dyzain vystavkovykh ob'iektiv [Functional and spatial design of exhibition objects]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriya: Arkhitektura*, 45, 155–160 [in Ukrainian].

[7] Kovalova, O.O. (2018). Funktsionalni osoblyvosti dyzainu vystavkovoho prostoru [Functional features of exhibition space design]. *Molodyi vchenyi*, 1(53), 196–198 [in Ukrainian].

[8] Malaniuk, V. (2024). Innovatsiini tekhnologii v ekspozytsiinomu dyzaini suchasnykh korporatyvnykh muzeiv [Innovative technologies in exhibition design of modern corporate museums]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 74(2), 47–53. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/74-2-7> [in Ukrainian].

[9] Mankovska, R.V. (2017). Novitni tekhnologii u formuvanni suchasnoho muzeinoho prostoru: dosvid ta perspektyvy [New technologies in the formation of modern museum space: experience and prospects]. *Naukovi zapysky Natsionalnoho universytetu "Ostrozka akademiia"*, 1, 45–52 [in Ukrainian].

[10] Ovcharek, V.Ye., & Omelchenko, H.V. (2015). Vystavkovyi dyzain: vyznachennia, struktura, sfera zastosuvannia [Exhibition design: definition, structure, and field of application]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnologii ta dyzainu. Seriya: Dyzyain*, 2(84), 157–162 [in Ukrainian].

[11] Panas, N.B. (2019). Vykorystannia tsyfrovnykh tekhnologii v muzeinii ta pamiatkookhoronni diialnosti [The use of digital technologies in museum and heritage protection activities]. *Young Scientist*, 6(70), 257–259. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-6-70-49> [in Ukrainian].

[12] Severyn, V. (2020). Dyzyain vystavkovykh ekspozytsii u suchasni proektno-khudozhnii diialnosti [Exhibition design in contemporary project and artistic practice]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*, 1, 111–116. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.1.2020.196579> [in Ukrainian].

[13] Som-Serdiukova, O. (2021). Vymohy suchasnosti do vystavkovoho prostoru: norvezkyi dosvid [Contemporary requirements for exhibition space: Norwegian experience]. *Visnyk Lvivskoi natsionalnoi akademii mystetstv*, 46, 23–30 [in Ukrainian].

[14] U PinchukArtCentre vstanovyly audiohidy Guide ID [Guide ID audioguides installed at PinchukArtCentre]. *SupportYourArt*. Retrieved from: <https://supportyourart.com/news/v-pinchukartcentre-vstanovyly-audiogidy/> (Last accessed: 01.09.2025) [in Ukrainian].

[15] Zhang Dungsan, & Lahoda, O. (2023). Dyzyain v konteksti ekolohichnoi problematyky i staloho rozvytku [Design in the context of ecological issues and sustainable development]. *Aktualni problemy suchasnoho dyzainu: zbirnyk materialiv V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kyiv: KNUTD, 1, 120–123 [in Ukrainian].

[16] ArchDaily. Exhibition Design Category. Retrieved from: <https://www.archdaily.com/> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[17] British Museum. Accessibility at the Museum: Audio Descriptive Guides, Touch Tours, Large Print Guides. Retrieved from: <https://www.britishmuseum.org/visit/accessibility-museum/> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[18] Center for Universal Design. Universal Design for Museums. Smithsonian American Art Museum. Retrieved from: <https://americanart.si.edu/videos/universal-design-museums-158635/> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[19] Children's Museum Houston. SECRET Spy Game. Retrieved from: <https://www.cmhouston.org/exhibits/secret-spy-game> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[20] European Disability Forum. Promoting Accessibility to Cultural Heritage: a European priority. Retrieved from: <https://showtimezone.com/en/museums-posts-en/promoting-accessibility-to-cultural-heritage-a-european-priority/> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[21] European Exhibition Industry Alliance. *Sustainability in Exhibitions Report*. Brussels: EEIA, 2021. 54 p. [in English].

[22] Lei, L. (2025). The artificial intelligence technology for immersion experience and space design in museum exhibition. *Scientific Reports*, Vol. 15. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-13408-2> [in English].

[23] Messe Frankfurt GmbH. Sustainability Activity Report 2023. Frankfurt: Messe Frankfurt. Retrieved from: <https://www.messefrankfurt.com/content/dam/messefrankfurt-redaktion/corporate/documents/en/downloads/messefrankfurt-sustainability-activity-report-2/> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[24] MoMA, the New Edition: From Monumental to Experimental. Retrieved from: <https://www.pulse.ng/articles/moma-the-new-edition-from-monumental-to-experimental-2024082212432321727/> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[25] Mori Art Museum (2020). *Exhibition Design Practices in Japan*. Tokyo: Mori Art Foundation, 88 p. [in English].

[26] SEG D (Society for Experiential Graphic Design). Exhibition and Experience Design Resources. Retrieved from: <https://segd.org> (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

[27] Tate Modern. *Annual Report 2022*. London: Tate Publishing, 95 p. [in English].

[28] UFI – The Global Association of the Exhibition Industry. *Global Exhibition Barometer*. Paris: UFI, 2023. 65 p. [in English].

[29] UN. (2022). The Sustainable Development Goals Report 2022. New York: United Nations, 72 p. [in English].

[30] United States Holocaust Memorial Museum. Audio Tour of the Museum's Hall of Witness and Hall of Remembrance. Retrieved from: <https://www.ushmm.org/>

information/visit-the-museum/museum-accessibility/audio-tour-of-the-museums-hall-of-witness-and-hall-of-remembrance/ (Last accessed: 01.09.2025) [in English].

ABSTRACT

Tverdyi M., Khynevych R. Exhibition space as a multimedia environment: trends and design solutions

The purpose of this article is to analyze current practices in exhibition space design and to identify key trends shaping their development in the 21st century. The research objectives include exploring the specifics of applying digital technologies, gamification, modularity, and emotional design, as well as highlighting the principles of sustainability, inclusivity, and social integration.

The methodology is based on a comprehensive approach that combines analytical, comparative, systemic, and cultural methods. The analytical method was used to study modern theoretical concepts and trends in the field of exhibition space design. The comparative method made it possible to identify common and distinctive features in exhibition practices in leading museums of Ukraine and the world. The cultural approach contributed to understanding exhibition design as a reflection of socio-cultural processes and a carrier of communicative values. The systemic approach was applied to consider exhibition space as an integrated system that includes architectural-spatial, communicative, technological, and emotional-aesthetic components.

The research results identified the key contemporary trends in exhibition space design. The study also analyzed the role of social and network spaces in promoting exhibitions, engaging audiences, and forming communities around cultural and commercial projects.

The scientific novelty of the study lies in clarifying the concept of "exhibition space design" as a multidimensional communicative system that combines spatial-object, informational, and sensory levels of interaction; in identifying the patterns of contemporary exhibition space formation under the influence of digital technologies, inclusive practices, and the concept of sustainable development; and in defining the role of design as a mediator between cultural heritage, technology, and audience experience.

The practical relevance of the study lies in the possibility of applying the developed principles and approaches in designing new exhibition spaces and updating existing expositions, as well as in forming methodological recommendations for organizing accessible, sustainable, and emotionally rich exhibition environments.

Keywords: exhibition space, design, digital technologies, interactivity, sustainability, inclusivity, emotional design.

AUTHOR'S NOTE:

Tverdyi Mykhaylo, Postgraduate Student at the Department of Multimedia Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: fenixoz@ukr.net, orcid: 0009-0007-1701-4491.

Khynevych Ruslana, Candidate of Technical Sciences, Associate Professor at the Department of Multimedia Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: h.ruslana.v@gmail.com, orcid: 0000-0002-3130-5785.

Стаття подана до редакції: 08.10.2025.

Стаття прийнята до опублікування: 05.11.2025.

Стаття опублікована: 20.11.2025.