

УДК 7.037+7.038.541+7.038.6]:7.05:684+749.1]:903"19"

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2026.2.7>**Бондаренко Богдан Костянтинович,**

кандидат мистецтвознавства,

доцент кафедри дизайну

Харківської державної академії дизайну і мистецтв

ORCID ID: 0000-0002-2470-4518

apokryphos87@gmail.com

Бондаренко Костянтин Едуардович,

старший викладач кафедри теорії та історії мистецтв

Харківської державної академії дизайну і мистецтв

ORCID ID: 0009-0008-9373-6805

bond_group@ukr.net

ГЕНЕЗИС НАРАТИВНОСТІ В ПРЕДМЕТНОМУ ДИЗАЙНІ: КОНЦЕПЦІЇ, ЕТАПИ, АРТЕФАКТИ

У статті досліджено генезис категорії наративності в предметному дизайні ХХ століття. Актуальність теми зумовлена кризою функціоналізму та переходом до «економіки вражень», де об'єкт дизайну розглядається не лише як утилітарний інструмент, а як медіум, що транслює культурні коди, емоції та ідентичність. Наратив визначено як стратегію проектування сценаріїв взаємодії, що перетворює користувача на активного учасника інтерактивної гри з простором.

Методологія дослідження базується на комплексному підході. Застосовано історико-генетичний метод для виявлення логіки трансформації дизайну від «великих наративів» модернізму до локальних дискурсів постмодерну. Порівняльний аналіз дозволив зіставити візуально-семантичні характеристики знакових артефактів (від крісла «Василь» М. Броеера до творів групи «Мемфіс»). Семантико-стилістичний метод використано для розкриття змістовного наповнення форми й матеріалів як елементів візуальної оповіді. За допомогою методу типологізації систематизовано рівні емоційного сприйняття дизайну (за Д. Норманом) та функції наративу в предметному середовищі.

Доведено, що генезис наративності позначений зміною концепцій: від монологічної мови «технократичної утопії» модернізму до поліфонічного простору постмодерну. Обґрунтовано, що в сучасному дизайні «рефлексивний рівень» (значення та асоціації) домінує над поведінковим. Виокремлено ключові інструменти наративності: антропоморфізм, семантика матеріалів та ритуалізація взаємодії. Аналіз артефактів («LC4» Ле Корбюзьє, «Ball Chair» Е. Аарніо, крісло «Proust» А. Мендіні) підтверджує, що предмет постмодерну функціонує як «відкритий текст», що адаптується під особистий досвід користувача. Зроблено висновок, що наративність є головною «доданою вартістю» сучасного об'єкта, яка забезпечує його емоційний резонанс у соціокультурному просторі.

Ключові слова: предметний дизайн, наратив, модернізм, постмодернізм, функція, семантика.

Bondarenko Bohdan, Bondarenko Kostiantyn. GENESIS OF NARRATIVITY IN PRODUCT DESIGN: CONCEPTS, STAGES, ARTIFACTS

The article explores the genesis of the narrativity category in 20th-century product design. The relevance of the topic is driven by the crisis of functionalism and the transition to the "experience economy," where the design object is viewed not merely as a utilitarian tool but as a medium that transmits cultural codes, emotions, and identity. Narrative is defined as a strategy for designing interaction scenarios that transform the user into an active participant in an interactive game with space.

The research methodology is based on a comprehensive approach. The historical-genetic method is applied to identify the logic of design transformation from the "grand narratives" of modernism to the local discourses of postmodernism. Comparative analysis allows for the juxtaposition of the visual and semantic characteristics of iconic artifacts (from M. Breuer's "Wassily" chair to the works of the Memphis Group). The semantic-stylistic method is used to reveal the meaningful content of form and materials as elements of visual storytelling. Through the method of typologization, the levels of emotional perception of design (according to D. Norman) and the functions of narrative in the product environment are systematized.

It is proved that the genesis of narrativity is marked by a shift in concepts: from the monological language of the "technocratic utopia" of modernism to the polyphonic space of postmodernism. It is substantiated that in contemporary design, the "reflective level" (meaning and associations) dominates the behavioral one. Key tools of narrativity are identified: anthropomorphism, the semantics of materials, and the ritualization of interaction. The analysis of artifacts (Le Corbusier's "LC4," E. Arnio's "Ball Chair," A. Mendini's "Proust" chair) confirms that the postmodern object functions as an "open text" that adapts to the user's personal experience. It is concluded that narrativity is the primary "added value" of a modern object, ensuring its emotional resonance within the socio-cultural space.

Key words: product design, narrative, modernism, postmodernism, function, semantics.

Вступ. Актуальність дослідження наративу в архітектурно-дизайнерському дискурсі зумовлена глибокою кризою суто функціоналістського підходу, який домінував протягом більшої частини ХХ століття. У сучасному світі, де технологічна досконалість стала нормою, споживач шукає не лише комфорту, а й сенсів, ідентичності та емоційного резонансу. В умовах глобалізації та тиражування типових рішень, наратив стає ключовим інструментом персоналізації та надання об'єктам унікального обличчя. Архітектура та дизайн перестають бути просто оболонкою для життєдіяльності, вони перетворюються на медіа, що транслюють культурні коди, історичну пам'ять або особисті історії авторів.

Актуальність висвітлення питання підсилюється концепцією «економіки вражень», де головним продуктом стає не річ, а подія та емоція, пов'язана з її використанням [1]. Наратив у цьому контексті виступає як стратегія проектування сценаріїв життя, перетворюючи пасивного глядача на активного учасника інтерактивної гри з простором.

Завершення епохи модернізму та перехід до постмодернізму ознаменувалися радикальною зміною інтелектуальної парадигми. Жан-Франсуа Ліотар у праці «Постмодерний стан» зафіксував крах глобальних ідеологій, що претендували на універсальну істину. Замість єдиного вектора розвитку людство отримало плюралізм «мовних ігор» та локальних дискурсів [2]. У царині дизайну цей філософський злам трансформувався у відмову від диктату універсального функціоналізму на користь наративів конкретного об'єкта. Якщо модернізм прагнув створити єдину "мову машин", зрозумілу кожному, то дизайн постмодерну оперує приватними

історіями, метафорами та культурними цитатами. Предмет перестає бути лише тиражованим взірцем, він стає автономним висловлюванням, що вступає в діалог із користувачем. Така зміна фокусу перетворила проектування на процес створення своєрідного тексту, де кожна лінія, матеріал чи колір є не просто технічним рішенням, а, так званим, словом у розгалуженій системі візуальної оповіді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасний архітектурно-дизайнерський дискурс демонструє виразну тенденцію до переосмислення ролі мови та сторітелінгу як фундаментальних категорій проектування. А. Перес-Гомес обґрунтовує це як необхідну альтернативу суто функціональному підходу модернізму, стверджуючи, що повернення до наративності дозволяє відновити зв'язок між архітектурною формою, когнітивним досвідом користувача та історичним контекстом міста [3].

Дослідження останніх десятиліть підтверджують, що наратив, людина та місце є нерозривними елементами просторового досвіду. Дослідники визначають дизайн наративних середовищ як окрему міждисциплінарну галузь, що синтезує теорію дизайну, архітектуру та урбаністику. Простір розглядається як медіум комунікації, де матеріальність, масштаб та світло використовуються дизайнерами для структурування оповіді та виклику тілесних реакцій у відвідувача [4]. Процес руху крізь такі середовища стає актом «зчитування» історії, закладеної в архітектурну форму.

Незважаючи на зростаючу популярність терміну, концепція наративу в дизайні залишається багатогранною та відкритою для інтерпретацій. С.Грімальді, С. Фоккінга та І. Окнареску пропонують систематизацію

нарративів за типом, сферою застосування та функціями. Їхня типологія дозволяє класифікувати виникнення нарративів у дизайні об'єктів та процесів, виокремлюючи стратегії створення «збагаченого досвіду» через взаємодію користувача з розробленим продуктом [5]. Особливої актуальності в контексті постмодерної гри набуває дослідження «межових» станів оповіді. Е. Шпаковська-Лоранц вводить у професійний обіг концепцію антинарративу в архітектурі, адаптуючи її з літературознавства. Авторка характеризує сучасні об'єкти через стратегії мовчання, хронології, гібридності та антифінальності, формулюючи типологію антинарративних засобів, що протистоять класичній лінійній логіці викладу [6].

Матеріали та метод. Матеріалом дослідження слугують знакові артефакти предметного дизайну ХХ століття, що репрезентують еволюцію нарративних стратегій: від об'єктів раннього модернізму (М. Броєр, Ле Корбюзьє) до постмодерних концептуальних творів (А. Мендіні, Е. Соттсасс, Ф. Старк).

Методологія дослідження базується на комплексному підході, що включає застосування низки методів. Історико-генетичний метод – використано для простеження еволюції нарративу як категорії проектування, виявлення логіки переходу від універсальних технократичних описів модернізму до локальних ігрових історій постмодерну. Порівняльний аналіз – застосовано для зіставлення візуально-семантичних характеристик об'єктів дизайну. Семантико-стилістичний аналіз – дозволив розкрити змістовне наповнення форми, матеріалів та технологій об'єктів як елементів візуальної мови та засобу трансляції культурних кодів. Метод типологізації – використано для систематизації рівнів емоційного сприйняття дизайну (згідно з концепцією Д. Нормана) та класифікації функцій нарративу у предметному дизайні.

Результати. У сфері предметного дизайну існує потужний інструмент, який виходить за межі простої функціональності, це – художнє оповідання історій. Завдяки майстерному поєднанню форми, матеріалів та технологій, предмети можуть передавати нарративи,

викликати емоції та трансформувати простори. Термін “нарратив” походить від латинського “narrativus”, що означає “оповідний”. У своїй основі нарратив є формою розповіді, яка організовує інформацію та досвід в певну логічну послідовність. Нарратив у предметному дизайні – це здатність об'єкта «розповідати» історію, транслювати певні смисли, цінності або спогади через свою форму, матеріал та контекст. У цьому випадку річ перестає бути просто функціональним інструментом і стає медіатором між дизайнером і користувачем.

У дизайні термін «нарратив» може використовуватися в широкому сенсі, щоб передати не лише історію персонажів у часі, а й усе середовище запропонованого або розробленого об'єкта, таке як «відчуття» об'єкта, його якості, походження, а також особистість і ситуацію, профіль і розуміння потенційних користувачів [7]. У межах цього підходу нарратив трактується як засіб трансляції смислового наповнення ідеї, образу особистості або суті події через візуально-пластичну мову дизайну. Важливо, що оповідна функція дизайну полягає не в констатації фізичної присутності предмета, а в розкритті його онтологічного статусу – тобто не того, чим річ є як матеріальне тіло, а того, чим вона постає як ціннісний та емоційний символ.

Нарратив працює через три основні канали сприйняття. В першу чергу це *асоціації та метафори*, коли форма об'єкта нагадує щось інше (природу, тварину, історичну подію). Також *матеріал та час*, що характеризують речі: використання переробленого пластику або старої деревини подає історію екології та збереження ресурсів. І також *сценарій взаємодії*, коли річ «диктує», як з нею поводитися. Незвичайна ручка шафи або спосіб відкриття дверей створюють маленький ритуал, який є частиною історії.

У дизайні з'являється «рефлексивний рівень», де нарратив предмета (його історія, бренд, асоціації) стає важливішим за його зручність. Дональд Норман, автор книг «The Design of Everyday Things», «Emotional Design» виділяє три рівні дизайну: вісцеральний (зовнішність), поведінковий (функція) та

рефлексивний (значення) [8, 9]. Саме на рефлексивному рівні рід стає частиною нашого «Я». Наприклад, годинники «Rolex» продають не точність, а наратив успіху та приналежності до певної соціальної групи. Іншим прикладом є iPhone: його рефлексивний наратив про інноваційність та статусність часто переважає над суто технічними характеристиками, створюючи емоційний зв'язок, який ігнорує раціональні недоліки. Наратив тут виступає як «додаткова вартість», що робить об'єкт незамінним у просторі особистих історій користувача.

Хронологія ключових етапів розвитку галузі демонструє поступовий перехід дизайну від виконання суто утилітарних завдань до ролі активного транслятора смислів та ідей. Період модернізму 1920-ті – 1950-ті роки транслює наративи чистоти форми та прогресу. У цей період панує «великий наратив» індустріалізації. Предмет не повинен розповідати приватні історії – він має репрезентувати універсальну логіку машини. Так, крісло Василь (V3) Марселя Броера (1925) стало втіленням наративу індустріалізації та машинної естетики. М.Броєр надихнувся трубчастою конструкцією велосипеда, що наштовхнуло його на думку використовувати сталеві трубки для створення каркаса меблів. Він не приховує внутрішній простір, а окреслює його межі. Конструкція базується на принципі лінійності та відкритості. Замість традиційних м'яких подушок використовуються натягнуті смуги матеріалу (чорна шкіра, оригінально використовувалася цупка тканина). Об'єкт демонструє естетику конструктивізму – він ніби «розібраний» на складові лінії та площини, що нагадує полотна абстракціоністів того часу (наприклад, Піта Мондріана).

Це був перший приклад застосування гнучої сталеві трубки в меблях. Технологія дозволяла масово тиражувати об'єкт, що відповідало ідеології модернізму: якісний дизайн для всіх. Це крісло розповідає історію про дематеріалізацію. Традиційне громіздке крісло зникло, залишивши лише «графічний скелет». Воно символізує віру в прогрес, легкість і мобільність людини нової епохи.

Відсутність декору – це маніфест відмови від буржуазного минулого. Наратив свідчить про чесність матеріалу та триумф геометрії.

Ще одним із найдосконаліших маніфестів модернізму є шезлонг LC4 (Chaise Longue), створений у 1928 році Ле Корбюзьє, П'єром Жаннере та Шарлоттою Перріан (Рис.1). Його опис через призму наративу дозволяє зрозуміти, як ідеологія «машинного віку» трансформувалася у фізичну форму. Відомо, що Ле Корбюзьє проголосив дім «машиною для житла», тож і меблі мали функціонувати так само чітко, як деталі літака чи автомобіля. LC4 розповідає історію про перемогу ергономіки над декором. Це оповідь про нову людину XX століття, яка цінує ефективність навіть під час релаксації. Відсутність зайвих прикрас і оголена конструкція підкреслюють, що естетика предмета впливає виключно з його корисності.



Рис. 1. Шезлонг LC4 (Ле Корбюзьє, П. Жаннере, Ш. Перріан, 1928 р.)

Форма шезлонгу базується на жорсткому протиставленні двох геометричних систем: рухома верхня частина – це вигнута рама, що ідеально повторює контури людського тіла в стані спокою. Статична основа: масивна H-подібна база, пофарбована в чорний колір, що нагадує промислові станини або залізничні рейки. Тож ми спостерігаємо наратив динамічної рівноваги. Верхня частина не закріплена жорстко – вона тримається на базі завдяки силі тертя, що дозволяє користувачеві плавно змінювати кут нахилу. Це метафора свободи в межах суворої інженерної логіки.

Матеріали шезлонга є носіями наративу про триумф індустріальності. Хромована сталь виступає як символ прогресу. Шкіра

або шкура поні: пом'якшує «холод» металу, вносячи в наратив нотку органічного комфорту. В інтер'єрі модерністського будинку LC4 діє як акцентна точка.

З часом наратив LC4 змінився. Якщо в 1920-х це була історія про промислову логіку, то сьогодні це наратив елітарного інтелектуалізму. Володіння цим предметом свідчить про обізнаність в історії дизайну та приналежність до кола поціновувачів високого модернізму.

Наступний етап 1950-1970-ті роки. Дизайн стає засобом саморефлексії та іронії над історією. Софа «Marshmallow» від Джорджа Нельсона є прикладом того, як традиційний об'єкт став грайливим дизайнерським витвором. Створена дизайнером у 1956 році, вона складається з вісімнадцяти барвистих подушок, що кріпляться до сталевій рами. Свою назву вона отримала завдяки подібності подушок із зефіроподібними цукерками маршмеллоу (Рис. 2). Сама назва відсилає до світу кондитерських виробів, задоволення та масової культури споживання. Це меблі-іграшка. Замість монолітної, важкої форми традиційної софи, ми бачимо набір кольорових дисків.



Рис. 2. Софа «Marshmallow»
(Дж. Нельсон, 1956 р.)

Наратив транслює ідею, що меблі не обов'язково мають бути серйозними – вони можуть бути «смачними», провокувати посмішку та спонукати до гри. Більш того, завдяки спеціальним кріпленням і додатковим подушкам, софа може набувати необхідної вам довжини. Саме через свою незвичайну

форму і конструкцію ця софа визнана однією із найнезвичайніших в історії дизайну.

Одним із найбільш упізнаваних символів дизайну XX століття є крісло Ball Chair (також відоме як Globe Chair), створене фінським дизайнером Еєро Аарніо у 1963 році. Воно позначило радикальний розрив із традиційним виглядом меблів, запропонувавши концепцію «кімнати в кімнаті» (Рис. 3). Ідеальна форма сфери з «відсіченим» сегментом створює динамічний контраст між закритою зовнішньою оболонкою та затишною внутрішньою порожнечі. Білий зовнішній корпус зі скловолокна забезпечує майже дзеркальну поверхню. Внутрішня частина оббита червоним м'яким текстилем, що створює акустичний комфорт.



Рис. 3. Крісло Ball Chair (Еєро Аарніо, 1963 р.)

Наратив цього об'єкта багатопаровий – від футуристичного оптимізму до філософії інтимності. Створення крісла збіглося з початком освоєння космосу. Форма сфери асоціювалася з планетами, супутниками та інтер'єрами майбутніх космічних станцій. Це оповідь про майбутнє, яке вже настало. Крісло сприймалося як технологічний артефакт, що випередив свій час. Воно транслювало віру в те, що дизайн може змінити спосіб життя людини, зробивши його більш футуристичним. Але, з іншого боку, у світі, що ставав дедалі урбанізованішим, це крісло – об'єкт, який забезпечує психологічний захист. Воно розповідає про потребу людини в «коконі», де можна сховатися від зовнішнього світу, залишаючись фізично в центрі кімнати.

Ключовим для розуміння переходу від модерністської «мови функції» до постмодерної «мови знаків та історій» може стати аналіз крісла «Proust» (1978 р.) Алессандро Мендіні (Рис.4). Роботи студії «Алхімія» позначили початок кризи модерністських ідеалів. Це об'єкт-маніфест, який найкраще ілюструє концепцію нарративу та антинарративу в дизайні. Назва крісла відсилає до Марселя Пруста та його роману «У пошуках утраченого часу». А.Мендіні не створював нову форму, а взяв готову копію крісла в стилі неobaroco. Наратив будується навколо пам'яті, імпресіонізму та суб'єктивного сприйняття. Автор подорожував місцями, пов'язаними з Прустом, шукаючи візуальний еквівалент його прози. Найвиразнішою рисою крісла є його оздоблення. Весь об'єкт – і дерев'яна рама, і тканина оббивки – вкритий вручну тисячами кольорових крапок. Це пряма цитата живопису Поля Синьяка та Жоржа Сьора. Крапки імітують оптичне змішування кольорів. Завдяки орнаменту реальна фізична форма крісла розчиняється, глядач бачить наче марево. Це ілюструє тезу про те, що декор є самостійним змістом, який домінує над конструкцією.



**Рис. 4. Крісло «Proust»
(Алессандро Мендіні, 1978 р.)**

Крісло «Proust» можна розглядати як антинаратив щодо класичного дизайну: пафосна барокова форма перетворюється театральну декорацію. Його функція – не сидіння, а трансляція інтелектуального повідомлення, де правила класицизму змішуються з правилами поп-арту. Ручне розфарбовування робить кожен екземпляр

унікальним (хоча форма тиражована). Це повернення до ремісництва як акту опору промислового конвеєру. У просторі таке крісло діє як головний оповідач. Воно не підлаштовується, а диктує свої умови.

У 1980-ті настає час, що репрезентує ігрові наративи, якими пронизані роботи групи «Мемфіс». Наратив стає яскравим, агресивним і масовим. Це «мова коміксів» в інтер'єрі. Таким є стелаж «Carlton» Еttore Sottsass (1981 р.), що став запереченням функціоналізму. Об'єкт нагадує тотем або людську фігуру з піднятими руками. Його сприйняття викликає думки про свободу, гру та екзотичні культури завдяки антропоморфній структурі, яскравим кольорам та матеріалам [10].

Одним із найбільш репрезентативних прикладів переходу від суто функціонального до «оповідального» дизайну є серія кухонних аксесуарів, створена італійським архітектором Алессандро Мендіні. Штопор "Anna G." (1994) став справжнім маніфестом емоційного дизайну, де утилітарний предмет наділяється ознаками живої істоти. А.Мендіні використовує метод антропоморфізму, надаючи металевому механізму обрисів жіночої фігури у довгій сукні. Кругла «голова» штопора з усміхненим обличчям та характерна «зачіска» (що слугує ручкою для вкручування) миттєво ідентифікуються користувачем як персонаж. Наративність тут проявляється в динаміці: коли штопор входить у затор, бічні важелі піднімаються вгору, нагадуючи живий жест піднятих рук або радісне вітання. Це перетворює технічну операцію на маленьку театральну дію.

Важливим аспектом цього нарративу є його автобіографічність. А.Мендіні зізнавався, що прототипом для "Anna G." стала його колега та близька подруга, дизайнерка Анна Джелі. Таким чином, об'єкт перестає бути анонімним продуктом масового виробництва – він стає «зафіксованим спогадом» або дружнім шаржем [11].

Висновки. Обґрунтовано, що генезис наративності в дизайні позначений переходом від «монологічної» мови модернізму, де об'єкт транлював виключно ідеологію тех-

нократичного прогресу, до «поліфонічного» простору постмодерну, де предмет виступає не як пасивний інструмент, а як активний оповідач, що запрошує користувача до інтелектуальної гри та співтворчості сенсів.

Встановлено, що період модернізму ґрунтується на концепції «технократичної утопії». Це концепція монологічного нарративу. Дизайн цього періоду базується на вірі в раціональне перетворення світу за допомогою машини. Об'єкт «промовляє» про свою функцію, конструкцію та матеріал. Натомість період постмодерну демонструє концепцію «семантичного розширення» та іронії. Це перехід до поліфонічного нарративу, шляхом використання метафор, іронії та історичних алюзій. Об'єкт стає

медіатором, що транслює культурні коди. Дизайн перестає бути лише інструментом і стає «текстом», сповненим цитат.

Аналіз артефактів підтверджує зміну пріоритетів у сприйнятті дизайну. Згідно з концепцією Д.Нормана, у сучасному предметному середовищі рефлексивний рівень (значення, асоціації, ідентичність) починає домінувати над поведінковим (практична функція). Наратив стає тією «доданою вартістю», що визначає культурну та емоційну цінність об'єкта.

Подальші дослідження можуть стосуватись нарративів сталого розвитку та біодизайну, що ознаменують перехід від технократичної логіки «машини» до біоцентричної концепції «живого організму».

Література:

1. Pine B. J., Gilmore J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press. 254 p.
2. Lyotard, J.-F. (1979) *La condition postmoderne: Rapport sur le savoir* / J.-F. Lyotard. – Paris : Editions de Minuit. 109 p.
3. Pérez-Gómez, A. *Narrazioni, linguaggio, architettura e città*. IN *BO. Ricerche E Progetti Per Il Territorio, La Città E l'architettura*, 11(15). 2020. С. 8–15. URL: <https://doi.org/10.6092/issn.2036-1602/11712> (дата звернення: 10.03.2026).
4. Austin T. (2021). *Narrative Environments and Experience Design: Space as a Medium of Communication*, Routledge, Taylor & Francis, London. 216 p.
5. Grimaldi S., Fokkinga S., Ocnarescu I. *Narratives in design: a study of the types, applications and functions of narratives in design practice DPPI '13: Proceedings of the 6th International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces*. P. 201–210. <https://doi.org/10.1145/2513506.2513528> (дата звернення: 26.02.2026).
6. Szpakowska-Loranc, E. *Narracja i antynarracja w architekturze współczesnej. Narrative and anti-narrative in contemporary architecture*. *Zeszyty naukowe politechniki Poznańskiej. Architektura, Urbanistyka, Architektura / Wnętrze* 2023. P. 351–362. DOI: 10.21008/j.2658-2619.2023.15.19 URL: <https://architecturejournal.put.poznan.pl/pdf-177305-99087?filename=Narracja-i-antynarracja-w.pdf> (дата звернення: 20.01.2026).
7. Childs P., Zhao Y., Grigg J. *Narrative in design development*. International conference on engineering and product design education. 5-6 september 2013, Dublin institute of technology. Dublin, Ireland P.108-113. URL: https://www.academia.edu/121484326/Narrative_in_design_development (дата звернення: 28.02.2026).
8. Norman, D. (2002). *The design of everyday things*. Basic Books, Inc. 272 p.
9. Norman D. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. New York: Basic Books. 257 p.
10. Бондаренко, Б. К., Бондаренко, К. Е. Візуальна мова постмодернізму в дизайні меблів Етторе Соттсасса. *Український мистецтвознавчий дискурс*, (6), 2025. С. 46. URL: <https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/449> (дата звернення: 10.03.2026).
11. Alessi Alberto. (1921) *The Dream Factory: Alessi since*. Rizzoli. 1998. 168 p.

References:

1. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
2. Lyotard, J.-F. (1979). *La condition postmoderne: Rapport sur le savoir* [The postmodern condition: A report on knowledge]. Éditions de Minuit.
3. Pérez-Gómez, A. (2020). *Narrazioni, linguaggio, architettura e città* [Narratives, language, architecture and the city]. IN *BO. Ricerche E Progetti Per Il Territorio, La Città E l'architettura*, 11(15), 8–15. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-1602/11712>

4. Austin, T. (2021). *Narrative Environments and Experience Design: Space as a Medium of Communication*. Routledge.
5. Grimaldi, S., Fokkinga, S., & Ocnareescu, I. (2013). Narratives in design: A study of the types, applications and functions of narratives in design practice. *DPPI '13: Proceedings of the 6th International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces*, 201–210. <https://doi.org/10.1145/2513506.2513528>
6. Szpakowska-Loranc, E. (2023). Narracja i antynarracja w architekturze współczesnej [Narrative and anti-narrative in contemporary architecture]. *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Architektura, Urbanistyka, Architektura Wnętrz*, (15), 351–362. <https://doi.org/10.21008/j.2658-2619.2023.15.19>
7. Childs, P., Zhao, Y., & Grigg, J. (2013, September). *Narrative in design development*. Paper presented at the International Conference on Engineering and Product Design Education, Dublin Institute of Technology, Dublin, Ireland. 108–113. https://www.academia.edu/121484326/Narrative_in_design_development
8. Norman, D. (2002). *The design of everyday things*. Basic Books.
9. Norman, D. (2004). *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*. Basic Books.
10. Bondarenko, B. K., & Bondarenko, K. E. (2025). Vizualna mova postmodernizmu v dyzaini mebliv Ettore Sottassa [Visual language of postmodernism in Ettore Sottass's furniture design]. *Ukrainian Art History Discourse*, (6), 46. <https://ukrainianartscience.in.ua/index.php/uad/article/view/449>
11. Alessi, A. (1998). *The Dream Factory: Alessi since 1921*. Rizzoli.

Дата першого надходження статті до видання: 29.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 23.04.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.04.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)