

УДК 72.012:331.101
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863.5/28.208910>

Алла ОСАДЧА,
orcid.org/0000-0002-1213-0705
старший викладач кафедри рисунка та живопису
Київського національного університету
технологій та дизайну
(Київ, Україна) 1604102018@ukr.net

Марія ВИННИЧУК,
orcid.org/0000-0002-5126-6568
кандидат технічних наук,
доцент кафедри ергономіки і проектування одягу
Київського національного університету
технологій та дизайну
(Київ, Україна) m.vynnychuk@ukr.net

ІНТЕГРАЦІЯ У СВІТОВОМУ ДИЗАЙНІ

Розглянуто особливості інтеграції у світовому дизайні. Розвиток дизайну нині пов'язаний з інтеграційними процесами у сфері проєктування й масового виробництва товарної продукції. Водночас особливість сучасної цивілізації полягає у тому, що дизайн товарів не просто розробляється для задоволення базових потреб, а й формується для стимуляції їхнього зростання. Виявлено, що на сучасному етапі сутність інтеграції в дизайні полягає у створенні й інтенсивному розвитку нових форм комунікативних технологій, які змінюють раніше сформовані проєктні моделі та системи. Розвиток інтегративної теорії синтезу мистецтв, пов'язаний із появою інтерактивних технологій у дизайні, відрізняється від класичного підходу й передбачає спільну участь дизайнерів, художників, скульпторів зі знаннями 3D-технологій, інженерів, програмістів, спроможних створювати нестандартні, оригінальні образи в мистецькому середовищі. Розкрито, що інтеграційна функція дизайну полягає у тому, що характер матеріальності предмета дизайну «опредмечений» знаками, символами, медійними матеріальними носіями. Визначено, що інформація, отримана від комунікації з інформаційним образом дизайн-об'єкта, особливо перетворена в певне знання, має ідеальну природу. Досліджено, що в дизайн-інтерактивному суспільстві дизайн виникає як конструювання доцільної форми продукції, що втілює виробничі й ринкові вимоги. Доведено, що в дизайн-орієнтованому соціумі застосування нових технологій передбачає спроможність через інтерактивну мову й можливості сучасних електронних технологій програмувати зміни художніх форм та їхніх складників, вступати в «діалог» із людиною та навколишнім середовищем у реальному часі, а образотворчі форми в цьому разі стають також інтелектуальними. Образотворчі форми у цьому разі стають також інтелектуальними, зокрема колір, форма, кольорографічні й шрифтові інформаційні зображення, мультимедіа та інші візуальні системи й елементи.

Ключові слова: дизайн, проєктування, інтеграція, креативний простір, креативне середовище, сучасність, спрямування, художня творчість, інтерактивність.

Alla OSADCHA,
orcid.org/0000-0002-1213-0705
Senior Lecturer of Drawing and Painting Department
Kyiv National University of Technologies and Design
(Kyiv, Ukraine) 1604102018@ukr.net

Mariia VYNNYCHUK,
orcid.org/0000-0002-5126-6568
Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor of Design Department
of Ergonomics and Fashion Designing
Kyiv National University of Technologies and Design
(Kyiv, Ukraine) m.vynnychuk@ukr.net

INTEGRATION IN WORLD DESIGN OR MODERN INTERACTIVE DIRECTION

The aim of the article is to features of integration in world design and significance of design for interactive direction of modernity are considered. It has been revealed that at the present stage the essence of integration in design lies in the creation and intensive development of new forms of communicative technologies, which change previously formed design models and systems.

Results. Design is a mechanism for designing the price value of goods and services, as well as a mechanism for manipulating public consciousness in the context of growing needs. It is about integration unity of industrial and communicative design. At the same time, the current state of design solutions is represented by a set of principles, links between them, as well as new technologies.

Novelty. The novelty of the article is to reveal both theoretical and practical aspects of the integration role of design not only in art, but also in the world of technology and innovative products. In addition, the intellectual foundations of modern design are illuminated.

In view of the above, it is necessary to attempt a comprehensive analysis of such important issues as integration in world design and the interactive direction of modern times. Design is a design mechanism built into the system of commercial and monetary relations and production of things-signs. The process of design formation begins as a result of the industrial revolution, when manual work is replaced by machines and technologies, and human force is replaced by lifeless sources of energy.

At the present stage, the essence of integration in design consists in the creation and intensive development of new forms of communicative technologies, which change previously formed design models and systems. The designer's design work begins with an analysis of the functions of the future design object, as well as the goals and tasks of interaction with the consumer in communication.

The development of integrative theory of art synthesis, connected with the emergence of interactive technologies in design, differs from the classical approach and implies the general participation of designers, artists, sculptors with knowledge of 3D-technologies, engineers, programmers, able to create non-standard, original images in the architectural environment.

The practical significance. At the same time, graphic design is not only limited to special design practice, but is also a theoretical discipline. It should be noted that in graphic design as a theoretical discipline there is a search for a special paradigm, which consists of a set of concepts and technical means and techniques that allow to solve fundamental problems. In graphic design, as in every advanced scientific discipline, there may be several paradigm. However, at the current stage of graphic design it is possible to provide joint views of theorists and practitioners of design - graphics from a number of questions that set the direction of research activities of designers.

Key words: design, integration, creative space, creative environment, present, direction, art creativity, interactivity.

Постановка проблеми. Розвиток дизайну нині пов'язаний з інтеграційними процесами у сфері проектування й масового виробництва товарної продукції. Водночас особливість сучасної цивілізації полягає у тому, що дизайн товарів не просто розробляється для задоволення базових потреб, а й формується для стимуляції їх зростання. Таким чином, розроблення дизайну передбачає механізм маркування й стратифікації індивідів і соціальних груп. У такий спосіб виготовляються функціонально однакові товари з різною ціновою вартістю (винятково за допомогою дизайнерських рішень). Їхні демонстративна купівля й споживання дають змогу особистості ідентифікувати себе з певним класом або соціальною групою. Надлишкове виробництво однакових речей також передбачає створення ринкового механізму стимулювання попиту, традиційним механізмом якого є реклама.

Дизайн – механізм проектування цінової вартості товарів і послуг, а також механізм маніпуляції суспільною свідомістю у контексті сублімації потреб. Ідеться про інтеграційну єдність різних видів дизайну. Водночас поточний стан проектних дизайнерських рішень представлений сукупністю принципів (комунікаційність і візуальність), наявністю субординаційних зв'язків між ними, а також новими технологіями.

Отже, необхідним убачається здійснення спроби всебічного аналізу таких важливих питань,

як інтеграція у світовому дизайні й дизайн-інтерактивне спрямування сучасності.

Інтеграційна роль дизайну в контексті гуманітарних досліджень існує в просторі взаємодії мистецтвознавства, соціально-гуманітарного, природничо-наукового й технічного знання, що засвідчує необхідність використання не лише міждисциплінарного підходу, а й вироблення парадигми як теоретико-методологічної моделі проектного процесу.

Аналіз останніх досліджень. Серед останніх за датою видання (2019 р.) наукових розвідок вітчизняних учених про дизайн слід навести праці, зокрема дисертаційні дослідження, таких авторів, як І. Гардабхадзе (Гардабхадзе, 2019), О. Дубовий, Т. Блажеквич, В. Дубовий (Дубовий та ін., 2019), Н. Кохан (Кохан, 2019), Н. Крижановська, М. Вотінов, О. Смірнова (Крижановська та ін., 2019), А. Максимова (Максимова, 2019), В. Прусак (Прусак, 2019), О. Сафронова (Сафронова, 2019), О. Трофименко (Трофименко та ін., 2019), Н. Школяр (Школяр, 2019). Значне за обсягом число наукових праць упродовж останнього року вийшло за кордоном.

У розвідках означених авторів пропонується характеристика сучасних і перспективних трендів розвитку дизайну. Водночас інтеграційна роль дизайну в сучасному світі все ще потребує комплексного дослідження.

Мета статті – вивчення інтеграційних процесів у світовому дизайні. Об'єктом дослідження є інтеграційна функція дизайну в сучасному світі.

Виклад основного матеріалу. Дизайн – механізм проектування, долучений до системи товарно-грошових відносин та виробництва речей-знаків. Формування дизайну починається після промислової революції, коли відбувається заміна ручної праці машинами й технологіями, заміщення живої сили неживими джерелами енергії. Винахід універсального двигуна, створення ткацьких, стругальних, токарських, фрезерних, штампувальних верстатів дає змогу створювати серії однотипної продукції. Тепер кожна річ стає результатом не ремісничої праці майстра, а колективної, механізованого виробництва.

На сучасному етапі сутність інтеграції в дизайні полягає у створенні й інтенсивному розвитку нових форм комунікативних технологій, які змінюють раніше сформовані проєктні моделі та системи. Проєктна робота дизайнера починається з аналізу функцій майбутнього дизайн-об'єкта, а також цілей і завдань взаємодії зі споживачем у комунікації.

На думку британських авторів, зокрема Д. Суджича, дизайн – «це код, який треба вивчати, щоби мати можливість зрозуміти сучасний світ. Це відображення наших економічних систем, що демонструє відбиток технологій, з якими ми повинні працювати. Це своєрідна мова й прояв емоційних і культурних цінностей» (Сафронова, 2019: 56).

Інший західний науковець Дж. Бергер у дослідженні «Мистецтво бачити», присвяченому візуальній культурі, розглядає дизайн матеріального об'єкта з позиції дуальності відносин зі споживачем. З одного боку, автор стверджує: «Доторкнутися до чого-небудь – означає вступити із цим предметом у певні відносини» (Бергер, 2012: 11).

Йдеться про матеріальний об'єкт та його характеристики: текстуру, блиск, відчутність, щільність. З іншого боку, він протиставляє реальній речі її зображення як знак, як відтворене бачення. Це ілюзія об'єкта засобами мистецтва. Таким чином, ми стикаємося з проблемою двох видів комунікацій – матеріального об'єкта і його образу, втіленого в дизайні.

На думку О. Базилевського та В. Баришевої, «предметне середовище неминуче трансформується з розвитком науково-технічного прогресу й зміною механізму здійснення тих чи інших функцій. Поставивши вироби одного виду в ряд, упорядкований історично, можна простежити еволюцію» (Базилевський, Баришева, 2010:126).

В умовах значної кількості конкурентів на ринку кожному продукту необхідно диференціюватися не тільки на раціональному рівні (цінова

політика, інші характеристики продукту), а й на емоційному. Тому дизайн – це головна причина емоційної прихильності до продукту або бренду (Пітерс, 2006: 20).

Інтеграцію у світовому дизайні доцільно розглянути на прикладі графічного дизайну. Накопичення емпіричного матеріалу посприяло розширенню сфери застосування цього виду дизайну. Нині в повсякденному житті людина стикається з величезною кількістю об'єктів дизайн-графіки. Водночас графічний дизайн не обмежується тільки умовами особливої практики проектування, а є й теоретичною дисципліною. У графічному дизайні як теоретичній дисципліні здійснюється пошук особливої парадигми, що складається з набору понять та технічних засобів і прийомів, які дають змогу вирішувати фундаментальні завдання. У графічному дизайні, як і в кожній розвиненій науковій дисципліні, може існувати кілька парадигм. Однак і на нинішньому щаблі графічного дизайну можна виявити сумісні точки зору теоретиків і практиків дизайн-графіки щодо питань, які задають напрям дослідницької діяльності дизайнерів.

Ефективним інструментом дизайн-графіки є модульне конструювання, що стало альтернативою використанню орнаментів та інших візуальних засобів декоративного оформлення (Норман, 2019: 147).

Особливостями сучасних графічних форм є ясність, простота, об'єктивність. Носії інформації сьогодні відіграють підпорядковану роль у проєктуванні. Вони стають засобом, а не метою проєктного процесу. Дизайн-об'єкти водночас оцінюються з погляду якості забезпечення ефективної комунікації. За сучасних умов найкращими для сучасного дизайну є ті дизайн-рішення, які забезпечують узгодженість між економією, простотою, красою й функціональністю.

Починаючи з другої половини ХХ ст. у соціальному житті Заходу формується кілька дизайн-орієнтованих трендів. Надлишкове виробництво речей, послуг і знаків призводить до виникнення суспільства споживання, ринок сегментується й стратифікується. Суспільству споживання властиві розгорнуте кредитування, реклама, що створює міфи про «товарне щастя», прискорене випередження споживанням виробництва й статусне споживання (Бодрийяр, 1999).

Споживання виступає як задоволення потреб людей і як знакове споживання, тобто мова спілкування між людьми.

Орієнтовно з 1980-х років розпочинається стратифікація товарів у результаті виробництва

брендів класу люкс, преміум, малих серій, ексклюзивних речей і товарів, розрахованих на різні групи споживачів. І стиль життя, і мода, і престиж придбання товарів класу люкс стимулюються засобами масової комунікації. Домінуючі мас-медіа маніпулюють бажаннями особистості, фабрикуючи реальність (від кінематографа як фабрики ілюзій до реклами як мрії про гламурне життя). На стадії переповненості ринку речами й послугами споживання це не тільки присвоєння та поглинання, а й насамперед систематичне маніпулювання знаками (Бодрийар, 1999: 213).

На відміну від індустріальної стадії розвитку, або модерну, де основну роль відіграють завод, фірма, корпорація й експлуатація найманої праці, постіндустріальне суспільство (постмодерн) характеризується наявністю транснаціональних корпорацій, автоматизацією виробництва, перетворенням науки на безпосередню продуктивну силу, зростанням сфери послуг і якості життя (Инглегарт, 1999: 267–268).

У сфері соціальних відносин модерну приписується система соціальних класів (наслідок індустріалізації), водночас постмодерну – фрагментація й стратифікація соціальної структури (Побережников, 2006: 164–165). Колишне розуміння культури як сукупності цінностей і духовності суб'єкта змінюється її трактуванням як тексту із грою значень.

Висновки. Отже, у контексті вирішення завдань цього дослідження ми дійшли таких висновків:

– інтеграційна роль дизайну полягає у тому, що матеріальність предмета дизайну «опредмечена» знаками, символами, медійними матеріальними носіями. Інформація, отримана від комунікації з інформаційним образом дизайн-об'єкта, особливо перетворена на певне знання, має ідеальну природу. Інтеграційна функція дизайну також передбачає, що він необхідний для ідентифікації предмета в комунікативному середовищі. Він створює семантику об'єкта, наповнює його

асоціативно-образними якостями, виділяючи від конкурентів;

– функція інтеграції корелює всі функції дизайн-об'єкта стосовно споживача. Матеріальний предмет фокусує змісти, традиції, цінності, матеріали й форми того світу, у якому живуть люди. Інтегративна функція дизайну співвідносить матеріальний об'єкт із культурними, комунікативними моделями соціуму, а споживач – кінцева ланка цієї системи відносин;

– у дизайн-інтерактивному суспільстві дизайн виникає як конструювання доцільної форми продукції, що втілює виробничі й ринкові вимоги. Однак проектування відокремлюється від виробництва у зв'язку із впливом позавиробничих чинників і соціокультурних умов, оскільки речі відіграють роль не просто інструментів та товару, вони щось значать для людини;

– у дизайн-орієнтованому соціумі застосування нових технологій передбачає спроможність через інтерактивну мову й можливості сучасних електронних технологій програмувати зміни художніх форм та їхніх складників, розпочинати «діалог» із людиною й навколишнім середовищем у реальному часі. Образотворчі форми у цьому разі стають також інтелектуальними, зокрема колір, форма, кольорографічні й шрифтові інформаційні зображення, мультимедіа й інші візуальні системи та елементи.

До перспектив подальших досліджень, зокрема, слід віднести вивчення такого актуального питання, як художня підготовка молодих фахівців нового покоління у сфері дизайну, де дедалі важливішу роль відіграє застосування інтерактивних технологій. Інноваційна підготовка цих спеціалістів дає змогу вирішувати нові художні завдання в синтезі мистецтв, образотворчі засоби, що охоплюють компоненти інтерактивного дизайну, можливості електронних технологій, сучасних матеріалів, оригінальних розробок програмного забезпечення, що дає можливість створювати по-справжньому унікальний і привабливий художній образ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базилевский А. А., Барышева В. Е. Дизайн. Технология. Форма Москва : Архитектура С, 2010. 248 с.
2. Бергер Дж. Искусство видеть / пер. с англ. Санкт-Петербург : Клаудберри, 2012. 184 с.
3. Бодрийар Ж. Система вещей / пер. С. Зенкина. Москва : Рудомино, 1999. 220 с.
4. Вебтехнології та вебдизайн / О. Г. Трофименко та ін. Одеса : Фенікс, 2019. 283 с.
5. Гардабахдзе І. А. Інновації у дизайні: ролі, тенденції, управління, ефективність : монографія. Київ : КНУКіМ, 2019. 176 с.
6. Дубовий О. В., Блажкевич Т. П., Дубовий В. І. Екологічний дизайн ; Житомир. нац. агрокол. ун-т. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 361 с.
7. Инглегарт Р. Культурный сдвиг в зрелом индустриальном обществе. *Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология* / под ред. В. Л. Иноземцева. Москва : Academia, 1999. С. 245–260.
8. Кохан Н. М. Ленд-арт у контексті сучасного ландшафтного дизайну : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.07 ; Харків. держ. акад. дизайну і мистецтв. Харків, 2019. 19 с.

9. Крижановська Н. Я., Вотінов М. А., Смірнова О. В. Основи ландшафтної архітектури та дизайну. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 348 с.
10. Максимова А. Б. Розвиток проектної культури майбутніх дизайнерів-графіків у професійній підготовці : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т проф.-техн. освіти. Київ, 2019. 20 с.
11. Норман Д. Дизайн звичних речей / пер. з англ. М. Бакалова. Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2019. 320 с.
12. Овчинникова Р. Ю. Соотношение визуального и коммуникационного в графическом дизайне. *Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение*. 2016. № 3(23). С. 140–149.
13. Питерс Т. Основы. Дизайн. Санкт-Петербург : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2006. 160 с.
14. Побережников И. В. Переход от традиционного к индустриальному обществу. Москва : РОССПЭН, 2006. 244 с.
15. Прусак В. Ф. Неперервна екологічна підготовка фахівців з дизайну: теорія та практика. Львів : Простір-М, 2019. 567 с.
16. Сафронова О. О. Сучасні технології дизайн-діяльності. Київ : КНУТД, 2019. 207 с.
17. Суджич Д. Язык вещей / пер. с англ. М. Коробочкина. Москва : Strelka Press, 2013. 237 с.
18. Школяр Н. В. Формування термінологічної компетентності майбутніх графічних дизайнерів у процесі професійної підготовки : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 ; Хмельниц. гуманітар.-пед. акад. Хмельницький, 2019. 20 с.
19. Шмитт Б. Эмпирический маркетинг: Как заставит клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией. Москва : Гранд: Фаир-Пресс, 2001. 400 с.

REFERENCES

1. Basilevsky A.A., Barysheva, V.E. *Dizajn. Tehnologija* [Design. Technology]. Moscow: Arhitektura S, 2010. 248 p. [In Russian].
2. Berger J. *Iskusstvo videt'* [The Art of Seeing] / trans. from english. St. Petersburg: Cloudberry, 2012. 184 p. [In Russian].
3. Baudrillard J. *Sistema veshhej* [The System of Things] / translated by Zenkina S., Rudomino, Moscow: Rudomino, 1999. 220 p. [In Russian].
4. *Veb-tehnologhii ta veb-dyzain* [Web Technologies and Web Design] / O.H. Trofimenko, et al. Odesa: Phoenix, 2019. 283 p. [In Ukrainian].
5. Gardabhadze I.A. *Innovatsii u dyzaini: roli, tendentsii, upravlinnia, efektyvnist* [Innovations in Design: Roles, Trends, Management, Efficiency]. Kyiv : KNUKiM (2019). [In Ukrainian].
6. Dubovy O.V., Blazhkevych T.P., Dubovy V.I. *Ekolohichnyi dyzain* [Ecological Design; Zhytomyr National Agro-environmental University]. Kherson: OLDI-PLUS, 2019. 361 p. [In Ukrainian].
7. Inglegart R. Cultural shift in a mature industrial society. *A New Post-Industrial Wave in the West. Anthology*. Moscow: Academia, 1999. P. 245-260. [in Russian].
8. Kohan N.M. *Lend-art u konteksti suchasnoho landshaftnoho dyzainu* [Land-art in the Context of Modern Landscape Design]: author's abstract of the thesis for phd in art studies. Kharkiv : Kharkiv State Academy of Design and Arts, 2019. 19 p. [In Ukrainian].
9. Kryzhanovska N.Ya., Votinov M.A., Smirnova O.V. *Osnovy landshaftnoi arkhitektury ta dyzainu* [Fundamentals of Landscape Architecture and Design]. Kharkiv : O.M. Beketov National University of Urban Economy, 2019. 348 p. [In Ukrainian].
10. Maksimova A.B. *Rozvytok proektnoi kultury maibutnikh dyzaineriv-hrafikiv u profesiinii pidhotovtsi* [Development of Project Culture of Future Graphic Designers in Professional Training]: Author's abstract of the thesis for phd in pedagogy. Kyiv: National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Institute of Professional Technical Education [In Ukrainian].
11. Norman D. *Dyzain zvychnykh rechei* [Design of Familiar Things]; translated from english by M. Bakalov]. Kharkiv : Klub Simeinoho Dozvillia, 2019. 320 p. [In Ukrainian].
12. Ovchinnikova, R.Yu. (2016). Sootnoshenie vizual'nogo i kommunikacionnogo v graficheskom dizajne [The Relation of Visual and Communication in Graphic Design]. *Bulletin of the Tomsk State University. Cultural Studies and Art Studies*, No. 3 (23). 140-149 pp. [In Russian].
13. Peters T. *Osnovy. Dizajn* [Fundamentals. Design]. St. Petersburg : Stockholm School of Economics in St. Petersburg, 2006. 160 p. [In Russian].
14. Poberezhnikov I.V. *Perehod ot tradicionnogo k industrial'nomu obshchestvu* [Transition from Traditional to Industrial Society]. Moscow : ROSSPEN, 2006 244 p. [In Russian].
15. Prusak V.F. *Neperervna ekolohichna pidhotovka fakhivtsiv z dyzainu: teoriia ta praktyka* [Continuous Environmental Training of Design Professionals: Theory and Practice]. Lviv: Prostir-M, 2019. 567 p. [In Russian].
16. Safronova O.O. *Suchasni tekhnologhii dyzain-diiialnosti* [Modern Technologies of Design Activity]. Kyiv : KNUTD, 2019. 207 p. [In Ukrainian].
17. Sudzhych D. *Jazyk veshhej* [The Language of Things] / translated from english M. Korobochkin. Moscow : Strelka Press, 2013. 237 p. [In Russian].
18. Shkoliar N.V. *Formuvannia terminolohichnoi kompetentnosti maibutnikh hrafichnykh dyzaineriv u protsesi profesiinnoi pidhotovky* [Formation of Terminological Competence of Future Graphic Designers in the Process of Professional Training]: author's abstract of the thesis for phd in pedagogy., Khmelnytsky : Khmelnytskyi Humanitarian and Pedagogical Academy, 2019. 20 p. [In Ukrainian].
19. Shmitt B. *Jempiricheskij marketing: Kak zastavit' klienta chuvstvovat', dumat', dejstvovat', a takzhe sootnosit' sebja s vashej kompaniej* [Empirical Marketing: How to Make a Customer Feel, Think, Act, and Relate to Your Company]. Moscow: FAIR-PRESS, 2001. 400 p. [in Russian].