

ДИЗАЙН – КУЛЬТУРА НАРОДІВ

У статті здійснено аналіз особливостей співвідношення дизайну й культури (національної, глобальної). Запропоновано визначення понять «дизайн» і «культура». Розглянуто сфери дизайну, які пов'язані з культурою та інноваціями в ній.

Ключові слова: дизайн, культура, культурологія, культуроніка, мистецтво, креативна економіка, креативний клас, культурні індустрії, твір, тренди, тенденції, концепт, техносфія.

Analysis of the peculiarities of design and culture (national, global one) correlation is presented in the article. Definitions of the *design* and *culture* concepts are proposed. The scopes of design, connected with culture and innovations in it, are considered.

Keywords: design, culture, culturology, culturronics, art, creative economy, creative class, cultural industries, work, trends, tendencies, concept, Technosophy.

Постановка проблеми. Дизайн безпосередньо пов'язаний із численними трендами розвитку сучасної культури. Саме явище культури певного народу, нації, країни є настільки широким, що включає усі специфікації дизайну. Дефініцій культури у сучасній науці нараховується понад чотирьох сотень. Нинішній діяльнісний підхід до розуміння культури розглядає її як прояв суспільного життя, що налаштоване на інновації, які й визначають особливість діяльнісного ставлення до сьогодення (А. Ахієзер, М. Каган, В. Гусєв, І. Панова тощо) і враховує особистісну сутність становлення культури. У процесі діяльності та взаємодії її суб'єктів зразки культури транслюються, зберігаються, сприймаються і використовуються [11, с. 190].

Діалоговий підхід до тлумачення сутності культури передбачає поєднання діяльнісного й аксіологічного підходів (В. Біблер, Ю. Верстакова, В. Воронін та ін.). Так, відповідно до концепції діалогового підходу, щоби бути інноваційно-культурною людиною, треба піднятися над своїм сьогоденням із метою пошуку іншого, по-новому переусвідомленого досвіду минулого [15, с. 235]. Цьому власне і сприяє дизайнерська справа – діяльність із проектування естетичних властивостей різних виробів (художнє конструювання), а також результат цієї діяльності. Центральною проблемою дизайну є створення культурно- і антропоуздогоженого предметного світу, що естетично оцінюється як гармонічний і цілісний.

Взаємопов'язаність даної дослідницької проблеми із важливими питаннями інших наук полягає у тому, що вивчення дизайну в контексті розвитку національних культур перебуває на перетині сфер компетентності двох великих наукових дисциплін – дизайно- й культурознавства. Крім того, потрібно звернутися до наукового інструментарію інших дисциплін, об'єктом вивчення яких є сфера культури. Особливо важливим для дизайну є використання поряд із інженерно-технічними й природничо-науковими знаннями методології гуманітарних наук, а саме – філософії, культурології, соціології, психології, семіотики тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри те, що дизайну й національним культурам присвячено безліч праць, поєднання цих визначних концептів сучасності стало об'єктом дослідження лише в окремих роботах вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ґрунтовно досліджував В. Даниленко [2]. Взаємодія дизайну, культурології та естетики є предметом аналізу для Ю. Легенького [6]. Культурологічні аспекти етнічних мотивів у сучасних дизайнерських практиках українських модельєрів вивчала О. Наумкіна [8]. Монографія Н. Барни присвячена дизайну в контексті художньої культури ХХ–ХХІ ст. [1].

Зрештою, дизайн у контексті таких культурних практик сучасності як мода, реклама, шоу-бізнес, естрада, туристична діяльність, розглядався у збірнику матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 25–26 березня 2015 р.) [7].

Метою статті є виявлення особливостей співвідношення дизайну й національної культури. *Об'єктом дослідження* є місце дизайнерських розробок у культурі певного народу.

Виклад основного матеріалу. Зазвичай у широкому сенсі метою дизайну є не лише художнє конструювання, але й вирішення багатьох соціально-технічних проблем функціонування виробництва, споживання, існування людей у предметному середовищі шляхом раціональної побудови її візуальних і функціональних властивостей [3]. Дизайн зароджувався на перехресті кількох галузей розвитку проектно-культури: художніх програм, масової промисловості, інженерного проектування, науки [9, с. 62]. Формування естетичних теорій матеріальної культури на межі ХІХ–ХХ ст. відбувається у період зародження дизайну як нового виду культури і супроводжується підвищенням інтересу в певних художніх колах до загальної теорії художніх форм.

У подальшому дизайн як самостійна проектно-художня культура отримує власну професійну мову – систему наукових принципів і проектних методів, що забезпечує весь творчий процес створення дизайнерського твору, починаючи від ескізного представлення першопочаткового задуму окремого об'єкта, й завершуючи робочими кресленнями і діючими моделями [9, с. 229].

Як стверджує П. Ренд, значення дизайну можна зрозуміти лише простеживши сполучну ланку, що проходить через живопис, архітектуру, промисловий і графічний дизайн, лише побачивши, яку роль у заплутаному процесі створення дизайну відіграють зміст і форма, і усвідомивши, що в дизайні виражаються думка, точка зору й соціальна відповідальність [10, с. 14]. Робота дизайнера не обмежується створенням якоїсь ідеї або форми. Графічний дизайн охоплює будь-який різновид візуальної комунікації, чи-то оголошення у газеті, чи-то рекламний щит [10, с. 27].

Розглядаючи сфери дизайну, які пов'язані з культурою та інноваціями у культурі, варто звернутися до наукових праць таких дослідників як Д. Хезмондалш («Культурні індустрії») [12] і Д. Хокінс («Креативна економіка») [13].

Д. Хезмондалш стверджує, що культурні індустрії упродовж останніх 30–35 років зазнали значних змін, зрушившись ближче до центру економічної активності у багатьох країнах і в цілому у світі. Дослідник переконаний, що компанії, які працюють у цій сфері, більше не можуть розглядатися як вторинні стосовно «реальної» економіки, в якій виробляються довгострокові, «корисні» товари. Деякі з цих компаній перетворилися на великі глобальні корпорації й широко обговорюються по всьому світові [12, с. 14]. Зазначене безпосередньо пов'язане із дизайнерською справою, оскільки саме від професійної компетенції дизайнерів залежить зовнішній вигляд цих товарів.

У культурних індустріях зростає кількість малих і середніх компаній, і відносини між ними й великими компаніями дедалі ускладнюються. Розповсюджуються культурні продукти, які перетинають кордони. Зображення, звуки й наративи у безпрецедентних обсягах із одних місць впроваджуються в інші, формуючи нові гібриди, а також у деяких випадках по-новому затверджуючи цінність культурної дійсності. Стосовно дизайну це може знаходити свій вияв у динамічному поширенні провідних розробок, створених дизайнером у певній країні, – практично по всьому світу.

Д. Хокінс, увівши у науковий обіг поняття «креативна економіка» (серпень 2000 р., журнал «Business Week»), зараховує до неї й дизайн. Згодом автор у своїй книзі «Креативна економіка. Як перетворити ідеї в гроші» спробував простежити роль і визначити місце креативної індустрії у світовому масштабі. Британський вчений виділяє у креативній економіці різні галузі, зокрема програмування, дослідницькі практики й конструкторські розробки, а також індустрії креативного змісту, такі як кіно й музика. Ці індустрії формують інтелектуальну власність у вигляді патентів, авторських прав, торговельних марок і оригінальних розробок [13, с. 60–61].

Закономірно, що креативну економіку формує креативний клас, ядро якого становлять люди, зайняті у науковій і технічній сферах, дизайні, архітектурі, освіті, мистецтві, музиці й індустрії розваг, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, технологій, нового креативного змісту.

При цьому дизайнери як представники креативного класу мають не лише власні атрибутивні особливості, але й свій стиль професійної діяльності або культуру підприємництва. Сучасним дизайнерам властиві такі якості як прихильність новаціям, амбіційність, мобільність, індивідуальна свобода, ліберальні цінності, прагматизм, мультикультурність, комунікабельність, космополітизм, уміння швидко приймати рішення й адекватно відповідати викликам часу. За Д. Хокінсом, вони розділяють загальний творчий етос, для якого важливі креативність, індивідуальні особливості й особисті заслуги. Для тих, хто входить до креативного класу, всі аспекти й усі прояви креативності – технологічні, культурні й економічні – взаємозалежні й нероздільні [13, с. 23–24, 90–91].

Розвиток дизайну в загальнокультурному контексті безпосередньо пов'язаний з інноваціями у культурі та гуманітарній сфері в цілому. Зокрема, розглядаючи інновації у сфері гуманітарних наук, дослідник М. Епштейн закономірно ставить питання: як складеться доля гуманітарних дисциплін у ХХІ ст. – «чи будуть вони поглинені технічними й соціальними дисциплінами або, навпаки, розширять сферу свого впливу слідом за олюдненням і удосконаленням самої техніки? Який зміст у новому контексті отримають такі традиційні гуманітарні поняття, як час, доля, слово, знак, текст, тіло, бажання, творчість, мудрість? І якими новими поняттями слід збагатити гуманістику (комплекс гуманітарних дисциплін, the humanities), щоби вона гідно відповіла на виклик часу, на метаморфози самої людини?» [14, с. 5]

У сфері існування інновацій, які одночасно пов'язані з технікою та гуманітарними галузями знання, тобто сферою функціонування дизайну, М. Епштейн виділяє технософію. Технософія розкриває зв'язок техніки з іншими сенсами буття, які трактуються метафізикою, теологією, софіологією. Технософія не є просто філософія техніки як один із тематичних розділів філософії; це теоретична й практична спроба з'єднати «техно» і «софію», суму теології із сумою технології. Технософія вивчає, як техніка, у тому числі розроблена згідно з дизайнерськими канонами, відповідає на духовні потреби людини і одночасно продукує нові духовні устремління, відкриває шляхи до створення колективного розуму, нейрокосмосу та нейросоціуму, які безпосередньо управлялися б мозковими процесами [14, с. 774–775].

За кордоном ідеї М. Епштейна щодо значення інновацій для культури, зокрема дизайну, розвиває американський антрополог Л. Уайт. Здійснюючи історико-культурний аналіз фактологічного матеріалу, він демонструє, що культура є континуальним (гомогенним, неперервним) полем, унаслідок чого притаманні їй технології (пристрої, машини, сконструйовані за участю дизайнерів), соціальні системи (звичаї, інститути), уявлення (знання, філософія, наука) і види мистецтва детермінують соціальну поведінку, визначають структуру соціуму, інституують усі форми суспільного буття [11, с. 362–363].

Новаторство – основа якісного дизайну й успішного бізнесу. Водночас культурні інновації далеко не завжди передбачають радикальні зміни. Якщо спрямувати це твердження на дизайн, то можливість неординарної й цікавої інтерпретації вже є приводом назвати дизайн інноваційним. Адже свіжі рішення часто-густо народжуються не завдяки цілковитій свободі творчості, а за умов певних обмежень (культурних табу, обмеженості засобів чи матеріалів, недосконалості технологій або специфічних запитів ринку). При цьому інноваційність у дизайні не передбачає тенденційності, претензійності та нерішучості. Натомість культурне новаторство в дизайні мотивує глядача, збуджує його розум та інтерес і стимулює пошук змістів [10, с. 164].

Розглядаючи культуру як вельми широку сферу нашої реальності, слід зауважити на потребі виокремлення саме того певного сегменту, який би стосувався дизайну.



**Іл. 1. Центр мистецтв ім. Ж. Помпиду.
м. Париж (Франція)**

Такою прикладною сферою культури й культурології могла б стати культуроніка, що має відмінності, з одного боку, від власне культурології як теоретичної та історичної дисципліни, а з другого – від техніки як практичної надбудови над природними й суспільними науками.

Відповідно до найпоширенішого визначення, культуроніка є гуманітарною технологією, винахідницькою й конструкторською діяльністю у галузі культури; активним перетворенням культури як наслідку або передумови її теоретичних досліджень [14, с. 614].

Культуроніка – це практична надбудова над науками про культуру, спроба втілити трансформативний потенціал гуманітарного мислення, не втрачаючи його специфіки, не технологізуючи й не політизуючи феномену культури. Культуроніка – це конструювання нових форм дії в культурі, нових технік спілкування й пізнання, нових моделей сприйняття і творчості. Якщо культурологія – це наука про культуру, то культуроніка – сукупність технологій, заснованих на цій науці [14, с. 615]. Саме культуроніка як надбудова над науками культурологічного циклу безпосередньо стосується сфери дизайну. Якщо культурологія мислить проєкціями – переломленнями предметів у знакових системах різних культур, то культуроніка – проєктами, тобто знаковими системами, які ще не стали практиками й інституціями якої-небудь культури й утворюють план можливих трансформацій усього культурного поля. До згаданих проєктів зокрема відносяться дизайнерські проєкти.

Серед інноваційних напрямів дизайну – стиль «хай-тек» (буквально – «високі технології»). Попри «модерну» назву, він з'явився на Заході ще у 1970-х роках. В основі цього стилю – своєрідна гра у підкреслено технологічні й технічні форми, а типовим прикладом упровадження в дизайні архітектури є Центр мистецтв ім. Ж. Помпиду в Парижі (іл. 1). Діяльність Центру присвячена вивченню й підтримці сучасного мистецтва й мистецтва ХХ ст. у різних його проявах (образотворче, танок, музика тощо). Під час відкриття (1977) оригінальне архітектурне рішення у стилі «хай-тек»

викликало неоднозначні оцінки сучасників, адже екстравагантний будинок критикам видався схожим на нафтоперегінний завод. Однак незабаром Центр Помпіду став однією з візитівок Парижа та увійшов до найбільш відвідуваних французьких і світових визначних пам'яток.

Будинок представляє скляний паралелепіпед великого розміру як для центру Парижа: його довжина – 166 м, ширина – 60 м і висота – 42 м. Оригінальна ідея архітекторів полягала у розташуванні всіх технічних конструкцій (арматурні з'єднання, усі трубопроводи, ліфти й ескалатори) зовні будинку, що дозволило визволити максимум корисної площі у 40 тис. м². Арматурні з'єднання пофарбовані білим кольором, вентиляційні труби – синім, водопровідні – зеленим, електропроводка – жовтим, а ескалатори й ліфти – червоним.

Під приводом забезпечення максимальної гнучкості функціонування несучі конструкції будинку винесені за межі зовнішнього огороження й утворюють подобу будівельних конструкцій. Мережі інженерного устаткування винесені на фасади й вертикальні комунікації. Їх яскраво пофарбовані елементи визначають те, що сприймається як будинок [9, с. 161].

Крім стилю «хай-тек», дизайн приніс у проектно-художню культуру цілу низку нових понять. Одним із них є «фірмовий стиль», під яким розуміється стильова єдність змістовних форм усіх елементів промислової фірми – від середовища до продукції [9, с. 201]. Фірмовий стиль – це сукупність графічних, колірних, стилістичних і композиційних прийомів і елементів, спеціально й комплексно спроектованих для фірми з метою створення певного й постійного зорового образу, який запам'ятовується, усього, що пов'язане з певним виробничим підприємством, його діяльністю й продукцією.

Отже, для багатьох дизайнерів мистецтво й дизайн є культурною місією, при цьому життя і творчість нероздільні. «Символи віри» для них – рівні поверхні, прості матеріали й стриманість виразних засобів. У дусі ідеалів модерністів початку ХХ ст. їх більше надихає аскетизм, ніж «гарне життя», а також тези, сформульовані в праці П. Ренда: «Гарний дизайн – це ретельне сполучення форми й функції, розуміння загальнолюдських цінностей, яке реалізується в промисловому виробництві для потреб демократичного суспільства» [10, с. 38].

Дослідивши окремі аспекти співвідношення дизайну й культури народів, ми прийшли до наступних висновків.

1. Дизайн є феноменом художньої культури ХХ ст. Виникнувши багато десятиліть тому, на хвилі промислової і науково-технічної революції, дизайн, стрімко розвиваючись, перетворився в один із найбільш впливових видів проектно-художньої діяльності. Сучасний дизайн характеризує – орієнтація на передові технології й матеріали, найсучасніші технічні досягнення і тренди моди, високі споживчі характеристики виробів, що випускаються й розраховані на найрізноманітніші уподобання людей. Дизайн у процесі свого розвитку не лише перетворився в самостійну проектно-художню культуру, але й став впливати на формоутворення в архітектурі, скульптурі, декоративно-прикладному мистецтві тощо – як на рівні окремих національних культур, так і у глобальному сенсі.

2. Для сучасного розуміння культури важливим є сприйняття та інтеріоризація особистістю культурних цінностей, пошук універсальних цінностей і критеріїв у засвоєнні нового знання шляхом багатомірного і цілісного осмислення. При цьому аналіз культурологічного досвіду минулого також здійснюється з позицій його сьогодення у зв'язку з новостворенням за умови розуміння. Відповідно до оцінок сучасних культурологів, дизайн доцільно розглядати як складову так званої креативної економіки, дизайнерство – як одну із найважливіших системоутворюючих професій, а дизайнерів – як «креативний клас». При цьому в дизайнерській творчості поширюється розповсюдження культурних продуктів, які динамічно перетинають кордони.

3. Розвиток дизайну в загальнокультурному контексті безпосередньо пов'язаний із інноваціями у гуманітарній сфері в цілому. Оскільки культура є вельми широким

поняттям, постає потреба у виокремленні саме того певного сегменту культури, який би стосувався дизайну. Такою прикладною сферою культури й культурології могла б стати культуроніка – гуманітарна технологія, винахідницька й конструкторська діяльність у галузі культури; активне перетворення культури як наслідку або передумови її теоретичних досліджень. На відміну від культурології, яка вивчає відомі культури, культуроніка проектує, моделює й продукує можливі культурні об'єкти і форми діяльності, включаючи нові дизайнерські знакові коди.

Оскільки роль дизайну у національній культурі є надзвичайно широким питанням, кожен науковець може знайти власні об'єкти зацікавленості у цій проблематиці, що зумовлює значні *перспективи для подальших досліджень*, у тому числі:

- роль архаїчних форм традиційної культури (пов'язаних з етнографією) у сучасному дизайні;
- можливості застосування здобутків постмодерного художнього мистецтва у промисловому дизайні;
- взаємодія мотивів народної культури із біотехнологіями у сучасному еко-дизайні;
- національні культурно-художні особливості дизайну міських громадських просторів у різних країнах світу тощо.

-
1. Барна Н. В. Дизайн у контексті художньої культури ХХ–ХХІ століть : моногр. Відкритий міжнар. ун-т розвитку людини «Україна». Київ : Університет «Україна», 2015. 352 с.
 2. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури : [моногр.]. Харків : ХДАДМ ; Колорит, 2005. 243 с.
 3. Дизайн. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Дизайн>.
 4. Дизайн. История, современность, перспективы / под ред. И. В. Голубятникова. Москва : Мир энциклопедий Аванта+; Астрель, 2011. 224 с.
 5. Культурология / за ред. А. Е. Конверського. Харків : Фолю, 2013. 863 с.
 6. Легенький Ю. Г. Дизайн: культурология та естетика / Київський держ. ун-т технологій та дизайну. Київ : КДУТД, 2000. 272 с.
 7. Людина у просторі сучасної культури. Дизайн в контексті культурних практик сучасності (мода, реклама, шоу-бізнес, естрада, туристична діяльність) : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 25–26 берез. 2015 р. / Нац. спілка художників України [та ін.] ; [редкол.: Абизов В. А. та ін.]. Київ : Університет «Україна», 2015. 252 с.
 8. Наумкіна О. С. Етнічні мотиви в сучасних дизайнерських практиках українських модельєрів: культурологічні аспекти : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.04 / Харків. держ. акад. культури. Харків, 2015. 18 с.
 9. Основы дизайна / под ред. С. М. Михайлова. Казань : Новое Знание, 1999. 240 с.
 10. Рэнд П. Дизайн: форма и хаос / [пер. с англ. И. Форонова]. Москва : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. 244 с.
 11. Уайт Л. Наука о культуре / пер. с англ. Москва : РОССПЭН, 2004. 960 с.
 12. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнарева. Москва, 2014. 454 с.
 13. Хокинс Д. Креативная экономика. Москва : Классика-XXI, 2011. 256 с.
 14. Эпштейн М. Н. Знак пробела: о будущем гуманитарных наук. Москва : Новое литературное обозрение, 2004. 864 с.
 15. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века. Москва : Экономика, 2004. 444 с.

References

1. Barna N. V. (2015) *Dyzain u konteksti khudozhnoi kultury XX–XXI stolit* [Design within the context of artistic culture in the 20th–21st centuries]. Kyiv: Universytet «Ukraina».
2. Danylenko V. Ya. (2005) *Dyzain Ukrainy u svitovomu konteksti khudozhno-proektnoi kultury* [Design of Ukraine in the world context of artistic and project culture]. Kharkiv: KhDADM; Koloryt.
3. *Dizayn* [Dyzain]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Dizayn> (accessed 11 March 2019).

4. Golubyatnikov I. V. (ed.) (2011) *Dizayn. Istoriya, sovremennost, perspektivy* [Dyzain. History, modernity, perspectives]. Moscow: Mir entsiklopediy Avanta+; Astrel.
5. Konverskyi A. Ye. (2013) *Kulturolohiia* [Cultural Studies]. Kharkiv: Folio.
6. Lehenkyi Yu. H. (2000) *Dyzain: kulturolohiia ta estetyka* [Dyzain: Cultural Studies and Aesthetics]. Kyiv: KDUTD.
7. Abyzov V. A. (ed.) (2015) Proceedings of the *Human in space of modern culture. Dyzain in the context of modern cultural practices (fashion, advertising, show business, bandstand, tourism activities) (Ukraine, Kyiv, March 25–26, 2015)*. Kyiv: Universytet «Ukraina».
8. Naumkina O. S. (2015) *Etnichni motyvy v suchasnykh dyzainerskykh praktykakh ukrainskykh modelieriv: kulturolohichni aspekty* [Ethnic motives in modern design practices of Ukrainian designers: cultural aspects] (PhD Thesis). Kharkiv: Kharkiv State Academy of Culture.
9. Mikhaylov S. M. (ed.) (1999) *Osnovy dizayna* [Foundations of design]. Kazan: Novoe Znanie.
10. Rend P. (2013) *Dizayn: forma i khaos* [Design: form and chaos]. Moscow: Izdatelstvo Studii Artemiya Lebedeva.
11. Uayt L. (2004) *Nauka o kulture* [Science about culture]. Moscow: ROSSPEN.
12. Khezmondalsh D. (2014) *Kulturnye industrii* [Cultural industries]. Moscow.
13. Khokins D. (2011) *Kreativnaya ekonomika* [Creative economies]. Moscow: Klassika–XXI.
14. Epshteyn M. N. (2004) *Znak probela: o budushchem gumanitarnykh nauk* [Blank space: about the future of human sciences]. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.
15. Yakovets Yu. V. (2004) *Epokhalnye innovatsii XXI veka* [Epochal innovations of the 21st century]. Moscow: Ekonomika.

SUMMARY

Analysis of the peculiarities of design and culture (national, global one) correlation is presented in the article. Definitions of the *design* and *culture* concepts are proposed. It is ascertained that design as independent designing and artistic culture has own vernacular language – the system of scientific principles and design methods, which provides all creative processes of the designer's work creation. The scopes of design, connected with culture and innovations in it, are considered. The leading foreign concepts on the specified question (*cultural industries, creative economy*) are analyzed. It is proved that such superstruction over sciences of culturological cycle as culturionics belongs directly to the sphere of design. Culturological aspects of separate styles of design (hi-tech, firm style) are considered.

Keywords: design, culture, culturology, culturionics, art, creative economy, creative class, cultural industries, work, trends, tendencies, concept, Technosophy.