

ТЕОРІЯ І МЕТОДИКА ДИЗАЙНУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ СУЧАСНОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ

Антонович Є.,

Київський інститут реклами

Анотація. В статті розглядаються проблеми й завдання в галузі розробки провідних напрямків розвитку українського дизайну та дизайнерської освіти.

Ключові слова: дизайн, теорія та методологія, національна модель, дизайнерська освіта.

Аннотация. Антонович Е. Теория и методика дизайна в контексте развития современного национального дизайна. В статье рассматриваются проблемы и задачи в области разработки ведущих направлений развития современного украинского дизайна и дизайнерского образования.

Ключевые слова: дизайн, теория и методология, национальная модель, дизайнерское образование.

Annotation. Antonovich E. Theory and method of design in the context of development of modern national design. Problems and tasks in domain of development of leading elaboration directions of modern ukrainian design and designer education are examined in the article.

Keywords: design, theory and methodology, national model, designer education.

Постановка проблеми. Особлива роль дизайнерської або проектно-культури в сучасному світі обумовлена тим, що ця галузь діяльності трактується як універсальне мистецтво єднання ідеї, форми та функції. Професійне розуміння дизайну, яке виникло на початку ХХ століття, сьогодні сприймається як вузькоспеціальне і вимагає корегування у зв'язку зі значним розширенням сфери проектно-дизайнерської діяльності, а отже, подальших розробок теорії і методики дизайну, зокрема – пошуку змісту його національної моделі. Сказане стосується як практичної участі професійних дизайнерів у творенні предметного світу, так і підготовки фахівців відповідних дизайнерських спеціальностей. Саме концепція національної моделі дизайну визначатиме стратегії розвитку в країні конкретних напрямків усіх рівнів дизайнерської освіти.

Роботу виконано у контексті програм НДР Київського інституту реклами.

Аналіз досліджень та публікацій. Проблеми теорії та практики дизайну й методики викладання дизайнерських дисциплін входять до кола зацікавлень багатьох сучасних вчених. Теоретичні питання досліджуються в працях О. Хмельовського, В. Даниленка, С. Мигалія, В. Шпільчака. Вагомий внесок у розробку концепції розвитку національного дизайну зробили провідні київські науковці В. Свірко, В. Сьомкін, О. Маторін. Проте визначення провідних завдань формування моделі національного дизайну потребує подальшого розвитку.

Мета роботи. Виявлення місця й ролі дизайну в житті сучасного вітчизняного суспільства, формулювання основних завдань з формування концепції його національної моделі та шляхів їх реалізації.

Отримані результати. Головними чинниками, які зумовлюють формування сучасної теорії та методики дизайну є проблеми розвитку економіки України, а саме – конкурентоспроможність та гуманізація товаровиробництва. Ці проблеми передусім потребують врахування їх у відповідних дизайнерських закладах та фахових дисциплінах дизайнерської освіти. Професійна реформа, яка повинна лягти в основу подальшого розвитку вітчизняного дизайну, передбачає розширення рамок розуміння дизайнерської освіти і дизайну в цілому. Перспектива розвитку українського дизайну – орієнтація на розгортання дизайнерського підходу в різних сферах буття людини з метою розвитку цих сфер через впровадження специфічних методичних прийомів та їх застосування, насамперед, у проєктній діяльності.

Як засвідчує практика, у 1990-і роки все активніше втручається в найскладніші проблеми, що виникли на хвилі технічного прогресу, екологічний дизайн (маємо на увазі ідею створення екологічно чистого виробництва алюмінію, концентральні дизайн-розробки, пов'язані з проблемою вторинної сировини тощо). Коло проблем екологічного дизайну постійно розширюється: процеси виробництва, розподілу та споживання товарів, утилізація відходів осмислюються як система зв'язків, на яку дизайнер може вплинути певним чином своїми рішеннями. При цьому критерії охорони навколишнього середовища,

економії не відновлюваних природних ресурсів, екологічно чистих технологій та екологічності самих виробів розглядаються як найважливіші. Питання про співвідношення користі та шкоди від виробництва продукту для системи в цілому повинні розглядатися як основні професійні орієнтири в роботі дизайнера.

Важливим методологічним аспектом використання дизайну є розуміння того, що найбільшою загальнолюдською проблемою є вихід людини з-під влади штучного техносвіту, який має здійснюватись за рахунок гуманізації взаємодії людини і техніки [2, 395]. Сьогодні дизайн повинен бути орієнтований не тільки на екологічне проектування, але й на розв'язання соціальних проблем, тісно пов'язаних з екологічними. У зв'язку з цим має бути використаний як зарубіжний. Так і вітчизняний досвід, насамперед – національного науково-дослідного інституту дизайну [5, 369].

Широка участь дизайнерів у вирішенні масштабних комплексних народногосподарських проблем обумовила появу та необхідність розвитку такої форми дизайн-діяльності як соціальний дизайн (соціодизайн). З огляду на те. Що середовищний підхід і врахування соціальних аспектів завжди були складовими дизайну, необхідно відмітити тенденцію до поступового зміщення акцентів діяльності дизайнерів під час проектування об'єктів навколишнього середовища в бік соціально-культурного напрямку [1, 153].

Враховуючи, що соціодизайн проявляється у повній мірі під час розв'язання найважливіших комплексних завдань і розроблення проблем державного значення, де екологічні, соціальні, етнічні та культурологічні аспекти переважають, а естетичні, ергономічні, функціональні та експлуатаційні є базовими, розроблення методів соціодизайну є важливою складовою дизайн-діяльності та дизайн-освіти в умовах становлення в Україні ринкової економіки. Методологія еко- і соціодизайну повинна бути направлена як на вирішення конкретних екологічних та соціальних проблем. Так і на структурування та оптимізацію видів діяльності, пов'язаних із запобіганням або ліквідацією техногенних чи екологічних катастроф [4, 304].

Потребують термінового розроблення методичні аспекти організації та реалізації дизайну виставково-ярмаркової діяльності, їх складових щодо підвищення їх ефективності, сприяння розвитку економіки. Промислового комплексу. Початком робіт у цьому напрямку має бути розробка та обґрунтування концепції виставково-ярмаркової діяльності в Україні, що передбачає формування моделей діяльності, пов'язаних з організацією та проведенням науково-технічних та промислово-торговельних ярмарків в Україні та участю національних підприємств у відповідних акціях за межами країни. Метою такої діяльності має бути досягнення політичної та економічної ефективності виставково-ярмаркової діяльності, розвитку виробництва конкурентоспроможної продукції українських підприємств. Для реалізації зазначених завдань, що вимагають відповідно підготовлених фахівців, в Київському інституті реклами створено єдині в Україні кафедри дизайну реклами та виставково-ярмаркової діяльності.

Не менш важливою проблемою є розробка методичних питань дизайн-проектування тари та упаковки, що обумовлена наявністю жорсткої міжнародної конкуренції, розумінням значення упаковки і тари як візитної картки товару та вирішенням проблеми транспортування і складування продукції. Комплекс дизайнерських проблем у галузі виробництва, розвинення асортименту та підвищення якості тари й упаковки в Україні, що вимагає розв'язання, доцільно вирішувати в рамках спеціальної програми "тара і упаковка". Сформульовані дизайнерські та ергономічні вимоги до тари і упаковки повинні стати науково-методичною основою для формування нормативної бази із створення цієї продукції [3, 235].

Проблеми розвитку теорії і методики дизайну пов'язані з актуальним практичним питанням сучасної економіки: формуванням асортиментної політики. Насамперед у промисловому комплексі України. Дотепер асортиментна політика розглядалась в основному як питання формування та оптимізації асортименту з позицій різних відомств. Проте, асортиментна політика повинна забезпечити баланс інтересів усіх учасників системи виробництва та споживання продукції

з врахуванням того. Що усі вони є суб'єктами діяльності промислово-економічного комплексу з одного боку. А з іншого – учасниками соціально-культурних процесів, що відбуваються в суспільстві.

Розробка теоретичних проблем асортиментної політики з використанням методології дизайну дозволить значно підвищити ефективність виробництва в промисловому комплексі на рівні держави, регіону, галузі і кожного підприємства.

Вкрай актуальними є методичні проблеми кольорографії та декоративно-захисних покриттів. В Україні досі не створено системи колористичного та кольорографічного забезпечення виготовлення промислових виробів. У державі відсутні служби, що відповідають за асортимент, стандартні зразки кольорів декоративно-захисних покриттів та матеріалів, досліджень з кольорографії. Україна несе значні матеріальні і моральні збитки. Купуючи за кордоном необхідні стандартизовані зразки кольору, а українські промислові вироби втрачають свою привабливість та конкурентоспроможність.

Особливе місце у контексті розвитку теорії та методики дизайну займає проблема впровадження бізнес-дизайну, якому притаманне не лише комплексне бачення проблем, що професійно вирішуються, а й ефективне реагування на ринкові ситуації, врахування ціноутворення, всього механізму товарно-грошового перетворення. Бізнес-дизайн передбачає активну позицію дизайнера на всіх етапах створення продукції та її перетворення в товар. Ця форма дизайну є найбільш ефективною в умовах ринкових відносин і має бути широко впроваджена на теренах України. Осмислення багатого досвіду функціонування бізнес-дизайну у високорозвинених країнах, доопрацювання теоретико-методичних аспектів з врахуванням вітчизняних економічних умов дозволить забезпечити послідовне впровадження цієї прогресивної та економічно ефективною форми дизайну.

Нарешті, дуже важливою проблемою сучасного вітчизняного дизайну є досягнення певного рівня споживання в сучасному українському суспільстві. Не секрет, що споживання в сучасному світі

все активніше регулює суспільні процеси і виконує функції, які до того належали культурі. У нашому контексті це означає, що ми повинні виховати свідомого вітчизняного споживача, здатного оцінити результати високопрофесійної дизайнерської діяльності та формувати попит на відповідну продукцію. Тобто, необхідно широко запроваджувати елементи дизайнерських знань у нану загальну освіту, у навчальні плани загальноосвітніх шкіл та позашкільних закладів.

Висновки. Як видно з вищевикладеного, до проблем теорії та методики дизайну, що потребують розробки та впровадження в практичну діяльність у найближчі роки в Україні, можна віднести наступні: бізнес-дизайн, соціодизайн, ергодизайн, дизайн реклами, підприємництво в дизайні, дизайн-маркетинг як новий якісний рівень маркетингової діяльності, асортиментна політика в промисловому комплексі, система кольорографічного забезпечення розробки та виготовлення продукції, спеціалізація дизайн-освіти та підготовка вчителів і викладачів у галузі дизайну.

Подальший напрямок досліджень. Матеріали публікації можуть бути використані для розбудови дизайнерських спеціальностей та спеціалізацій цього спрямування в художньо-педагогічній освіті.

Література

1. Луженький С., Мигаль С. Дизайн і предметний світ // Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції. Вип. 3. Збірн. наук. праць. – К., 2005. – С. 152-156.
2. Мигаль С. Львівська дизайнерська школа: проблеми і завдання / Діалог культур: Україна у світовому контексті. Художня освіта. Вип. 5. – Львів, 2000. – С. 387-392.
3. Рубцов А., Свірко В., Сьомкін В. Вітчизняний дизайн: концепція розвитку // Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції. Вип. 3. Збірн. наук. праць. – К., 2005. – С. 234-243.
4. Сьомкін В. Сучасні аспекти розвитку дизайн-діяльності в умовах глобалізації світової економіки // Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції. Вип. 3. Збірн. наук. праць. – К., 2005. – С. 303-309.
5. Шпильчак В. Становлення та розвиток системи дизайн-освіти в Україні в 90-х роках // Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції. Вип. 3. Збірн. наук. праць. – К., 2005. – С. 369-372.