

ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА МЕТОДОЛОГІЇ ДИЗАЙНУ

Анотація. В статті розглядається дизайн як феномен художньої культури. Аналізуються актуальні проблеми теорії та методології дизайну. Особлива увага приділяється рефлексивним системам дизайну.

Ключові слова: дизайн, теорія та методологія, художня культура, рефлексивні системи дизайну.

Аннотация. Антонович Е.А. Проблемы теории и методологии дизайна. В статье рассматривается дизайн как феномен художественной культуры. Анализируются актуальные проблемы теории и методологии дизайна. Особенное внимание уделяется рефлексивным системам дизайна.

Ключевые слова: дизайн, теория и методология дизайна, художественная культура, рефлексивные системы дизайна.

Annotation. Antonovych Y. Problems of Theory and Methodology of Design. The article deals with design as a phenomenon of artistic culture. Actual problems of theory and methodology of design are analyzed. Particular attention is paid to reflexive systems of design.

Keywords: design, theory and methodology of design, artistic culture, reflexive systems of design.

Постановка проблеми та аналіз досліджень. Якщо йдеться про спадщину теоретичної діяльності в контексті дизайнерських практик, то, звичайно, ми потрапляємо у ситуацію більш складну, ніж уже достатньо визначений контекст міркувань про культуру та художню культуру зокрема. Дизайн є однією з диференційних практик, яка не є тотожною мистецтву або художній культурі, і яка розуміється досить по-різному.

Усі роботи, які присвячені дизайну в тій чи іншій мірі є інтерпретативними, тобто вони намагаються інтерпретувати поняття «індустріальний дизайн» у контексті сучасних культурних практик. Цікаво, що поняття «індустріальний дизайн» виникає досить пізно – у 30-ті роки ХХ століття. Потім воно втрачає означуване слово й вживається просто поняття «дизайн». Дизайн як сфера художньої діяльності до сих пір потребує свого визначення. До нині точаться розмови навколо того, що таке дизайн і коли він виник? Техноцентристська гілка визначення дизайну походить від стилю модерн [1]. Універсалістська пов'язує феномен дизайну з речовим опосередкуванням відносин людини [2].

Така ж ситуація складається приблизно з терміном «естетика», який ввів Баумгартен, адже зараз усі говорять про естетику в античності, середньовіччі та ін. часи. Тобто, якщо визначати рефлексивні системи дизайну, слід, передусім визначитися в якому контексті (техноцентристському чи універсалістському) розуміється дизайн як феномен художньої культури.

Роботу виконано у контексті програм НДР Київського інституту реклами.

Формування цілей статті. Ми не можемо зараз розв'язати усі проблеми теорії дизайну. Наше завдання є достатньо скромним, воно полягає в тому, щоб на підставі різних дефініцій виробити своє розуміння дизайну, а потім спроектувати його на культурно-історичну спадщину. Більше того, ми не займаємося іманентною теорією дизайну, тобто теорією його внутрішнього простору, а намагаємось побачити його межі, його проекцію на

художню культуру ХХ століття, як і, навпаки, проєкцію цієї культури на контекст дизайнерської рефлексії.

Тут уже виникає досить цікава проблема: «Що ж почалося раніше – проєкція дизайнерських проблем, а саме іманентних проблем, які виникли як спроба осмислити практику дизайну, в контекст мистецтва, або, навпаки?» Останній шлях є не лише пріоритетним, а й первинним. Можна стверджувати, що дизайн, як теоретична рефлексія, як диференційна практика виникає досить пізно, але як загальний дизайн, вбачання його в просторі культури, саме естетика речі виникає з розвитком «конструктивно-будівничої діяльності» людини [3].

Проблема полягає в тому, щоб помагатися створити концептуальне поле розуміння поняття «дизайн», описати його у сфері культурологічної, естетичної рефлексії і на підставі всіх рефлексивних визначень спробувати знайти особливість дизайну як культурної практики.

Результати дослідження. По-перше ми можемо відштовхнутися від типології рефлексії, або рефлексивного аналізу, яка визначена, як певний метод архітектури в роботі Юрія Легенького, де рефлексія розглядається як певна низка вбачань та осмислювання реалій культури [4]. Це рефлексія із середини практики, коли той, хто пише про щось, не дуже цікавиться, а як цим займаються інші. Він описує свій метод, його метод є надзвичайно важливим і самодостатнім. Можна сказати, що це певна особистісна міфологія, яка взагалі характерна для мистецтва і яка говорить про те, що той, хто намагається рефлексувати із середини творчості, не намагається вийти на метарівень, а займається саме іманентними проблемами творчості. Більше того, своєї власної творчості. Це нульовий ступінь рефлексії і це ступінь саме творчо-продукуючий, мистецький, що дуже важливо зазначити. Над цим рівнем напаровується рефлексія над практикою.

Це вже діяльність мистецтвознавців, філософів, культурологів, які починають порівнювати системи різних авторів, визначати метакультурні, іманентні проблеми дизайну, структурувати «внутрішні» і «зовнішні» проблеми, намагаючись побачити, чим же відрізняється одна теорія від іншої. Цей пласт питань є достатньо проблематичним у теорії дизайну, бо дизайн ХХ століття ще не витворив метакультурної проблематики, залишається на рівні міфів.

Якщо згадати книгу Вячеслава Глазичева «Про дизайн» та її перевидання у 2006 році, то майже через 40 років цей автор з сумом констатує, що дизайн залишається певним міфом ХХ століття. Може деміфологізація й відбудеться, адже вона вже відбувається у ХХІ столітті. Варто прислухатись до цього досить толерантного і ретельного вченого, бо його робота є однією із фундаментальних праць з теорії дизайну.

Потім, коли ми побачили вертикаль рефлексії – «з середини» і «над практикою», виникає ще один вектор, коли йдеться про рефлексію «в себе» і «рефлексію в інше» [4]. Рефлексія в себе пов'язана з екзистенційною

проблематикою, коли автор у книзі про дизайн через пів століття бере і робить нотатки, робить вставки, усвідомлює розвиток своєї думки. Це є певна екзистенційна проблематика дизайну, де й автор уже змінився, й світ змінився, дизайн змінився, а рефлектуючий (Вячеслав Глазичев, наприклад) намагається відчутти ці зміни. І це може бути рефлексія в інше, коли дизайн свідомо удосконалюється, розглядається як інобуття або як інше буття в контексті інших практик культури – архітектури, декоративно-прикладного мистецтва та ін. (так побудована книга «Історія дизайну» Юрія Легенького або робота «Дизайн» Галини Лоли [2; 5]). Йдеться про те, що дизайн вбачається в контексті всіх артефактів культури, які ще не набули легітимізації як дизайнерські практики – це енвайромент, перфоменс, хепенінг, психоделічний дизайн, дизайн мас-медіа та ін.

Тобто вся мозаїчна суміш постмодерної культури в певній мірі і є дизайн як усталеність «конструктивно-будівничої діяльності», яка ще не визначила свої образні та культурні артефакти. Ця синтагматична розгортка рефлексії говорить про те, що ми можемо в певній мірі структурувати інформацію щодо осмислення дизайну за цими координатами. Наше завдання – не ставати на бік тієї чи іншої концепції, а створити метаконцепцію, яка б намагалася усвідомити цілісність дизайну в національних, інтеркультурних, інтермодальних означуваних, які пов'язуються з творчими напруженнями, що характеризують певну школу дизайну.

Спробуємо охарактеризувати дизайн як рефлексивну діяльність у контексті визначених рефлексивних парадигм. Іманентні та іманентистські теорії дизайну – це спадщина, яка говорить про свідомість або самосвідомість дизайнера-митця. Іманентні теорії належать дизайнеру-митцю, який починає братись за ручку і починає щось писати. Іманентистські теорії може створити й філософ, культуролог, який намагається мислити саме так, як дизайнер-практик. Зараз існує безліч літератури саме такого плану, де описується техноцентристська, або формотворча, об'ємно-просторова моделі дизайну. Наприклад, Вячеслав Глазичев так і залишився в межах традиції іманентистського дизайну, хоча за фахом є архітектором і філософом. Він тяжіє до іманентних вимірів дизайну і не виходить на рівень аналістичних, ані філософських узагальнень дизайну. Якщо говорити про книгу з дизайну, яка була видана у 1970 році, а перевидана у 2006 році, то, зрозуміло, що за ці роки відбулась певна трансформація концепцій дизайну. Про це свідчать ремарки, які він розкидав по своїй книжці.

Вячеслав Глазичев аналізує дизайн як сферу масової культури, як ціннісно означену сферу споживання. Звичайно, – це вузько, і він близький у цьому своєму визначенні до Ролана Барта, який визначає моду як примхливе, досить мінливе і несподіване явище [6]. Так само визначає моду й Жан Бодрійяр, але всі ці визначення належать саме масовій культурі [7]. Мода в Єгипті існувала протягом 4000 років і майже не змінювалася. Дизайн в Єгипті, Китаї теж майже не змінювався. Тобто ми не можемо дева-

вживати ці великі парадигми дизайну і розмаїття поняття дизайну взагалі, який описує В. Глазичев як категорію масової культури. Вона (масова культура) є виміром дизайну, але не є його верхівкою, не є завершенням культурної творчості, а є лише ознакою побуту.

Нам хотілось би структурувати рефлексивні системи дизайну за типологією дизайнерського методу, якщо його можна означити як чотиривекторну структуру. Спробуємо охарактеризувати дослідників дизайну ХХ ст. за цими ознаками, а потім повернемося до доробку кожного з них і спробуємо після цього відтворити певний персональний рефлексивний концепт у вимірі кожної із рефлексивних систем дизайну як певної цілісності.

Якщо йдеться про іманентний дизайн, тобто про міркування дизайнерів-практиків, то до цього більш схильні такі автори: Філіпп Ешфорд, Даво Понті, Томас Мальдонадо, навіть Джон Глоаг [8; 9; 10]. Іманентні теорії дизайну свідчать про те, що автори є дизайнерами або настільки вживаються в матеріал, що не від'єднують себе від нього. Якщо говорити про «радянський» дизайн, який існував на території колишнього СРСР, то це такі дослідники: Карл Кантор, Юрій Соловйов, Володимир Аронов, а також Зіновій Фогель, – український мистецтвознавець, який написав прекрасну роботу про Василя Єрмилова [11]. Ми можемо в межах іманентного дизайну визначити ще багато імен, але це буде нескінченність. В. Глазичев казав: «Ми за кожним іменем бачимо напрямок».

Ми й спробуємо далі за визначеною типологією аналізувати її напрямки. Якщо говорити про мистецтвознавчу рефлексію над практикою, це має бути людина яка обізнана в практиці дизайну, більше того, здатна порівнювати теорії, концепції, формотворчі стратегії та ін., знати стилеві та жанрові ознаки і вміти їх класифікувати. Робота Вячеслава Глазичева і є оригінальним свідком рефлексії над практикою дизайну. З одного боку, він намагається узагальнити дизайн, визначити його означувані, але всі його ознаки залишаються в іманентній традиції або у сфері діяльності і практики дизайну, не піднімаються до рівня культури, навіть до філософських висновків культури, речі, людини.

Можна стверджувати, що саме Дмитро Аркін написав першу монографію з дизайну в колишньому Радянському Союзі у 1932 році (хоча Вячеслав Глазичев чомусь приписує першість у цьому проекті собі) «Мистецтво побутової речі», в якій він намагається під кутом певного ідеологічного оптикуму визначити дизайн як створення речового світу, робить це достатньо толерантно ще в ті часи [12]. Мистецтвознавцями дизайн був презентований дуже різноманітно. Так, до нього тяжіють той же Карл Кантор, хоча й він залишається цілком у лоні іманентистської традиції, Юрій Соловйов, Григорій Щедровицький, який створює парадигму системно-діяльнісного дизайну, теорію ділових ігор [16]. Навіть до нього тяжіє Євгеній Розенблум, який як автор і як дизайнер намагається створити концеп-

пцію «художнього проектування» в дизайні. Проте він є вже більше метакультурним медіумом, який відштовхується від іманентистської традиції.

Якщо йдеться про рефлексію в себе, або іманентистський план рефлексивної екзистенції, коли дизайнер рефлектує в себе, проектує в свій рефлексивний досвід інші доробки рефлексивних систем (творів архітектури, малярства та ін.) і намагається їх апарат інтерпретувати в контексті дизайнерської творчості, це є достатньо мало визначеним у дизайні. Дизайн і досі хворіє або універсалізмом, або утилітаризмом, функціоналізмом. Тобто такі категорії як «архітектоніка», «об'ємно-просторова композиція» і «композиція» взагалі, є свідком такої рефлексії постфактум. Тобто весь цей доробок концептуального проєктивізму, який надає дизайну єдність з іншими видами мистецтв, є певна рефлексія «в себе», коли рефлектуюча особистість намагається залучити до своїх міркувань доробок інших сфер художньої практики.

Це може бути і рефлексія «в себе» як особистий світ екзистенції, коли дизайнер персоніфікує інформацію та репрезентує її як дизайнерський світ. Більше того, ця рефлексія «в себе» зондує його підсвідомість і «викидає» звідти досить цікаві й несподівані імплікації. Ми вже говорили, що цікаві метаморфози саме в цій рефлексійній системі можна побачити в новому виданні книги В. Глазичева «Дизайн як він є».

«Рефлексія в інше» має об'єктивістський і суб'єктивістський виміри. Це є досвід проєктивного надбання мистецьких практик, коли дизайнер намагається свою проблему визначити на об'єктах концептуальних ознак інших мистецьких практик жанрів або видів мистецтв. Це досить цікава парадигма, парадигма іншого буття або інобуття дизайну. Якщо йдеться про те, що дизайн проектує свою універсальність і здібності речового опосередкування в динаміку брендингу, формування флеш-іміджів, психоделічних технологій мас-медіа, лендформні реалії архітектури, то це вже «рефлексія в інше». Так, сучасна архітектура XXI ст. дуже нагадує дизайнерські ансамблі й інсталяції, а парадигма так званої «нелінійної архітектури» свідчить, що ці об'єкти не є архітектурою в традиційному сенсі цього розуміння, а є саме дизайнерськими об'єктами. Так, дизайн шукає свої визначення в межах складної мозаїчної структури постмодерних практик і намагається описати себе на перетині рефлексій художньої культури.

Ми бачимо, наприклад, як поняття «бренд» дуже швидко переходить в царину дизайну і бачимо, як вся спадщина дизайнерської реальності починає буквально проектуватися на весь мистецький світ. Це призводить до того, що цей калейдоскоп ще не визначених мистецьких практик нами розуміється в царині дизайну. Тобто є наявною певна деконструкція як редуція до речовинності всіх інших реалій культури. Наявним є й електорат, який задіяний у цьому конструктивно-тектонічному полі, але зовсім не наявним є те, що це за феномен культури. Ми згодні називати його «дизайном», але говоримо, що це дизайн графічний, психоделічний, дизайн мас-

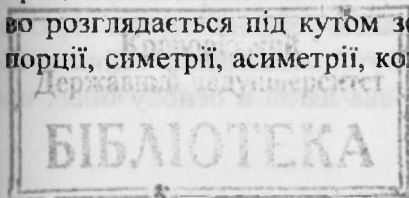
медіа, дизайн архітектурний та ін. Тобто ми бачимо, як розвивається поле концепту «дизайн».

Дизайн – це не просто складна реальність, і не просто драматична дилема художньої культури ХХ століття. Це та реальність, яка потребує подвійних метаморфоз – проектування проблемного поля дизайну на всю художню культуру і вбачання всіх проблем художньої культури в царині саме дизайнерських проблем. На перетині цих двох метаморфоз та проєктивних потенцій і виникає саме той проєктивний дизайн як прямий та зворотний зв'язок, як метадизайн, або мегадизайн, тотальний дизайн, за Томасом Мальдонадо, який дає нам розуміння про те, що таке дизайн як такий.

Герберт Рід – теоретик дизайну, який вперше випустив книгу «Мистецтво і промисловість» в 1934 р., четверте видання вийшло у 1956 р. – це саме той дослідник, який залишається в межах іманентної моделі рефлексії дизайну. Важливо, що він пише дійсно про проблеми формоутворення в дизайні, має розуміння дизайну саме в тому вимірі, щоб піднести чинне виробництво до естетичних стандартів ремесла, створити нові естетичні стандарти для нового виду виробництва. Таким чином, ми бачимо, що залишається диспозиція «ремесло – машина», яка була загострена в концепціях Джона Рьоскіна та Уільяма Морріса [13]. Якщо Джон Рьоскін категорично заперечив машину як естетичний об'єкт, то Уільям Морріс ставиться до неї більш толерантно. Тут вже помічається певна трансформація машинного виробництва в контексті ретроархаїзуючого відтворення машинного виробництва як ремесла.

Відомо, що Герберт Рід був людиною, яка розглядала систему дизайну як умовну реальність і здійснила намір зрозуміти певне формальне ціле цієї системи. Тобто цей вимушений формалізм був аналогом абстрактного розуміння дизайну. Герберт Рід пише: «Моє переконання полягає в тому, що утилітарне мистецтво – об'єкт, який виконується передусім для використання, – сприймається естетичним почуттям як абстрактне мистецтво» [Цит. за 14, с. 44-45]. Предмет як такий, його загальна естетика, утилітарний аспект і абстрактне мистецтво, – дизайн стає «магічною мовою» нової речовинності. Це й не дивно, бо це спалах індустріалізму. Герберт Рід намагається поєднати абстрактне мистецтво, яке позбувається предметності у Казимира Малевича, і функціональність речі. Поєднання нез'єднуваного – от що важливе у цьому дизайні.

Цей дизайн є романтичним як модифікація модернізму та раннього модерну, який виникає в ретроархаїзуючих традиціях. Художник, який зветься дизайнером, вирішує пропорцію поєднання «абстрактного» і «функціонального», за якою він вбачає закони симетрії, функціональні форми предмета та ін. Ми бачимо явну сцієнтистську традицію, за якою мистецтво розглядається під кутом зору вимірювальних інструментів, тобто пропорції, симетрії, асиметрії, композиції тощо. Цікаво, що функціональні ви-



міри стають звичайним елементом вимірювання у кількісному естетично-му образі дизайну, інформаційній естетиці дизайну в цілому.

Цікаво, що Вячеслав Глазичев у нотатках до перевидання книги в 2006 р. пише: «Пізніше, коли писав “Організацію архітектурного проектування” (1977), питання про роль інженера і тип інженерного мислення прийшлося розглянути глибше та докладніше. Всю другу половину XIX ст., коли архітектурні зразки були зібрані в численних альбомах, грамотне використання таких збірників шаблонів було однаково доступно випускникам Академії мистецтв і випускникам Інституту цивільних інженерів, якщо ті мали скільки-небудь розвинуте почуття міри. Дуже схожий процес розгортається нині, коли комп’ютерні програми дають можливість будувати достатньо грамотно (але не більше) проектні схеми при будь-якому типі освіти або навіть без формальної освіти зовсім» [14, с. 46].

Ця ремарка є досить характерною. Автор говорить, що сама освіта як академічний канон навчання дизайну була неможлива. По-перше, вона була неможлива тому, бо її ще не існувало. Згадаємо Габріель Шанель. Вальтера Гропіуса та ін. Усі дизайнери приходили з архітектури, зі швейного виробництва, техніки. Часто інженери та технологи ставали дизайнерами, створювали нову сферу діяльності. Цей «протодизайн» як дохудожня даність його мистецьких практик існує й зараз. Більш того, він є досить агресивною течією редукції образу до функції.

Так, розгортається образ дизайну як певна функціональна міфологія, типологія іманентного вбачання абстрактного, безпредметного неутилітарного всесвіту, який потім починає утилізуватися та запурюватися у світ промисловості. Це певний рух від загального до особливого. Цей просвітницький платонізм цікавий як спосіб європейського образу дизайну та уявлення дизайну як реальності культури.

Джон Глоаг у 1934 р. говорить про те, що дизайн має певну естетичну реальність, яка характеризує реальність формоутворення. «Коли я кажу про дизайн, я думаю не про зовнішній орнамент або чисту декорацію. В цьому питанні багато треба поліпшити, і з художньої точки зору все це надзвичайно суттєво, але «дизайн» подібного роду не впливає практично на утилітарність предмета. Я маю на увазі дизайн форми, конструкції і матеріалу, направлений на те, щоб дати споживачу максимально можливі зручності, задоволення від споглядання і дотику до предмета» [Цит. за 14, с. 50]. Це й є декор у філософському розумінні.

Дизайн може бути суттєвим засобом стимуляції продажу речей. Так вважав Джон Глоаг. Він формулює досить цікаву парадигму – «тренована уява», тобто те, що в проєктуванні образної майстерності виникає як уявлення цілісності, певного автотренінгу. Джон Глоаг говорить про те, що дизайн має бути певною декорацією, тобто такою реальністю, яка характеризує реальність формоутворення як розгорнутої мізансцени. «Цікаво, що Джон Глоаг точно повторив суть формули, яка лягла в основу білля про

створення Королівської академії мистецтв у 1768 р.», – пише Вячеслав Глазичев [14, с. 51]. Так, іманентизм і традиціоналізм поєднуються. Таке поєднання функціоналізму й естетизму є в певній мірі романтичним і міфологічним сполученням образу і предмета, що є характерним саме для дизайнерських проєктів узагалі.

Джіо Понті – один із цікавих дизайнерів і редакторів відомого журналу «Домус», який сформував цілу систему дизайнерського бачення. Він є досить своєрідною постаттю, яка широко рекламувала новітні розробки з дизайну та проводила практичну діяльність. Його журнал є суто практичним, орієнтованим на діючого дизайнера. «Домус» – це журнал, який адресований художній дизайнерській публіці. Вся програма, яка складається в цьому проєкті журнального видання має декілька пунктів, які є сенс перерахувати:

«1. Такий світ чудесних і гігантських форм, у яких ми живемо.

2. Наша епоха є найвеличнішою в історії людства; це епоха, коли все змінюється і робиться заново.

3. Ми намагатимемося наголошувати це на кожній сторінці. Показуючи речі які з'являються навколо нас, ми хочемо розкрити істинний характер нашої цивілізації.

4. Наші читачі є привілейованими людьми, оскільки живуть у цю епоху. Навколишній світ академічного консерватизму виявить нам одного разу – хоч би за контрастом – красу нових форм» [Цит. за 14, с. 62-63].

Цікаво, що «Домус» – це єдиний журнал з дизайну, що існує до нині, на сторінках якого послідовно утверджується дизайн як творча діяльність, а сам Джіо Понті – це та людина, яка своєю енергією намагалася підняти творчість дизайнера на щабель аранжувальника середовища. Він навіть не говорить про культуру споживання, мова іде про більш високі матерії, які створюють тенденцію унітарності і певної єдності професійної ідеології дизайнера, яка поєднується з ідеологією культури. Важливо, що Джіо Понті вплинув на дизайн саме в просторі нашої культури, він був тим взірцем, який саме з іманентистських традицій намагався піднести дизайнерську професію на високий рівень мистецьких адекватій.

Д. Нельсон – відомий дизайнер, який пов'язує свою творчість з видовищними видами проєктування дизайну середовища, написав роботу, яка була видана у 1971 р. [15]. Її сприйняли як роботу суто іманентистського типу мислення. Дизайнер виступає в ролі певного апологета дизайну як тої сили, яка здатна наділити людство гармонією сьогодення. Д. Нельсон констатує: «Ми – члени суспільства, які, здається, цілком піддалися спокусі суперкомфорту». Так, суперкомфорт стає тим виміром, за яким працює Д. Нельсон. Хотіли б ми цього, чи не хотіли, адже він задається питанням: «Як зробити річ, яка зараз здається красивою, щоб вона не застаріла завтра?» Цей період не старіння, або надіснування, або суперестетичної якості предмету повинен продовжитись але до певної міри. Ця міра не визначається Д. Нельсоном. Вона в нього є все тим же самим суперви-

міром культури, якій поєднується з масовою культурою. Результати діяльності дизайнера можуть бути визначені попереду його проєктування. Дизайн як обслуговування стає бізнес-теорією, бізнес-маркетинговою стратегією, яка стає невід'ємною частиною виробництва. Стафф-дизайн стає саме тою невід'ємною частиною виробництва, про яку говорить Д. Нельсон.

Його формула поєднує достатньо цікаві мотиви втілення існування як такого в дизайнерське виробництво, тобто буттєвий вимір дизайну як речового визначення демонструє бізнес як цілеспрямований ритуал, який є простим і ясним завданням проєктування. Важливо, що Д. Нельсон достатньо іронічно сприймає ці завдання. Він гравець, саме у видовищному середовищі, він створив досить серйозні роботи, які ми зараз можемо вбачати як маньєристичний дискурс, як перевтілення певної традиції в контексті сьогодення.

Цікаво, що Вячеславу Глазичеву належить честь визначення масової культури саме в ті часи, коли у радянській культурі масова культура цілком заперечувалася. Він її бачив більш автентично, як прискорені зміни споживання, як тотальні рекламні споживацькі стратегії, бачив роль дизайнера як генерального режисера середовища [14]. Так, він подає приклад з «розкруткою» індустрії ляльки Барбі. Можна зробити дешеву конструкцію, яка є копією, а далі випускають модифікаційні конструкції, наприклад, одяг ляльки Барбі, начинка для принтера, аксесуари для комп'ютерів, що перевищують ціну вихідного флеш-іміджу в сотні і десятки сотень разів. Дизайнер стає режисером споживацької стратегії, яку він сам намагається нав'язати і рекламувати. Фактично дизайн переміщується у сферу бізнесу. Зрештою Вячеслав Глазичев дає таке визначення дизайну: «Дизайн – форма організованості (служба) художньої-проектної діяльності, яка створює споживчу цінність продуктів матеріального і духовного масового споживання» [14, с. 183].

Ми бачимо наскільки абстрактне це визначення. По-перше, це діяльність або служба, тобто диференційна діяльність. Це дуже вузько, тут немає ні соціальних, ні культурних вимірів. Це суто споживацька культура, це аксіологія 1960-80 рр., де вона була синонімом естетичності як такої. Тобто проєктування, діяльність, споживання – все це стало актуальним у 30-ті роки ХХ століття. Всі теорії, що досить ретельно описав В. Глазичев, детерміновані цією парадигмою. Адже й він сам не може за неї вийти.

Рефлексія над практикою, яку намагався здійснити Вячеслав Глазичев, описуючи західний дизайн та дизайн радянських часів, і який уже зараз постфактум намагається поєднати пострадянський дизайн і дизайн західний, є рефлексією у вузькому коридорі діяльнісного підходу. Автор не піднімається над горизонтом професійних вимірів. Тобто обрії бачення дизайну як культурного явища не визначені.

Виникає закономірне питання, а який ще можливий дизайн?

Ми можемо сказати, що протодизайн, який існував у контексті інших видів мистецтв, про який пише Юрій Легенький у своїх роботах, існував у

контексті архітектури, малярства, графічної мови [5]. Це досить цікава реальність, яку можна охарактеризувати як метадизайн, який не знайшов свого автентичного визначення. Так, Казимир Малевич був геніальним дизайнером, він своїм світоглядним виміром бачення світу створив автентичний дизайн, що є адекватним культурі ХХ століття.

Так само і Василь Кандінський є геніальним дизайнером, геніальним графіком, живописцем, що створював безпредметний конструктивний світ, але він не є означеним диференційною дизайнерською практикою. Тобто йому не вистачає саме диференційного утилітарного комплексу, який робить дизайн дизайном. Можна сказати, що Олександр Родченко теж створив усі свої образи дизайну як образи протодизайну ХХ ст., як певний мета-дизайн, який є більше універсальним, ніж у Томаса Мальдонадо, але й цей дизайн не називався дизайном. Він існував як професійна діяльність у межах інших мистецтв – фото, моделювання одягу, скульптури та ін. У Е. Лисицького графічний дизайн теж існував як фотомонтаж, у О. Родченка це теж був переважно фотомонтаж конструктивного типу.

Можна стверджувати, що мета-дизайн радянських часів у Карла Кантора, Юрія Соловйова, Євгенія Розенблюма формувався спорадично, так чи інакше вони намагалися розхитати іманентний рівень дизайну. Адже всі залишилися у коридорі системного підходу щодо дизайну, який був започаткований Григорієм Щедровицьким.

Український дизайнер Василь Єрмилов поєднав у собі дуже багато культурних інтенцій: із стилю модерн він перейшов до дизайну як певного культурного транслятора національних традицій. Усі його роботи, починаючи від начерків, контррельєфів, графічного дизайну, дизайну середовища – це певні пошуки протосубстанції дизайнерської праці [11]. Ця метафізика належить тим рівням рефлексії, які були витворені у протодизайні, в іншому міфологічному дизайні, що належав Казимиру Малевичу, Василю Кандінському, Е. Лисицькому.

Можна визначити й уже останні інновації теорії мета-дизайну, які пов'язані з роботами Галини Лоли. Авторка намагається здійснити метафізичну транскрипцію дизайну [2]. Галина Лола розглядає дизайн досить широко, як речове опосередкування, формоутворення в царині дизайну вбачається як світ межі, поняття «дизайн» порівнюється з поняттям «курс». Тобто мова дизайну вбачається як певна метамова. Ця робота є гарним прикладом «рефлексії в інше». Дизайн інтерпретується як філософська рефлексія, вимір суто інобуттєвого плану, де фактично від дизайну нічого не залишається. Є приклади, є цікаві порівняння, але всі дизайнери залишаються у філософському світі тотального аналізу і ця тоталлогія тримається на єдності філософії і дизайну. Це «чистий розум у чистому полі», як написав рецензент [2]. Адже цей вимір досить цікавий, таких робіт ще не було у царині дизайну, особливо українського дизайну.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Дизайн як цілісність неможна розміняти на споживацькі стратегії, ціннісні ознаки продукту з предмету дизайну. Дизайн завжди несе в собі цілісну людину, яка є об'єктом і суб'єктом дизайнерської діяльності, дизайнерського етосу, дизайнерської естетосфери [3]. Вся ця сполученість етосу та естетосфери, діяльності говорить про те, що дизайнер не просто споживач, продуцент іміджів та інших артефактів культури, а є режисером, філософом, мистецтвознавцем, іміджологом, є тим, хто творить цілісність культури у формі речового опосередкування культуротворчості. Це ціле ніколи не позбудеться міфогенних і метафорогенних ознак. Це і є художні ознаки, саме вони дають нам можливість говорити про дизайн як мистецтво. Винести дизайн у поле мистецької культури, більше того, побачити його особисте місце і означити саме мистецтво культури ХХ ст. як певний проєкт – це й є наша проблема. Речове опосередкування, коли і людина, і світ, і планета, все стає річчю, але в певному філософському вимірі, як товар, як співбуттєвість, як ринок буття, як буття для інших людей, як буття для себе, як не-буття, – всі ці ознаки розширюють виміри іманентного дизайну і дають можливість побачити його як метадизайн, побачити його рефлексивні системи як певну цілісність рефлексивних практик, які існують в царині дизайну.

Список використаних джерел

1. Аркин Д. *Искусство бытовой вещи*. Очерки о новейшей худ. промышленности. 1932, 171с.
2. Барт Р. *Система Мода*. Стаття по семиотике культуры. - Пер с фр., вступ. ст. и сост. С.Н. Зенкина / Р. Барт. - М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. - 512 с. Болдрийяр Ж. Символический обмен и смерть. - М., 2002.
3. Глазычев В. *Дизайн как он есть* / Вячеслав Глазычев Москва, 2006 г.
4. Даниленко В.Я. *Дизайн*. Підручник / В.Я. Даниленко. - Х. : ХДАДМ, 2003. - 320 с.
5. Легенький Ю. Г. *Дизайн: культурология та естетика*. / Ю.Г. Легенький - К. : КДУТД, 2000. - 272с.
6. Легенький Ю.Г. *Історія дизайну*. / Юрій Геншадійович Легенький - К., 2006.
7. Моррис У. *Искусство и жизнь*: Избранные статьи, лекции, речи, письма. - М., 1973.
8. Нельсон Д. *Проблемы дизайнера*. - М.: Искусство. 1971. - 216с.
9. Щедровицкий Г.П. *Проблемы методологии системного исследования*. / Г.П.Щедровицкий - М., 1964.
10. Фогель З. *Василий Ермилов*. - М.: Сов. художник, 1975.
11. Эшфорд Ф.К. *Дизайн и промышленность*. Пер.с англ. М. ВНИИТЭ. 1968г. 178 с.
12. Maldonado T. *Disegno industriale: un riesame: Definizione, storia, bibliografia*. - Milano, 1979.

Балюк Л.В.

**Криворізький державний
педагогічний університет**

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИКЛАДАННЯ ФІТОДИЗАЙНУ

Анотація. У статті розглянуто питання ролі і місця дисципліни «Теорія і практика декоративного садівництва та квітникарства» в художньо-педагогічній освіті. Автором надано орієнтовну програму для її викладання у блоці дисциплін спеціальності «Образотворче мистецтво Фітодизайн» на художньо-графічному відділенні факультету мистецтв Криворізького державного педагогічного університету.

Ключові слова: фітодизайн, дизайн квітиків, орієнтовна програма.