

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет будівництва і архітектури

Ю.В. Третяк

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ

У двох частинах

Частина I

*Рекомендовано вченою радою Київського національного університету
будівництва і архітектури як навчальний посібник
для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за
спеціальністю В2 «Дизайн»
освітньої програми «Дизайн середовища»*

Київ 2026

УДК 7.01:745/749

Т66

Рецензенти: *О.В. Кащенко*, д-р техн. наук, професор,
Київський національний університет
будівництва і архітектури;

М.І. Яковлев, д-р техн. наук, професор,
Національна академія мистецтв України;

К.Л. Пашкевич, д-р техн. наук, професор,
Київський національний університет технологій
та дизайну

*Затверджено на засіданні вченої ради Київського
національного університету будівництва і архітектури, протокол
№ 36 від 24 вересня 2025 року.*

Третяк Ю.В.

Т66 Теоретичні основи дизайну : навч. посіб. у 2 ч. – Ч. I /
Ю.В. Третяк. – Київ : КНУБА, 2026. – 104 с.

ISBN 978-966-627-289-1

Містить систематизовану інформацію у сфері науково-теоретичних основ дизайну та дизайн-діяльності, а саме: походження, виникнення і сутність понять, зміст і сенс визначень, типологія дизайн-діяльності, її категорії, принципи та закономірності. Основними компетентностями, що мають бути опрацьовані в процесі вивчення курсу «Теоретичні основи дизайну. Частина I», є здобуття здобувачами базових науково-теоретичних знань у сфері дизайну, а також їхня практична апробація.

Призначено для здобувачів другого (магістерського) освітнього рівня вищої освіти за спеціальністю В2 «Дизайн».

УДК 7.01:745/749

© Ю.В. Третяк, 2026

© КНУБА, 2026

ISBN 978-966-627-289-1

ЗМІСТ

Вступ	4
Введення в курс «Теоретичні основи дизайну. Частина І»	6
Розділ І. Філософія дизайну	11
1.1. Філософія як підґрунтя для становлення і розвитку теорії та практики дизайну	11
1.2. Принципи філософської концепції сучасного дизайну та побудова теоретичних моделей	17
Запитання для самоконтролю	24
Література	24
Розділ ІІ. Естетика дизайну	25
2.1. Дизайн як естетична, художньо-проектна, гуманістична діяльність	25
2.2. Композиція як інструмент гармонізації структури і форми об'єктів дизайну	28
2.3. Художній образ в дизайн-об'єктах	35
Запитання для самоконтролю	44
Література	45
Розділ ІІІ. Теоретичні та проєктні концепції дизайну: погляди, підходи, їхній критичний огляд	46
3.1. Історія розвитку дизайнерського мислення, етапи його становлення, підходи і методи	46
3.2. Професійні концепції (ідеї, погляди, підходи) дизайну другої половини ХХ ст.	54
3.3. Професійні концепції дизайну постіндустріальної епохи	67
Запитання для самоконтролю	77
Література	78
Розділ ІV. Дизайн в інтерактивному просторі: дизайн-культура сучасного суспільства	79
4.1. Соціальні теорії і теорії дизайну. Дизайн в культурі мережевого суспільства	79
4.2. Інтерактивні технології та цифрові ландшафти як елементи сучасного дизайну. Дизайн віртуального життя	84
Запитання для самоконтролю	92
Література	93
Термінологічний словник	94

Вступ

Дизайн як професія, що сформувалася завдяки інтеграції багатьох соціально-історично зумовлених досягнень науково-технічного прогресу та художньої культури у сфері предметно-просторової творчості, успішно функціонує у світі від початку ХХ ст., зокрема в нашій країні – з середини минулого століття. Питання підвищення професіоналізму дизайнерів та максимальної професіоналізації процесу впровадження досягнень дизайну в усі сфери життєдіяльності світового та українського суспільства нині привертають багато уваги й тим самим набувають глибини й актуальності.

Наука у сфері дизайну, подібно до інших видів пластичних мистецтв, виступає як прикладна проблема, коли досвід проектування має спиратися на теоретико-методологічну основу, водночас впливаючи на формування науково-теоретичного підґрунтя. Тому настільки важливим видається введення до її навчання дизайнерів–здобувачів рівня вищої освіти «Магістр» курсу «Теоретичні основи дизайну», який дає змогу розвивати й відшліфувати раніше здобути на фахових дисциплінах прикладні знання та підносити їх на новий рівень – науково-пізнавальний та методологічний. Основною, на нашу думку, проблемою викладання прикладної дисципліни «Дизайн», що охоплює всі види дизайну, є брак сформованої цілісної теорії, яка нині являє собою насамперед інтерпретацією авторських концепцій та методів різних часів, по-друге – набір теоретичних знань, запозичених з інших, більш розвинених та довершених сфер науки й практики. До них належить теорія об'ємно-просторової композиції і формоутворення, теорія архітектурного середовища, мистецтвознавство, кольорознавство тощо. Така ситуація в спеціальності «Дизайн» зумовлює актуальність та ще більше загострює потребу у викладанні курсу «Теоретичні основи дизайну», в межах якого пропонується поєднати в єдину систему знань філософські, соціальні, естетичні, функціональні, концептуальні та методологічні аспекти дизайн-діяльності.

Орієнтованість на новітні тенденції розвитку вищої дизайн-освіти у світі та в Україні, їхній полідисциплінарний та всеохопний характер в основному визначила зміст і структуру навчального посібника, його першу, більш загальну частину дисципліни. Навчальний посібник, складений відповідно до робочої навчальної програми з дисципліни «Теоретичні основи дизайну» для студентів I курсу другого (магістерського) освітнього рівня за спеціальністю В2 «Дизайн»,

містить, історико-концептуальну частину лекційного курсу і практичних занять-семінарів. Кожен з розділів посібника доповнено переліком запитань для самоконтролю здобувачів, а також списком тем для індивідуальних робіт до практичних занять у вигляді доповідей, презентацій та дискусій.

Дисципліна «Теоретичні основи дизайну» належить до блоку обов'язкових дисциплін навчального плану магістрів, включає загалом 180 годин, по 90 годин на семестр, 22 години з яких є лекціями, що становлять основу пропонованого навчального видання. Планується видання другої частини курсу, у якій більш докладно будуть розглянуті питання формоутворення, методології та творчості в процесі проєктування дизайн-об'єктів. Варто наголосити на можливості використовувати навчальний посібник також для підготовки здобувачів на третьому освітньо-науковому рівні вищої освіти як розділ дисципліни «Спецкурс для наукової спеціальності «Дизайн»».

Мета дисципліни полягає у систематизації і засвоєнні здобувачами знань у сфері науково-теоретичних основ дизайну, а саме: виникнення і сутність понять, сенс визначень, типологія дизайн-діяльності, її категорії, принципи та закономірності. *Основними завданнями*, що мають бути розв'язані в процесі вивчення курсу «Теоретичні основи дизайну», є здобуття здобувачами базових теоретичних знань у сфері дизайну, а також їхнє практичне опрацювання в процесі обговорень, доповідей, дискусій.

Усі навчальні завдання сприяють набуттю компетентностей, які зазначені у відповідному стандарті вищої освіти, а також вмінь розробляти науково-обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми; критично осмислювати теорії, принципи, методи та поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну; критично опрацьовувати художньо-проєктний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю; застосовувати методологію наукових досліджень у процесі теоретичного і практичного аналізу; узагальнювати результати дослідження та впроваджувати їх у дизайнерську практику; виявляти практичні та теоретичні особливості наукової гіпотези; застосовувати відомі та генерувати нові синтетичні вміння і знання в процесі проєктування об'єктів, процесів та середовища життєдіяльності людини.

Введення в курс «Теоретичні основи дизайну»

Походження, сенс та визначення поняття дизайну. Термінологія у сфері наукових основ та практики дизайну. Об'єкт, предмет, сфера діяльності фахівців з дизайну.

Професійність дизайну ґрунтується на вирішенні трьох основних взаємопов'язаних проблем. Перша з них – це виявлення наукових передумов дизайнерської творчості, розкриття природи та специфіки багатогранної дизайнерської діяльності на підставі всебічного системного аналізу взаємозв'язків дизайну з архітектурою, технікою та мистецтвом. Друга проблема – розгляд методичних основ процесу, способів та засобів проєктної практики, розроблення об'єктів дизайну. Третя проблема – формування творчого кредо професії, основи світогляду, усвідомлення своєї ролі у суспільстві та підготовка з цих позицій кадрів майбутніх професіоналів дизайну.

Зазначені базові проблеми професіоналізму не можуть бути відокремлені від проблеми термінології в галузі теорії та практики. Ясність, чіткість і несуперечливість понятійно-термінологічного апарату будь-якої галузі наукового знання залежить від рівня розвитку самої науки й особливо від ступеня сформованості її теорії та власної методології.

Виявлена закономірність розвитку науки та формування термінологічного апарату має пряме відношення до не завершеної у своїй цілісності теорії дизайну. З початком непродуманих реформ 90-х рр. ХХ ст., що проводилися в Україні, одним з багатьох негативних наслідків стало руйнування цілісної системи багатопрофільного міжгалузевого дизайну та галузевого спеціалізованого дизайну, теоретичні роботи у сфері технічної естетики були згорнуті і практично припинені разом з професійною пропагандою ідей, досягнень вітчизняного та зарубіжного дизайну в періодичній пресі, на радіо та телебаченні.

Все більше розмиваються уявлення про межі дизайну, його специфіку, спотворюються критерії оцінки результатів дизайнерської творчості, знижується вимогливість самих дизайнерів до своїх розробок, відбувається падіння загальної культури та художнього смаку в

прагненні догодити нерідко низькопробним запитам замовників або такими, що не вирізняються високим рівнем культури певних контингентів.

Дизайнер з творця гармонійного предметного світу та його компонентів, а в ідеалі – усієї прекрасно-доцільної та комфортної «другої природи», в нинішніх умовах перетворюється на модного стиліста, який обслуговує переважно еліту суспільства, а також систему різних бізнес-проектів, бізнес-стратегій з їхніми шоу-презентаціями та рекламою, одночасно стаючи виразником індивідуальних амбіцій заради особистого самоствердження та успіху.

До системи основних понять і визначень дизайну належать такі: *предмет та об'єкти дизайну, основний метод дизайну, основні робочі категорії дизайну; типологія дизайн-діяльності; мета, функції та завдання дизайну; основні принципи та закономірності дизайну.* Сутність поняття *композиційне формоутворення у дизайні* розкриває художньо-образне моделювання як основний метод дизайну. Дизайн розглядається в системі предметної та предметно-просторової художньої творчості, у взаємозв'язку з іншими видами архітектонічних мистецтв.

У словнику слово *design* перекладається як задум, умисел, план, мета, намір; як творчий задум, план, проєкт; як креслення, розрахунок, конструкція; як проєктування, конструювання; як ескіз, малюнок, візерунок, композиція, а також як мистецтво композиції і навіть витвір мистецтва. Спектр значень слова *design* дає можливість зрозуміти, чому цей термін закріпився за *художньо-конструкторським* видом проєктно-творчої діяльності. Зміст слова *design* відбиває науковий, технічний, художній аспекти значень цього терміна. У ньому відображено *реальний синтез науки і практики, техніки та мистецтв* у різнобічній дизайнерській діяльності.

Проте вживане в українській мові слово «дизайн» стосується широкого кола понять, пов'язаних не лише з проєктно-творчою, а й з різноманітною композиційно-мистецькою діяльністю у галузях ремісничої й аматорської сфери предметної творчості. Ще у XIX ст. та на початку XX ст. в англійських країнах слово «дизайн» широко вживалося стосовно ремісничої творчості, декоративно-ужиткового мистецтва, мистецтва графіки, означаючи «малюнок», «візерунок», «ескіз», «композицію», що відображено у визначних працях Джона Рескіна й Вільяма Морріса.

Уперше термін «дизайн» був застосований до зразків виробів, розроблених для промислового виробництва, американським художником Джозефом Сінелом у 1919 р. з уточнювальним словосполученням «industrial design» для позначення історично нової галузі художньої предметної творчості, спрямованої на промисловість. Цей термін утвердився спочатку у США наприкінці 20-х – на початку 30-х рр., а потім набув значного поширення у всьому світі вже з другої половини ХХ ст.

У 1959 р. на першому конгресі ІКСІД (International Council of Societies of Industrial Design) у Стокгольмі термін «industrial design» був визнаний найкращим для позначення нової сфери художньої творчості, її методу, результату (дизайн-продукту) та системи теоретичних положень, пов'язаних з цією творчою діяльністю. Перша офіційно визнана дефініція індустріального дизайну належить відомому практику та теоретику дизайну Томасу Мальдонадо, який викладав у Вищій школі дизайну у м. Ульм (ФРН) і очолив цей відомий у Європі навчальний заклад у 1964 році. *За Мальдонадо, дизайн – це творча діяльність, метою якої є визначення формальних властивостей промислових виробів. Ці властивості охоплюють не тільки зовнішні особливості виробу, а й переважно ті структурні та функціональні взаємозв'язки, які перетворюють виріб на єдине ціле як з погляду споживача, так і на думку виробника. Дизайн прагне охопити всі аспекти навколишнього середовища людини, що зумовлене промисловим виробництвом.*

На думку критиків, у цьому визначенні бракує характеристики дизайну як виду художньої діяльності, не уточнено, які людські потреби слід прагнути задовольняти за допомогою дизайну, не зазначено, що об'єктом дизайнерської діяльності можуть бути не лише окремі вироби, але і їхні комплекси, системи, предметно-просторове середовище у різних сферах життєдіяльності людей.

Нині запропоновано точніше визначення дизайну. *Дизайн – це творчий метод, процес та результат художньо-технічного проектування промислових та одиничних виробів, їхніх комплексів та систем, зокрема просторових, орієнтований на досягнення найбільш повної відповідності створюваних об'єктів та середовища в цілому можливостям й потребам людини, як утилітарним, так й естетичним.*

Найбільш істотною ознакою виділяється *антропоцентрична спрямованість дизайну*, що виражається в прагненні брати до уваги можливості людини, яка використовує певний дизайн-продукт, а також

коло її потреб, запитів, переваг, втілюваних в утилітарно-технічних, соціально-культурних, естетичних властивостях творів дизайну.

Термін «industrial design» не розділяє понять «практика» і «теорія» дизайну. У середині ХХ ст. теоретичне підґрунтя на Заході формувалося стихійно у двох основних напрямках: як прикладна естетика, пов'язана з методикою розробки та створення дизайн-продуктів; у взаємозв'язку із загально філософськими та соціологічними проблемами естетики. Поняття «теорія дизайну» як науки не було до середини 60-х років ХХ ст. Лише на ІV конгресі ІКСІД у Парижі влітку 1963 р. створено групу «філософії промислового дизайну», що вплинуло на усвідомлення потреби в розробленні теорії дизайну як наукової дисципліни.

Предметом дизайнерської діяльності є створення гармонійної, змістовної та виразної форми об'єкта, в якій відображається цілісне значення його споживчої цінності (рис. 1).

Об'єктом дизайну може стати практично будь-який технічний промисловий виріб (комплект, ансамбль, комплекс, система) у будь-якій сфері та середовищі життєдіяльності людей, де людське спілкування є соціально-культурно зумовленим.

Покажемо те, що за минуле століття у сферу дизайн-діяльності попали об'єкти проектування, що належали раніше до сфери діяльності архітекторів: інтер'єри різних видів громадських, житлових, виробничих будівель; предметне середовище всіх видів транспорту; архітектура малих форм, що перетворилася у дизайн предметного міського середовища; ландшафтна та садово-паркова архітектура; оформлення масових свят, спортивних змагань, експозицій, шоу, презентацій тощо.

Основним методом дизайну, від якого залежить найбільш плідний результат дизайн-діяльності, є художньо-образне моделювання об'єкта чи дизайн-проектування за допомогою композиційного формоутворення. Це складний процес, розділений на етапи, якому властива певна послідовність і методика: від аналізу утилітарних й естетичних запитів замовника і функціональних особливостей об'єкта до технологій його виготовлення.

Сфери дизайн-діяльності є аналогічними галузями інших видів людської діяльності, що об'єднують у собі практичну, теоретичну, академічну (навчальну), оцінно-критичну та консультативну сфери діяльності. Таким чином, у дизайні предметом теоретичної сфери є осмислення природи, походження, мети, завдань, функцій дизайну, дослідження його структури, основних понять, принципів і

закономірностей, розроблення методики дизайну як проєктно-творчої діяльності, орієнтованої на гуманізацію середовища людської життєдіяльності у вигляді її гармонізації.

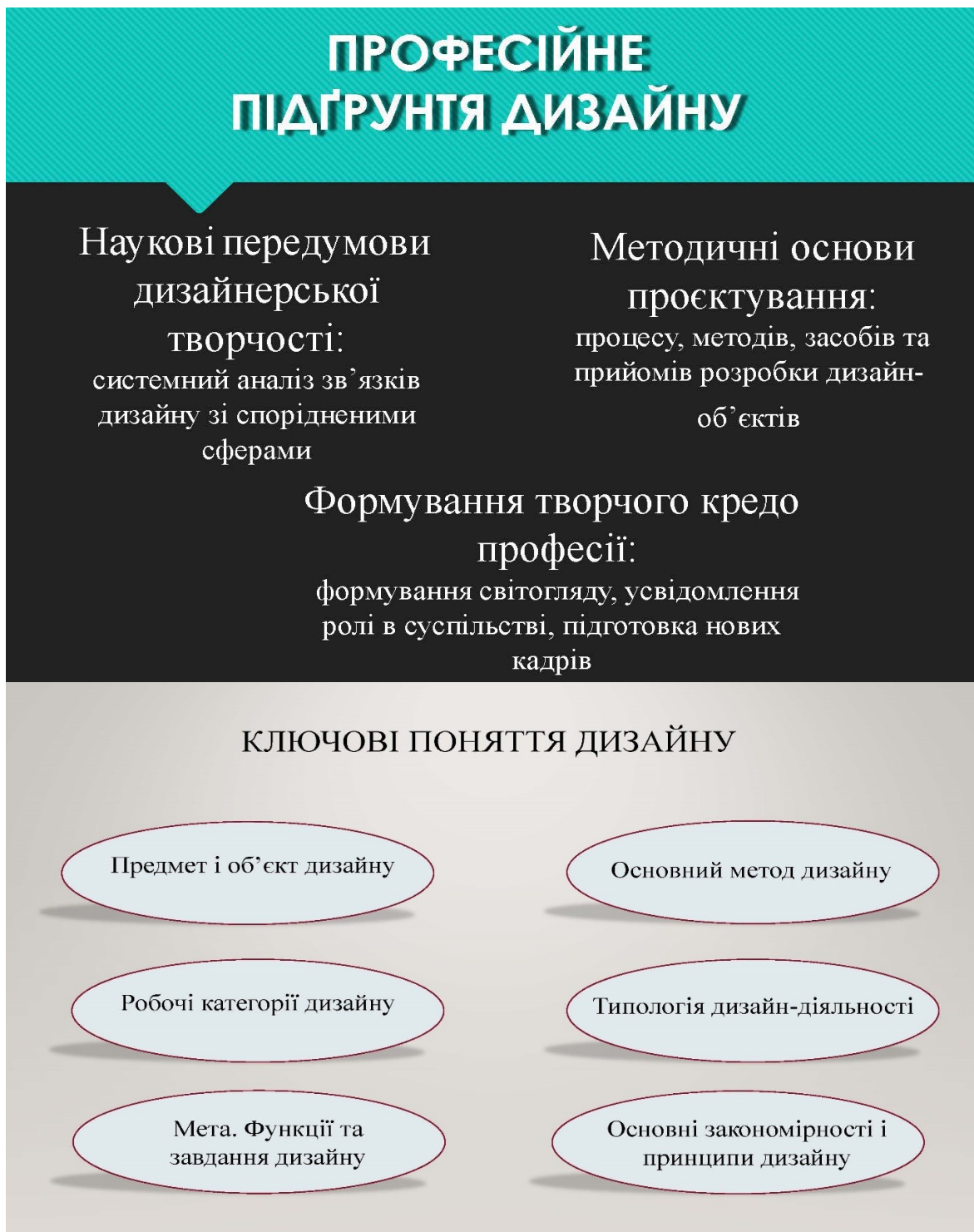


Рис. 1. Складові професійного підґрунтя дизайну.
Основні терміни і поняття

Суб'єктами цієї частини дизайн-діяльності є теоретики та методисти.

Розділ I. Філософія дизайну

1.1. Філософія як підґрунтя для становлення і розвитку теорії та практики дизайну

Парадигма індустріального та середовищного дизайну – від техноцентризму до філософської антропології. Онтологічний контекст дизайну. Досвід вивчення світового дизайну. Розвінчання традиційних поглядів на дизайн. Дизайн як предмет дослідження філософської антропології.

Дизайн – носій і відображення соціальних змін. Це твердження точно відбиває особливості соціально-економічної, політичної, культурної ситуації, що складається в соціумах, яким властивий високий рівень розвитку соціальних структур і техніки. Сучасний дизайн ставить перед собою завдання, пов'язані і з вирішенням проблем матеріального забезпечення буття загалом, і цілком конкретні завдання для активізації пасивного споживання. Завданнями дизайну стає конкретизація та встановлення меж споживання, індивідуалізація результатів проєкту, запровадження до практики дизайну методів співучасті споживачів. Дизайн допомагає людині відчувати насиченість власного існування різноманітністю можливостей, відчувати власну багату уяву.

Дизайнерське, предметно-матеріальне наповнення «сюжетів» в індивідуальній та соціальній сферах має принципове, навіть визначальне значення в житті конкретного суспільства або окремого індивідуума. Завдяки своїй універсальній природі дизайнерська форма може з високою ефективністю залучати людину і суспільство в прояви соціального добра й соціального зла. У зв'язку з цим постають питання щодо «утримання» дизайну в єдності із гуманістичними досягненнями людства, підвищення захищеності суспільства і людини від сил зла та деструкції, «одягнених» у чудові «обгортки» сучасного дизайну.

Соціально-відповідальний дизайн є результатом переосмислення дизайнерами їхньої суспільної ролі. Частково соціально відповідальний дизайн може тісно переплітатися з людиноорієнтованим проєктуванням та інклюзивним дизайном, оскільки згадані підходи спрямовані на потреби та обмеження для якомога більших категорій людей. Через свою роботу соціальні дизайнери прагнуть досягти позитивних змін у

суспільстві та загалом на планеті завдяки зниженню споживання й тиску на навколишнє середовище, допомагають створенню економічних можливостей та покращення умов життя для вразливих груп населення.

Таким чином, *сучасний дизайн стає дизайном середовища та дизайном людського досвіду, дизайном соціального контексту*. Предмет дизайну розширюється до проєктування соціальної події, конструювання стилю та способу життя, синтезу нових культурних, моральних, соціальних цінностей. Саме тому онтологічні та теоретико-пізнавальні аспекти дизайну все більше домінують, а *філософська методологія* за такої насиченості дизайну соціально-онтологічними проблемами стає обов'язковою теоретичною основою дизайнерської діяльності. Це дає змогу адекватно осмислити, з одного боку, наукові, культурологічні, мистецтвознавчі та інші практичні його моделі, а з другого боку, філософський аналіз онтологічних і теоретико-пізнавальних проблем в дизайні суттєво оптимізує соціальну природу та функції дизайну.

Соціально-філософська концепція сучасного дизайну спрямована на активізацію дизайнерського критичного позитивно-негативного мислення. Потреба у філософському осмисленні *соціально-антропологічних та теоретико-пізнавальних проблем дизайну* значною мірою зумовлена суттєвою особливістю: дизайн з дедалі більшою силою демонструє себе як одне з основних джерел та носіїв соціальних змін, а також стає ефективною формою контролю за індивідуальною поведінкою людини, формою соціального планування основних соціально-онтологічних вимірів індивідуального буття людини.

Під *онтологією* розуміють ту частину філософії, яка з'ясовує основні, фундаментальні принципи буття, першопочатку всього сутнісного, вчення про матерію, рух, простір, час. В онтологічному контексті в дизайні можна виділити дві основні групи онтологічних властивостей предметного світу сучасних техносоціумів, а саме: універсальну утилітарну функціональність об'єктів; сильний психологічний і предметно-чуттєвий вплив об'єктів дизайну на всі сфери життя людини.

Онтологічна проблематика західного дизайну систематизована у вигляді двох груп досліджень: першу групу становлять теорії дизайн-діяльності та дизайн-продукту, що ґрунтуються на аналізі суперечливої сутності дизайну в суспільстві соціальної нерівності та відчуження. Цим

теоріям властива глибока стурбованість залученням дизайну до деструктивних процесів. Проблема якості продукції дизайну та якості життя постають як проблеми соціальної справедливості та глибокої поляризації багатств і можливостей. Споживчі пріоритети суперечать духовним, що ведуть до знань, високої професійної майстерності, інтелектуальної незалежності від естетично досконалих і тому «наркотичних» речей. Авторами подібних критичних соціальних теорій та теорій дизайну можна вважати Г. Маркузе, Т. Адорно, П. Фесрабенда, В. Папанека, Н. Кроса, К. Дільтона, Г. Ріда, Д. Белла, М. Маклюена, Р. Фокю, Г. Саймона, Дж. Макхейла.

Другу групу становлять теорії, прибічники яких осмислюють історичний розвиток дизайну переважно як результат поступального розвитку техніки та вдосконалення соціальних структур. Такої прогресистського погляду дотримуються А. Тоффлер, К. Поппер, Т. Кун, В. Гаспарський, Дж. Бродбент, К. Александер, Дж. К. Джонс, Ф. Рапп, Б. Фуллер та інші.

Нині дизайн сприймається як *соціальна і політична сила*, найбільш адекватне осмислення якої є можливим лише шляхом застосування до дизайну філософської методології. Особлива увага приділяється розвінчанню традиційного погляду на дизайн, що утвердився у вітчизняній фаховій літературі, досі розглядаючи дизайн як частину індустріальних структур і вид декоративної творчості. Такому погляду суперечить матеріал про економічні, соціально-політичні, антропологічні концепції, що є основою сучасних творчих імпульсів та рішень в дизайні.

Слід зазначити, що історія та наука вітчизняного дизайну не містять такого методологічного матеріалу, який би продемонстрував філософський підхід, розкривав би дизайн як предмет дослідження філософської антропології. Кризова ситуація в науковій дизайнерській думці України зумовлена не лише інформаційною блокадою в роки тоталітарної держави, яка закінчилася 30 років тому, але й малорозвиненим (проте перспективним) напрямом традиційної філософії, що застосовує пряму й безпосередню екстраполяцію філософських категорій діалектичного матеріалу на внутрішні проблеми науково-практичного знання в дизайні.

У розвитку *науково-філософської методології дизайнерських дисциплін* країн Західної Європи та США виділяються три етапи

становлення сучасної дизайнерської думки. *Перший етап* характеризується становленням та розвитком таких методів дизайн-діяльності, які націлені на досягнення найбільшої ефективності інженерно-технічної, конструктивної та естетичної сторін проєкту. Моделі дизайну 50-70-х років ХХ ст. орієнтовані на підвищення якості кінцевого продукту, підвищення рівня ефективності впливу дизайну на різні життєві ситуації людини, тісно пов'язані з технікою, з предметним середовищем.

Для *другого етапу* характерна поява методів, спрямованих на глибоке переосмислення завдань дизайну, сутності вихідних передумов та особливостей соціального функціонування технічних та естетичних об'єктів дизайну. Період «осмислення» бере початок у 60-х роках ХХ ст., коли з'являються критичні роботи Г. Маркузе, Т. Адорно, Р. Фокю, Г. Саймона, Г. Ріттела та стають очевидними наслідки втілення масштабних технічних та технологічних проєктів.

Третій етап формування теоретичних основ дизайн-діяльності акцентує соціальні та антропологічні проблеми, фокусує увагу теоретиків і проєктувальників на можливостях стимулювання методів широкої суспільної співучасті в дизайні, подібно до руху «роби сам» («do it your-self»); дизайн для непрофесіоналів (design for Laypeople); до методів «коаліційних команд» («coalition teams») та «підтримки та наповнення» («support-infill»).

За всієї різноманітності форм й методів аналітичної і творчої праці досі немає чіткого єдиного філософського вчення, що містило б систему методологічних принципів, і втілення цих принципів у гносеологічних, тобто спрямованих на процес пізнання, моделях.

Таким чином, є ряд найважливіших *напрямів теоретичної дизайнерської думки*, характерних для дизайну індустріальної парадигми країн Заходу, що розвиває разом з методами мистецько-технічної творчості ідеї, які *ретрансльовано в дизайн із філософії* та інших гуманітарних наук. Ось ці напрями:

1) *Дизайн і технічний прогрес*, коли дизайн осмислюється як інтегральна частина сучасного науково-технічного прогресу.

2) *Континуум (безперервність) комплексності дизайн-проблем*, коли процес розвивається від простих до складних завдань, так званих «проблем-відьом» («wicked problems», Rittel and Webber's, 1973).

Відповідно до згаданих досліджень розглядається два альтернативні підходи до оцінювання рівня складності проблем у дизайн-діяльності. Перший підхід – коли дизайн-проблеми є простими, добре структурованими та зрозумілими («tame problems»). Такий погляд на проблеми дизайну є основою концепцій у системі дизайнерської освіти та має результатом той образ професії, який символізує собою не лише масштабність досягнень сучасної науки та техніки, а й прогресивну спрямованість соціальних процесів. Другий підхід, що відображає комплексність та складність проблеми, звертає увагу дизайнера на факт її унікальності, зважаючи на багатовимірність негативної та позитивної інформації про контекст.

3) *Теорія «носіїв змін» («change agents»)* визначає дизайн важливим чинником будь-яких змін у соціальному та індивідуальному житті людей, їхньою рушійною силою (рис. 2).

Таким чином демонструється важливість дослідження дизайну як соціального явища, що зазнає впливу ринкової кон'юнктури, державної ідеології, політики, національної культури, регіональних природних умов тощо. Ініціатором перетворень і носієм ідеї змін може бути будь-яка людина, що внаслідок життєвих обставин залучена до процесу вибору, споживання, виробництва послуг, товарів, рекламних символів. Носій змін – це кожен з нас, зацікавлений одночасно у збереженні екзистенційного балансу сил, що оберігає культурну, економічну, політичну стабільність соціуму, а також у перетворенні цього балансу. *Визначення дизайну та дизайнера як носія соціальних змін принципово змінює образ професії, підвищує рівень відповідальності спеціаліста, соціальну значущість результатів його праці.*

Дизайн – це носій соціальних змін

Радіус відповідальності

Класична схема особистого радіусу відповідальності має такий вигляд:

Я - Сім'я – Бізнес – Країна - Світ

Порядок у професійній схемі

Бізнес (комерційно успішний проект, вдала комунікація з цільовою групою)

Країна (комунікація не йде в розріз із незаперечними нормами суспільства)

Світ (що добре для великого суспільства, є добрим і для світу загалом)

Сім'я (комунікація позитивно чи нейтрально впливає на сім'ю)

Я (комунікація позитивно чи нейтрально впливає особисто на мене)



Дизайн інтер'єру з рисами «кітч» як представник теорії «носія змін»

Інтерактивний мистецький інтер'єр може бути місцем, що створює специфічний простір для спілкування



Рис. 2. Дизайн як носій соціальних змін.
Приклади соціальних тенденцій в дизайні інтер'єру

4) Концепція «*партисипаційного*» («*participation*») дизайну означає співучасть, сприяння, співуправління в дизайн-діяльності. Співучасть – це метод залучення непрофесіоналів до пошуку проектних рішень, а також засіб народного контролю, механізми якого мають бути продумані й організовані так, щоби більше простих людей могли результативно контролювати не лише діяльність проектних фірм, а й політичні, муніципальні, економічні інститути. Види і форми реалізації ідей співучасті у дизайні можуть позиціонуватися як «репрезентація», «опитування», «регіоналізм», «діалог», «альтернатива», «рішення» тощо.

1.2. Принципи філософської концепції сучасного дизайну та побудова теоретичних моделей

Методологічні принципи філософії сучасного дизайну: діалектичної коеволюційності (міждисциплінарності), діалектичної маргінальності (атрадиційності); соціально-антропологічної миттєвості («одноразовості»). Теоретичні моделі дизайну.

Методологічний принцип діалектичної коеволюційності у методології дизайну виявляє, перш за все, міждисциплінарний характер дизайну та демонструє дизайн як діяльність, що об'єднує у діалектичній структурі своєї методологічної проблематики широке розмаїття коеволюційних модулів – професійних дисциплін, галузей наукового знання та творчої діяльності.

Діалектична коеволюційність (спільна еволюція) спочатку орієнтує наукове дослідження у дизайні на органічний синтез досліджуваних проблем із міждисциплінарними резервами філософсько-антропологічної, наукової та навіть міфологічної інформації. Принцип коеволюційності у загальній структурі методології й онтології дизайну охоплює такі характеристики дизайну: антропологічний вимір; відповідність видів та форм дизайну рівню та характеру розвитку суспільства; наявність естетичного виміру.

Найважливішою рисою внутрішньої організації дизайну, зумовленою його коеволюційністю, є творча відкритість дизайну широкому спектру істотної інформації, що виявляється як через різні професійні дисципліни, що змінюються і розвиваються, так і через соціально-культурний контекст проектування і споживання продуктів

дизайну. Методологічний принцип *діалектичної маргінальності*, як один з центральних методологічних принципів оновлюваного і розвинутого дизайну, акцентує увагу проєктувальника та дослідника на сфері тонкої смислової аури, що розкриває побічні, другорядні, тимчасові, випадкові та «невловимі» прояви сутності об'єкта як винятково важливі та доленосні. Методологія маргінального веде до створення розкритого символу, до актуалізації такого екзистенційного дизайнерського змісту, таких феноменів соціального та особистісного зростання, статус яких асоціюється і з абсолютною новизною, і зі значеннями культурного і соціального раритету. Також підкреслюється існування позитивних і деструктивних варіантів втіленої маргінальності, що свідчать про гносеологічну, онтологічну різноманітність та суперечливість усіх феноменів дизайну.

У філософській методології дизайну принцип маргінальності характеризується парами вимірів: імені чи безіменності; активності чи бездіяльності; позитивності чи деструктивності. *Маргінальність* – це мистецтво вивільнення сутності та логіки дизайну від надмірної закріпаченості традиціями, принципами раціональності та функціональної доцільності. Загалом значення маргінальності як одного з центральних принципів методології сучасного дизайну визначається вільною силою, закладеною у втілення цього принципу.

Методологічний принцип соціально-антропологічної скороминущості містить принаймні чотири виміри цього поняття: скороминущість, що виявляється у відносинах людей, у характері «одноразових» вчинків; скороминущість, що проявляє себе в характері стрімко виниклих і назавжди зниклих речей; скороминущість, що виявляється в ефективності ефемерних соціальних структур; скороминущість, що виявляється у високій соціальній ефективності ефемерної інформації. Швидкість – це новий вимір часу в дизайні, коли відбувається трансформація діалогічності міжособистісних взаємозв'язків у монолог індивіда разом з фетишизацією речей, це – заплановане, а найчастіше несподіване старіння індустріальної продукції, одноразові речі, які викидають, мобільна та модульна архітектура, орендовані споживчі товари.

Побудова теоретичних моделей дизайну, накопичення інформації щодо якісних, кількісних, динамічних характеристик моделі має самостійне виняткове значення у вивченні такого складного міждисциплінарного об'єкта, як дизайн (рис. 3).

Методологічний принцип діалектичної маргінальності

Є центральним принципом для дизайну, що розвивається та оновлюється

Розкриття другорядних та «випадкових» ознак дизайн-об'єктів як важливих

Створення культурного символу та соціального раритету

Характеризується парами вимірів:

ім'я - безіменність

активність - бездіяльність

позитивізм - деструктивність

Методологічний принцип соціально-антропологічної скороминущості

Скороминущість людських відносин та «одноразових» вчинків

Скороминущість стрімко виниклих та назавжди зниклих речей

Скороминущість ефективності ефемерних соціальних структур

Скороминущість високої соціальної ефективності ефемерної інформації

Швидкість та тимчасовість в дизайні

Рис. 3. Методологічні принципи сучасного дизайну

Метод модельних побудов досить поширений у науково-технічних та практичних розробках нашого часу. У відповідній літературі, у роботах М. Вартофського (США), А. Уймова (СРСР, Україна), В. Штоффа (СРСР) виділено функції модельного дослідження: пояснювальна, оцінна, інтегративна, прогностична, синтетична.

Розроблено три групи модельних комплексів філософії дизайну:

- 1) соціально-філософські моделі (тоталітарні; ліберально-демократичні; гуманістичні; екстремістські моделі);
- 2) науково-технічні моделі (парадигмальні; військово-технічні; комунікативно-інформативні; моделі-прискорювачі; стабілізувальні; моделі-системи; моделі-контрприкладі);
- 3) культурологічні моделі (історичні; національні; міжнародні; метафоричні; маргінальні).

Соціально-філософські моделі дизайну поєднують конкретні факти історії та практики дизайн-діяльності, демонструють роль дизайнерських артефактів як у прогресивно-гуманістичному розвитку суспільства, так і в деструктивно-нігілістичних проявах сутності людини. У контексті сучасних масштабних соціальних трансформацій важливість професійних моделей менталітету, діяльності та продукту, оцінених з позицій методології соціальної філософії, набуває виняткової актуальності і підкреслює ще одну фундаментальну проблему: нині багато не тільки технічних або вузько творчих, а саме соціальних індивідуальних питань виходять з-під контролю і потребують негайних зусиль для їхнього усунення, в тому числі засобами дизайну.

Науково-технічні моделі проектної діяльності орієнтовані на дослідження проблем проектування у контексті розвитку сучасної науки і техніки. Визначення міри відповідальності дизайнера за втручання в природу, в людське існування, визначення вихідних цілей в оцінюванні дизайн-діяльності та дизайн-продукту, розроблення конкретних проблем дизайну, спрямованих на захист навколишнього середовища, опрацювання футурологічних моделей, що ґрунтуються на соціальному прогнозуванні можливих наслідків впровадження нової технології – всі ці завдання дизайнерської методології сфокусовані на впровадженні науково-технічних моделей дизайну.

Особливої уваги потребує синтезування компромісних, альтернативних і навіть деконструктивних рішень в умовах, коли впровадження за допомогою нової техніки в суспільну та індивідуальну

життєдіяльність нових стилів життя, нового предметного оснащення побуту може супроводжуватися процесом дегуманізації символів, метафор та цілих сценаріїв, що циркулюють у споживчій сфері. Це часом веде до руйнування здатності людини до критичного мислення, зниження його індивідуального творчого потенціалу.

Культурологічні моделі розкривають актуальність вивчення дизайну в контексті не лише проблем суспільства, науки та техніки, а й у контексті проблем культури, художньої творчості та мистецтва. Вивчення джерел з історії, методології та методів західного дизайну, а також праць видатних філософів, художників та мистецтвознавців дає змогу виділити кілька типів культурологічних моделей дизайн-діяльності з виробленням певних дизайн-продуктів.

Разом з позитивними формами об'єктів масової культури та дизайну виділяють два різновиди *деструктивної культури* – *ексцентрична, напівкримінальна*, яка майже завжди виростає на вадах суспільства і законодавчої системи, і *споживча*, що безпроблемно освоює будь-які «новинки» промисловості, підприємництва та дизайну. Очевидно, що обидві ці форми людської екзистенції мають відчужений характер і залучають людину в такий життєвий досвід і форми споживання, які не тільки активно пригнічують дух і тіло людини, а й продукують різні форми соціальної дисгармонії та конфліктності.

Стає дедалі явнішою потреба в осмисленні потенційної негативності соціального функціонування об'єктів дизайну, а також потреба в розвитку в державних та громадських структурах конструктивної діяльності, здатної *проєктувати, випробувати та впроваджувати у культуру* не лише різноманітні товари, а й різноманітні *стили життя, гуманістичні варіанти людського досвіду, мікроструктури суспільного та індивідуального саморозвитку*. Орієнтація сучасного дизайну на нові форми культури розширює можливості *особистої участі кожної людини у створенні власної унікальної мікроструктури індивідуального буття*, що має стати основою культури здорового глузду й альтернативою масовості та стандартності. У різноманітності культурологічних моделей виділяють сучасні варіанти предметного аранжування процесу девальвації культурних цінностей, досліджують причини катастрофи традиційного сенсу естетичних трансфігурацій об'єктів, аналізують культурологічні творчі складники широкого кола питань сучасного дизайну.

Таким чином, нині йдеться про потребу в дослідженні дизайну як складного соціально - значущого процесу, що має самостійну цінність для дизайнера, для споживача, для соціуму загалом.

Дизайн контексту та проектування досвіду – новий творчий напрям у дизайн-діяльності, що виник в культурі, політиці та економіці передових техносоціумів. Проектування людського досвіду знаменує собою незвичайний поворот дизайну від орієнтації на економічні й естетичні фактори до таких аспектів людського буття, які безпосередньо пов'язані з життєвим досвідом людини, проблемами підвищення її внутрішньої психологічної, моральної стійкості в умовах зростання тиску політики, ідеології, в умовах нагнітання масових форм свідомості, поведінки та споживання (рис. 4).

Активізація пасивної свідомості стає завданням осмисленого дизайну, що прагне принести красу і гармонію не тільки в предметне середовище, а й у соціальний досвід людини-споживача. Потенційними об'єктами *дизайну досвіду* є продукція індустріальних технологій, засоби масової інформації, театралізовані вистави, політичні шоу, національні карнавали, предметне оснащення зон релаксації та психоделічного (відмінного від типового сприйняття, такого, що змінює свідомість) простору. Метою виробництва та тиражування такої дизайн-продукції є забезпечення усіх верств населення готовими контрольованими «модулями» досвіду, менталітету та належного предметного обладнання для їхнього втілення. З великого набору таких модулів формуються типи так званих «народних драм», задуманих і здійснюваних з участю населення. Підтримка високого гуманістичного рівня професійної саморефлексії в дизайні стає самостійним, найважливішим завданням методології творчої діяльності. Вирішення цього завдання, перманентно відновлюване в програмах навчання та в перспективних планах, покликане протистояти такому дизайну, результатом тривалого функціонування якого стає нагнітання споживчих настроїв та поширення «речизму».

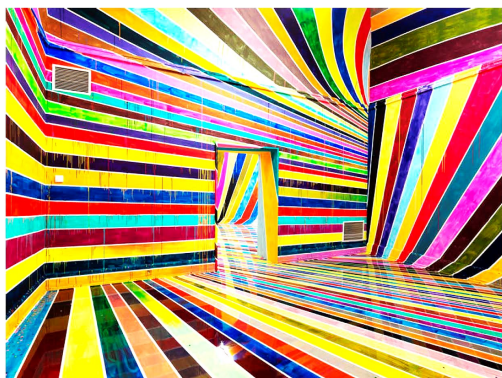
Дизайн контексту і проєктування людського досвіду

Проєктування
людського досвіду

Вирішує проблеми підвищення внутрішньої психологічної та моральної стійкості людини в умовах зростання тиску ідеології й політики, в умовах нагнітання масових форм свідомості, поведінки та споживання.

Дизайн середовищного
контексту

Створення продукції індустріальних технологій, засобів масової інформації, театралізованих вистав, політичних шоу, революційних карнавалів, предметного оснащення зон релаксації, блоків психоделічного простору тощо.



Маркус Лінненбрінк розміщує глядача на психоделічному кольоровому полотні



Яйюї Кусама, КОХАННЯ кличе, 2013

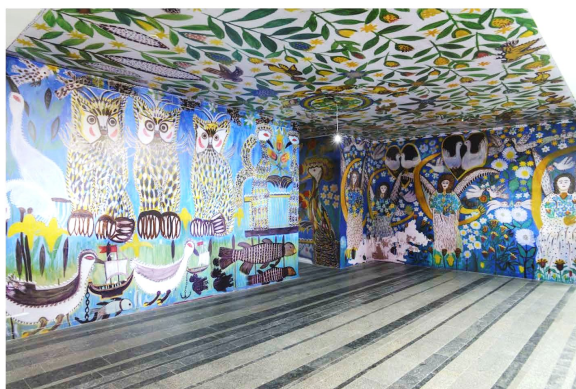


Рис. 4. Новітні напрями дизайн-діяльності у ХХІ ст.
Приклади різноманітних дизайн-об'єктів як прояв професійної та аматорської діяльності у сфері дизайну

Запитання для самоконтролю

1. Розкрийте зміст та визначте межі поняття «дизайн».
2. Визначте поняття «предмет дизайну».
3. Визначте поняття «об'єкт дизайну».
4. Розкрийте поняття про основний метод дизайн-діяльності.
5. Визначте межі сучасного дизайну.
6. Розкрийте потребу у філософському осмисленні проблем сучасного дизайну.
7. Опишіть онтологію сучасного західного дизайну.
8. Опишіть етапи становлення сучасної наукової дизайнерської думки.
9. Назвіть основні філософсько-концептуальні напрями розвитку сучасної теорії дизайну.
10. Наведіть основні принципи філософської концепції сучасного дизайну.
11. Розкрийте зміст методологічних принципів дизайну: діалектичної коеволюційності; діалектичної маргінальності; соціально-антропологічної скороминущості.
12. Розкрийте зміст та поняття соціально-філософських моделей в дизайні.
13. Розкрийте поняття проектування контексту і людського досвіду в сучасному дизайні.

Теми для індивідуальних робіт

1. Критика соціальних теорій та теорій дизайну в роботах Г. Маркузе, Т. Адорно, П. Феєрабенда, В. Папанека, Н. Крос, К. Дільтона, Г. Ріда, Д. Белла, М. Маклюєна, Р. Фокю, Г. Саймона, Дж. Макхейла (обрати трьох авторів).
2. Прогресистські концепції в роботах А. Тоффлера, К. Поппера, Т. Куна, В. Гаспарського, Дж. Бродбента, К. Александера, Дж. К. Джонса, Ф. Раппа, Б. Фуллера (обрати трьох авторів).
3. Соціально відповідальний дизайн.
4. Дизайн контексту та проектування досвіду.

Література

1. Vepa is the furniture factory. URL: <https://vepa.co.uk/sustainability/sustainable-design/>
2. Wartofsky M. W. Models: Representation and Scientific Understanding. – Springer Science & Business Media, 2012. – 398 p. (перше вид. у 1979)
3. Мурашкін М.Г. Наука в контексті філософських знань : монографія / М.Г. Мурашкін. – Дніпро : ДДУВС; Монолит, 2021. – 184 с.
4. Рижова І.С. Філософія дизайну: теоретико-методологічні засади : монографія / І.С. Рижова. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2006. – 540 с.

Розділ II. Естетика дизайну

2.1. Дизайн як естетична, художньо-проектна, гуманістична діяльність

Естетика та естетичне сприйняття. Естетична цінність в дизайні. Сучасний стан у сфері естетики дизайну. Діалектична концепція та орієнтири естетичного в сучасному суспільстві. Гуманізм та антигуманізм в естетиці.

Основною проблемою філософсько-естетичної думки у давнину, добу середньовіччя і, значною мірою, нового часу була проблема *прекрасного* – основного об'єкта вивчення естетики. Таким чином, для естетики «прекрасне» – це краса у найвищому, найповнішому її прояві. Поряд з «прекрасним» інші явища, споріднені за своєю суттю з прекрасним, також підлягають естетичному дослідженню. Зазвичай їх називають естетичними властивостями (категоріями), або естетичними цінностями. Йдеться про витончене, граціозне, піднесене, героїчне тощо. За підсумками цього дослідження формується одне з перших визначень естетики. *Естетика – наука, що вивчає все багатство естетичних цінностей, які людина знаходить в навколишньому світі, які вона створює у своїй практичній діяльності і відображає в мистецтві, що відображає світ, таким чином, естетика – це наука про естетичне освоєння людиною дійсності, про художню культуру суспільства.*

Естетичне освоєння дійсності – це система, що утворюється безпосереднім зв'язком двох компонентів: суб'єкта – що сприймає, переживає, оцінює; об'єкта – який сприймається, переживається, оцінюється. Естетичне освоєння дійсності відбувається у процесі естетичного сприйняття.

Естетичне сприйняття – замкнена власна система, в якій людина сприймає, переживає та оцінює явища природи, речі, дії інших людей, в ім'я самого цього безкорисливого переживання, естетичної насолоди.

Суть естетичних відносин полягає у здобутті духовно-матеріального досвіду людини, спрямованого на конкретно-чуттєве освоєння зовнішньої відносно до неї реальності та на все поле пов'язаних з нею суб'єктно-об'єктних відносин. Внаслідок цього суб'єкт (людина) отримує духовну насолоду (естетичне задоволення, досягає

катарсису, блаженного стану), яка не є метою естетичного досвіду, але завжди супроводжує його, що свідчить про те, що реально відбувся конкретний випадок цього досвіду: естетичне сприйняття чи акт творчості. Це сприйняття пробуджує естетичну свідомість.

Естетична свідомість включає явище внутрішнього реалізаційного (іманентного) імпульсу, під впливом якого людина прагне надати об'єкту недостатню красу, якщо об'єкт її не задовольняє. Прикладом можуть слугувати такі дії: садівник підстригає кущі і дерева, дівчина накладає макіяж на своє обличчя, архітектор використовує декоративну штукатурку поверх реальної цегляної кладки, дизайнер незвично фарбує традиційний предмет меблів тощо. В разі, коли об'єкт викликає в людини захоплення, що немовби паралізує її практичні дії, виникає бажання зберегти цей об'єкт, який визнається естетичною цінністю.

Естетична цінність – один з обов'язкових критеріїв якості твору мистецтва, суттєвий для його включення в контексти культури. Естетична цінність визначається ставленням суб'єкта (особистості, соціокультурної групи, нації, людства) до об'єктів (результату людської діяльності чи явища природи), об'єднаних загальними властивостями. Виникаючи у системі суб'єктно-об'єктних відносин, естетична цінність ґрунтується на властивостях як об'єкта, так і суб'єкта і приймається не всіма суб'єктами, але лише тими, яких поєднує спільність ціннісних настанов і вподобань. Наприклад, античне зодчество гуманісти європейського Ренесансу наділяли найвищим рівнем естетичної цінності, проте цю високу оцінку відкидали неоготичні романтики ХІХ ст. Дж. Рескін, Е.Е. Віоле-ле-Дюк.

Натомість готику лідери ренесансної культури оцінювали як варварську та потворну (А. Палладіо), тоді як романтики вважали її ідеальним втіленням естетичної цінності. Ціннісне ставлення визначається соціокультурними умовами буття суб'єкта, його потребами та ідеалами. *Естетичний ідеал* – уявне, не реальне, але пов'язане з реальним, властиве в певний історичний час одній людині, групі людей або соціуму загалом, бажане майбутнє життєвої дійсності або творчої діяльності людей. Естетичний ідеал – категорія соціальна. Вона має історичний характер.

Нині світ стоїть на порозі формування нового етапу розвитку естетичної свідомості та естетики як науки – постнекласичного, який

імпліцитно (у неявній формі) вже розпочався всередині нонкласики. Треба пояснити, що естетику початку нового тисячоліття, а загалом нової цивілізаційної ери – комп'ютерно/дигітально-мережевої – умовно позначають як постнекласичну. Нонкласика, чи некласична естетика, акцентує увагу на маргінальних для класичної естетики принципах гри, іронії, потворного, розуміючи їх як базові принципи інноваційної артсвідомості сьогодення. Власне, нічого принципово нового в цьому процесі немає, якщо згадати, наприклад, період розвитку модерністського мистецтва й дизайну у 20-х роках ХХ ст.

Діалектична концепція естетичного (рис. 5), що дає змогу глибоко осмислити неоднозначність сучасних соціальних та науково-технічних процесів, розкриває надвичайні можливості мистецтва та дизайну в соціальному та технічному проєктуванні, дає змогу глибше проаналізувати коріння соціального зла та роль явищ мистецтва й дизайну в тиражуванні та вкоріненні цього зла в індивідуальному менталітеті. Діалектична концепція естетичного розкриває драматизм сучасного контексту дизайн-діяльності. Головними *орієнтирами естетичного* в сучасному суспільстві та в дизайні стають *політика, мораль і технологія*. Явища естетичного дедалі більше проголошують себе у гармонізувальному плюралізмі, у фальшивій інтеграції з управлінням, сублімації репресивних соціальних умов, тиражуванні споживчого тероризму, що виходить з великого бізнесу.

Досягнення тріумфу через естетизацію – типовий прийом у сфері дизайну, коли почуття захоплення, задоволення відокремлюється від істинності потреб та раціональності – конструктивної і змістової. Соціальна естетична форма входить у конфлікт із кон'юнктурністю функцій та змісту, тому треба усвідомити сутність естетичного як свободу всередині дегуманізувальної реальності, яка протистоїть внутрішній, інтелектуальній свободі особистості.

Слід зазначити, що конфронтаційний діалог між *гуманізмом та антигуманізмом* є характерною рисою сучасної світової культури і одним з головних чинників, від яких залежить її розвиток. Наявність конфлікту сприяє комунікації між різними ідеологічними, філософськими, релігійними та світськими традиціями. Під час діалогу розгортається складний та багаторівневий процес розвитку, який позначається поняттям «культура».

Естетика в сучасному суспільстві
Постнекласична естетика
Нонкласична естетика

Спирається на фундамент
класичної естетики

Від класичного «стовбура»
відходять найновіші «гілки»
(за Ж. Делеза та Ф. Гваттарі)

Творчо переглядаються
основні положення
«класики»

Сприйняття традиційного поняття
краси немов би крізь
«бунтарську» призму

ДІАЛЕКТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ ЕСТЕТИЧНОГО

Гуманізм та антигуманізм в дизайні - конфронтаційний діалог

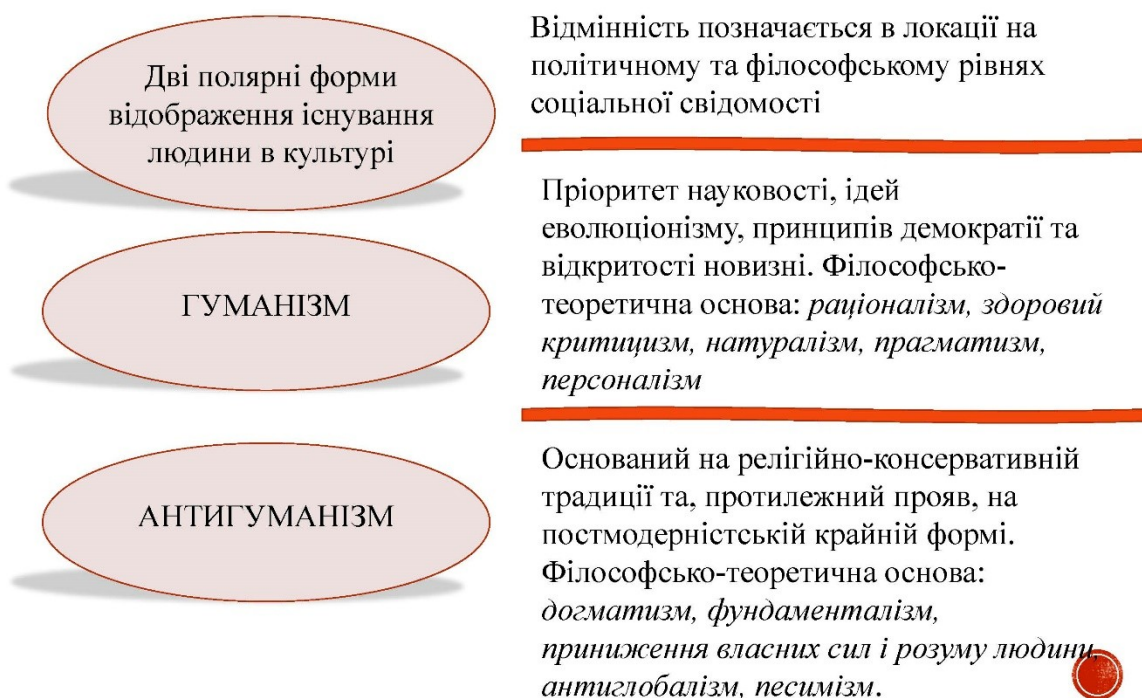


Рис. 5. Видатна роль і види естетики в сучасному суспільстві.
Концепції гуманізму та антигуманізму в дизайні

Гуманізм і антигуманізм – це дві полярні форми відображення проблеми існування людини у світі сучасної культури. Відмінність між цими полюсами позначається в їхній локації на політичному та філософсько-теоретичному рівнях суспільної свідомості. Так, сучасний *гуманізм* пов'язаний з наукою, пріоритетом розуму, ідеями

еволюціонізму, підтримує принципи демократизму та відкритості до новизни. Його філософсько-методологічною основою є раціоналізм, скептицизм, натуралізм, прагматизм, екзистенціалізм та персоналізм. *Антигуманізм*, що виник на основі релігійно-консервативної традиції, креаціонізму, догматизму та фундаменталізму, ґрунтується на недовірі до власних сил людини, її можливостей, розуму, моральної свободи та відповідальності. Подібні установки живлять психологію антиглобалізму, песимізму та апокаліпсису.

Проте представники гуманізму та антигуманізму демонструють певну *спорідненість*, коли схоже розуміють ризики свободи та новизни. Різниця полягає в тому, що гуманізм визнає ризики неминучими та пропонує діяти так, щоб мінімізувати можливі негативні наслідки свободи та новації, тоді як антигуманізм шукає рішення на шляхах мінімізації самого розвитку та свободи, що загрожує порушенням моральної та соціальної рівноваги або загальним хаосом. Як гуманісти, так і антигуманісти висловлюють стурбованість майбутнім людства і цим формують відповідно усвідомлену гуманність. Одночасно вони пропонують різні сценарії розвитку культури, фактично виносячи їх на мультикультурний рівень та на суд історії. Гуманісти та антигуманісти, виводячи на рівень суспільної свідомості тривоги, надії та турботи людей у світлі можливих варіантів історичного розвитку, активно впливають на формування світогляду, аксіологічних уподобань та уявлень про гідний спосіб життя, єдність яких утворює живе різноманіття світової культури.

Таким чином, дизайн як художньо-проектна діяльність зі створення прекрасного й корисного навколишнього середовища для людської життєдіяльності є важливою частиною культурно-естетичних відносин. Споглядання та використання гарних та функціонально зручних речей, перебування у різноманітному гуманному й гармонійному середовищі виховує естетичний смак та розвиває досвід суб'єктів естетичних відносин. З'явившись нещодавно як сфера дизайну, *віртуальна реальність* розширює можливості експерименту у художньому формоутворенні. Проте цілком очевидно, що в цифровий дизайн прийшло ціле покоління інтернет-фахівців, які демонструють власні неутилітарні твори тільки на основі віртуальної реальності, тим самим формуючи новий тип естетичного середовища і проголошуючи нові ідеї у світі дизайну.

2.2. Композиція як інструмент гармонізації структури і форми об'єктів дизайну

Систематизація видів дизайну відносно категорій «утилітарне» та «естетичне». Зміст і форма творів дизайну. Засоби зображення і виразності в дизайні. Художня мова в дизайні.

У типології дизайн-діяльності, крім уже розглянутих підстав систематизації, має значення також угруповання видів дизайну залежно від пріоритету в них або утилітарного, або естетичного початку, разом з гармонією їхнього поєднання, а також від орієнтації виду дизайну на той чи інший рівень життєдіяльності: предметний, що охоплює форми об'єктів, процесуальний (процеси та функції об'єктів) та діяльнісний (стратегії, програми, відносини).

Систематизацію основних видів дизайну, що виділяються на цих підставах, наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Систематизація видів дизайну відносно категорій «утилітарне» та «естетичне»

Рівень	Аспект		
	Пріоритет утилітарного початку	Гармонія утилітарного та естетичного	Пріоритет естетичного початку
Діяльність (стратегії, програми, відносини)			
Процесуальний (процеси та функції об'єктів)	Нон-дизайн	Системний дизайн	Арт-дизайн
Предметний (форми об'єктів)	Інженерний дизайн	Художнє конструювання	Стайлінг

Нон-дизайн (non-design, «недизайнерський» дизайн) – дослідження та програмування структур відносин між людьми, їхніх дій, розроблення стратегій, програм діяльності для тих чи інших підприємств, організацій, орієнтованих, наприклад, на завдання з реконструкції виробництва для освоєння нової продукції; вироблення концепцій нових сімейств промислових товарів; проведення тривалих рекламних кампаній,

ділових заходів; застосування нових методів та засобів у професійному навчанні; організації та проведення виставок товарів та послуг; підвищення ефективності торгових операцій завдяки методам дизайн-маркетингу тощо. *У нон-дизайні результатом проектування, вироблення програм, відносин, дій є тексти, які містять, наприклад, сценарії, норми, правила, програми, що відображають ті чи інші стратегії діяльності, які дають змогу найефективнішими методами досягти бажаних результатів. Це вербальна, текстова, словесно-логічна форма проектування.*

Системний дизайн – це цілісне сенсо- та структуроутворення предметних комплексів і систем, які складаються з виробів різних видів та типів і спільно обслуговують певний комплекс потреб людей у сфері виробництва, суспільного або індивідуально-сімейного побуту. Дизайнери, залучені до цього виду дизайн-діяльності, спільно з іншими фахівцями одночасно та взаємопов'язано розробляють предметно-структурні елементи та керівні системи. Грамотний системний дизайн виявляє елементи, з яких складається система, мету, взаємозв'язки та напрями розвитку.

На основі вирішення утилітарних завдань та у єдності з ними за допомогою методики системного дизайну формується художньо-проектний образ предметно-технічної системи. Таким чином у складних комплексних предметно-процесуальних об'єктах системного дизайну досягають *гармонії утилітарного та естетичного початків.*

Артдизайн – це вид дизайну з пріоритетом естетичного початку, спрямованого на отримання художнього враження від об'єкта спостереження, «проектування емоцій», мета якого зближується із завданнями декоративного чи образотворчого мистецтва. Найчастіше це виставковий, демонстраційний дизайн, що охоплює не тільки твори мистецтва, але й звичайні за візуальними ознаками речі, а точніше, образи речей-артефактів – посуду, одягу, капелюхів, взуття, меблів, світильників тощо. Зазвичай артоб'єкти не призначені для практичного використання, їхні утилітарні функції завуальовані, усунені або взагалі «зняті» авторами унікальних композицій. Артдизайн свідомо відходить від критеріїв, що визначають сутність промислового дизайну, поповнюючи собою низку нових різновидів декоративного виставкового мистецтва, провокуючи виникнення авангардних стильових напрямів у сфері пластичних чи просторових мистецтв.

Інженерний дизайн охоплює раціональне структуроутворення об'єкта як носія та виразника ідей взаємодії фізичних сил, спрямованих на виконання певної роботи, і виявляється у тектоніці структури та форми об'єкта дизайну. Естетична виразність таких технічних конструкцій, як фюзеляж літака, корпус судна, ферми мосту, крану, опори ліній електропередачі зумовлена математичними розрахунками. У цих об'єктах «форма» дійсно «слідuje за функцією» та втілюється у точно розрахованій конструкції, за словами Луїса Саллівена. Прикладом можуть слугувати дизайн мостових конструкцій С. Калатрави.

Підкреслюючи в об'ємно-просторовій структурі та тектоніці об'єкта його утилітарно-технічну цінність, функціональність та конструктивність, дизайнер прагне *виявити красу доцільності технічно зумовленої форми речі*. Проте «техноформа» не перетворюється на естетично виразну «антропоформу» лише внаслідок раціональності її структури й винахідливого інженерного рішення.

Художнє конструювання – це класичне поняття дизайну окремих виробів або їхніх наборів, комплектів, колекцій, ансамблів, розрахованих на мало-, середньо- та великосерійне промислове виробництво. При цьому дизайнер (художник-конструктор) взаємопов'язано розробляє усі притаманні конкретному об'єкту утилітарні та естетичні аспекти, що визначають його структуру, форму та сенсоутворення, з метою досягнення *гармонії* утилітарного й естетичного початку у цілісній формі об'єкта дизайнерської творчості.

Безумовно, вагомість *утилітарного та естетичного аспектів сутності об'єкта дизайн-проекткування* різна у різних групах, видах та типах виробів, що *відображається у характері їхнього композиційно-стильового вирішення*, особливостях об'ємно-просторової структури, тектоніки та колориту, виборі засобів та прийомів досягнення їхньої виразності, переважання технічного чи декоративного початку в художньому образі. Проте будь-який вид дизайну орієнтується на *синтез*, гармонію естетичного й утилітарного, як на обов'язкову умову досягнення цілісності форми та сутності, гармонійної організованості всіх елементів структури та форми об'єкта дизайну.

Стайлінг (styling) – особливий тип *формально-естетичної модернізації об'єкта* розроблення, коли зміни зазнає тільки зовнішній вигляд виробу за незначної зміни (або без неї) функціонально-експлуатаційних характеристик та технологій виготовлення. Стайлінг

надає виробу формальної новизни, зовнішньої відмінності від прототипів і аналогів, сприяючи моральному старінню тих виробів, які нова модель має замінити на ринках споживання. Стайлінг не сприяє раціональному споживанню, називається також *комерційним* дизайном.

Отже, *основним методом дизайну* є художньо-образне моделювання об'єкта дизайн-проектування за допомогою *композиційного формоутворення* (рис. 6). Сам об'єкт проектування як складовий елемент предметно-середовищної системи може розглядатися як *особлива система взаємозв'язку форми та змісту* створюваного об'єкта і гармонізується у процесі композиційного формоутворення.

У процесі формоутворення об'єктів дизайну різних типів вирішуються завдання з розроблення функціонально-конструктивної, технологічної та просторово-пластичної й колористичної складової їхньої структури і форми як взаємопов'язаних компонентів *єдиного цілого*, вагомого утилітарно й естетично.

Композиційне формоутворення – це процес просторово-пластично-колористичної організації елементів структури та форми об'єкта, методи й засоби якого спрямовані на вирішення завдання з надання індивідуальності об'єктам масового промислового виробництва, а також виявлення культурного сенсу проектованої речі (ансамблю) для людини у певному середовищі та сфері життєдіяльності.

Формотворчі фактори (чинники) – явища, які визначають процес цілеспрямованого творення цілісної, доцільної, естетично досконалої форми виробу, в якій образно відображаються всі складові його внутрішньої природи. Згадані чинники сприяють гармонізації форми за допомогою засобів та прийомів композиції на основі її принципів та закономірностей, без яких формоутворення може бути лише функціонально, експлуатаційно, конструктивно, технологічно та економічно доцільним.

Гармонізація структури та форми дизайн-об'єкта засобами та прийомами композиції означає відображення та втілення у них як соціально-культурного, так і утилітарно-технічного аспектів його сутності. Цього досягають завдяки інтегруванню конструкції та композиції, шляхом злиття утилітарного й естетичного (користі і краси) у цілісній формі твору дизайну. Така інтеграція – результат кількості етапного творчого процесу створення та сприйняття гармонійної форми виробу, що образно відображає єдність утилітарно-технічної та соціально-культурної сторін його сутності.

Системний дизайн – цілісне утворення предметних комплексів і систем (обслуговують певний комплекс потреб життєдіяльності людини)



Формування художнього образу предметно-технічної системи

ОСНОВНИЙ МЕТОД ДИЗАЙНУ

ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОБ'ЄКТА ЗА ДОПОМОГОЮ КОМПОЗИЦІЙНОГО ФОРМОУТВОРЕННЯ

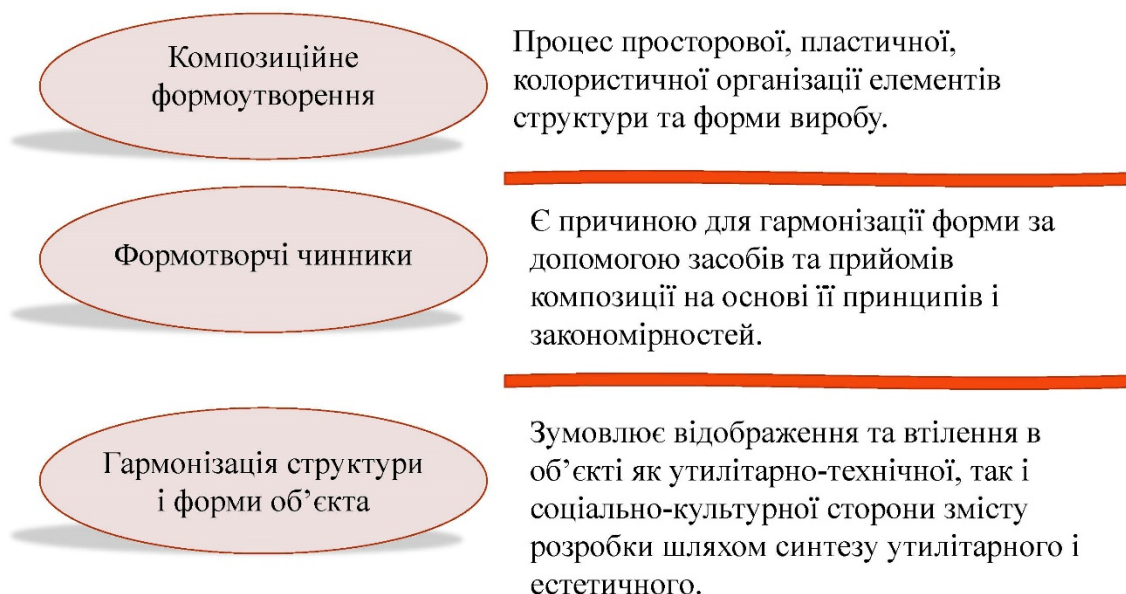


Рис. 6. Умови і чинники досягнення гармонії утилітарного й естетичного у складних комплексних предметно-процесуальних об'єктах та системах дизайну

Композиція – це засіб, процес і результат гармонізації структури та форми розроблюваного дизайнером об'єкта – виробу, набору виробів, комплексу, ансамблю, предметного середовища.

Метою композиції є досягнення цілісності (гармонійної організованості) форми, її виразності, а загалом образного відображення в естетично значущих ознаках форми утилітарно-технічного та соціально-культурного змісту об'єкта дизайну. Результатом композиційної діяльності є естетична досконалість (гармонія) об'єкта розроблення – єдність змістовності, виразності та образності форми з її композиційною цілісністю. Інтегральними змістово-естетичними категоріями композиції, що виражають її основні закономірності, є об'ємно-просторова структура, тектоніка та колорит.

Об'ємно-просторова структура – відображення у просторовій формі закономірностей будови об'єкта дизайну, зв'язок його елементів відповідно до конструктивно-компонувальної схеми, зумовленої його робочою функцією, характером використання у заданих умовах та принципом технічного рішення.

Тектоніка – відображення у формі закономірностей роботи конструкції та матеріалів, використовуваних для створення об'єкта дизайну, а саме: досягнення міцності, стійкості, рівноваги та перерозподілу зусиль, що виникають унаслідок сили тяжіння; опору стисненню, розтягуванню, крученню, вигину, удару, зусиллям зрізу тощо. Важливими є не тільки особливості конструкції та матеріалів, що відображають та втілюють закономірності теоретичної механіки та опору матеріалів, а виявлення та підкреслення засобами та прийомами композиції цих особливостей конкретної конструкції, що створює зорове враження тектонічності форми.

Колорит – закономірне поєднання кольорів у композиції об'єкта дизайну на основі принципів гармонії колірних відношень та вибору схеми поєднання кольорів відповідно до утилітарно-технічного та соціально-культурного аспектів змісту об'єкта, а також контексту його функціонування і сприйняття.

Основними принципами композиції будь-яких об'єктів дизайну, образ і форма яких покликані сприяти досягненню їхньої композиційної цілісності, є такі: єдність цілого та частин; супідрядність елементів форми; врівноваженість елементів; пропорційність елементів форми.

Дотримання цих принципів з метою досягнути враження організованої форми, зорової цілісності об'єкта дизайну є обов'язковим для всіх видів композиційної організації, а саме: просторової, об'ємно-пластичної, живописно-площинної, лінійно-графічної в єдиному взаємозв'язку.

Гармонізації форми об'єкта дизайну досягають шляхом перетворення вихідних геометричних та фізичних властивостей форми (простору, об'єму, конфігурації, величини, зорового сприйняття мас, виду поверхонь, ліній, точок, кольору, фактури та текстури) відповідно до основних принципів композиції та її закономірностей завдяки професійному вибору й вмілому використанню засобів композиції.

Внаслідок процесу композиції досягають таких властивостей форми об'єкта, як *пропорційність, ритмічність, масштабність, симетричність (асиметричність), динамічність (статичність), контрастність (нюансність)*.

На різних етапах цього процесу для послідовного вирішення композиційних завдань різні засоби можуть мати різну вагомість та відношення один до одного. У процесі композиції цілісності і змістовності форми досягають на кожному етапі роботи майже синхронно, при цьому вони розділені автором на взаємопов'язані складові.

Композиційна цілісність твору дизайну має створювати у глядача певне естетичне враження від красивої, гармонійно організованої форми. Естетична досконалість об'єкта дизайну проявляється у гармонійності об'ємно-просторової організації, тектонічної форми, пластичної композиції, кольоро-фактурної та графічної композиції.

Отже, можна стверджувати, що гармонія форми та змісту розроблюваного об'єкта дизайну – це досконале вираження у формі його утилітарно-технічної і соціально-культурної сутності. Перша складова відображає красу доцільності форми, друга – красу її образності.

2.3. Художній образ в дизайн-об'єктах

Естетична і художня цінність дизайн-об'єктів. Стиль у творах дизайну, мистецтва, архітектури. Дизайн як художньо-технічна творчість.

Аналіз змісту поняття «композиційне формоутворення в дизайні» розкриває сутність художньо-конструкторського формоутворення, а також роль композиції як інструмента гармонізації структури та форми об'єктів дизайну. Тему логічно завершити виявленням змісту поняття *«художній образ об'єктів дизайну»*, оскільки воно *характеризує одну з головних цілей композиції*. Це поняття пов'язане із розглядом основного методу дизайну, проектного образу, естетичної цінності, функцій дизайну (комунікативної та художньої), завдань дизайну, зумовлених перетворювальною, художньою та виховною функціями, нарешті, з виявленням різних аспектів краси, що характеризують естетичну досконалість як результат гармонізації дизайн-об'єкта засобами композиції.

Широке використання цього поняття зумовлене самою ідеєю художнього образу у творі дизайну, що пронизує творчий метод, процес і результат проектування, орієнтований на естетичне сприйняття дизайн-продукту. Складне інтегративне поняття *художнього образу* взаємопов'язане з поняттями «художня цінність», «культурний сенс», «знакова функція», «стиль у дизайні» тощо.

У дизайні тісно взаємопов'язані прекрасне та корисне, естетичне та художнє, конкретно-матеріальне та знаково-подібне, а естетичні цінності у творчості дизайнера є нероздільними із загальнокультурною та соціальною проблематикою.

Естетична та художня цінності *близькі одна до одної*, взаємопов'язані, але не тотожні, розрізняються за сферами застосування і за змістом. Естетичну цінність можуть мати різні речі та споруди, створювані людьми за соціально-культурно зумовленої потреби в людському спілкуванні, а також навколишня природа, її явища, сама людина, її різноманітна діяльність, спосіб і стиль життя.

Сфера художніх цінностей обмежується творами мистецтва, різних видів та жанрів художньої творчості. Умовою виникнення художньої цінності є створення, функціонування і буття творів мистецтв – просторових, тимчасових та просторово-часових. *Художня цінність* творів мистецтва визначається, з одного боку, здатністю художника досягти глибини та яскравості образного авторського відображення реальності у своєму творі, а з другого – можливістю комунікувати з тими, на кого орієнтовані його твори з метою духовного впливу на почуття та думки людей, тепер та в майбутньому.

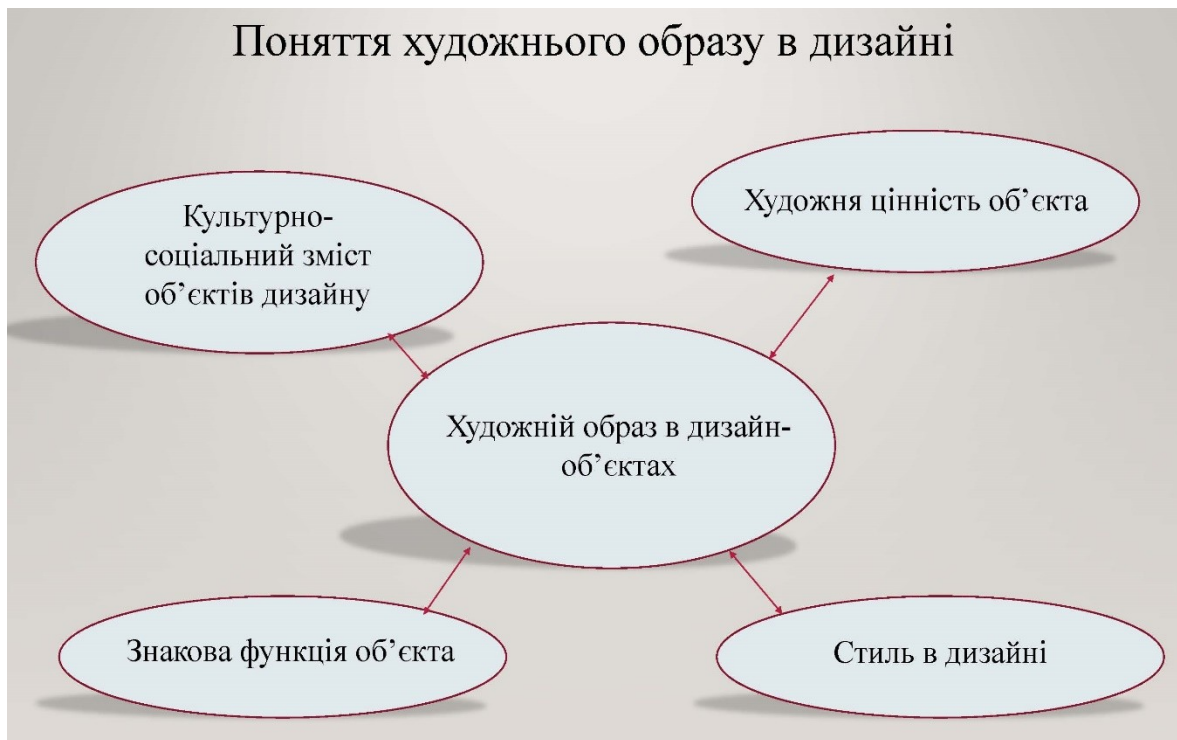
Між красою й образною виразністю творів дизайну не може бути різкої межі: художня інформативність та цінність обов'язково містять естетичне як обов'язковий компонент. Проте власне переходи від краси та витонченості до образної виразності поступові, плавні, «спектральні». Діяльність дизайнера може обмежуватися наданням утилітарному об'єкту лише естетичної цінності, а може підніматися до вирішення складнішого завдання – формування художньої образності і, отже, художньої цінності.

Менша можливість зосередженого естетичного сприйняття та духовного осмислення об'єктів у процесі їхнього використання викликає меншу потребу у наданні їм художньої цінності та художньо-образного значення. За стислості, епізодичності цілеспрямованого естетичного сприйняття об'єкта достатньо його формально-естетичної гармонізації, що реалізується на основі принципів композиції, дотримання яких сприяє досягненню краси гармонійно організованої структури та форми.

Більш значущий об'єкт дизайнерської творчості для його бачення і духовного осмислення потребує глибших зусиль в організації духовної атмосфери, відповідної життєвої ситуації та середовища, цього досягають, надаючи об'єкту художньо-образного значення, завдяки глибині і силі якого твір дизайну стає носієм художньої цінності.

Художньо-образне проектування (рис. 7), орієнтоване на відображення саме культурного змісту об'єкта в проектному образі, є одним з найважливіших аспектів розв'язання проектного завдання з метою досягнення гармонії форми та двоєдиної сутності речі. Різні види мистецтв мають свою мову та передають художню інформацію за допомогою своєї системи знаків. Притаманні творам різних видів мистецтв характерні їм знакові системи забезпечують можливість комунікації, спілкування суб'єктів у процесі роботи над об'єктами художньої творчості, зокрема дизайну.

Специфікою дизайну, на відміну від творів образотворчих мистецтв, а також літератури, театру, кіно, що зображають навколишній світ з позицій творчих поглядів їхніх авторів, є не зображення, а *вираження суті проєктованої речі чи простору*, її призначення, культурного сенсу для певних груп споживачів відповідно до їхніх ціннісних ідеалів, запитів, переваг.



Художня цінність – здатність художника яскраво і глибоко відображувати особисте ставлення до реальності; здатність духовно впливати на почуття і думки споживачів його творів.

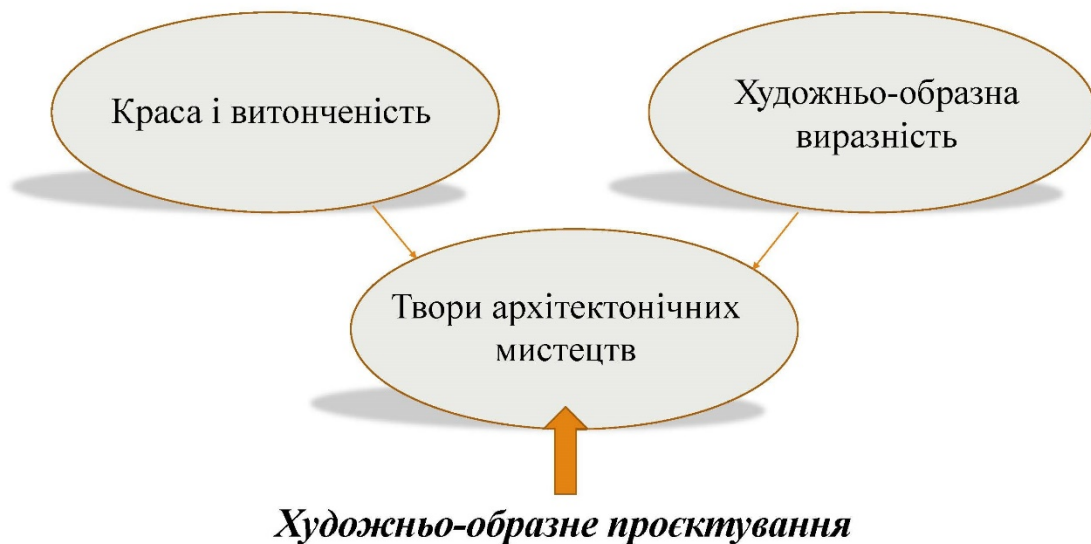


Рис. 7. Художній образ та художня цінність в дизайні

Композиційне формоутворення (рис. 8), орієнтоване на досягнення *естетичної досконалості* проєктованого об'єкта, що ґрунтується на художній виразності гармонійно організованої форми, зумовлює формування *стильової характерності* твору дизайну. Стиль твору проявляється у закономірній єдності, визначеності та узгодженості

характеру елементів форми і демонструє або подібність її вигляду зі схожими речами, аналогами, прототипами, або відмінність від них, як і від творів іншого роду, стилеутворення яких ґрунтується на інших художніх закономірностях.

Композиційне формоутворення

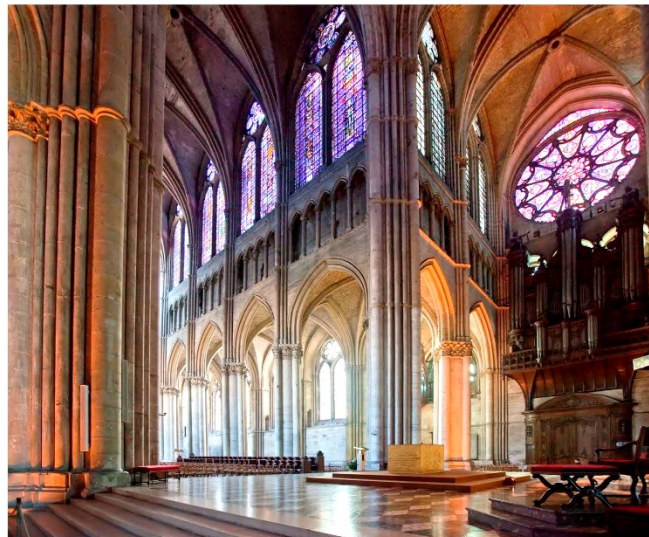


Стиль в дизайні

Історичний аспект формування і вдосконалення художньої образності в дизайні



- Bazilika Nanebevzetí Panny Marie, 12 ст.;
- Реймський собор, Франція, 1211-1275.



Різноманітні ступені пластичності й живописності предметно-просторового середовища архітектурних будівель



Рис. 8. Метод композиційного формоутворення та стиль в дизайні

Стиль у дизайні – закономірна єдність всіх елементів форми твору (виробу, комплексу, системи, ансамблю, середовища), що втілюється у певній системі стійких характерних ознак, які забезпечуються спільністю застосовуваних композиційних прийомів і формують художній образ твору дизайну. Художній образ реалізується у стилі твору дизайну, втілюється у стильових ознаках його форми, відбиває, з одного боку, особливості його утилітарно-технічної, з другого – соціально-культурної складової його сутності.

Стисло розглянемо деякі аспекти історичного розвитку стилів на прикладі інтер'єрів будівель. У традиційному мистецтвознавстві, що вивчало історію мистецтв як історію еволюції стилів, зодчество розглядалося як ланка у ряді образотворчих мистецтв. Такий підхід був характерний для багатьох істориків мистецтв від І. Вінкельмана до Е. Кон-Вінер і Г. Вельфліна. Доіндустріальна архітектура та інтер'єр відображали у суспільно значущих будівлях і ансамблях (світських та церковних) духовні цінності свого часу, естетичні ідеали, світорозуміння і світовідчуття, залежно від періодів еволюції стилів у мистецтві, вирізнялися більшою чи меншою мірою пластичності й живописності.

Високим ступенем живописності та скульптурної пластичності характеризувалися, як відомо, будівлі багатьох минулих епох: готична й ренесансна архітектура, що вирізнялася національною своєрідністю в Італії та Франції, Англії та Німеччині; архітектура пишного бароко і вигадливо-витонченого рококо, що також має відмінності в різних країнах Європи; архітектура періодів ампіру, історизму та модерну кінця XIX – початку XX ст.

Досягненню естетичної виразності та художньої образності доіндустріальної архітектури сприяло не тільки її свідоме прикрашання монументальною скульптурою, живописом, орнаментами, але також композиційне виявлення та стильове обігрування різних структурних компонентів будівель: колон і пілястрів з капітелями, карнизом, фризом та архітравом; склепінь, арок та аркад; порталів, обрамлень віконних отворів; сходів, балюстрад; фронтонів, веж та шпилів. *Особливості стильового вирішення творів зодчества у різні періоди еволюції матеріально-художньої культури знаходили своє відображення у творах прикладного мистецтва, насамперед у меблях.* Багатьом творам індустріальної архітектури XX – початку XXI ст. також притаманна

своєрідна декоративність, але досягається вона вже іншими прийомами та засобами.

У мистецтвознавстві та естетиці XVIII та XIX ст. сформувався і закріпився розподіл мистецтв на «чисті» та «прикладні», «вищі» та «нижчі». Нелогічність, невинуватість розподілу мистецтв на «високі» та «низькі», необґрунтованість віднесення архітектури до образотворчих мистецтв відзначали у своїх роботах І. Гердер, Г. Земпер, Д. Рескін, В. Морріс та інші представники естетичної думки та художньої культури. Г. Земпер у своїй роботі «Стиль у технічних і тектонічних мистецтвах, або практична естетика» (1860 – 1863 pp.), досліджуючи саме прикладні, а не образотворчі мистецтва, відкидав зневажливе ставлення до прикладних («технічних») мистецтв, наголошуючи на їхній спорідненості з архітектурною творчістю. На подібні ідеї спирався «Рух мистецтв і ремесел», ініційований теоретичною та практичною діяльністю Д. Рескіна та В. Морріса в Англії другої половини XIX ст.

Прикладне мистецтво XIX ст. все ж відносили до світу мистецтв, вважаючи його не надто художньо значущим у порівнянні з образотворчим мистецтвом й архітектурою. Вироби дизайну, створювані серійно-машинною індустрією, тривалий час не вважали за мистецтво. *Дизайн* не визнавали мистецтвом, оскільки в *об'єктах не вбачали відповідності критеріям художності*, які властиві творам прикладного, декоративного та образотворчих видів мистецтва. Виникла потреба в іншому підході до вибору критерію, заснованого на виявленні сутності дизайну як творчої професії та визначенні його місця в системі просторових мистецтв (табл. 2).

Вперше це було реалізоване у монографії М. С. Кагана «Морфологія мистецтва. Історико-теоретичне дослідження внутрішньої будови світу мистецтв» (СРСР, 1972). Автор виділяє у класі просторових мистецтв сімейства образотворчих й архітектонічних мистецтв, що дає змогу не розглядати архітектуру, як це було раніше, у групі образотворчих мистецтв, проте дизайну, разом із прикладним мистецтвом, посісти належне місце у типології мистецтв. Промисловий дизайн органічно пов'язаний як з художньою, так і технічною творчістю з причини орієнтованості на машинне виробництво, на відміну від прикладного мистецтва. По суті це є художньо-технічним проектуванням, наприклад, у середовищному дизайні (інтер'єр), коли для вирішення простору пропонують умеблювання й обладнання масового виробництва.

Систематизація основних груп об'єктів предметної художньої творчості за ознаками, властивими різним видам архітектонічних мистецтв

Види архітектонічних мистецтв	Основні групи об'єктів предметно-художньої творчості
1. Архітектура	Просторові, утилітарно й естетично значущі великомасштабні об'єкти: поселення (міста, селища, села); будівлі житлового, громадського, виробничого призначення; різні споруди, їхні комплекси; архітектурні ансамблі; великі середовищні системи, інтегральні форми середовища
2. Середовищний дизайн	Предметно-просторові, різномасштабні, утилітарно та естетично значущі об'єкти архітектурно-дизайнерського проектування: об'єкти дизайну міського середовища, транспортного середовища; експозицій, шоу, масових свят, спортивних змагань; ландшафтного середовища; інтер'єрів приміщень у будинках різного призначення
3. Дизайн промислових виробів	Об'ємні та площинні, утилітарно та естетично значущі промислові вироби різних видів побутового, громадського та виробничого призначення, різномасштабні, різного ступеня технічної складності та різної серійності випуску: їхні комплекти, комплекси та системи
4. Дизайн речей (простих виробів)	Об'ємні та площинні, різною мірою утилітарно та естетично значущі, технічно прості вироби побутового призначення різних видів, розраховані або на промислове, або на ремісниче виготовлення
5. Прикладне мистецтво	
6. Декоративно-ужиткове професійне і народне мистецтво	Об'ємні та площинні, переважно естетично значущі, технічно прості вироби побутового та громадського призначення, розраховані на ремісниче, авторське виготовлення
7. Арт-дизайн	

Художня творчість у світі монофункціональних мистецтв орієнтована на духовно-ціннісне відображення всього світу, що оточує людину, та самої людини. *Художньо-технічна творчість*, що належить до сфери *біфункціональних* мистецтв, орієнтована на задоволення й утилітарних, й естетичних потреб людей за допомогою створення речей та просторів різного роду й призначення, в яких зливаються користь та краса.

Отже, сучасний дизайн предметно-просторового середовища слід розглядати не тільки у світі мистецтв, а й у системі, що поєднує художню творчість зі світом техніки. Інженерно-технічна творчість, що вирішує матеріально-функціональні, практично значущі завдання у світі техніки, є предметною творчістю, фактично відстороненою від розв'язання художніх завдань, проте *художньо-технічна творчість* спрямована на синтез краси і користі в об'єктах розроблення, отже, є *предметною художньою творчістю*.

Запитання для самоконтролю

1. Розкрийте поняття естетики як науки та естетики в дизайні.
2. Розкрийте поняття естетичного сприйняття; естетичної свідомості; естетичної цінності в дизайні та в інших видах мистецтва.
3. У чому полягає діалектична концепція естетичного в сучасній дизайн-діяльності?
4. Опишіть проблему гуманізму та антигуманізму в сучасній культурі.
5. Опишіть види дизайну відносно категорій «утилітарне» та «естетичне».
6. Розкрийте поняття терміну «художнє конструювання».
7. Дайте визначення і розкрийте зміст основного методу дизайну.
8. Розкрийте поняття композиційного формоутворення в дизайні.
9. Визначте і розкрийте зміст терміна «композиція» в дизайні.
10. Назвіть і розкрийте зміст основних категорій композиції в дизайні.
11. Визначте й опишіть основні принципи композиції в дизайн-об'єктах.
12. Назвіть властивості гармонійної композиції дизайн-об'єкта.
13. Опишіть схожість та різницю між поняттями про естетичну та художню цінності.
14. Розкрийте поняття художнього образу дизайнерського об'єкта.
15. Розкрийте поняття стилю в дизайні.
16. Визначте й опишіть місце дизайну в загальній системі просторових мистецтв.
17. Опишіть систематизацію основних груп об'єктів предметно-просторової художньої творчості.

Теми індивідуальних робіт

1. Дизайн як естетична діяльність.
2. Вплив оцінювання споживачем естетичних властивостей продукту дизайну на процес проектування на прикладі проекту середовищного об'єкта.
3. Сучасні уявлення про красу: чинники формування, напрями розвитку.
4. Співвідношення виразності та корисності у творах дизайну. Особливості естетичного формоутворення творів дизайну.
5. Формування художнього образу в об'єктах середовищного та предметного дизайну. Спорідненість видів мистецтв.

Література

1. De Fusco, Renato. L'Artidesign, Firenze, Altralea. Edizioni, 2018, pp. 144
2. Безродний П. П. Архітектурний енциклопедичний словник / П.П. Безродний; за наук. ред. професора О.С. Слепцова. – Київ : Видавничий дім А+С, 2024. – 328 с.
3. Естетика : підручник / за заг. ред. Л. Т. Левчук. – 3-тє вид., допов. і переробл. – Київ : Центр учбової літ-ри, 2010. – 520 с.
4. Мурашкін М.Г. Естетика і символіка: монографія / М.Г. Мурашкін. – Дніпро : ДДУВС; Монолит, 2020. – 240 с.
5. Синтез мистецтв : навч. посіб. / В.Г. Чернявський, І.О. Кузнецова, Т.В. Кара-Васильєва, З.А. Чегусова. Безродний П. П. – Київ : НАУ, 2012. – 320 с.

Розділ III. Теоретичні та проєктні концепції дизайну: погляди, підходи, їхній критичний огляд

3.1. Історія розвитку дизайнерського мислення, етапи його становлення, підходи і методи

Проблема співвідношення «краса – користь» у стародавньому світі та середньовіччі. Технічний прогрес і протодизайн Нового часу. Розвиток ремесл і теорія мистецтвознавства Г. Земпера і Д. Рескіна, архітектура і мистецтво В. Морріса, ХІХ ст. Американський ранній функціоналізм Л. Саллівена, зародження органічного дизайну і архітектури Ф.Л. Райта. Ідея об'єднання мистецтва і ремесл у Німеччині на початку ХХ ст.

Ще за часів Сократа виникла проблема співвіднесення краси та користі. Одні вважали, що краса не має жодного відношення до користі, інші трактували її як найвищий вияв доцільності. У Римській імперії теорії машин набули значного розвитку. У «Десяти книгах про архітектуру» Марка Вітрувія (І ст. до н.е.) остання книга присвячена спеціально машинам, де наведено перше поняття про машини. У ХІІ-ХІІІ ст. розпочався принципово новий етап винахідництва, коли відбувалися спроби міняти одні частини машин на інші для виконання різних видів робіт, з'явилися нові функції. Класичним прикладом є еволюція млинів, коли стало можливим валяти сукно, виготовляти папір, обробляти метал, пиляти дерево. Створено малюнки фантастичних механізмів, зокрема перпетуум-мобіле, що супроводжуються короткими коментарями. В епоху Відродження набувають поширення численні альбоми, укладені, як правило, техніками-практиками, під назвою «Театри машин», що містили винаходи відомих авторів машин та їхні власні ідеї. В рукописах Леонардо да Вінчі було безліч проєктів екскаваторів, верстатів, насосів, пресів, машин з різними видами передач, за допомогою яких вивільнялася людська енергія і спрямовувалася на інші види діяльності, затверджувалися також нові види виробничої типології.

Одним з найскладніших і досі не дослідженим питанням є співвідношення середньовічного ремесла у його традиційному розумінні як ручної праці на певного замовника і дизайну. У деяких джерелах з історії дизайну їх подано як протилежні полюси предметної творчості. Проте ремесла минулого мали свої збірники правил, зразків, власні інваріанти форм та їхніх змін у межах функціональної та стильової єдності. Відтоді збереглося не тільки безліч матеріальних об'єктів, речей, що укладаються у певні типологічні ланки за характером співвідношення в них функції, конструкції та форми, а й тексти – статuti цехів, методики роботи, правила оцінювання якості, загальногуманітарні рефлексії на призначення, стиль, характер предметного оточення.

Технічний прогрес дедалі більше входив у життя споживачів і все помітніше починав впливати на їхнє світосприйняття. У працях багатьох винахідників, інженерів, філософів XVIII-XIX ст. з'являються і займають помітне місце міркування, близькі до теорій дизайну XX ст. Деякі дослідники, наприклад, Ренато де Фуско у своїй «Історії дизайну» (1985, 1997), аналізують прояв ідей протодизайну в той період, коли в Європі було винайдене і набуло поширення механічне друкарство. Винайдення друкарського верстата Гутенберга належить до середини XV ст., але дизайнерські принципи проявляються пізніше, як, наприклад, у діяльності Альда Мануція в Італії (XVI ст.) та цілої династії Ельзевірів у Голландії (XVII ст.). Інші історики дизайну з більшою впевненістю визначають пізніший початок розвитку ідей протодизайну, близько середини XVIII ст., коли у низці різноманітних галузей виробництва стався незворотній і широкомасштабний промисловий переворот. Саме з цього періоду і починається тритомна «Історія індустріального дизайну» (1989), підготовлена з ініціативи керівництва міланських промислових ярмарків «Фієра Мілана» великим колективом італійських авторів на чолі з Енріко Кастельнуово.

Розвиток капіталізму в XIX ст. мав стрибкоподібний характер, і вже у 1825 р. почалася перша серйозна економічна криза. Значний імпульс для обговорення естетичних проблем техніки та взагалі матеріальної культури дали великі промислові виставки XIX ст. Вони ведуть свій початок від першої виставки французьких промислових товарів у Парижі (1798).

Найбільш серйозну спробу розібратися в тому, що відбувалося в ті роки, зробив німецький теоретик та історик мистецтва, архітектор

Готфрід Земпер (1803-1879). Земпер показав, що наука, технічний прогрес надають у розпорядження художньої практики такі матеріали та способи їхньої обробки, які ще не освоєні естетично. Земпер почав спеціально досліджувати, якими мають бути проміжні ланки між технічними відкриттями та їхнім повноцінним естетичним відображенням. Особливу увагу Земпер звертав на призначення творів художньої творчості, на їхній релігійний й символічний зміст. Крім того, Земпер стверджував, що стилі не існують самостійно, вони накладаються на всю художню спадщину минулого, зокрема на соціально-естетичний контекст в житті поколінь за різних часів.

Поняття про стиль після Земпера, наприкінці XIX ст., різко змінюється. Найбільш чітко воно було зафіксоване *Паулем Кронталем*. Згідно з його визначенням у «Лексиконі технічних мистецтв» (1899) стиль у мистецтвах – це відповідність форми декору, зважаючи на матеріал, техніку його обробки та призначення предмета. Завданням мистецтвознавства та естетики, на думку *Якоба фон Фальке*, директора Віденського музею прикладних мистецтв та промисловості, є з'ясування всіх видів взаємодії між технікою, орнаментами та несучою формою. Ця проблема і стала предметом нового, підкреслено наукового розгляду структури художніх форм.

Джон Рескін (1819-1900) належав до покоління пізніх англійських романтиків. Його перший твір опубліковано у 1830-х роках, у якому автор демонструє досить поширене на той час романтичне трактування людини і навколишнього світу. Закінчив він свою творчість через 60 років, опублікувавши автобіографічну книгу «Минуле» (1889), у якій розбирав, як розвивалися його ідеї стосовно зіткнення людини з буденністю, як у мистецтві відображається спосіб життя людей і який вплив мають художники на естетичне сприйняття суспільства. Важливою роботою Рескіна є «Лекції про мистецтво» (Lectures on Art, Delivered Before the University of Oxford in Hilary Term, 1870' by John Ruskin).

Вільям Морріс (1834-1896) багато в чому виступив як послідовник Рескіна, сприйнявши його ідеї виховання художнього смаку у народу, трактування творчої праці як основи моральності та викриття «сусідства розкоші та злиднів». В естетичній теорії Морріса чітко виражено ремісничо-трудоий принцип пояснення природи мистецтва. Звідси випливало його завдання як художнього критика: переоцінити

становище декоративно-ужиткових мистецтв і ремесел у загальній системі мистецтва. Для В. Морріса важливим було все предметне оточення, без поділу його на естетично цінне та повсякденне, рядове. Він спеціально звертав увагу на речі, створювані звичайними робітниками у процесі повсякденної праці. Це було незвично для його сучасників, зокрема й художників-прерафаелітів, які все більше замикалися в абстрактному символізмі та декоративізмі. Поступово почав формуватися новий ідеал мистецтва архітектури та інтер'єру. Замість замкнених і глухих інтер'єрів, оздоблених різьбленими дубовими панелями та червоним деревом, заставлених меблями та мало освітлених, Морріс запропонував інший тип будинку – з «повітряними» інтер'єрами й затишними куточками, зі світлими та чіткими квітковими орнаментами шпалер, новими світильниками та меблями. Розроблення середовища власного будинку «Ред хауз» стало експериментальним проєктом інтер'єрів майбутнього, що відомий під назвою «Зелена вітальня» (1866).

Ранній американський функціоналізм часто привертає увагу істориків дизайну: у ньому вбачають універсальну модель розвитку «дизайну для всіх». Це був початковий період американського дизайну без власного теоретичного обґрунтування, коли здавалося, що винаходи виникають самі собою і незабаром їхній потік має вичерпатися. Тим часом художник *Гораціо Гріна* (1805-1852) писав естетичні есе, головним мотивом яких було визначення форми речі залежно від її функції. За життя Гріна був відомий як скульптор класичного спрямування, проте вважають, що він заклав основи американської етики дизайну, стверджуючи, що краса є обіцяркою функції, дія – здійсненням функції, а характер – зображеною функцією.

Найбільш відомим серед ранніх американських функціоналістів стає архітектор та публіцист *Луїс Саллівен* (1846-1924), що жив і працював у Чикаго. Він одним з перших почав проєктувати будівлі з металевими каркасами у вигляді фанерованих кубів, перетворивши їх повністю на будівлі машинної епохи. З традиційних архітектурно-оздоблювальних прийомів у нього трапляються лише орнаменти на нижніх та верхніх поверхах, а композиційна гармонія досягалася за допомогою вивірених пропорцій основних об'ємів, ритму вікон, досконалості обробки деталей. Л. Саллівен прагнув знайти споріднених за ідеями колег у середовищі архітекторів, виступав на зборах

архітектурних товариств, друкував статті, більше схожі на звернення, видавав брошури та досить об'ємні книжки, остання з яких називалася «Автобіографія Ідеї». Автор закликає забути минуле і працювати, виходячи з глибинного інстинкту митця та природного почуття прекрасного, коли виникає справжня творчість, яка вийшла з народу, створена народом і для народу, а *критерієм істини у творчості є співвідношення форми та функції*.

Френк Ллойд Райт (1869-1959) вважав Саллівена своїм вчителем, часто посилався на нього, але в теорію архітектури і дизайну зробив набагато більший внесок. У сфері зацікавлень Райта було багато аспектів дизайну, він завжди ретельно проектував інтер'єри своїх будівель, приділяючи багато уваги предметному середовищу. Створені в роки ранньої творчості на межі XIX-XX ст. меблі для «будинків прерій» посідають почесне місце в історії світового дизайну. Архітектура Райта вирізняється обтяженими, але дуже вишуканими пропорціями, є підкреслено геометричною і позбавленою будь-яких історико-стильових прикрас.

З ранніх теоретичних робіт Райта для історії дизайну цікавою є його доповідь «Мистецтво і ремесло у вік машини», яку він прочитав у 1903 році в Чикаго перед шанувальниками англійського Руху за зв'язок мистецтва та ремесл. Найважливішим у доповіді Райта було розширювальне тлумачення поняття «машини». Райт називає кінець XIX ст. часом «сталі і пари», за допомогою яких пишеться справжній літопис нової культури.

У 1893 році молодий австрієць *Адольф Лоос* вирушив до Америки, і його враження від потужності та незвичайної краси портових кранів, автострад, зерноховищ вплинули на його світосприйняття настільки, що він повернувся до Європи переконаним раціоналістом. Ідеї втілював у статті «Орнамент і злочин» (1913), що стала передвісником модерністської архітектури. А. Лоос послідовно обстоював поділ мистецтва та ремесла, стверджуючи, що «історія людства показує, як мистецтво шукає можливості звільнитися від профанації за допомогою відокремлення від предметів споживання, від ремісничих виробів». У цьому ідейна позиція Лооса близька теорії Джона Рескіна і цілком протилежна «Практичній естетиці» Готфріда Земпера. Свої погляди Лоос проповідував у різних статтях та публічних виступах. У статті «Виродження культури» (1908) віденський архітектор, одночасно зі

статтею про орнамент, виступав проти Веркбунда та спроби його художників створити «стиль свого часу». В статті «Орнамент і виховання» Лоос висловив думку, що впровадження мистецтва у виробництво предметів споживання є просто некультурним.

Молоді архітектори початку ХХ ст. Ле Корбюзьє та Вальтер Гропіус також аналізували види промислової американської архітектури, вивчали форми пароплавів та паровозів. Менш ніж за два десятиліття, з 1893 року до початку першої світової війни, кайзерівська Німеччина та Австро-Угорщина, які до закінчення першої світової війни утворювали конгломерат, були широко охоплені новим стилем, різко протиставленим еkleктиці ХІХ ст., який дістав назву «югендстиль» у Німеччині та «сецесія» в Австрії. Гостра цікавість до нової стилістики змусила дослідників узятися до опрацювання найбільш загальних проблем форми у предметній творчості й підняти її до рівня «високого» мистецтва. Дослідження тих років справили сильний вплив на *теорію форми* 1920-х років, що виникла в руслі прагнення художників до раціональних, геометричних форм, різкої критики прикрас та орнаменту як таких, що не заперечували ідеології «югендстилю» та «сецесіону». У цей час були створені перші бюро дизайнерського типу на великих підприємствах, а також міжвідомчі виробничі спілки, так звані *веркбунди*, що об'єднували художників різних спеціалізацій, промисловців та економістів. Отже, саме у цей період почали складатися *теоретичні концепції* та *організаційні структури*, характерні для *дизайну* як нової професії.

Таким чином, сучасний стиль в мистецтві виник на межі ХІХ-ХХ ст. майже одночасно в усіх європейських країнах. В Росії він дістав назву «модерн», у Франції – «ар-нуво» («нове мистецтво»), у багатьох інших регіонах – ліберті, метро, студіо тощо. Велику роль зіграли теоретичні праці двох дослідників того часу, що стояли, на перший погляд, далеко від художнього життя, а саме роботи Адольфа Гільдебранда (1847-1921), типового представника німецької філософії мистецтва, та Алоїза Рігля (1858-1905), відомого австрійського історика й теоретика матеріальної та художньої культур. Висловлені ними принципи надовго визначили поняттєвий апарат мистецтвознавства і мали великий вплив на формування *теорії дизайну*. Гільдебранд розглядав проблеми бачення навколишнього світу крізь зорове сприйняття у пластичних формах. Він шукав перші джерела творчості, хотів відчутти і зрозуміти те, що

відбувається в самому процесі сприйняття й передачі твору. Він почав послідовно вивчати основні елементи візуального мислення, зацікавився психологічними особливостями сприйняття глядачами предметів та простору, заклавши тим самим основи майбутніх «основних дисциплін» у дизайнерських школах ХХ ст.

Теорія формоутворення Рігеля була спрямована у минуле. Він не писав про сучасність та майбутнє, але йому вдалося порушити питання про значення і вплив всіх навколишніх форм, що візуально сприймаються, на певні покоління людей, про зв'язок форм в історії культури, про *єдність навколишнього середовища*. А. Рігель у своїй концепції «Художньої волі» вказував, що виділення власне мистецтва з усіх продуктів духовної і матеріальної діяльності людини, а також закономірностей іманентного розвитку, являє серйозну, центральну для мистецтвознавства проблему. Історик мистецтва має бути не тільки знавцем, що опрацював усі факти та пам'ятники мистецтва, а й теоретиком, що пізнав сутність художньої творчості.

Разом з дискусіями про форму у природі істотно змінилися й уявлення про простір, насамперед з позицій психофізики: почало всебічно досліджуватися *сприйняття людиною простору в нормальних та екстремальних умовах*, зокрема з огляду на його знакові, символічні характеристики. Набула розвитку *психологічна естетика*, що вивчала поріг сприйняття, перехід від сприйняття реального простору до сприйняття художнього простору (Теодор Фехнер).

Важливою особливістю дизайну та його естетичного осмислення у Німеччині початку ХХ ст. було те, що всі художні проблеми виявилися багато в чому невід'ємними від нагальних питань, що їх розглядали теоретики «чистого» мистецтва. Всі вони впритул підійшли до розгляду природи *художньої форми*, взятої поза конкретним художньо-образним рішенням. При цьому і для дизайнерів, і для «традиційних» художників Німеччини більшою мірою, ніж в Англії, Франції або Росії того часу, були властиві соціально-утопічні уявлення про завдання мистецтва і творчості, потяг до культуртрегерства («місіонерства»), абстрактних теоретичних пошуків.

Грунтовною особливістю подальшого формування теоретичних концепцій дизайну в Німеччині можна вважати те, що вперше у світі почали виникати величезні монополістичні організації та системи

особистої участі підприємців, представників банків та урядових кіл у різних сферах виробництва й культурного життя.

Сформувався союз художників та підприємців, що продемонстрував новий вид художньо-громадських відносин, коли, наприклад, художник П. Беренс, один з директорів концерну АЕГ, робив спроби знайти принцип зрозумілого усім викладання художніх проблем. Ще одна особливість полягає в тому, що провідними фахівцями в німецькому дизайні були професійні живописці – Йозеф Ольбріх, Петер Беренс, Хенрі Ван де Вельде, які крок за кроком переходили у своїй творчості до занять прикладним мистецтвом, проектування інтер'єрів, виготовлення меблів і, нарешті, до архітектурного проектування. Поруч із ними дизайном займалися колишні архітектори, що проходили зворотний шлях від «фасадної» архітектури до інтер'єрів та організації візуальної орієнтації людини у навколишньому світі. Найбільш показовим у цьому був шлях, пройдений архітектором-раціоналістом Германом Мутезіусом.

Проте більшість рядових майстрів німецького дизайну були в недавньому минулому ремісниками чи художниками-прикладниками, що займалися традиційними для Німеччини промислами – виготовленням ювелірних прикрас, оформленням книжкових обкладинок, художнім оздобленням меблів тощо. У той же час поряд з ремісництвом та на його тлі чітко виділялися нові сучасні ідеї, проголошені окремими групами й колоніями художників. Ремісничка передісторія німецького дизайну впливала на нього аж до кінця першої світової війни, коли в епоху Веймарської республіки ці ідеї втратили свою силу.

З виникненням у 1907 році німецького Веркбунда загальнотеоретичні проблеми опинилися в центрі уваги щорічних конгресів, під час яких відбувалися дискусії про *естетичну сутність форм технічних виробів та вплив стандартизації на розвиток мистецтва*. Веркбунд об'єднав ряд художньо-промислових майстерень, невеликі виробничі і торгові підприємства, багатьох художників й архітекторів, щоб виступати посередником між своїми членами та іншими промисловими та комерційними фірмами. У 1908 р. союз налічував 489 членів, 1912-го в ньому було вже 970, а перед самою

війною – 1870 членів. На початку 1930-х років Веркбунд об'єднував понад три тисячі осіб.

3.2. Професійні концепції (ідеї, погляди, підходи) дизайну другої половини ХХ ст.

Функціоналізм як творчий метод в архітектурі та дизайні. Дизайн 1950-1960-х років. Вища школа формоутворення у м. Ульм. Італійський дизайн, «реальні» і концептуальні напрями. Стиль «оліветті». Дизайн скандинавських країн. Японський дизайн. Теоретичні концепції дизайну СРСР, їхній зв'язок із практикою у 1960–1980-х років. Теорія системного проектування; метод дизайн-програми.

Висвітлюючи історію розвитку теорії дизайну, втіленої в ідеї та концепції, не можна не згадати про потужний напрям в архітектурі та дизайні – функціоналізм. Коріння ідеї функціоналізму як творчого методу, художнього напрямку, естетичної теорії, в основі яких лежали проблеми співвідношення форми та функції, краси та користі, йде далеко в глибину історії. Ідеї своєрідного протофункціоналізму, які траплялися вже в античній естетиці, в епоху Відродження, у ХІХ ст. стали об'єктами особливої уваги. Про співвідношення форми та функції з позицій розвитку культури багато говорили на початку ХХ століття, однак як самостійне велике явище функціоналізм заявив про себе в 20-30-х роках ХХ ст. (рис. 9).

В історії дизайну функціоналізм не являє собою єдиної течії. Він мав свої особливості, форми та горизонти у різних країнах світу. На початку функціоналізм стрімко захоплював найбільш радикально налаштованих молодих людей, які навернулися до нього в надії відразу ж покінчити із залишками колишніх стилів та покинутих незавершеними у своєму розвитку формальних починань. Далі його течія заспокоювалася і поширювалася на більш консервативні кола митців, у яких виникали штампи форми, виявлялася скутість, що є властивою для нормативної естетики.

Функціоналізм поєднав ці обидві крайнощі, виник на різних етапах історії художньої культури тієї чи іншої країни, демонструючи,

наприклад, паралельний за часом розвиток у Великій Британії та Німеччині. Головним явищем в культурі міжвоєнної Німеччини була школа під назвою Державний Баухауз, з досить показовою історією його створення.

Розділ III. Теоретичні концепції дизайну та їхня критика

Історія розвитку дизайнерського мислення, етапи його становлення, підходи і методи

Проблема співвідношення «краса-користь» у стародавньому світі та середньовіччі

Технічний прогрес і протодизайн Нового часу

Американський ранній функціоналізм Л. Саллівена

Розвиток ремесла і теорії мистецтвознавства Г. Земпера і Д. Рескіна. Архітектор і художник В. Морріс

Ідея об'єднання мистецтва і ремесла у Німеччині початку XX століття

Дизайн та естетика в Німеччині поч. XX ст.



Вперше у світі стали складатися величезні монополістичні організації та системи особистої участі підприємців, представників банків та урядових кіл у різних сферах виробництва і культурного життя. Склався союз художників та підприємців, що продемонстрував новий вид художньо-громадських відносин (Веркбунд, 1907). **П. Беренс** як один з директорів АЕГ та його теоретичні спроби знайти принцип зрозумілого усім викладання художніх проблем.

Рис. 9. Історичне, теоретичне й практичне підґрунтя становлення дизайн-мислення і дизайн-діяльності

Після припинення занять у веймарській Школі прикладного мистецтва, якою керував Х. Ван де Вельде, в розпал війни 1916 р. у правителів Саксонсько-Веймарського герцогства виникло бажання знайти нових керівників. Вони звернулися до архітектора Вальтера Гропіуса (1883-1969), що воював на Західному фронті, з пропозицією обійняти посаду директора. У відповідь Гропіус надіслав пропозиції щодо створення навчального закладу як консультаційної організації з художніх питань для промислового, ремісничого та кустарного виробництва», що втілювали первинну ідею, яка стала поштовхом і *теоретико-практичною базою для формування і розвитку дизайнерської освіти у XX ст.*

Дизайн 1950-1960-х років. Вища школа формоутворення в Ульмі.

Тенденції у західнонімецькому дизайні тих років склалися під впливом ідей «ульмської концепції», пов'язаної з теорією та практикою Вищої школи формоутворення у м. Ульм. Початок створення Ульмської школи покладено у 1949 р., коли школа була задумана як приватний навчальний заклад, незалежний від держави, створюваний коштом

людей, які постраждали від фашизму. Планомірне навчання розпочалося з кінця 1953 року, а офіційна церемонія відкриття школи, на якій виступив засновник Баухауза Вальтер Гропіус, відбулася 2 жовтня 1955 року.

Педагогічний склад школи в Ульмі, як і в Баухаузі, був міжнародний і охоплював кілька поколінь викладачів. Міжнародним був і склад студентів: так, у 1963 році разом із німецькою молоддю проходили навчання студенти з Англії, Аргентини, Бразилії, Голландії, Італії, Польщі, Швеції та Японії. Це надавало динаміки навчальному процесу, а також зумовлювало виникнення істотних розбіжностей. Роль ідейного лідера школи після звільнення з посади першого директора М. Білла відігравав Т. Мальдонадо. Томас Мальдонадо (1922-2018), теоретик, педагог й організатор у сфері дизайну, виріс і здобув художню освіту в Буенос-Айресі (Аргентина), 1954 року переїхав до ФРН, багато в чому завдяки цікавості до ідеології Баухауза та «Де Стейл». Він ввів і розвинув *принцип системного підходу в дизайні*, намагався виявити особливості дизайну як активної соціальної сили, що впливає на свідомість людей та організацію навколишнього середовища, велику увагу приділяв поєднанню в дизайні науково-технічного прогресу та естетики. Мальдонадо не приховував, що в цьому він є послідовником Ханнеса Мейера, керівника Баухауза в 1928-1930 роках, наголошував на соціальному значенні дизайну, прагнув до гуманістичного освоєння техніки і сподівався на втілення своїх ідей за соціалізму. Пізніше це справило сильний вплив на радянських теоретиків дизайну.

Зміст теоретичних пошуків Т. Мальдонадо втілювався в одночасному русі у напрямі багатоаспектного розгляду дизайну як професійного (зсередини) та світоглядного (ззовні), що допомагало пошуку *наукової методології дизайну* як професійного вирішення проблем. Водночас Мальдонадо ставить питання про відповідальність дизайнера як фахівця, покликаного розв'язувати проблеми, наголошуючи, що у більшості випадків дизайнер прагне ставити та розв'язувати проблеми для користі людини, але найчастіше він змушений ставити та вирішувати проблеми їй на шкоду.

У питаннях стосовно наукової методології дизайну та відповідальності дизайнера містяться основні суперечності теоретико-практичних поглядів Мальдонадо. Констатуємо, що конфлікти, розбіжності та брак порозуміння характерні для повсякденного

існування дизайну, Мальдонадо стверджує, що це є наслідком незрілості професії, яка не визначила своїх власних меж, тобто не має теоретичної бази і професійної етики. З одного боку, Мальдонадо прагне побудови дизайну, що втілює певний етичний ідеал задоволення дійсних потреб людини, для чого потрібен пошук єдності практичного рішення та наукової методології. З другого боку, Мальдонадо залишається художником, який усвідомлює специфічність художньої творчості, її нерозривний зв'язок із дизайн-діяльністю, з чого випливає суперечність між художньою творчістю та рядом нормативних вимог і методів вирішення завдань.

Концепція Т. Мальдонадо про поділ складних процесів проектування виробів на численні складові елементи з виділенням різних рівнів від соціального до технологічного, знайшла своїх послідовників, але опинилася в суперечності з системою навчального процесу, що складалася і розвивалася багато років у Баухаузі і пізніше в Ульмській школі. Розробка науково-дослідної складової дизайнерських рішень для систематизування й логічності у створенні форм, акцентування цієї сторони творчого процесу є характерними рисами найкращих зразків західнонімецького дизайну. Звідси вийшов загальний, підкреслено раціоналістичний характер стилістичних рішень дизайнерів, послідовне прагнення до уніфікації та стандартизації, комплексності та варіабельності, а також заощадження коштів. Гармонійність рішень найкращих дизайнерів ФРН не є наслідком скульптурно-пластичної цілісності форми, як у дизайнерів Італії, а виникає як результат створення логічної системи компоновання форми мінімальними засобами.

Італійський дизайн. «Реальні» і концептуальні напрями. Стиль «оліветті». У 1950-х роках США видавалася в усьому світі передовою країною не тільки в економіці, техніці, політиці, а й у культурі – кіно, музика, дизайн стрімко розвивалися. Однак до кінця десятиліття з'явилися реальні ознаки того, що одне з чільних місць в дизайні почала займати Італія. Італійський промисловий дизайн як помітне явище сформувався у 1950-х роках з приходом до нього цілої групи талановитих архітекторів, таких, наприклад, як Дж. Понті, які принесли із собою в Європу ідеї «органічної архітектури». У цей час відбувається відхід від радикального раціоналізму з його тезою перетворення техніко-конструктивної основи на головний засіб образної виразності. Все

більшу увагу почали приділяти національним традиціям, індивідуальним потребам та особливостям людини.

В останній третині ХХ ст. дизайн в Італії являє собою складне і багатопланове явище, в якому паралельно існували два самостійні напрями. З одного боку, це був «реальний» дизайн, пов'язаний із масовим промисловим виготовленням багатьох видів виробів – від меблів, посуду та інших побутових речей до складної оргтехніки, верстатів, автомобілів та літаків. З другого – виникли різноманітні концептуальні течії, пов'язані з експериментальними пошуками чогось нового, що іноді знаходило реальне використання на практиці, але частіше залишалося на рівні теоретизування. Парадокс італійського дизайну, на думку дизайнера та архітектора Андреа Бранці, полягав у тому, що дизайн існував усупереч, а не завдяки навколишнім умовам.

У той час виникли течії «антидизайну» і «контрдизайну». Термін «антидизайн» запропонував Дж. Ч. Коломбо, який вів футурологічні дослідження та створив концептуальні проекти з організації житлового середовища. Одними з ключових постатей «контрдизайну» виступали Алессандро Мендіні (1931-2017) і Мікеле де Луккі (нар. 1951), а його ідейним натхненником став Етторе Соттсасс (1917-2007), видатний італійський архітектор, дизайнер, теоретик та філософ проєктної культури. У 1976 році архітектор Алессандро Гур'єро (нар. 1943) створює студію «Алхімія» – галерею експериментальних робіт, не призначених для промислового виробництва. Сама назва «Алхімія» звучала як глузування з наукоподібних уявлень про стиль «модернізм». Від початку 1980-х років лідером «Алхімії» став А. Мендіні, головний редактор «Домуса» у 1980-1985 роках. Об'єктами практичної діяльності творчої студії були: архітектура, сценічний дизайн, декорування, одяг, поліграфія, відео та проведення семінарів. Дизайнери прагнули перетворити вироби повсякденного побуту на об'єкти з естетичним навантаженням, не цураючись ні іронії, ні сарказму.

Розрізнені групи *радикального дизайну* (антидизайну) об'єдналися на початку 1980-х років у колектив під назвою «Мемфіс». Ініціатором та лідером групи був 64-річний Етторе Соттсасс, максималізму й енергії якого могли позаздрити члени найбільш авангардних молодіжних угруповань. Дебют «Мемфісу», що відбувся на Меблевому ярмарку в Мілані (1981), став яскравою подією для дизайнерської спільноти. Були продемонстровані меблі з ламінованого пластику яскравих кольорів з

геометричними малюнками незвичайної форми, часто на кшталт кічу. Твори гурту разюче контрастували з узвичаєним «хорошим смаком», що переважав у дизайні часів модернізму, викликаючи захоплення одних та обурення інших.

Філософська концепція Е. Соттсасса склалася наприкінці 1960-х років в умовах молодіжного «руху протесту» проти буржуазної системи та її культури, що розгорнувся в Італії, непокори всім і всіляким авторитетам. Соттсасс казав, що намагався робити речі, які б могли відвернути людей від насильства, жорстокості, моралізування. Він розглядав дизайн як професію проєктування більше «іграшок», ніж товарів, притому «іграшок» у найвищому значенні слова, маючи на увазі предмети, які допомагають мріяти, сподіватися, працювати, зберігати цілісність світовідчуття, відкривати очі частіше, ніж заплющувати їх, не замикатися в догмах самовпевненості, жадібності володіння. Прикладом виробів масового виготовлення, створених під впливом *концепції антидизайну*, зокрема із застосуванням нових технологій обробки пластиків, слугують меблі Г. Пеше, Г. Дрокко, Ф. Мелло, Дж. де Паса, Д.Д. Урбіно, П. Ломазі та інших дизайнерів Італії.

Отже, функціоналізм – загальна стратегія світового дизайну 1950-1970-х років, що проявилася у мінімумі декору зовнішньої форми, у дійсних, а не уявних властивостях речей, у яких максимально взято до уваги «людський фактор», а саме антропометрію, психологію та фізіологію. Цей термін вживають також з деяким стильовим забарвленням, що відображає *міжнародний стиль* в той історичний період.

Дизайн скандинавських країн. 1930 рік став поворотним для Скандинавії – це був рік прориву в проєктну культуру модернізму. *Модернізм* – сукупність авангардних творчих течій та напрямів, різних видів мистецтва та дизайну початку ХХ ст., а також це художня ідеологія, естетика, що спирається на цінності художньої свободи та індивідуальності. Творчість набувала міжнародного характеру, а значення місцевих шкіл нівелювалося.

Меблі, вироби зі скла та кераміки, столові прибори, декоративні тканини з Фінляндії, Швеції, Данії вражали своєю вишуканою красою, гармонією пластики та колірно-фактурних вирішень. Цікаво, що специфічні «скандинавські» риси матеріальної культури значною мірою склалися в продукції Фінляндії, яка за географічним положенням і мовою не є цілком скандинавською країною. Фінський архітектор і

дизайнер А. Аалто вважав дизайн частиною архітектури, наповненням середовища «аксесуарами». *Єдність архітектурного та дизайнерського мислення*, розуміння та творче втілення як функціональної, так і художньої, культурної сторін визначили новаторський характер його творчості.

На початку 1930-х А. Аалто розпочав експерименти з конструкцією та технологією меблів. Він створює новий тип меблів із використанням звичайних листів фанери, але спеціально оброблених. На основі спеціального методу розпилювання та останніх для тих часів досягнень в хімії готувалися «дерев'яні макарони» – еластичні заготовки, які можна було згинати, утворюючи будь-які пластичні форми. Гнуче дерево майстер використав також для створення великих декоративних панно та скульптур. Нарешті у 1960-х роках фінський дизайн почав поширюватися в галузях, що випускали промислове обладнання, електропобутову апаратуру, велосипеди, мотоцикли, машини для сільського господарства тощо.

Головний етичний принцип скандинавського дизайну пропонує речі для всіх верств населення, проте високої якості та недорогої. Незвичайну популярність у всьому світі завоювала шведська фірма «ІКЕА», працювати з якою вважали за честь найвідоміші майстри дизайну, зокрема Тапіо Вірккала, Віко Магістретті, Томас Еріксон, Ерік Санделл та ін. Важливо, що від часу заснування компанія сповідує *принцип «зроби сам»*, який добре співвідноситься з *принципами партисипативного дизайну* ХХІ ст. Специфічний підхід до конструкції та технології дав змогу розробити максимально уніфіковані раціональні меблі, які легко збирати з модулів навіть покупцям-непрофесіоналам. На замовлення фірми виготовляють і поставляють серії інших товарів для житла: світильники, текстиль, посуд тощо. Всі товари доставляють в плоских упаковках, які легко штабелювати та перевозити.

Ідеї поліпшення обслуговування покупців та раціоналізації торгівлі харчовими продуктами призвели до створення шведським доктором Рубеном Раузіном (1895-1983) фірми «Тетра-пак» у 1951-му. Досвід та спостереження, почерпнуті у США у сфері організації магазинів самообслуговування, дали змогу розпочати випуск молочних пакетів у вигляді тетраедрів замість звичних молочних пляшок. З 1990-х років застосування упаковки прямокутних форм для рідких продуктів стало повсюдним.

Отже, в останній третині ХХ ст. у Фінляндії процвітає модернізм, дизайн має чітко визначений естетичний аспект і динаміку технічного прогресу, де технологія знаходить своє самовираження. У Швеції вироби більш наближені до реального життя, мають ознаки функціонального дизайну, що слугує насамперед людині. Навіть коли шведський дизайн несе у собі експресію, він залишається практичним. У Норвегії простежується поєднання традиційного дизайну із суспільним ідеалом: там використовують чисті матеріали, наявна тонка майстерність, функціональна ясність і доброзичливе ставлення до споживача. У Данії виразно відчувається розуміння важливої ролі менеджменту та реклами в дизайні. Датський дизайн поєднує поміркованість та елегантність. Ісландський дизайн вирізняється надзвичайним вибором матеріалів, нестача ресурсів знаходить своєрідне рішення: предмети, представлені на виставках дизайну, виготовлені з вулканічної лави, риб'ячої луски, овечого міхура тощо.

Японський дизайн. У Японії століттями не було поділу, протиставлення та розриву між образотворчими та прикладними мистецтвами. Вироби прикладного мистецтва мали таку саму естетичну цінність, як живопис та скульптура, неможливим був чіткий розподіл на «високе» та прикладне мистецтво. Це дає змогу вважати японський дизайн не тільки проявом синтезу матеріальної та духовної культури, а й синтезом просторових мистецтв. Нерозривність функціонального та художнього першопочатку, розуміння доцільності як естетичної категорії притаманна японському мистецтву. Філософія «вабі-сабі», тобто «краса простоти» чи «зайве є потворним», – один з головних принципів традиційної японської естетики, як і принципи «естетики миттєвості» (краси миттєвого), яка має традиційне підґрунтя і докорінно відрізняється від західного поняття «теорії миттєвості».

Одна з основних традиційних особливостей японського мистецтва виражена у так званому «законі про матеріал». Під ним розуміють вміння побачити, виявити, використати й підкреслити специфічну красу глини, дерева, каменю та інших матеріалів, щоб з найбільшою повнотою виявити їхні естетичні можливості відповідно до утилітарної доцільності об'єкта, де ці матеріали застосовані. У такому разі дуже важливо знати фізичні властивості, особливості технології обробки кожного виду матеріалу.

Зважаючи на особливості японської національної традиції, можна стверджувати, що види мистецтва в Японії є однаково значущими. Вони

століттями розвивалися і досі розвиваються у взаємодії, в єдності й синтезі, утворюючи цілісний ансамбль, як, наприклад, це відбувається в традиційному японському будинку. Такий будинок – один з найбільш яскравих прикладів синтезу всіх мистецтв, де кожна конструктивна деталь і кожен декоративний предмет (керамічна пляшка, сувій живопису) задумані та здійснені як частина єдиного мистецького ансамблю. Всі ці елементи є естетично значущими лише у поєднанні один з одним. Ще 1608 року у книзі «Сімей» з описом секретів архітектурної майстерності було сформульовано принцип модуля – «ківарі». Модуль дорівнював відстані між двома опорними стовпами, відповідній розміру одного татамі (солом'яна підлогова циновка). Відповідно до цього упередметненого модуля проєктували весь будинок і його елементи: розсувні перегородки, трансформовані об'єми, складений посуд, вбудовані шафи, низькі меблі, подушки на підлозі.

Деякі *концепції проєктування* в Японії другої половини ХХ ст. визначили розвиток сучасного японського дизайну інтер'єра, який набув широкої популярності в усьому світі вже в ХХІ ст. Таким напрямом став *метаболізм*, що утворює японську версію модернізму 1960-х років, коли зв'язок з традиційною естетикою відбувається завдяки принципу поєднання природних й архітектурних джерел для створення навіть не «будинку-саду», а «будинку-дерева». Класичним прикладом втілення концепції метаболізму є башта Nakagin у Токіо архітектора К. Курокави (1934-2007). Вона є фабрично виготовленими трансформованими капсулами на жорсткому каркасі, які замінюють у міру старіння за аналогією з деревом, яке скидає листя. В інтер'єрі концепція метаболізму співвідносилася з футурологічним дизайном в Японії 1960-х років, проєктами житлових осередків, що нагадують космічні кораблі тощо.

Теоретичні концепції дизайну СРСР, їхній зв'язок із практикою (1960—1980-ті роки). Саме 1960-ті роки були часом становлення як практики, так і теорії радянського дизайну, зокрема на території Української СРСР. В ті роки розвивалися дві основні концепції, що стали сходинками на шляху формування основоположних поглядів на дизайн у Радянському Союзі. Одна з концепцій народжувалася у Всесоюзному науково-дослідному інституті технічної естетики як *теорія художнього конструювання*, орієнтована насамперед на науку в тісному контакті з інженерним проєктуванням і масовим виробництвом.

Інша – *художнє проєктування* – була пов’язана здебільшого з діяльністю Центральної навчально-експериментальної студії Спілки художників СРСР у Сенежі. Сенезька концепція спиралася переважно на образотворче мистецтво, художню культуру загалом і була орієнтована на середовищний дизайн соціально-культурної сфери. Весь комплекс вимог технічної естетики та сукупність споживчих властивостей виробів умовно поділяли на дві складові: перша – вимоги, що спрямовують на отримання корисного ефекту в разі споживання виробу; друга – вимоги, що характеризують матеріальні витрати на виробництво (або придбання) й експлуатацію виробу. Перша складова містить соціальні, утилітарно-функціональні, ергономічні та естетичні вимоги.

Чотири кардинальні положення концепції Сенезької студії чітко сформулював її співзасновник К. Кантор, визначивши їх так:

1) творчою основою художнього проєктування є образотворче мистецтво, воно є джерелом проєктних змістів та художніх засобів арт-дизайну;

2) художнє проєктування може відбуватися як особливий вид колективної творчості, споріднений з творчістю театральної трупи;

3) художній проєкт, втілений у вигляді просторової конструкції, перетворений композиційно, пластично і колористично в специфічний «макетний матеріал», постає як самостійний, завершений у собі, художній твір і може бути пред’явлений на виставці або в музеї як результат нового виду художньої творчості;

4) основним полем художнього проєктування є міське середовище у місцях перехрещення архітектури та традиційного дизайну.

Це немовби «нічийна земля», не освоювана ні містобудівником, ні дизайнером промислових виробів чи візуальних комунікацій.

Пізніше К. Кантор, критично оцінюючи досвід студії, визнавав, що ідея художнього проєктування виробів для промисловості не була втілена в життя: не було зв’язку з промисловістю, а також знання техніки та технологій. Методи художників використовували переважно для проєктування експозицій виставок та музеїв. Упродовж багатьох років основною темою студійних проєктів залишався благоустрій міського середовища, надання йому відповідної людині масштабності, гуманізація способу життя та задоволення емоційних запитів жителів. Слід зазначити, що випускники Сенезької студії 1980-х років успішно працювали дизайнерами у багатьох регіонах пострадянського простору,

зокрема в Україні, зробивши помітний внесок до скарбниці українського графічного та інтер'єрного дизайну.

Також у 1980-х роках у багатьох країнах далі розвивався *аксіологічний підхід*, який з філософії прийшов до психології (А. Маслоу), а далі – до культури та мистецтва. *Аксіологічна концепція* в дизайні означає виконання на початковому етапі проектування досконалого аналізу того, чим річ, виріб, інтер'єр є для людини; яким чином об'єкт взаємодіє з людиною і суспільством у певній системі цінностей. Одночасно в межах концепції з'ясовують типову морфологію, властиву виробам у певній предметній ситуації, виконують композиційний аналіз об'єкта. Досліджуються також вироби-аналоги, прототипи проєктованих речей та їхніх комплексів, виявляють їхні характеристики.

За аналізом іде синтез, тобто процес виявлення і заміщення негативних елементів аксіологічних та морфологічних характеристик позитивними елементами, створення морфологічної структури, позбавленої колишніх недоліків, зокрема композиційне опрацювання форми та її елементів. Весь процес дизайнерського проєктування у межах аксіологічної концепції є перетворенням незадовільної предметної ситуації у позбавлену виявлених недоліків ситуацію, яка має більш високу суспільну цінність і відповідно фіксується у кресленнях, моделях, описах. Аксіологічна концепція зумовлювала наявність зв'язків дизайну з мистецтвом, коли робили акцент на виділенні умов суспільного функціонування речей, виявленні їхньої культурної цінності.

Теорія системного проєктування. Метод дизайн-програм. У зв'язку з постановкою та реалізацією в країнах соціалістичного табору великих соціальних та народногосподарських цільових програм почали з'являтися нові ідеї у дизайні. Нова теоретична концепція почала складатися наприкінці 1970-х і остаточно оформилася в 1980-х роках. Вона базувалася на використанні *системного підходу* до вивчення та моделювання складних об'єктів та багатокомпонентних систем (рис. 10).

Проте системний підхід застосовували трохи інакше, ніж це було відображено у західних ідеях системного проєктування кінця 1950-х – середини 1960-х років. Були виділені основні типи моделювання, використовувані в дизайні: матеріальні, аналітичні (образні) та знакові. Особливе місце в дизайні середовища відводили фірмовому стилю. *Фірмовий стиль*, що полягає у візуальній єдності та впорядкованості

предметних та знакових елементів другої (матеріальної) природи, виявився одним з перших об'єктів системного дизайну.

Цілі, завдання, функції, зміст та способи організації діяльності для вирішення великомасштабних завдань, комплексного підвищення якості промислових виробів та предметного середовища життєдіяльності визначаються терміном «дизайн-програма». *Дизайн-програма* – конкретна практична форма втілення системного дизайну. Цей метод поєднує в цілісному процесі розроблення естетико-художньої концепції складного соціально-культурного об'єкта та програмно-цільову організацію системи діяльності з втілення розробленого проєкту. До *структури дизайн-програми* належать чотири блоки, кожен із яких становить особливий зріз дизайн-програми: *проблемно-цільовий, концептуальний, організаційний, проєктний*.

Першою у радянській практиці була дизайн-програма, розроблена ВНДІТЕ з ініціативи Міністерства приладобудування для Всесоюзного виробничого об'єднання «Союзелектроприлад» (1979 - 1981). Вона охоплювала всю продукцію об'єднання (понад півтори тисячі видів приладів), упаковку, всю фірмову графіку (від спеціальних приладових шрифтів до реклами), виробниче середовище (типові робочі місця в цехах тощо) та спецодяг.

Функціоналізм в архітектурі та дизайні. Київ



Палац дітей та юнацтва (колишній Палац піонерів) – одна з перших функціоналістських будівель Києва (1962 – 1965 рр.). Інтер'єр будівлі створений з врахуванням особливостей міжнародного стилю, з можливістю трансформувати простір за допомогою мобільних перегородок, оздоблений творами українського монументального мистецтва (арх. А. Мілецький, худ. А. Рибачук, В. Мельниченко).



Системний дизайн і метод дизайн-програм

Етапи дизайн-мислення



Структура дизайн-програми

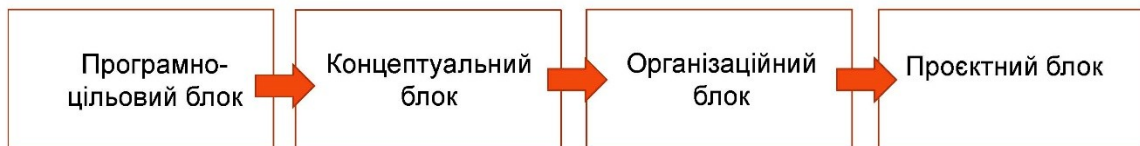


Рис. 10. Функціоналізм як творчий метод в архітектурі та дизайні у європейських країнах 1950-1980-х років. Теорія системного проектування; метод дизайн-програм

Проте створені ВНДІТЕ дизайн-програми, незважаючи на їхнє схвалення високим керівництвом міністерств СРСР, суттєвого результату практично не дали. Річ була не тільки в бюрократичній системі, а й в об'єктивних факторах соціально-культурного та функціонального значення. Досвід показав, що методологія дизайн-програмування є ефективною для великих соціально значущих системних об'єктів, наприклад, для проєктів, пов'язаних з космосом, надзвичайними ситуаціями (мобільні шпиталі, тимчасове швидкоспоруджуване житло), великими залізничними вузлами, аеропортами, масовим автоматизованим виробництвом тощо. У проєктуванні асортименту побутових товарів (радіотехніка, велосипеди, праски тощо), індивідуального житлового інтер'єру та елементів його наповнення системний підхід (створення ансамблю) також ефективний, але не повною мірою є дизайн-програмуванням.

3.3. Професійні концепції дизайну постіндустріальної епохи

Нова етика і нова естетика дизайну. Форма слідує за функцією. Відкритість емоціям. Реальність – це ілюзія. Естетика чорної скриньки. Новий антидизайн.

Розглянемо творчі ідеї, сформульовані у руслі нового розуміння завдань професії вже в ХХІ ст. Виклик та ефект по-новому осмислених професійних принципів полягає у перегляді професійних основ, у синтезуванні протилежних, навіть взаємозаперечних індивідуальних та соціальних цінностей. Новий дизайн є дуже різним: одні напрями застосовують технологію, інші – її критикують; ще одні акцентують увагу на дизайн-процесі, апелюють до історії та соціальних проблем, інші – цікавляться тільки формоутворенням. Більшість об'єктів дизайну є гуманними, якщо не в результатах, то принаймні в намірах. Зовнішні впливи, що проникають у дизайн, розкріпачуючи уяву проєктувальника, ретранслюються з різних, не пов'язаних між собою сферах діяльності. В одному випадку – це ідеї філософських наук, в інших – концепції зі сфери культури чи техніки. Дизайнери доходять висновку, що новий зміст їхньої професії полягає в умінні створювати символи та зміст, у

здатності професійно інтерпретувати артефакти культури. Дизайнери осмислюють свою професію як національне та інтернаціональне явище, як єдність професійних інтересів художників, архітекторів, кінематографістів та письменників.

Ще одним аспектом нового дизайну є його загадковість, неоднозначність, незбагненність форми і змісту, що надає роботам інтриги і глибини. Складається враження, що глядач ніколи не зможе осягнути глибину ідеї дизайн-об'єкта. Багатозначність іноді досягається засобами мінімального дизайну, використанням символіки різних культур, зниженням рівня інформативності форми. Багато робіт сучасних дизайнерів розраховано на самотійність аудиторії у визначенні власних символів та значень. Дизайнер сьогодні більше, ніж будь-коли, переосмислює, переінакшує значення споживаного людиною об'єкта. Дизайнер стає посередником, резонатором між людиною та її об'єктно-інформативним середовищем, стає творцем не тільки предмета, а й супутнього цьому предмету *людського досвіду*. Осмислюючи нові функції дизайну як функції *створення досвіду, стилів життя, засобів встановлення міжособистісних контактів*, дизайнер таким чином долучається до розв'язання гострих соціальних проблем і проблем особистості.

Досить невелика кількість наявних теоретичних джерел все-таки дає можливість проаналізувати нові соціальні та індивідуальні пріоритети й принципи сучасного дизайну, виражені у програмних настановах різних творчих течій, а саме: а) «форма йде за функцією»; б) відкритість емоцій; в) естетика «чорної скриньки»; г) антидизайн.

Тезу «форма слідує за функцією» інтерпретують як опис (як, наприклад, краса – результат чистоти функції та відсутності надлишкових декоративних елементів) або рекомендацію, де перше місце віддано функції, друге – красі. Відповідно до перебігу природних процесів цей підхід вважають помилковим, оскільки в природі швидше функція йде за формою, наприклад, передавання генетичної моделі у спадок і подальше «використання» організмом біологічної форми. *Функція* (лат. *functio* – виконання) – це обов'язок, коло діяльності, і це визначення зумовлює співвідношення об'єктів, у якому зміна одного параметра веде до зміни іншого. У науковий обіг поняття функції запровадив Г.В. Лейбніц. Функція примушує об'єкт змінюватися відповідно до зміни елементів структури, від якої залежить цілісність

системи. Архітектор Л. Х. Саллівен під функцією уявляв поняття, наближене до платонічної ідеї: вічний досконалий зразок.

Форма (лат. forma – зовнішній вигляд) предмета у фізичному плані визначається взаємним розміщенням його контурів та об'ємів. Це охоплює зовнішній вигляд предмета, сукупність прийомів, образотворчих засобів, певний «порядок» його побудування. У філософії *форма* трактується як спосіб існування *змісту*, не відокремлюється від нього і слугує його вираженням. *Зміст* – це єдність всіх основних елементів цілого, його властивостей та зв'язків, що існує і виражається у єдності з формою. В образотворчому мистецтві форма виступає композиційним засобом вираження художнього образу. Форма є основним образотворчим засобом передавання подібності чи відмінності об'єктів композиції від реального світу.

Форма в дизайні відображає елементи предметно-просторового середовища та їхні зв'язки у графічних або пластичних дизайн-композиціях. Для проектування форми виробу виконують відбір істотних функціональних вимог – утилітарних, конструктивних, економічних та інших. У дизайні всі форми розподіляють на площинні, об'ємні та просторові, залежно від ступеня їхнього розвитку в просторі. Дві координати визначають площинний характер. Тривимірний еквівалент об'ємної форми (обсяг та маса) розподіляється рівномірно в усіх напрямках. Якщо форма візуально дає можливість «рухатися» в глибину, її називають просторовою.

У системі «людина – суспільство – середовище» виріб постає як структура функціональна. З позиції еволюції матерії в конкретній історичній ситуації *функція може бути біологічною, соціальною чи технологічною*. Конкретна функція в техніці повинна мати певну матеріальну структуру – конструкцію, точніше, широку варіабельність (спектр) її концептуальних втілень. Функція та конструкція пов'язані причинно, але характер цього зв'язку неоднозначний, оскільки для однієї функції можна знайти втілення у різних конструктивних рішеннях. Якщо розглянути, наприклад, конкретну функцію відліку часу, конструктивний спектр рішень може бути представлений і хронометром, і наручним годинником, і курантами в міському середовищі. Все визначається потребою у відповідності специфічним вимогам техніки та конкретним потребам споживачів. Багатоваріантність похідних функцій може існувати завдяки розвитку

цивілізацій та розшаруванню суспільства. Простежується і зворотна тенденція: конструктивний ряд може бути максимально звуженим з міркувань економії витрат часу та ресурсів, а також відмови від надмірного споживання.

Ф. Л. Райт зазначав, що форма йде за функцією тільки на найнижчому рівні розвитку галузі. Функція відноситься до архітектурної форми, як скелет – до форм людського тіла. Функція визначає форму, створення якої супроводжується художньою уявою автора твору, а форма може коригувати функцію, отже, форма і функція об'єкта становлять єдність та виражають його зміст.

Крізь призму взаємодії функції та форми можна розглянути стилі у дизайні. Форма – носій художнього початку, а функція — це поняття, що визначає утилітарність і технологічність об'єкта дизайну. Характер взаємодії форми та функції об'єкта дає змогу виділити чотири художньо-стильові течії в індустріальному формоутворенні ХХ ст., а саме: *модернізм*, коли форма виробу йде за його функцією; *органічний дизайн*, коли форма та функція виробу зливаються в єдине ціле, втілюючи процес гармонізації природи, людини, технологій та матеріалів; *постмодернізм*, коли форма предмета не завжди йде за його функцією, відбувається певна «гра» формами та змістами із проявами іронії, сарказму, «викривлення реальності» тощо; нарешті, *постіндустріалізм*, коли форма слідує за ергономікою, а загалом за зручністю та комфортністю.

Сучасний дизайн в інформативному суспільстві – творчий процес, коли головними є інтуїція та сміливість задуму, які мають ґрунтуватися на глибоких та універсальних знаннях, відповідних соціальному, технічному та культурному розвитку суспільства. У своїй книзі «*Емоційний дизайн*» Дон Норман досліджує три різні рівні дизайну, які відображають емоційну реакцію людей на візуальний досвід: *вісцеральний, поведінковий та рефлексивний*. Такий досвід відбиває емоційний зв'язок людини з об'єктами, а захват (тривале задоволення) від об'єкта народжується на перетині вісцерального, поведінкового та рефлекторного емоційного дизайну. Вкрай важливо, щоб дизайнери розуміли, що ці емоційні реакції не випадкові. Їх можна культивувати за допомогою підходу, орієнтованого на користувача, для забезпечення тривалої та надзвичайної цінності певного предмета дизайну. Існує внутрішня ієрархія та набір попередніх умов, які мають бути дотримані,

перш ніж ми розвиватимемо ці емоційні переживання. Перш ніж люди зможуть *полюбити досвід*, вони мають спочатку *захотіти його*. Цього можна досягти за допомогою маркетингу або того, як ви уявляєте цей конкретний досвід.

Отже, люди повинні мати можливість використовувати продукт та отримати очікувану цінність. Якщо цей показник виявиться вищим за середній, споживачі почнуть *довіряти* продукту і відчують потребу використовувати його. Нарешті люди полюблять продукт та розкажуть про нього іншим людям, якщо цей досвід викликає позитивні поведінкові, інтуїтивні та рефлекторні емоційні реакції. Далі показано рівні емоційного сприйняття і можливість їхнього використання в реальних прикладах, з погляду когнітивної науки.

Емоційні елементи дизайну (рис. 11). Емоційний дизайн може перетворити функціональні продукти на незабутній і тривалий досвід. Це зазвичай проявляється в чотирьох аспектах.

Емоційний дизайн чи проектування людського досвіду

ЕТАПИ ЕМОЦІЙНОГО сприйняття об'єктів дизайну



Рис. 11. Емоціональні елементи дизайну

1. Зв'язок «емоція – пам'ять» – емоційно заряджені події зберігаються у пам'яті поза базовою функціональною цінністю продукту. Ми пам'ятаємо речі, що викликають у нас певні відчуття.

2. *Ефект естетики – юзабіліті* – естетично приємні враження розширюють юзабіліті («зручність користування», часто – синонім слова ергономіка) та підвищують бажання користувача вчитися та адаптуватися до нових умов.

3. *Переконлива емоція* – коли емоції дають змогу користувачам швидко ухвалювати інтуїтивні рішення. Ми використовуємо пізнання, щоб зрозуміти та інтерпретувати наш світ, але наші емоції стимулюють ухвалення рішень.

4. *Ефект володіння* – користувачі надають більшого значення досвіду, в якому відчують особисту власність, начебто досвід/продукт є продовженням їх самих.

Вісцеральний емоційний дизайн. Вісцеральна реакція спричинена початковим сенсорним досвідом. Це є першим враженням, яке задає настрій і основу, для якої споживач досліджуватиме все інше. Потужні та позитивні вісцеральні реакції встановлюють позитивний контекст для кожної подальшої взаємодії; користувачі з більшою ймовірністю вибачатимуть помилки в майбутньому, якщо початковий досвід був лише позитивним; «любов з першого погляду» до продукту (об'єкта дизайн-діяльності) сприятиме позитивній соціалізації продукту. До унікальних способів, за якими продукти викликають вісцеральні реакції, належить цікаве незвичне навчання нових користувачів та успішні стани, які зазвичай викликає мушлен-дизайн (анімаційна графіка, кіно). Вісцеральний дизайн охоплює передсвідомий стан користувача, початкову привабливість продукту й остаточні його відчуття.

Поведінковий емоційний дизайн. Поведінкова реакція – це те, як ми почуваємося, коли поринаємо у досвід, як ми реагуємо на взаємодії наших продуктів та отримуємо цінність від продуктів, які використовуємо, що також широко відоме як юзабіліті. З емоційного погляду, коли наша поведінка під час взаємодії є плавною, очікуваною і знайомою, ми отримуємо радість і задоволення від зручності використання продукту. Поведінковий дизайн включає зручність, функціональність продукту, продуктивність й ефективність використання.

Потужні та позитивні поведінкові реакції виявляють такі переваги: вони дають змогу користувачам відчувати *збільшення своїх можливостей*; вони розвивають *довіру та надійність*, створюючи прямий зв'язок між діями користувача та очікуваною цінністю; вони заохочують повторні реакції, оскільки люди захочуть відчувати це захоплення *знову*.

Відповідно до згаданих напрямів в сучасному дизайні застосовують певні проєктні методи. *Дизайн «чорної скриньки»* – це такий метод, коли проєктувальник сприймає об'єкт як так звану чорну (непрозору, незрозумілу) скриньку. Це означає, що найважливіша частина процесу проєктування відбувається у голові проєктувальника, певною мірою в ділянці, не підпорядкованій свідомості. Відстоюючи таку думку, теоретики цього творчого підходу протиставляють себе прибічникам поглядів на проєктування як на логічний процес. На цьому твердженні засновано метод мозкової атаки, чи мозкового штурму: якщо людину вважати чорною скринею, можна припустити, що усунення фільтрів на вході щонайменше збільшить кількість вихідних сигналів. На цій самій основі ґрунтується метод синектики, який нагадує метод мозкової атаки, але наприкінці йдеться про використання біологічних та анатомічних аналогій.

Старий та новий антидизайн. Відкидаючи раціональні принципи модернізму, сучасний антидизайн намагається відобразити у дизайнерській роботі творче вираження особистості. Одним з перших прикладів антидизайну був сюрреалізм, під впливом якого в 1940-х роках виник стиль туринського бароко, дизайнерів-антираціоналістів, наприклад, Карло Молліно. Проте як один з напрямів авангардизму антидизайн проявився лише наприкінці 1960-х років, коли в Італії були створені кілька творчих груп радикального дизайну. Ці об'єднання, що мали назви «Архізум», «Суперстудія», «НЛО», «Група Струм» і «9999», вважали, що під тиском інтересів промисловості модернізм перетворився на вульгарний комерційний прийом, втратив відповідність принципам авангардизму і здатність бути рушійною силою культури.

Піддаючи різкій критиці передові технології та насадження споживчої психології, прихильники антидизайну висунули ідею «рятівного дизайну», прагнучи довести, що модернізм стає абсурдним. Для просування цієї концепції вони представили ряд провокаційних проєктів, серед яких були «суперспоруди» групи «Суперстудія» та Місто нон-стоп групи «Архізум».

У 1974 р. була офіційно відкрита школа антиархітектури та антидизайну, що мала назву «Глобальні інструменти», яка у спробі сприяти розвитку індивідуальної творчості повинна була досліджувати прості, тобто неіндустріальні технічні прийоми. Через рік школа була закрита, поклавши таким чином кінець першому періоду антидизайну

1970-х років. У той час багатьом пов'язаним із цим напрямом дизайнерам, таким як Алессандро Мендіні та Уго Ла П'єтра, здавалося, що в радикального контрдізайну вже немає майбутнього. Проте за декілька років кампанія на захист антидізайну відновилася. Її ініціаторами були дизайнери студії «Алхімія», які відкидали консерватизм, що переважав у сімдесятих роках, прагнучи повернути дизайну безпосередність, творчість і значущість. У студії «Алхімія» міркування функціональності доповнювалися політичним змістом, іронічними запозиченнями зі сфери масової культури та поважним ставленням до стилів минулого.

Студія «Алхімія» заявляла про наявність потреби в тому, щоби отримані предмети були розміщені серед людей у середовищі як сигнали нашого покликання до чарівництва думки, як рятівні маяки у бурхливому морі сучасності – парадоксальні, унікальні, ізольовані, закінчені і визначальні предмети (Алессандро Мендіні. Стілець/стіл *Zobro* для фірми *Zanotta*, 1984). На початку 1980-х років з появою творчої групи «Мемфіс» в Італії та після заяв американських критиків модернізму, таких як Чарльз Дженкс, що виступав «за елементи, які є скоріше змішаними, а не чистими», і за переважання «безладної життєвості над єдністю», антидізайн, зі своїм звільненням від декору заради себе, став перетворюватися на постмодернізм – відомий «міжнародний стиль» (M. Collins & A. Papadakis, *Post-Modern Design*, Лондон, 1989, с. 49).

Наразі в дизайні першої чверті XXI ст. народилася нова хвиля бунтарства з гаслом «Правила створені для того, щоб їх порушувати». Останніми десятиліттями можна простежити, як все більше дизайнерів виходить за межі установлених традицією правил та зони комфорту, особливо у міру прискореного розвитку технологій. Панує думка, що дизайн – це вид мистецтва, а творчість визначається цікавістю, пошуком та експериментом, отже, мистецький дух завжди буде вириватися з «безпечних» місць.

Наприкінці 2010-х років відбулося досить широке відродження *бруталізму* (рис. 12) в графічному дизайні, з подібною зухвалістю прийомів, що притаманна архітектурному бруталізму в минулому. Безумовно, подібний вид дизайну не призначений для широких мас споживачів, а відчуття «потворності» – це дескриптор, який часто асоціюється з цим підходом. Інколи такий підхід розрахований на ефект

привертання уваги і виступає метою твору. Прогнозують, що тенденція бруталізму й надалі проникатиме в популярну культуру поточного десятиліття, стаючи ще гучнішою та виразнішою, оскільки наповнює дизайн енергією, рухом і деякою нахабністю, яку неможливо ігнорувати. Використання неприродних «кислотних» кольорів, протиставлення природних і синтетичних текстур – це визначні деталі, які виділяють часом складний для сприйняття дизайн у 2020-х роках.

Новий бруталізм (антидизайн)



Сільпо у Вінниці, 2021 р.



Сільпо у Харкові, 2021 р.



Рис. 12. Соціально-культурні напрями в дизайні першої чверті ХХІ ст.

Синергетичний підхід в дизайні ХХІ ст. Визначаючи предмет синергетики, німецький фізик Г. Хакен, засновник цього напрямку, вважає, що синергетика вивчає системи, які можуть шляхом самоорганізації утворювати просторові, тимчасові чи функціональні структури. Можна передбачити, що дизайн як процес і результат процесу може бути об'єктом синергетики. Науковці виділяють сфери застосування синергетичної методології – формоутворення в дизайні та історія дизайну. У сфері застосування синергетичного підходу до формоутворення показовою є наявність фракталів у творах сучасного

дизайну. Відомо, що фрактали — це геометричні фігури, які мають властивість самоподібності, тобто складені з певної кількості частин, кожна з яких подібна до всієї форми цілком. Самоподібність, як основна властивість фракталів, підтверджує основний закон композиції — закон єдності у різноманітті. Прикладами застосування фракталів у мистецтві є твори художників-абстрактивістів, кубістів, футуристів та конструктивістів. Елементи фрактального формоутворення можна виявити в ажурній сталевій вежі Г. Ейфеля та в експериментальних конструкціях дизайнерів-авангардистів, зібраних із стандартних модулів, де просторово-часова та суб'єктивно-об'єктивна єдність сприйняття об'єкта знаходять відповідність у синергетичній картині світу.

Друга сфера застосування синергетичної методології у дизайні полягає у розгляді історії дизайну не тільки як лінійного, поетапного процесу, а в межах різних періодів, зважаючи на вплив суспільно-політичних та соціокультурних подій на розвиток предметного середовища людини.

Важливою особливістю для розуміння нелінійної сутності дизайну є динамічність процесу стилеутворення в дизайні, якому властива відносно менша, порівняно з іншими пластичними мистецтвами, тривалість існування художньо-стильових течій та їхня локальна спрямованість. Ця риса склалася під впливом процесу розроблення предметів дизайну та їхнього виробництва, що також характеризується динамікою та орієнтацією на закони ринку, в умовах якого вже на стадії проєктування відбувається програмування періодичної зміни модельного ряду, а отже, недовговічності виробу. По-перше, історія дизайну відносно молода, їй притаманна нерівномірність проявів у часі та висока щільності подій. По-друге, спостерігається різномасштабність об'єктів дизайну, коли ними можуть бути і чайник або стілець, і космічний корабель або сквер в місті. По-третє, дизайн має безліч спеціалізацій та різнохарактерних сфер: графічний дизайн, одяг і взуття, промисловий дизайн, дизайн середовища тощо. Нарешті, серед фахівців сформувалося безліч поглядів на історію дизайну, його виникнення, етапи розвитку та вибір його іконічних об'єктів, а також факторів, що впливають на виникнення домінантних явищ.

Зпитання для самоконтролю

1. Опишіть проблему і розкрийте зміст співвідношення краси і користі у стародавні часи, середньовіччі та у Новому часі.
2. Розкрийте зміст концепцій у мистецтвознавстві Г. Земпера, Д. Рескіна, В. Морріса.
3. Розкрийте зміст архітектурно-дизайнерських концепцій «ранніх функціоналістів» Л. Саллівена, Ф.Л. Райта, А. Лооса.
4. Опишіть стиль в мистецтві на межі ХІХ-ХХ ст. та його вплив на формування теорії дизайну у ХХ ст.
5. Опишіть особливості зародження дизайну та його естетичне осмислення у працях німецьких художників, архітекторів, будівників.
6. Розкрийте зміст концепції функціоналізму як творчого методу в дизайні й архітектурі.
7. Опишіть роль В. Гропіуса і школи Баухауз на становлення і розвиток теорії і практики дизайну.
8. Розкрийте зміст теоретичних поглядів Т. Мальдонадо та особливості навчання в Ульмській школі дизайну.
9. Охарактеризуйте опис ідей, погляди та підходи в італійському дизайні 1950-1980 рр.
10. Опишіть особливості та принципи дизайну в скандинавських країнах та у Фінляндії у 1930-1980 рр.
11. Охарактеризуйте філософію японського дизайну другої половини ХХ ст.
12. Охарактеризуйте основні концепції в дизайні у ХХІ ст.
13. Розкрийте зміст концепції емоційного дизайну, опишіть його різновиди.
14. Розкрийте поняття синергетичного підходу в сучасній науці та, зокрема, у сфері дизайну.

Теми індивідуальних робіт

1. Протодизайн епохи Відродження та Нового часу.
2. Творчість та ідеї Д. Рескіна та В. Морріса.
3. Ідеї раннього функціоналізму в Америці.
4. Німецька філософія в мистецтві кінця ХІХ – початку ХХ ст. Виникнення Веркбунду.
5. Теорія і практика школи Баухауз.
6. Ульмська школа формоутворення та погляди Т. Мальдонадо.

7. Антидизайн в Італії 1960-1970 рр.
8. Скандинавський дизайн другої половини ХХ – початку ХХІ ст.
9. Японський дизайн - традиції і новаторство.
10. Дизайн в СРСР, Сенезька студія дизайну.
11. Постіндустріальна концепція співвідношення форми і функції. Ідеї «емоційного дизайну» та новий бруталізм в ХХІ ст.
12. Системний та системно-синергетичний підходи в дизайні. Концепція сталого розвитку в дизайні.

Література

1. De Fusco, Renato. The History of Design. Laterza, Rome-Bari 1985-2006 (9th edition); Spanish trans. Santa & Cole, Barcelona 2005.
2. De Fusco, Renato. The history of Furniture. UTET, Turin 1985, II edition Franco Angeli, Milan 2004.
3. Nordwerk Design. URL: <https://nordwerk.co/design-gallery/>
4. Norman, Donald A. Emotional Design. New York, Basic Books, 2005. – 256 p.
5. Pulos, Arthur J. American Design Ethic. A History of Industrial Design to 1940. – The Massachusetts Institute of Technology. – 1986. – 444 p.
6. M. Collins & A. Papadakis, Post-Modern Design, Лондон, 1989, с. 49.
7. Олійник О.П. Теорії та концепції дизайну: навч. посіб. / О.П. Олійник. – Б/м: Гельветика, 2020. – 256 с.
8. Оршанський Л.В. Готфрід Земпер та художньо-промислова освіта Західної Європи й України: монографія / Л.В. Оршанський, Р.М. Силко. – Дрогобич: Видавничий відділ Дрогобицького держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка, 2016. – 281 с.
9. Синергетика [*Електронний ресурс*] / Державна наукова установа «Енциклопедичне видавництво». – Електронні дані. – Київ : Електронна версія «Великої української енциклопедії». – Режим доступу: [https://vue.gov.ua/Синергетика#:~:text=Синергетика%20\(від%20грец.,елементів%20середовища%20у%20нерівноважному%20стані](https://vue.gov.ua/Синергетика#:~:text=Синергетика%20(від%20грец.,елементів%20середовища%20у%20нерівноважному%20стані) / (дата звернення: 03.07.2025). – Назва з екрана.
10. Авангардне мистецтво в Україні, 1910–1930. Пам'ять, за яку варто боротися / М. Шкандрій. – Б/м: Фабула, 2021. – 215 с.

Розділ IV. Дизайн в інтерактивному просторі: дизайн-культура сучасного суспільства

4.1. Соціальні теорії і теорії дизайну. Дизайн в культурі мережевого суспільства

Суть і сенс дизайнерського творення. Культура мережевого суспільства як лінза споглядання продукту дизайну. Ідеологія як система поглядів та інструментів вираження ідентичності культури. Соціологія як дзеркало споживання продуктів. Семіотика в дизайні. Концепція віртуального життя у мережевому просторі.

Якщо перекинути міст між дизайн-менеджментом, теорією дизайну і культурологією, то у процесі можна виробити всеосяжне, гармонійне та логічне розуміння дизайну, яке зможе сприяти успішній роботі дизайнерів майбутнього.

Дизайнер – творець, і це визначення має декілька рівнів. Перший і найголовніший рівень визначає *суть дизайну, яка полягає в умінні створювати* та в самому акті творення. Можливо, нині термін «ремесло» у процесі культурної еволюції віддалився від таких понять, як «пошуки прекрасного» в мистецтві та «мета» в дизайні, але як сукупність знань та вмінь, потрібних для узгодженої та впорядкованої роботи умілих рук та розумної голови, ремесло залишається невід’ємною частиною дизайну.

На другому рівні *дизайнер уможлиблює сенс життєдіяльності*. Виконання дизайнерського рішення – це лише перша стадія процесу дизайну, за якою йде «щоденна робота зі споживанням», тобто процес, під час якого продукт стає частиною життя споживачів. Нині будь-який спроектований продукт, комунікація чи середовище пропонують людям нові враження.

На третьому рівні *дизайнер самовизначається*, формулює власне бачення того, що означає бути дизайнером, вирішує, як використовувати свої особливі вміння, знання та дизайнерське мислення, щоб знайти своє місце в професійному світі. Це особливо справедливо у століття економіки знань, гнучких моделей зайнятості і технологій, що стрімко розвиваються. Манера поведінки, звичаї та цінності є різними як у

країнах нашого мультикультурного та соціально різнобарвного світу, так і в межах однієї країни. Використовувані предмети та їхнє поєднання одночасно відбивають і закріплюють очікувану у повсякденному житті поведінку, а загалом *створюють стиль життя*. Подорожуючи іншими країнами, люди намагаються зрозуміти незнайому культуру, що лежить в основі життя іншого народу.

Цілком очевидно, що *розуміння культури відіграє найважливішу роль у дизайні*. На думку американського професора з маркетингу М. Соломона, культура – це лінза, крізь яку люди дивляться на продукт. Саме культура надає продуктам значення, зумовлює звичаї, відповідно до яких їх використовують, та цінності, що відображаються у формі цих продуктів та їхніх функціях. Соціальна структура найчастіше стає наслідком екології. Перенаселені країни, якими є, наприклад, Японія та Нідерланди, знаходять різні способи підтримувати єдність та впорядкованість суспільства. Самобутність японської культури є, зокрема, наслідком її ізольованого розвитку протягом кількох століть.

Ідеологія – система поглядів та переконань, яких люди дотримуються щодо світу навколо них, а також своїх прав та обов'язків у цьому світі. Такі переконання і цінності безпосередньо стосуються умовностей і традиційної поведінки, етики та прагнень. Ідеологія, яку поділяють всі члени суспільства, знаходить своє буквальне і символічне відображення в міфах–оповідях, що є формою вираження ідентичності культури і настановою щодо правильної поведінки. Міфи можна виявити в релігії, в літературі, у фільмах і навіть у телевізійній рекламі: за допомогою таких оповідей відбувається самовизначення культури.

Обсяг соціологічної літератури з питань споживання продуктів дизайну, що збільшується з кожним днем, особливо важлива для науки, що вивчає дизайн як вид людської діяльності. Причина цього частково полягає в тому, що *соціологія* надає у наше розпорядження *концепції та теорії, які допомагають нам зрозуміти, як і чому люди споживають продукти, створені дизайнерами, як вони отримують враження від взаємодії з цими продуктами*. Проте соціологічна література наголошує і на новому аспекті значущості дизайну – з погляду економіки та формування сучасної культури. Соціолог Девід Чейні завершує свою книгу (Chaney D. The cultural turn: Scene setting essays on contemporary cultural history. Routledge, 2002.) про *стиль життя* главою, присвяченою дизайну, в якій стверджує, що творча енергія, спрямована

на формування та підтримання нових моделей соціальних зв'язків, – це, якщо глибоко вдуматися, форма дизайну.

У своєму дослідженні теорії споживання Майк Фізерстоун виділяє три основні підходи до споживчої культури, коли дизайн розглядається як: 1) нова спеціальна стадія в економічному розвитку; 2) соціальний процес використання товарів та послуг з метою створення соціальних зв'язків чи відмінностей; 3) творчий процес, в якому міф та бажання людей стають частиною процесу споживання, щоб принести естетичне чи емоційне задоволення.

Загалом, можна вважати, що це економічний, соціологічний та психологічний погляди, хоча подібні дисциплінарні ярлики не повною мірою відображають усю різноманітність підходів у межах кожної категорії культури зокрема дизайну. Процес глобалізації, дедалі більша людська мобільність, а також вищий рівень виробництва і споживання, завдяки якому все це є можливим, спричинюють вагомі наслідки. Перш за все, предмети споживання втрачають те символічне значення, яке надавали їм міфи відповідної національної культури: нині їх змінюють *реклама* та рекламні образи, стилі продукції та *бренди*, які утворюють нескінченну безліч *знаків*, що багатьом людям здаються безглуздими.

Семіотика як наука про знаки вивчає, яким чином слова, фотографії, стилі та інші форми дизайну виконують функцію мови та повідомляють людям різні ідеї, асоціації та почуття. Широко використовується *стайлінг* продукту – *діяльність, спрямована на формування комерційно вигідного зовнішнього вирішення об'єкта, не зачепаючи його технологічних властивостей*, дизайн реклами та маркетингу. Наприклад, як знак може бути використаний колір: червоний – знак небезпеки, як на дорожньому знаку «стоп», або знак пристрасті, як в рекламі парфумів. Велика мобільність людей та інвестицій означає, що міста та регіони нині повинні вміти подавати себе з кращого боку, щоб за умов конкуренції залучити туристів та інвесторів. У кожного міста тепер є своя емблема та девіз. Наприклад, девіз м. Глазго – «На тисячу миль найкращий» пропонує знайомство із стежками історичної спадщини, бізнес-парками та унікальними вуличними меблями. У цьому сенсі економічне життя стає культурним й естетичним.

Нині помітною є тенденція соціокультурних основ *трансформації дизайну та віртуального життя у мережевому просторі* (рис. 13).

Суть і сенс дизайнерського творення в мережевому суспільстві

Рівні творення в дизайнерській діяльності

Перший рівень	Уміння створювати продукт; ремесло як невід’ємна частина творчості дизайнера
Другий рівень	Уміння уможлилювати сенс, «щоденна робота зі споживанням», формування у споживача нових вражень
Третій рівень	Самовизначення дизайнера; вміння надати розуміння культури через продукт дизайну

Трансформація суспільства – віртуальне життя – дизайн в мережевому просторі



Естетика мультимедійного дизайну

Рис. 13. Технологічна концепція інформаційного суспільства як чинник формування культурної парадигми

Трансформації у суспільстві в епоху інформатизації треба осмислити для цілісного розуміння особливостей дизайну в ракурсі культурно-філософської спрямованості. Особливості інформаційного та мережевого суспільства, а також проблеми експансії Інтернету висвітлено в безлічі наукових досліджень: теорії постіндустріального, інформаційного, мережевого суспільства (Д. Белл, Б. Гейтс, Е. Тоффлер, З. Бауман, М. Кастельс); уявлення нового типу культури, що фіксує гетерогенність (різнорідність), множинність, рівноправність, у вигляді різноми (несистемний і нелінійний спосіб організації цілісності) (Ж. Делез, Ф. Гваттарі); вивчення епохи інформаційно-комунікаційних технологій, де абсолютна влада належить візуалізації (М. Маклуен). Особливо активно досліджується Інтернет у різних аспектах: як складне комунікаційне середовище; як засіб комунікації, що динамічно розвивається і володіє найширшими можливостями організації спілкування; аналізується мова Інтернету, що виконує комунікативні, когнітивні, естетичні, волюнтативні (похідні від волі), емоційні, ігрові функції; розглядаються основні тенденції розвитку інтернет-аудиторії; вивчаються соціальні функції Інтернету: місце та цілі перебування людей у мережі.

Естетика мультимедійного дизайну багато в чому визначається комп'ютерною гібридизацією медіа та перегукується з концепціями постмодернізму (Ж. Бодріяр, Н.Б. Маньковська), що стверджують еkleктику художньо-образної мови в масових комунікаціях, дифузії, мутації великих стилів у візуальному шарі сучасної культури. Візуальні аспекти соціальної еволюції, зокрема дизайну, тісно переплітаються з процесом загального прискорення (дромологія П. Вірільо). У дизайні нині активно використовуються комп'ютерні технології, які сприяють формуванню генеративної, інформаційної, алгоритмічної, кібернетичної, віртуальної естетики, а продукти дизайну в культурі мережевого суспільства функціонують у просторі потоків і виступають як гнучкі, відкриті, складні системи.

Суспільство втілюється в *інтерактивних технологіях та дигітальних ландшафтах*. У процесі розроблення цієї проблеми осмислюється роль віртуальної реальності у світі. Завдяки різноманітним дослідженням можна стверджувати, що віртуальним соціальним практикам належить основне місце у фізичній реальності, порушують такі питання: рух суспільства від віртуальної реальності до

реальної віртуальності; віртуальний простір як майданчик, що поєднує накопичені людством знання; віртуальне середовище як синтез світу свідомості та високих інформаційних технологій; підходи до вивчення феномену віртуальної реальності тощо.

Базовим критерієм інформаційного суспільства є висока значущість знань та інформації як основних ресурсів соціокультурного розвитку. Інформація тут сприймається як обробка відомостей за усвідомлення стану навколишнього світу (Е. Дебонс). *Знання* – це набір ідей чи фактів, організованих у систему і переданих за допомогою засобів комунікації. Інформаційне суспільство характеризується зростанням кількості та значенням інформації, що передається різноманітними засобами комунікації. Різко зростає роль інформації у соціокультурній, економічній та політичній сферах.

Отже, технологічна концепція інформаційного суспільства зосереджена на розгляді технологічного прогресу як каталізатора трансформацій у культурному житті соціуму. Завдяки технологічним нововведенням відбувається зростання продуктивності, а технологія є рушійною силою змін. Технологічні трансформації мають пряме відношення і до дизайну як до особливого феномену культури сьогодення.

4.2. Інтерактивні технології та цифрові ландшафти як елементи сучасного дизайну. Дизайн віртуального життя

Мультидисциплінарність дизайну мережевого суспільства. Мультимедіа–дизайн в мережевому суспільстві. Інтерактивні технології в дизайні. Цифровий дизайн, його різновиди, цілі й методи.

Відомо, що об'єктами професійної дизайн-діяльності в індустріальному суспільстві є цілісні комплекси предметно-просторового середовища: інтер'єри, транспорт, техніка й обладнання, товари масового споживання, упаковка тощо. В інформаційному суспільстві об'єкти дизайну – це візуальні комунікації, друкована продукція: фірмові стилі, книги, журнали, плакати, афіші. У мережевому суспільстві об'єкти дизайн-діяльності розміщені у віртуальному середовищі – це мультимедійні інформаційні ресурси, такі як веб-сайти

чи портали, а також цифрові книги, журнали, комп'ютерні ігри та програми для розроблення продукту.

Незважаючи на мінливість і нестабільність багатьох параметрів дизайнерської діяльності, дизайну властива мультидисциплінарність, яка є стабільною, фундаментальною його характеристикою. *Мультидисцип-*

лінарність – сутнісна характеристика дизайну, яка в міру розвитку суспільства змінює деякі параметри, але загалом залишається його незмінною рисою (рис. 14). Мультидисциплінарні основи дизайну ґрунтуються на мисленні дизайнера, що охоплює колаборацію компонентів образності, системності та інноваційності. Разом з історичним розвитком дизайну розширюється кількість дисциплін, які безпосередньо стосуються його проблем. В процесі створення дизайн-проєкту використовується синтез – співпраця різних дисциплінарних, методологічних, технологічних, стилістичних напрямів, узгоджених між собою і націлених на вирішення стратегічного завдання.

Дизайн як феномен свого часу та культури змінюється разом з розвитком техніки та технологій. Дизайн виник в епоху промислової революції початку ХІХ ст., під час становлення масового виробництва товарів та високої конкуренції. Виробникам для того, щоб виділитися на ринку, треба було дбати про естетику продуктів. Завдання естетизації товарів промислового виробництва вирішувалися у співпраці інженерів та дизайнерів, а для підвищення рівня продажу потрібні були ефективні маркетингові, рекламні кампанії та дослідження психології покупців. Стає зрозумілим, чому дизайн, як промисловий, так і середовищний, потребує комплексного, всебічного, мультидисциплінарного підходу.

Подальший розвиток технологій спричинив перехід від індустріалізації до інформатизації. У дизайні став активно розвиватися напрям візуальних комунікацій – графічний дизайн та його відгалуження, для яких є характерним оперування інформацією.

Мережеве суспільство вивело в лідери *мультимедіа-дизайн* – *цифровий дизайн, орієнтований на користування у віртуальному середовищі*. Він має різновиди: графіка руху, моушн або анімаційний дизайн, сферою якого є візуальне оформлення для відео, телебачення і кіно. Об'єкти створюють в основному із застосуванням комп'ютерних технологій, але нерідко трапляються роботи, створені в процесі класичного знімання на відео.

Мультидисциплінарність як сутнісна характеристика сучасного дизайну в теорії та практиці

*Мислення
дизайнера*

Колаборація компонентів образності, системності, інноваційності

*Процес
проектування*

Синтез, співпраця різних дисциплінарних, методологічних, технологічних і стилістичних напрямів

ІНЖЕНЕР +
ХУДОЖНИК-ДИЗАЙНЕР

Інтерактивний дизайн в мережевому суспільстві



Рис. 14. Мультидисциплінарний характер дизайну в структурі інформаційного суспільства

Мультимедійні проєкти дають користувачеві змогу *взаємодіяти із цифровим простором*, тобто мають *інтерактивну* природу. Незважаючи на те, що нині у світі є актуальною тенденція до вузької спеціалізації, цифровий дизайнер, щоб бути успішним, має бути *мультигранним*. Для створення дизайн-проєкту часто потрібна участь фотографів, ілюстраторів, музикантів, письменників та кінематографістів, а також фахівців з веб-дизайну, програмування баз даних або інших фахівців. Спеціалізація веб-дизайнерів також не однакова, а саме: *Веб, UX та UI* – це різні рівні дизайну в одному діджитал-бренді. Веб-дизайнер розвиває *промо* (сайт, соцмережі та рекламу), UI-дизайнер формує *інтерфейси продукту*, а UX-дизайнер описується *досвідом* користувача на всіх етапах, розробляючи *модель доставки цінності клієнтам*.

Фундаментом для дизайнерської діяльності в цифровому просторі залишається мультидисциплінарність, яка завдяки розвитку техніки та технологій лише зміцнюється та розширює спектр охоплених дисциплін. Для вирішення складних проєктних завдань потрібна співпраця інтелектуальних, організаційних, інформаційних і технічних ресурсів. Процес дизайн-проєктування полягає у вирішенні творчих завдань, що потребує розвиненого творчого, нестандартного мислення, креативності. Наприклад, *метафора є однією з технік креативного мислення*, важливих для розв'язання дизайнерських завдань.

Вимоги до дизайн-продуктів можуть змінюватися у міру розвитку техніки та технологій, зі швидкісними змінами у культурі та суспільстві, часом спричинюючи нестабільність. Проте *мультидисциплінарність – характеристика дизайну, що з розвитком суспільства змінює межі, склад елементів та параметрів, але залишається незмінною рисою дизайну*.

Дизайн як інтерактивні технології та дигітальні ландшафти. Події інформаційного століття, відомого також як ера комп'ютерів або епоха нових медіа, пов'язане з цифровою революцією, основою на інформатизації та комп'ютеризації суспільства, що ознаменувало початок нової епохи *дигітальних або цифрових ландшафтів*. *Цифровий ландшафт* – це сукупність обладнання, програмного забезпечення та вмісту, які взаємодіють із цифровою рекламою, зокрема, це служби електронної пошти, веб-сайти, комп'ютери, смартфони, відео, публікації в блогах тощо. *Візуальне представлення цифрових ландшафтів* проєктують дизайнери, які працюють в інтерактивному середовищі.

Цифровий ландшафт постійно розвивається на основі колективних дій усіх потенційних клієнтів, тобто має інтерактивну природу. *Інтерактивний дизайн охоплює такі сфери знання, як семіотика, інформаційна архітектура, графічний дизайн, розроблення інтерфейсів користувача, ігровий дизайн, веб-дизайн та інші галузі.* Важливим аспектом дизайну в інтерактивному середовищі є математична логіка, яка немовби «обгорнута» у візуальний контекст.

Інтерактивні технології, крім дизайну, також застосовують у *мистецтві* (інтерактивні інсталяції, відеомепінг), *інформаційно-комунікаційних системах* (веб-ресурси, комп'ютерні ігри, скайп), *промислових продуктах* (банкомати, робочі місця пілотів космічних кораблів). Так, наприклад, місто можна інтерпретувати як модель суспільства, потужний двигун прогресу. *Міське середовище* є однією зі сфер розвитку інтерактивності. *Інформаційні стенди* спрощують розуміння складно організованої системи міста, допомагають орієнтуватися у незнайомому просторі. *Магнітні карти-ключі* підвищують безпеку організацій, у *банківських терміналах* можна здійснити фінансові операції у будь-який час доби. *Інтерактивні фасади* залучають перехожих до взаємодії, реагуючи на різні сигнали, такі як рухи чи звуки.

Сучасні українські дослідники активно працюють над проблемами впливу цифрових технологій на формування різноманітних сфер і об'єктів дизайну, а саме: просторового середовища з погляду дизайн-проекування; інтерактивності у міському середовищі (О.В. Бойчук); застосування інформаційно-комунікаційних технологій у дизайн-освіті (З.І. Алфьорова); ролі цифрових технологій у формуванні сучасного мистецтва та трансдисциплінарної галузі наукового мистецтва (Т.М. Габрель); підходів до формування інтер'єрів на основі включення мультимедійних об'єктів (Н.С. Брижаченко); ігрового штучного інтелекту; інтерактивності та провокативності як елементів актуального мистецтва; застосування комп'ютерних технологій у сучасному живописі; спадкоємності та новаторства у сучасному поліграфічному дизайні тощо. Також розвиваються дослідження проблем створення віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) засобами дизайну в культурі мережевого суспільства (К. Фоміна).

Більшість технологій, які називаються «новими медіа», є цифровими, часто мають такі характеристики, як можливість

здійснювати різні маніпуляції, робота в мережі та інтерактивність (наприклад, соціальні мережі, відеоігри та програмні продукти). Таким чином, *інтерактивність* – це важливий елемент дизайну *нових медіа*. *Віртуальне середовище формується з різними ступенями інтерактивності, а також інверсивності (занурювання), що становлять також актуальне «поле» для розвитку дизайну.* Найбільш яскравими проявами діяльності дизайнерів в інтерактивному середовищі є розробка інтерфейсів користувача, веб-дизайн, дизайн застосунків, гейм-дизайн тощо.

Дизайн інтерфейсів користувача – це проєктування інтерфейсів веб-сайтів, комп'ютерів, засобів мобільного зв'язку або інших об'єктів, що розширюють людські можливості в мережі. Мета такого дизайну – забезпечити зручність роботи та взаємодій для користувача.

Веб-дизайн – напрям проєктування, націлений на розроблення сайтів. Сукупність сайтів, частина яких пов'язана між собою гіперпосиланнями, утворює інтерактивний простір глобального павутиння.

Гейм-дизайн – це процес розроблення ігор, у якому потрібно прописати структуру та задати правила гри, продумати геймплей, навколишнє середовище, сюжет та образи персонажів. Дизайн комп'ютерних ігор означає планування, передбачення майбутнього, реалізацію художніх та технічних аспектів, тобто є своєрідним мистецтвом, яке формує віртуальну реальність. Ігри як об'єкти дизайну та артефакти цифрового досвіду втілюють унікальні творчі ідеї дизайнерів: від застосування ходів, продиктованих технічними обмеженнями, такими як восьмибітна графіка, до візуалізації віртуальних фантастичних світів, що створюють ілюзію реального середовища, придуманого для гри, а також текстів певної культури, оснований, наприклад, на літературних творах.

У культурі мережевого суспільства змінюється суб'єкт дизайну, а це означає, що у певних ситуаціях змінюється/зміщується роль дизайнера як автора і креатора. В індустріальну епоху співвідношення між дизайнерами та споживачами вибудовувалося в дихотомії: людина-творець та людина-споживач. У культурі мережевого суспільства ця дихотомія розмивається, оскільки як дизайнери, так і користувачі виконують функцію творців в інтерактивному просторі глобальної мережі.

Межі віртуального життя. Визначення меж віртуального життя у сфері дизайну зумовлене трьома позиціями осмислення віртуального простору: *Інтернет як медіа, або комунікативний простір; Інтернет як відкриті мовні системи; Інтернет як спільноти людей із спільними інтересами чи цінностями.*

Важливим для користувача є розуміння віртуальності як конструйованої дизайнерами гіперреальності, або уявної реальності (за концепцією Ж. Бодріяра), основаної на жонглюванні *симулякрами*. Центральним поняттям у бодріярівському дискурсі є поняття *симулякра* як хибної *подоби, копії, яка замінює* оригінала. Симулякр впливає на відносини між світом людей та світом речей, де *речі набувають влади над людиною*. Якщо світ речей розглядати як другу природу, то *світ віртуальних феноменів* можна назвати третьою природою, що є продуктом синтезу світу свідомості та високих інформаційних технологій. Віртуальна реальність сприяє формуванню нового виду культури, електронної чи цифрової.

Дизайн за допомогою фотографії та комп'ютерних технологій часто створює симуляцію реальних речей та вчинків. У мережі можна знайти різні приклади гіперреалістичного дизайну, що імітують або відображають фізичну реальність та її елементи. Наприклад, проєкт Squarespace (<http://www.squarespace.com>) надає інструменти, які допомагають будь-якій людині втілити ідеї в реальність, в достатку містить гіперреалістичну графіку. На головній сторінці сайту можна відчути себе письменником, художником чи музикантом. Наступним прикладом може слугувати розташована в Нью-Йорку дизайнерська фірма Sagmeister & Walsh, яка спеціалізується на створенні корпоративних стилів, рекламних роликів, веб-сайтів, програм, фільмів, книг та предметів для конкретних клієнтів, широкої аудиторії та для себе. На головній сторінці офіційного сайту (<http://www.sagmeisterwalsh.com/>) розміщено фотореалістичні види розроблюваних об'єктів.

Наразі у професійній літературі досліджуються функції дизайну у бутті, природі, матеріальному світі – естетичні, гуманні, раціональні, креативні, сигніфікативні (поняттєві); антропологічні функції дизайну – виховні, комунікативні, гедоністичні; функції дизайну у системі культури – актуалізовані, знакові, ідеологічні, утопічні. Проте досі у

науковій літературі не актуалізувалося питання креаціоністської ролі дизайну у створенні як реального, так і віртуального середовища.

Дизайн у культурі мережевого суспільства створює нову, третю реальність, третій світ – не матеріальне середовище як сукупність органічних елементів, набір матеріальних артефактів і відповідний йому духовний світ, а віртуальний штучний світ. При цьому дизайнер виконує функцію творця, тому дизайнера загалом можна назвати *креатором*, який, безумовно, несе відповідальність за створене ним середовище, а також впливає на свідомість та думку користувачів. Проте завдання, поставлені замовником, не становлять єдиного орієнтиру для дизайнера, оскільки *дизайн* у ширшому контексті є частиною культури та *формує загальнолюдські норми та цінності*. Свобода дизайнера полягає у можливості експериментувати з ідеями, методами, інструментами, матеріалами, технологіями тощо. Наприклад, *екологічний дизайн* як інструмент проєктування глобального соціокультурного простору вивчається багатьма науковцями. Процес глобалізації може стати каталізатором об'єднання людства з метою розроблення стратегії проєктування соціально та екологічно безпечної планетарної взаємодії. Альтернативою екологічній кризі можуть стати технології проєктування предметно-просторового середовища, що ґрунтуються на принципах «біосферсумісності».

Дизайн у культурі мережевого суспільства впливає на соціальні та духовні трансформації. Естетика, народжена цифровими технологіями та поширювана інтерактивними дизайн-проєктами, зосереджена не лише всередині віртуальних світів, а й змінює фізичний простір середовища. Вона активно впроваджується в сучасну онтологію, модифікуючи культурні норми та цінності через втілення нових ідей та форм не лише у мультимедійних проєктах, що потребують синестезійного сприйняття, а й у предметно-просторовому середовищі: архітектурі, транспорті, меблях, костюмі, робототехніці. *Синестезія* – це особливий спосіб сприйняття, коли деякі стани, явища, поняття та символи мимоволі наділяють додатковими властивостями: кольором, запахом, текстурою, смаком, геометричною формою, звуковою тональністю або положенням у просторі. Ці властивості ілюзорні: органи почуттів, зазвичай відповідні за їхню появу, у синестетичному сприйнятті не беруть участі. При цьому почуття ніби змішуються: людина може бачити або сприймати звук, чути колір, відчувати текстуру або геометричну форму мелодії таке інше.

Дослідження закономірностей історичного розвитку дизайну дає змогу стверджувати, що соціокультурна ситуація останніх десятиліть, зокрема бурхливий розвиток техніко-технологічної життєдіяльності людства, має величезний вплив на сучасний дизайн, який дедалі збільшуватиметься. В індустріальному суспільстві дизайн естетизував предмети промислового виробництва, в інформаційному суспільстві дизайн вибудував візуальні комунікації, в мережевому суспільстві дизайн формує не тільки місце існування, а й проєктує *віртуальну культуру*, яка через Інтернет поширюється в масових обсягах і формує різні світогляди і бачення світу, а загалом – *свідомість людини*. У культурі мережевого суспільства дизайн створює нову реальність – віртуальну, що існує поряд із фізичною та духовною реальністю. Наважимося припустити, що діяльність у сфері дизайну має креаціоністський початок. Дизайн, оснащений передовими технологічними можливостями, конструює паралельні всесвіти через віртуальне середовище та створює небувалі дигітальні ландшафти культурного досвіду.

Зпитань для самоконтролю

1. Розкрийте зв'язок між культурологією, соціологією і дизайном.
2. Дайте опис соціологічному підходу в сучасному дизайні постіндустріального суспільства.
3. Опишіть особливості формування цифрового дизайну в мережевому суспільстві.
4. Розкрийте поняття мультидисциплінарності дизайну в інформаційному суспільстві.
5. Визначте види цифрового дизайну, опишіть їхні особливості.
6. Розкрийте особливості застосування інтерактивних технологій в дизайні XXI ст.
7. У чому полягає креаторська роль дизайнера в мережевому суспільстві?

Теми індивідуальних робіт

1. Мультидисциплінарність в сучасній науці. Мультидисциплінарність як характеристика дизайну XXI ст.

2. Мультимедіадизайн в мережевому суспільстві.
3. Інтерактивний дизайн в матеріальному світі: виставковий, навчальний, міський.
4. Дизайн і культура мережевого суспільства: межі, об'єкт, суб'єкт, середовище.
5. Цифровий дизайн як креатор «третього» світу.

Література

1. Бодріяр Ж. Симулякри і симуляції / Ж. Бодріяр; пер. з франц. В. Ховхун. – Київ : Основи, 2004. – 230 с.
2. Махній М.М. Мережеве суспільство: кіберпсихологічний путівник / М.М. Махній. – Київ : Academia.edu., 2018. – 176 с.
3. Чемакіна О.В. Дизайн системи візуальної інформації : навч. посіб. / О.В. Чемакіна, А.П. Рубцов, В.О. Свірко та ін. – Б/м: Гельветика, 2019. – 200 с.

Термінологічний словник

Алгоритм – це система операцій, яка в результаті їхнього послідовного виконання приводить до розв'язання поставленого завдання.

Антигуманізм в дизайні – це філософія проєктування, яка виникла на основі релігійно-консервативної традиції (інша його форма пов'язана з крайніми формами постмодернізму), креаціонізму, догматизму та фундаменталізму; ґрунтується на недовірі до власних сил людини, її можливостей, її розуму, моральної свободи та відповідальності.

Гуманізм в дизайні – це філософія проєктування, яка ставить потреби, можливості та благополуччя людини на перше місце. Гуманістичний підхід означає створення продуктів, послуг та систем, які є зручними, доступними, інклюзивними та сприяють позитивному досвіду користувача.

Дизайн – це творчий метод, процес та результат художньо-технічного проєктування промислових та одиничних виробів, їхніх комплексів та систем, зокрема просторових, орієнтований на досягнення найбільш повної відповідності створюваних об'єктів та середовища в цілому можливостям й потребам людини як утилітарним, так й естетичним.

Дизайн-діяльність – діяльність, що охоплює весь процес уявлення, планування та створення (проєктування) нових продуктів, послуг чи систем, передбачаючи вирішення пов'язаних з цим фахових проблем дослідження, творчого пошуку, розроблення, втілення та оцінювання результату.

Дизайн-наука (дослідження) – наука проєктування штучних об'єктів (дизайн-об'єктів), сукупність інтелектуально жорсткого, аналітичного, частково формалізованого, частково емпіричного вчення про процес проєктування, яке можна викладати (за Г. Саймоном, «Науки про штучне», 1996).

Діалектична концепція естетичного – полягає у тому, що розвиток тлумачать як боротьбу протилежностей, стрибкоподібний перехід кількості у якість і навпаки та як рух за спіраллю (Естетика: Підручник / [за заг. ред. Л.Т. Левчук]. – Київ, 2006). *В дизайні*

застосовують переважно у дослідженні історичного та прогностичного розвитку об'єктів дизайну.

Евристика – це наука, яка вивчає продуктивне творче мислення, а також розробляє та пропонує методи, що дозволяють підняти ефективність творчої діяльності, пов'язаної з пошуками шляхів до відкриття нового в судженнях, ідеях, способах діяння.

Естетика – наука про становлення й розвиток чуттєвої культури людини. Таке загальне визначення впливає з органічної єдності двох своєрідних частин цієї науки, якими є: 1) специфіка естетичного як ціннісного ставлення людини до дійсності; 2) художня діяльність людини (Естетика: Підручник / [за заг. ред. Л.Т. Левчук]. – К., 2006).

Естетична свідомість – продукт історичного розвитку суспільства, що являє собою форму суспільної свідомості і відображує рівень естетичного освоєння світу. Вона існує також як особистісна, індивідуальна характеристика певної людини.

Естетична цінність – це значущість прекрасного та гармонійного, що викликає у людини почуття задоволення та емоційну реакцію. Вона пов'язана з уявленнями про красу, які можуть бути знайдені як у мистецтві, так і в природі та навколишньому середовищі.

Естетичне сприйняття – це процес, за допомогою якого людина сприймає та оцінює навколишній світ з точки зору краси, гармонії та вишуканості. Це не лише зорове сприйняття, а й емоційна реакція на красу, що може виражатися у відчуттях, переживаннях та оцінках (Пономарьова В. В. Особливості естетичного сприйняття художніх образів (на прикладі творів образотворчого мистецтва. Харків, 2022).

Засіб (спосіб) – якась спеціальна дія, спосіб, що дає можливість здійснити що-небудь, досягти чогось. Виходячи з того, що головною метою дизайн-проєкту є створення функціонального, ергономічного та художнього рішення об'єкта, *засобами створення дизайн-об'єктів* можуть бути функціональні, планувальні (середовищний об'єкт), конструктивні, технологічні, художньо-композиційні засоби і прийоми.

Композиційне формоутворення в дизайні – поняття, що розкриває сутність художньо-конструкторського формоутворення, а також роль композиції як інструмента гармонізації структури та форми об'єктів дизайну.

Композиція в середовищному дизайні – супідрядність, взаємодія, естетична організація фізичних (температура повітря, вологість, вітер), матеріально-просторових та предметних компонентів середовищного об'єкта. При цьому між компонентами середовища складаються особливі відношення, які викликають стійкі психологічні, чуттєві уявлення, що перетворюються у свідомості споживача у закінчений продукт творчої діяльності – *художній образ середовища*. *Композиції об'єкта в дизайні* властиве ієрархічне підпорядкування елементів – головних та другорядних – доміанти, акцентів, тла, які утворюють та характеризують динамічну рівновагу цілого.

Концепції науки – концепції, що репрезентують феномен науки в культурі тієї чи тієї історичної доби (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін.; Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.).

Концепція – (від лат. *сприйняття*) – система понять про ті чи інші явища, процеси; спосіб розуміння, тлумачення якихось явищ, подій; основна ідея будь-якої теорії. Термін «К.» вживають також для позначення головного задуму в науковій, художній, політичній та інших видах діяльності людини (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін.; Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.)

Концепція дизайн-об'єкта – це основна ідея, яка керує створенням об'єкта (виробу, комплексу предметів, середовищної системи), пояснена за допомогою ескізів, зображень, пояснювального тексту. К. забезпечує чітке бачення та напрям розвитку для всього проекту, встановлює основоположні межі для дизайнерів та суміжників, забезпечуючи створення рішення, повністю відповідне потребам користувача.

Маргінальність в дизайні – поняття, застосовуване для позначення об'єктів дизайну, характерними ознаками яких є невизначеність щодо загального культурного змісту, опозиційність до соціально-культурної ідеології користувачів, принципова незавершеність, схильність до деконструкції.

Метод (від грецьк. – шлях дослідження, теорія, вчення) – систематизований спосіб досягнення теоретичного чи практичного результату, розв'язання проблем чи одержання нової інформації на основі певних регулятивних принципів пізнання та дії, усвідомлення

специфіки досліджуваної предметної галузі і законів функціонування її об'єктів (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін.; Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.)

Метод художній – естетична категорія, що позначає історично обумовлений спосіб створення творів мистецтва, побудований на певній усвідомленій і раціонально визначеній системі принципів і прийомів відбору, узагальнення та художнього перетворення життєвого матеріалу. Поняття М. х. часто ототожнюють із **творчим методом**. Основою такого ототожнення є їх усвідомлення художниками і раціональна обґрунтованість. Проте творчий метод є характеристикою індивідуального творчого процесу, який може мати певні особливості і не зводиться до певного художнього методу (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін.; Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.).

Основний метод дизайну – художньо-образне моделювання об'єкта дизайн-проектування за допомогою композиційного формоутворення.

Методологія (від грецьк. – шлях дослідження чи пізнання; вчення) – 1) Сукупність підходів, способів, методів, прийомів та процедур, що застосовуються в процесі наукового пізнання та практичної діяльності для досягнення наперед визначеної мети. Такою метою в науковому пізнанні є отримання об'єктивного істинного наукового знання або побудова наукової теорії та її логічне обґрунтування, досягнення певного ефекту в експерименті чи спостереженні. 2) Галузь теоретичних знань і уявлень про сутність і форми, закони, порядок та умови застосування підходів, способів, методів, прийомів та процедур в процесі наукового пізнання та практичної діяльності. М. розробляє загальні принципи створення нових пізнавальних засобів. Основним об'єктом вивчення для М. є продуктивний творчий та дійовий **метод**, його сутність та сфера функціонування, структура та взаємодія з іншими методами й елементами пізнавального інструментарію, його відповідність характеру досліджуваного об'єкта та зв'язок з пізнавальною метою або цілями практичної діяльності (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін.; Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.).

Моделювання – це метод дослідження реальних і абстрактних об'єктів-прототипів на умовних образах, схемах, фізичних об'єктах, що відрізняються від прототипу, але аналогічні йому за будовою чи типом поведінки, із застосуванням методів аналогії, теорії подібності й теорії обробки даних експерименту (Лопатьєв А.О. Моделювання як методологія пізнання. Теорія та методика фізичного виховання. 2007. № 8. С. 4-10).

Мультидисциплінарність в дизайні – сутнісна характеристика дизайну, яка включає поєднання компонентів образності, системності, інноваційності, а також передбачає синтез, співпрацю різних дисциплінарних, методологічних, технологічних, стилістичних напрямів, що узгоджені між собою і націлені на вирішення стратегічного завдання.

Наука – система знань про об'єктивні закони природи, суспільства і мислення, отримувані і перетворювані в безпосередню продуктивну силу суспільства як результат спеціальної діяльності людей. **Дизайн як наука** – див. *Теорія дизайну*.

Науковий аналіз (з грецьк. – розкладання, розчленування) – метод пізнання, за якого виконують практичне або розумове розчленування об'єкта дослідження на його складники з метою дослідження окремих частин як елементів складного цілого (Пелішенко В. Л. Наукове дослідження: організація, методологія, інформаційне забезпечення: навч. посіб. / В. Л. Пелішенко, І. В. Шкрабак, Е. І. Славенко. – Київ: Лібра, 2004. – 344 с.)

Науковий синтез (з грецьк.– поєднання, з'єднання, складання) – поєднання абстрагованих сторін предмета і відображення його як конкретної цілісності; метод вивчення об'єкта у його цілісності, у єдиному і взаємному зв'язку його частин. У процесі наукових досліджень синтез пов'язаний з аналізом, оскільки дає змогу поєднати частини предмета, розчленованого у процесі аналізу, встановити їх зв'язок і пізнати предмет як єдине ціле.

Об'єкт дизайн-діяльності – будь-який технічний промисловий виріб (комплект, ансамбль, комплекс, просторова система) у будь-якій сфері та середовищі життєдіяльності людей, де людське спілкування є соціально-культурно зумовленим.

Області дизайн-діяльності – всі види людської діяльності, що об'єднують у собі суспільну практику, її теоретичне осмислення та

обґрунтування, підготовку професійних кадрів для певного виду діяльності, оцінку результатів різних аспектів діяльності та консультативну діяльність фахівців цієї професії. Отже, це – практична, теоретична, академічна (навчальна), оцінно-критична та консультативна сфери діяльності.

Онтологія – вчення про першооснови буття, про матерію, рух, простір, час. *Онтологічний контекст дизайну* охоплює дві основні групи онтологічних властивостей предметного світу сучасних техносоціумів, а саме: універсальну утилітарну функціональність; психологічний і предметно-чуттєвий вплив об'єктів дизайну на всі сфери життя людини.

Предмет дизайн-діяльності – процес створення гармонійної, змістовної та виразної форми об'єкта (продукту, виробу, комплексу) за допомогою методів та засобів дизайну.

Предметом теоретичної сфери в дизайні є осмислення природи, походження, мети, завдань, функцій дизайну, дослідження його структури, основних понять, принципів і закономірностей, розробка методики дизайну як проектно-творчої діяльності, орієнтованої на гуманізацію середовища людської життєдіяльності у вигляді її гармонізації.

Прикладна дисципліна – це галузь знань, яка використовує наукові відкриття та принципи для вирішення конкретних практичних проблем та створення нових технологій або продуктів. Вона відрізняється від фундаментальних наук, які зосереджуються на вивченні самих явищ, у той час як прикладна наука застосовує ці знання на практиці.

Прикладні наукові дослідження – наукова чи науково-технічна діяльність, спрямована на одержання і використання знань для практичних цілей. (Стеченко Д. М. *Методологія наукових досліджень*: підручник / Д. М. Стеченко, О. С. Чмир. – Київ : Знання, 2005).

Принцип – (від лат. – початок, основа) – першопочаток, те, що лежить в основі певної сукупності фактів, теорії, науки. У межах теоретичного знання П. означає вимогу розгортання самого знання у систему, де всі теоретичні положення логічно пов'язані між собою і впливають певним чином одне з одного. Будь-яка теоретична система знання ґрунтується на принципах, пов'язаних між собою. (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін.; Інститут

філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.).

Принцип соціально-антропологічної скороминущості в дизайні визначає чотири аспекти методологічного підходу, а саме: скороминущість, що виявляється у відносинах людей, у характері «одноразових» вчинків; скороминущість, що проявляє себе в характері речей, що стрімко виникають і назавжди зникають; скороминущість, що виявляється в ефективності ефемерних соціальних структур; скороминущість, що виявляється у високій соціальній ефективності ефемерної інформації.

Синергетика (від грецьк. – який діє обопільно, узгоджено) – напрям і загальнонаукова програма міждисциплінарних досліджень, які вивчають процес самоорганізації та становлення нових упорядкованих структур у відкритих фізичних, біологічних, соціальних, когнітивних, інформаційних, екологічних та інших системах.

Системний аналіз – сукупність методологічних засобів, використовуваних для підготовки та обґрунтування рішень щодо складних проблем. Системний аналіз спирається на системний підхід. (Клименюк О.В. Технологія наукового дослідження : підручник / О. В. Клименюк. – Київ – Ніжин : ТОВ «Вид-во «Аспект-Поліграф», 2006).

Соціально відповідальний дизайн – дизайн, що створює речі/середовище з огляду на вплив фінального продукту на споживача, суспільство і планету. Соціально відповідальний дизайн може тісно переплітатися з людиноорієнтованим проєктуванням та інклюзивним дизайном, для відображення потреб всіх категорій людей.

Стилізація – свідоме наслідування формальних прикмет якогось стилю, один із прийомів візуальної організації образного вираження, при якому виявляються найбільш характерні риси предмета і відкидаються непотрібні деталі (Стилізація // Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. – Київ : ВЦ «Академія», 2007. – Т. 2 : М – Я. – С. 431).

Стилістика в дизайні – свідоме застосування конкретних естетичних принципів та засобів для створення унікального та впізнаваного стилю в проєктному рішенні. Застосування певної стилістики означає розуміння того, як різні композиційні елементи сприяють загальній естетиці та передають певне повідомлення чи

почуття, а по суті створюється згуртована візуальна ідентичність, яка відображає певну філософію чи тенденцію дизайну.

Стиль у дизайні – закономірна єдність всіх елементів форми виробу (набору, комплексу, системи, ансамблю, середовища), що втілюється у певній системі стійких характерних ознак, які забезпечуються спільністю застосовуваних композиційних прийомів, що формують художній образ твору дизайну.

Суб'єкт дизайн-діяльності – дизайнер-проектант, теоретик, методист у сфері дизайну.

Теоретичне знання – окремий, відносно самостійний тип наукового знання, первинний рівень якого формується на основі якісної переробки *емпіричного знання* засобами і в формах раціонального мислення. Він є результатом узагальнення і концептуалізації емпіричного матеріалу, даних спостереження та експерименту, абстрагування від несуттєвих і випадкових характеристик об'єкта, його ідеальної реконструкції (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін.; Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.).

Теорія – система знань, що описує і пояснює сукупність явищ певної частки дійсності і зводить відкриті в цій галузі закони до єдиного об'єднувального початку (витоку). Теорію будують на результатах, отриманих на емпіричному рівні досліджень. Теорія має бути ефективною, конструктивною і простою (Цехмістрова Г. С. Основи наукових досліджень: навч. посіб. / Г. С. Цехмістрова. – Київ : Слово, 2004).

Теорія дизайну (технічна естетика у соціалістичних країнах) – це мультидисциплінарна система знань, яка ґрунтується на практиці дизайну, досліджує принципи, методи, концепції та процеси, що лежать в основі проєктування та створення об'єктів, середовищ та комунікацій. На думку деяких сучасних дослідників (Джон Хукер, Джон Р. Венейбл), теорія дизайну перебуває в стадії становлення, потребує унікальних підходів та спрямована давати пояснення, спираючись на мету і результати дизайну, прогнозувати майбутні можливості дизайну та визначити шляхи досягнення поставлених цілей дизайну.

Технічна естетика – це наука про закони художньої творчості у сфері технології, яку вона розкриває, вивчаючи взаємозв'язок між людиною та об'єктами матеріальної культури, створеної нею у

середовищі, де відбуваються ці відносини. Слід зазначити, що термін *технічна естетика* нині трапляється у науковій літературі України, але не має широкого застосування у світовій науковій сфері.

Чинник (від лат. – той, що робить, чинить), **фактор** (лат. – діяти, виробляти, примножувати) – умова, рушійна сила, причина будь-якого процесу, що визначає його характер або одну з основних рис, тобто джерело впливу на процес, явище, систему (Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін ; Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України. – Київ : Абрис, 2002. – 742 с.)

ДЛЯ ПОДАТОК

Навчальне видання

Ю.В. Третяк

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДИЗАЙНУ

Навчальний посібник

У двох частинах

Частина I

Редагування та коректура *Г.В. Кобриної*

Комп'ютерне верстання *Т. І. Кукарєвої*

Підписано до друку 15.05.2026. Формат 60 × 84_{1/16}

Ум. друк. арк. 6,04. Обл.-вид. акр. 6,5.

Тираж 25 прим. Вид. № 8/І-26. Зам. № 11/1-26.

Видавець і виготовлювач

Київський національний університет будівництва і архітектури

Проспект Повітряних сил України, 31, Київ, 03037

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 808 від 13.02.20026'