ПЕДАГОГІКА

УДК 7.01+7.012
DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/76-2-32

Ольга КОСТЮК,
orcid.org/0000-0001-5309-2816
кандидат філософських наук, доцент,
завідувачка кафедри дизайну
Державного закладу «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»
(Полтава, Україна) olgakostuck@gmail.com

ФІЛОСОФСЬКА РЕФЛЕКСІЯ ДИЗАЙНЕРСЬКОГО МИСТЕЦТВА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕСТЕТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ

Ідеї дизайну сучасного мінливого інформаційно-комунікативного середовища, де швидко змінюються соціальні та культурні контексти, орієнтовані на загальні тенденції соціокультурної реальності. Сьогоденний дизайн знаходить відображення у появі нових течій – неоконцептуального мистецтва, арт-інсталяції, перформансу, цифрового мистецтва та інше. Дизайнерські предмети стають інсталяціями, заперечуючи скінченність, відзначаючи множинність, невизначеність і рухливість світу. В такому процесі дизайнер, створюючи дизайн-об'єкти, повинен мати розвинуту естетичну свідомість, щоб мати змогу відобразити складність і багатошаровість сучасного світу. Важливо не лише створювати естетично привабливі об'єкти, але й враховувати соціальні, культурні та емоційні аспекти, які вони відображають. Дизайнер повинен бути здатним співчувати і розуміти потреби, емоції та перспективи інших митців і глядачів, адже це дозволяє створювати об'єкти, що резонують з різними аудиторіями на глибшому рівні. Еволюція дизайнерських рішень веде до вивчення витоків, філософських основ розуміння концептуальних ідей та пошуку нових шляхів розвитку особистості. Саме це зумовлює новизну дослідження. Метою статті є філософська рефлексія дизайнерського мистецтва в контексті розвитку естетичної свідомості дизайнера, оскільки саме естетика має стати основою і серцевиною (ядром) сучасних концепцій дизайну.

Отже, філософське узагальнення в рамках теорій дизайну, визначення підходів й аналіз складових філософії дизайну разом забезпечують глибоке і багатовимірне розуміння дизайнерської практики, формують цілісне розуміння дизайнерського мистецтва, проєктного продукту творчої діяльності, сприяючи усвідомленню, більш глибокому розумінню та відображенню соціокультурної реальності.

Таким чином, філософія дизайну в її культурному розумінні дозволяє визначити соціальне та культурне місце дизайну, з його оригінальністю та унікальністю. Естетична свідомість розвивається як поєднання інтелектуально-творчих, емоційно-позитивних і розумових якостей особистості, що сприяє розвитку естетичних потреб, уяви, смаку та реалізації художньо-творчих здібностей. Вона формується під впливом культурних традицій, загальної культурної психології та є невід'ємною частиною суспільної свідомості людини.

Такі стратегії розкривають рефлексивні та творчі здібності дизайнера; визначають єдність матеріальних (зовнішніх) і духовних (внутрішніх) перетворень форми і змісту предмета, їх гармонію; призводять до виникнення інноваційного процесу в дизайнерських ідеях, створення якісно нового дизайн-об'єкту, властивості якого неможливо спостерігати, але суттєві ознаки якого стають чіткішими.

Ключові слова: *філософія мистецтва та дизайну, дизайн, мистецтво, естетика, естетична свідомість, дизайнер.*

Olha KOSTIUK,
orcid.org/0000-0001-5309-2816
PhD of Philosophical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Design
Luhansk Taras Shevchenko National University
(Poltava, Ukraine) olgakostuck@gmail.com

PHILOSOPHICAL REFLECTION OF DESIGN ART IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF AESTHETIC CONSCIOUSNESS

Design ideas of the modern changing information and communication environment, where social and cultural contexts are rapidly changing, are focused on the general trends of the socio-cultural reality. Today's design is reflected in the emergence of new trends – neo-conceptual art, art installation, performance art, digital art and others. Design objects

become installations, denying finitude, celebrating the multiplicity, uncertainty and mobility of the world. In such a process, a designer, creating design objects, must have a developed aesthetic awareness in order to be able to reflect the complexity and multi-layeredness of the modern world. It is important not only to create aesthetically pleasing objects, but also to consider the social, cultural and emotional aspects they reflect. A designer must be able to empathize and understand the needs, emotions and perspectives of other artists and viewers, because this allows to create objects that resonate with different audiences on a deeper level. The evolution of design solutions leads to the study of the origins, philosophical foundations of understanding conceptual ideas and the search for new ways of personal development. This is what determines the novelty of the research. The purpose of the article is a philosophical reflection of design art in the context of the development of the designer's aesthetic consciousness, since it is aesthetics that should become the basis and core of modern design concepts.

So, the philosophical generalization within the framework of design theories, the definition of approaches and the analysis of the components of design philosophy together provide a deep and multidimensional understanding of design practice, form a holistic understanding of design art, a project product of creative activity, contributing to awareness, deeper understanding and reflection of socio-cultural reality.

Thus, the philosophy of design in its cultural understanding allows to determine the social and cultural place of design, with its originality and uniqueness. Aesthetic consciousness develops as a combination of intellectual-creative, emotional-positive and mental qualities of the individual, which contributes to the development of aesthetic needs, imagination, taste and realization of artistic and creative abilities. It is formed under the influence of cultural traditions, general cultural psychology and is an integral part of human social consciousness.

Such strategies reveal the reflective and creative abilities of the designer; determine the unity of material (external) and spiritual (internal) transformations of the form and content of the object, their harmony; lead to the emergence of an innovative process in design ideas, the creation of a qualitatively new design object whose properties cannot be observed, but whose essential features become clearer.

Key words: *philosophy of art and design, design, art, aesthetics, aesthetic consciousness, designer.*

Постановка проблеми. Ідеї дизайну сучасного мінливого інформаційно-комунікативного середовища, де швидко змінюються соціальні та культурні контексти, орієнтовані на загальні тенденції соціокультурної реальності. Сучасний дизайн знаходить відображення у появі нових течій – неоконцептуального мистецтва, арт-інсталяції, перформансу, цифрового мистецтва та інше. Дизайнерські предмети стають інсталяціями, заперечуючи скінченність, відзначаючи множинність, невизначеність і рухливість світу. В такому процесі дизайнер, створюючи дизайн-об'єкти, повинен мати розвинуту естетичну свідомість, щоб мати змогу відобразити складність і багатошаровість сучасного світу. Важливо не лише створювати естетично привабливі об'єкти, але й враховувати соціальні, культурні та емоційні аспекти, які вони відображають. Дизайнер повинен бути здатним співчувати і розуміти потреби, емоції та перспективи інших митців і глядачів, адже це дозволяє створювати об'єкти, що резонують з різними аудиторіями на глибшому рівні. Еволюція дизайнерських рішень веде до вивчення витоків, філософських основ розуміння концептуальних ідей та пошуку нових шляхів розвитку особистості. Саме це зумовлює новизну дослідження.

Аналіз досліджень. Вивченням теорій дизайну займалися (Д. Норман, К. Кріппендорф, Г. Саймон, К. Фрідман, Л. Дай, Р. Бьюкенен та ін.), значний внесок у розуміння філософських аспектів дизайну зробили (М. Гайдеггер, Б. Латур, В. Флюссер, Ж. Бодрійяр, Г. Саймон, П. Вербек та ін.). Естетична свідомість була досліджена (І. Кант, Ф. Шиллер, Т. Адорно, Д. Дьюї, С. Лангер, М. Мерло-Понті, А. Берх, Т. Ліппс та ін.). Ці науковці значно сприяли розумінню естетичної свідомості, розглядаючи її з різних перспектив і в різних контекстах, включаючи філософію, психологію, соціологію та мистецтвознавство. Розвиток естетичної свідомості як компоненту естетичної культури дизайнерів представлено у дослідженнях українських вчених (Є. Антонович, Л. Оршанський, В. Бутенко, В. Томашевський, В. Титаренко, М. Левченко та ін.). Ці науковці підкреслювали, що розвиток естетичної свідомості як компоненту естетичної культури дизайнерів є ключовим фактором у їхній професійній підготовці та творчій діяльності.

Метою статті є філософська рефлексія дизайнерського мистецтва в контексті розвитку естетичної свідомості дизайнера, оскільки саме естетика має стати основою і серцевиною (ядром) сучасних концепцій дизайну.

Виклад основного матеріалу. Дизайн у сучасному суспільстві є одним із найпопулярніших видів професійної та творчої діяльності, що охоплює всі сфери соціокультурної реальності. Підхід до дизайну в професійній та суспільній свідомості часто полярний: від захоплення досягненнями дизайну в процесі трансформації сучасного матеріального світу та візуального середовища, до внутрішнього впливу дизайну на свідомість людини.

Вивчення теорій дизайну є важливим для роботи у сфері виробництва товарів і послуг. Аналіз філософ-

ських основ теорій дизайну передбачає виявлення основних принципів, їх взаємозв'язку з внутрішнім світом людини. Філософія як методологія розробляє різні способи аналізу окремих наукових теорій. Теорії дизайну так чи інакше пов'язані з філософським вченням про мистецтво, поняттями комунікативності та знаковості, принципами системного підходу та якісного аналізу, а також базовими визначеннями соціальної філософії – «людина», «цінності», «соціальна система» тощо.

Англійський науковець І. Лакатос, досліджуючи історію розвитку будь-якої культурної моделі, акцентує увагу на її зовнішніх і внутрішніх функціях. Можна розглядати закономірності і окремі феномени всередині досліджуваної області, включаючи її еволюцію, історію, персоналії. Такого роду «звернення на себе» – обов'язковий момент будь-якої саморефлексії, що супроводжується зануренням в емпіричний досвід, узагальненням фактів, осмисленням практичних кроків (Lakatos, 1976). Це і є теорія дизайну.

З іншого, проблему можна розширити і надати для її розв'язання не вузько направлені рішення, а максимально внутрішнє об'ємне оформлення: наприклад, вписати у формат моделі філософський рівень означення дизайнерської творчості в контексті загальнонаукових ідей творчого процесу. Філософський рівень наближається до особистого пошуку, через що можна побачити синтез технологічних та формальних чинників різних епох та культур в окремому проєктному продукті, оцінити власну творчу діяльність та поєднати форму проєкту у взаємодії зовнішніх і внутрішніх функцій.

Аналіз предметної специфіки дизайну показує, що філософське узагальнення в рамках теорії культури дає змогу розкрити сутність дизайну та його специфіку як культурного феномену.

Термін «дизайн» походить від латинського «designar» (вимірювати, окреслювати), а в англійській мові «дизайн» отримав багато значень: шаблон, прикраса, проєкт, конструкція, план, намір, мета, намір, інтрига, (Mueller, 1981: 614). Багатозначність терміну пов'язана з інтенсивним розвитком самого дизайну, його актуальністю у всіх сферах культури.

Сьогодні серед професіоналів немає єдиної думки в розумінні дизайну. Під дизайном різні експерти розуміють:

– зовнішній вигляд, форма речі;

– вся річ, включаючи її функції;

– процес уявного створення речі – проєктування;

– організаційна діяльність;

– професійно-сервісна організація;

– сфера діяльності, включаючи теорію, практику, продукти та послуги;

– особливий спосіб мислення як світогляд і навіть спосіб життя.

Щоб зрозуміти різноманітність підходів до дизайну та його визначень, звернемося до історії. Зазвичай виділяють два етапи: давній (первісний, неусвідомлений, ремісничий, канонічний – заснований на ручній праці), і сучасний (конструкторський, індустріальний – орієнтований на машинне виробництво). Історія сучасного дизайну починається на початку XX ст. в Німеччині, з прагнення вдосконалити промислові вироби, поширити і зміцнити в суспільстві нові уявлення про красу предметів, естетичні ідеали, породжені раціональним формоутворенням у промисловості. Засновниками цього руху є німці: Г. Мутезіус, П. Беренс, В. Гропіус та ін. В основі нової суб'єктності вони бачили три необхідні риси:

– практична корисність продукції;

– її промислове виробництво;

– нова естетична організація об'єктів, а в кінцевому рахунку – предметного середовища.

Найбільш яскравою постаттю, яка втілює єдність архітектури і дизайну, безумовно, був Вальтер Гропіус. Він вважав, що «вирішення будь-якої формотворчої задачі – будь то крісло, будівля, ціле місто або план району, повинно бути принципово однаковим», тому що кожен штучно створений об'єкт повинен бути органічною частиною предметного середовища (Gropius, 1965: 87). Подальший розвиток «класичного» дизайну визначила економіка. З одного боку, почала набирати силу так звана інженерія, переважно раціональний дизайн, який бачить красу виробів у їх всебічній практичній досконалості (Wartofsky, 1979: 57). З іншого боку, ринкова стихія актуалізувала завдання інтенсифікації збуту продукції шляхом створення привабливих для покупця форм – комерційного дизайну, стилю. Під час Великої депресії американська промисловість, як і європейська, зіткнулася з кризою збуту. До розробки долучилися такі художники, як Раймонд Лоуі, Тіг Уолтер Дорвин, Генрі Дрейфус. Американська промисловість за десятиліття зробила величезний стрибок у розвитку дизайну (Marques, 2021).

З 1950-х рр. XX ст. розвиток дизайну починається як мистецький та інноваційний напрям – художній дизайн, де основна роль практичної функції втрачається, а промислове відтворення часто припиняється. Лінія художніх пошуків найбільш чітко продовжується в італійському дизайні, поширюючись на всю Європу. У 1983 році була заснована Domus Academy як центр форму-

вання професійної свідомості нового типу, де розробляється ряд авторських концепцій і «поетик» «слабкого» задуму, головною рисою яких є неаксіоматичність, імовірнісний характер підстав, толерантність, невизначеність методу, позиції, ставлення. Алогічність, антисистемність – характерні риси дизайнерської ідеології того часу.

Різні типи дизайну породжували відповідну теоретичну рефлексію. Однак той факт, що дизайн до середини 1950-х рр. був переважно комерційним, пояснює його байдужість до теорії. Згадки про теорію дизайну в першій половині XX ст., як правило, лише формальні або історико-концептуальні, вони фрагментарні та несистематизовані.

Проблема визначення дизайну, його предмета та функцій залишається актуальною і сьогодні. Аналіз теоретичних робіт у галузі дизайну показує, що провідною тенденцією є прагнення до широкого визначення дизайну (Galle, 2002). У цьому випадку історія дизайну починається в примітивності, а область поширення практично безмежна, включаючи міфотворчість, наукову фантастику тощо. Дизайн можна визначити як «гармонійне структурування суб'єктних і процедурних аспектів систем «людина – суб'єкт – середовище», а також програм для організації таких систем» (Kroes, 2002: 291).

У сферу нашої уваги входить наукова тема естетики як філософського вчення, спрямованого на чуттєве пізнання світу, споглядальне і творче ставлення людини до дійсності. Термін «естетика» був введений німецьким філософом Олександром Баумгартеном для позначення науки про те, що відчувається та уявляється людиною. Це загальне визначення ґрунтується на органічній єдності двох складових:

Естетика як ціннісне ставлення людини до дійсності: вивчає природу естетичного відчуття, смаку, ідеалу, специфіку та творчий потенціал;

Художня діяльність людини: охоплює структуру і функціональну своєрідність цієї діяльності, природу художнього таланту, видову і стильову своєрідність мистецтва.

Історія становлення предмета естетики є процесом пошуку адекватного співвідношення між цими складовими. Особливу функцію поєднання виконують поняття прекрасного, ідеального, гармонійного, ціннісного, філософії мистецтва тощо (Естетика, 2010: 4).

У дослідженнях науковців естетична свідомість визначається як синтез інтелектуально-творчих, емоційно-позитивних, розумових якостей особистості, що дає змогу розвивати естетичні потреби, уяву, смак, реалізовувати художньо-творчі здібності. Розвинена естетична свідомість дозволяє фіксувати прекрасне, дивовижне, незвичайне та емоційно реагувати на побачене, розкривати вміння аналізувати та інтерпретувати власні емоційно-чуттєві враження. Естетична свідомість відноситься до свідомого стану розуму в естетичній діяльності й як перцептивна ідеологія є усвідомленим і систематизованим естетичним досвідом, що включає здатність суб'єкта до естетичного сприйняття, мислення та визначення естетичних ідеалів. Вона заснована на фізіологічному задоволенні, що формується на основі багаторазового злиття розуму та матерії, ідентичності об'єкта та самості, а також психологічних характеристик, створюваних під впливом різних факторів соціального життя. Тому, естетична свідомість перебуває під впливом культурних форм, загальної культурної психології та органічної частини суспільної свідомості людини (Zhu, 2022).

Естетичне сприйняття візуального здійснюється на перетині природи та мистецтва, об'єднаних поняттям образу. За допомогою органів чуття у свідомості людини відбувається відображення зовнішнього світу. Якщо у тварин таке сприйняття залежить від рівня емоційного забарвлення, то у більш розвиненому людському організмі зі складнішим мозком відбувається орієнтація на узагальнення потокової інформації. У свідомості людини формується образ, який можна не лише сприймати за візуальними ознаками, а й наділяти змістом і формою. У цьому процесі суб'єкт переживає стан піднесення, катарсису, духовного задоволення. У сучасній філософії поняття «катарсис» актуалізоване і широко використовується в сучасних школах психоаналізу. В актуалізуючому психоаналізі поняття «катарсизація» означає творчість та її сприйняття (Костюк, 2022: 112).

Багато філософських екскурсів у сферу дизайну базуються на уявленні про нього як про форму творчої діяльності людини, яка має свої результати. Специфіка отриманих продуктів і, відповідно, способу їх отримання полягає в подвійності, поєднанні деяких протилежних понять: користь – краса, технологія – мистецтво, матеріальне – духовне, утилітарне – естетичне, практичне –художнє, природне – соціокультурне, раціональний – інтуїтивний, інструментальний – символічний, доступний – трансцендентний. Усі ці категоріальні пари виражають багатофункціональність поняття «дизайн» та похідних від нього елементів. Іншими словами, це постійне і обов'язкове прагнення до всебічного вдосконалення, що створює відчуття прекрасного. Але таке прагнення іманентне людині, воно пронизує всі сфери діяльності (Popper, 1974).

Поляризація дизайнерських ідей зумовлена особливостями цього виду професійно-творчої діяльності, сильним впливом на емоційний світ людини в поєднанні з прагматичною спрямованістю та ринковим характером, а також недостатньою концептуальною розробленістю дизайну як культурного явища для кілька причин.

По-перше, специфіка ситуації в гуманітарних науках тривалий час об'єктивно не сприяла концептуалізації цієї моделі серед дослідників, хоча існує великий історичний пласт джерел з теорії та практики дизайну. Це пояснюється тим, що дизайн як явище масової культури був ідеологічно чужим явищем для вітчизняної практики, хоча в 20-х рр. XX ст. активно розвивалися ідеї промислового мистецтва, існувала відома школа дизайну на тодішні Вищі художньо-технічні майстерні (HATW), можна було поставити поруч з німецьким Staatliches Bauhaus та ін.

По-друге, неможливо філософськи проаналізувати та обґрунтувати суть проєкту поза культурно-історичним контекстом. Виникнення і розвиток дизайну тісно пов'язане з появою епохи масової культури кінця XIX ст. У працях «Повстання мас», «Дегуманізація мистецтва» іспанський філософ Х. Ортега-і-Гассет звертається до основних положень доктрини «масового суспільства». Відповідно до цієї концепції, суспільство є динамічним поєднанням активної меншості та пасивної більшості, або маси (натовпу) (Ортега-і-Гасет, 1994: 52). Якщо в меншості є особи, які мають певні індивідуальні особливості, то склад маси – це сукупність осіб, які нічим особливим не визначаються. У подоланні цих протиріч «маси взяли повну владу», але така діяльність була призначена для однорідних людей, які знаходяться на одному рівні, і це не мистецтво, а «згусток самого життя» (Archer, 1979: 17).

По-третє, зміна культурних парадигм у XX ст. була настільки стрімкою, що потрібен був принаймні деякий час, щоб зрозуміти логіку та закони культурних змін. Якщо в історії протягом століть культурні цикли тривали набагато довше, ніж існування одного покоління, то в XX ст. ситуація кардинально змінилася, і протягом одного соціального циклу змінилося кілька культурних парадигм (Reich, 1996). Розуміння культурних змін, що відбуваються з такими темпами і відображають їх загальну спрямованість, ускладнюється постійним теоретичним розвитком таких філософських понять, як постмодерна культурна парадигма, постмодерна свідомість тощо.

У філософії дизайну можна виділити антропологічну, аксіологічну, естетичну, герменевтичну складові. *Антропологічний* передбачає самовизначення людини як носія дизайнерської діяльності та споживача її продуктів у єдності її творчих здібностей у породжених нею речах, (Bhamra, 2021: 188). У цьому випадку сама річ трактується як «подвоєння себе». *Аксіологічний* пов'язаний з основними соціокультурними домінантами епохи. Річ, створена дизайнером, працює не тільки як носій функції, але, перш за все, як носій культурного значення. *Естетичне* перетворює предмет, наділений функцією, на річ, що володіє виразністю, а отже, і можливістю гармонізації людського світу. Він виводить цей особливий вид творчості на рівень мистецтва, наповнюючи його гармонією. *Герменевтика* орієнтована на створення системи правил і моделей інтерпретації, яка дозволяє виявити внутрішні смисли, розглянути не окремі знаки і значення, а охопити всі семантичні системи.

Отже, філософське узагальнення в рамках теорій дизайну, визначення підходів й аналіз складових філософії дизайну разом забезпечують глибоке і багатовимірне розуміння дизайнерської практики, формують цілісне розуміння дизайнерського мистецтва, проєктного продукту творчої діяльності, сприяючи усвідомленню, більш глибокому розумінню та відображенню соціокультурної реальності.

Висновки. Таким чином, філософія дизайну в її культурному розумінні дозволяє визначити соціальне та культурне місце дизайну, з його оригінальністю та унікальністю. Естетична свідомість розвивається як поєднання інтелектуально-творчих, емоційно-позитивних і розумових якостей особистості, що сприяє розвитку естетичних потреб, уяви, смаку та реалізації художньо-творчих здібностей. Вона формується під впливом культурних традицій, загальної культурної психології та є невід'ємною частиною суспільної свідомості людини.

Такі стратегії розкривають рефлексивні та творчі здібності дизайнера; визначають єдність матеріальних (зовнішніх) і духовних (внутрішніх) перетворень форми і змісту предмета, їх гармонію; призводять до виникнення інноваційного процесу в дизайнерських ідеях, створення якісно нового дизайн-об'єкту, властивості якого неможливо спостерігати, але суттєві ознаки якого стають чіткішими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Archer B. Whatever Became of Design Methodology? Design Studies. № 1, no. 1. 1979. Pp. 17–18. URL: https://blog.hslu.ch/product/files-/2013/02/Bruce_Archer_1979.pdf

2. Bhamra T., Hernandez R. Thirty years of design for sustainability: An evolution of research, policy and practice. *Design Science*. 7. 2021. P. 175–192. DOI: https://doi.org/10.1017/dsj2021.2

3. Galle P. Philosophy of design: an editorial introduction. *Design Studies.* № 23(3). 2002. Pp. 211–218. URL: https://www.academia.edu/496479/-Philosophy_of_design_an_introduction

4. Gropius W. The New Architecture and The Bauhaus. First Edition, MIT Press, 1965. 112 p.

5. Kostiuk, O., Vaskevych, O., Zlenko, N., Savitska, O., Mykhailova, R., & Gorbatiuk, T. The Philosophy of Design in the Innovation Space of the Postmodern World : *Consciousness of Cultural Practices. Postmodern Openings*. No 13 (1), 2022. Pp. 170–185. DOI: https://doi.org/10.18662/po/13.1/390

6. Kroes P. Design methodology and the nature of technical artefacts. *Design Studies.* № 23(3). 2002. Pp. 287–302. DOI: https://doi.org/10.1016/S0142-694X(01)00039-4

7. Lakatos I. Changes in the Problem of Inductive Logic. 1968. Pp. 315–417.

8. Marques P.C. A model for fostering creativity in the product development process. *International Journal of Design Creativity and Innovation*. 2021. DOI: https://doi.org/:10.1080/21650349.2021.1888807

9. Mueller V.K. English-Russian dictionary. New York : E. P. Dutton & Co., 1959. 699 p.

10. Popper K. R. Objective Knowledge. An Evolutionary Approach. London: Oxford University Press. 1974.

11. Reich Y., Konda S.L., Monarch I.A., Levy S.N. Subrahmanian E. Varieties and issues of participation and design. *Design Studies*, 17, 1996. Pp. 165–180. DOI: https://doi.org/10.1016/0142-694X(95)00000-H

12. Wartofsky M.W. Metaphysics as heuristic for science. In Models. Representation and the Scientific Understanding. 1979. Pp. 40–89.

13. Zhu Z. Aesthetic Consciousness. *Chinese Aesthetics in a Global Context.* Springer : Singapore. 2022. Pp. 161–190. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-16-7747-2_6.

14. Естетика / за заг. ред. Л. Т. Левчук. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 520 с.

15. Костюк О. П. Нейроестетичне сприйняття візуального в об'єктах дизайну. *Актуальні питання гуманітарних наук.* Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 50. С. 110−114. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-16

16. Ортега-і-Гасет Х. Дегуманізація мистецтва : пер. з ісп. / Вибрані твори. Київ, 1994. С. 238–272.

REFERENCES

1. Archer, B. (1979). Whatever Became of Design Methodology? Design Studies. № 1, no. 1 Pp. 17–18. URL: https://blog.hslu.ch/product/files-/2013/02/Bruce_Archer_1979.pdf

2. Bhamra, T., Hernandez, R. (2021). Thirty years of design for sustainability: An evolution of research, policy and practice. *Design Science*, 7, Pp. 175-192. DOI: https://doi.org/10.1017/dsj2021.2

3. Galle, P. (2002). Philosophy of design: an editorial introduction. *Design Studies*. № 23(3). Pp. 211–218. URL: https://www.academia.edu/496479/-Philosophy_of_design_an_introduction

4. Gropius, W. (1965). The New Architecture and The Bauhaus. First Edition, MIT Press, 112 p.

5. Kostiuk, O., Vaskevych, O., Zlenko, N., Savitska, O., Mykhailova, R., & Gorbatiuk, T. The Philosophy of Design in the Innovation Space of the Postmodern World : *Consciousness of Cultural Practices. Postmodern Openings*. No 13 (1), 2022. pp. 170–185. DOI: https://doi.org/10.18662/po/13.1/390

6. Kroes, P. (2002). Design methodology and the nature of technical artefacts. *Design Studies.* № 23(3). Pp. 287-302. DOI: https://doi.org/10.1016/S0142-694X(01)00039-4

7. Lakatos, I. (1976). Proofs and Refutations: The Logic of Mathematical Discovery. Cambridge University Press, 188 p.

8. Marques, P.C. (2021). A model for fostering creativity in the product development process. *International Journal of Design Creativity and Innovation*. DOI: https://doi.org/:10.1080/21650349.2021.1888807

9. Mueller, V.K. (1981). English-Russian dictionary. New York : E. P. Dutton & Co., 1959. 699 p.

10. Popper, K. R. (1974). Objective Knowledge. An Evolutionary Approach. London: Oxford University Press.

11. Reich Y., Konda S.L., Monarch I.A., Levy S.N. Subrahmanian E. (1996). Varieties and issues of participation and design. *Design Studies*, 17, Pp. 165-180. DOI: https://doi.org/10.1016/0142-694X(95)00000-H

12. Wartofsky, M.W. (1979). Metaphysics as heuristic for science. In Models. Representation and the Scientific Understanding Pp. 40-89.

13. Zhu, Z. (2022). Aesthetic Consciousness. *Chinese Aesthetics in a Global Context. Springer : Singapore.* 161–190. DOI: https://doi.org/10.1007/978-981-16-7747-2_6.

14. Estetyka (2010). [Aesthetics]. Kyiv : Centr uchbovoji literatury. 520. [in Ukrainian].

15. Kostiuk, O. (2022). Neiroestetychne spryiniattia vizualnoho v obiektakh dyzainu [Neuroaesthetic perception of the visual in design objects]. *Current issues of humanitarian sciences, 50,* 110−114. DOI: https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-16. [in Ukrainian].

16. Orteha-i-Haset, Kh. (1994). Dehumanizatsiia mystetstva The [Dehumanization of Art].: per. z isp. / Vybrani tvory. Kyiv, 1994. 238–272. [in Ukrainian].