

посредством уз счастья, если же таковые исчезают, то они теряют свои права на него; 2) быть полезным им человек может только при условии любви к жизни, способности доставлять счастье, - но все это, в свою очередь, возможно только, если сам человек счастлив; в противном же случае – все опоры исчезают, и человек оказывается – в пустоте; 3) и самому обществу нет никакой пользы от такого своего элемента).

Отмеченная пустота, (восприятие мира как пустыни) - категория экзистенциальная, связанная с потерей смысла самосохранения как смысла жизни. Другая категория, влияющая на принятие суицидального решения человеком, состоит в потере счастья, содержание которого для каждого свое: у скряги – сокровища, например, и т.д. В случае потери сокровища утрачивается источник счастья, составлявший смысловой стержень субъекта, в результате чего Я мертвеет. –Данная категория – психоаналитическая.

Выводы. Подводя итоги анализа суицидологических воззрений Гольбаха, следует сделать акцент на следующем:

- никто (и ничто) не вправе порицать самоубийцу, поскольку его акт – необходимость;
- суммировав все частные суицидные мотивы, необходимо сделать ударение на основных, с точки зрения философа: это - „...непомерное несчастье, отчаяние или вызванное меланхолией расстройство организма...” [1,с.307], которые человек испытывает при равнозначности противоположных стремлений (импульсов);
- и наконец, пока слышен человеку голос рассудка, пока есть надежда, пока человек цепляется за жизнь, он – не глубоко несчастен и не выберет путь самоубийства; но если все это исчезнет в пустоте одиночества, доведенный до отчаяния человек выйдет в дверь, необходимо открытую ему Природой.

ИСТОЧНИКИ И ЛИТЕРАТУРА

1. Гольбах П.А. Система природы, или О законах мира физического и мира духовного //Гольбах П.А. Избранные произведения: В 2-х т.- М.: Издательство социально-экономической литературы, 1963. – Т.1. – 716 с.

2. Карпунин В.А. Воля к бытию: Онтологический импульс.- СПб.: Алетейя, 2004.- 288 с.

І.С. РИЖОВА

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ

В сучасному суспільстві дизайн розвивається від техноцентризму до філософської антропології, від дизайну як “художнього конструювання” до дизайну соціальних процесів і дизайну людського духу. Дизайн розвивається в сфері науки, культури, техніки, розкриваючи дизайнерську проблематику, виходячи із принципів філософської антропології, аксіології і онтології, виконуючи роль активного інтелектуального і творчого резерву суспільства і особистості. Для адекватного розуміння і осмислення онтологічних дизайнерських феноменів і динаміки методологічних домінант слід виявити дві основні групи онтологічних властивостей предметного світу сучасних техносціумів:

- універсальна утилітарна функціональність;
- постійний психологічний і предметно – чуттєвий вплив об'єктів дизайну на всі сторони життя людини.

Отологічна проблематика західного дизайну систематизована у вигляді двох груп досліджень. **Першу групу** представляють собою теорії дизайн – діяльності і дизайн – продукту, що базуються на аналізі суперечностей сутності дизайну в суспільстві соціальної нерівності і відчуження. Цим теоріям властиве глибоке втягнення дизайну в деструктивні процеси. Проблема якості продукту дизайну і проблема якості життя представляють собою проблеми суспільного порядку, соціальної справедливості і глибокої поляризації багатств і можливостей. Споживацькі інтереси суперечать високим ідеалам дизайну, високій професійній майстерності; інтелектуальній незалежності від наркотизуючого, естетично

удосконалого “уречевлення”. До авторів критичних соціальних теорій і теорій дизайну, що широко використовуються у спеціалізованій літературі слід назвати Г. Маркузе, Т. Адорно, П. Фейерабенда, В. Папанека, Н. Кросса, К. Дільтона, Г.Ріда, Д. Белла, М.Маклюена, Р. Фокю, Г. Саймона, Дж. Макхейла та ін.

Другу групу складають теорії, що усвідомлюють історичний розвиток дизайну переважно як результату поступового розвитку техніки і удосконалення соціальних структур. Такої прогресивної точки зору дотримуються А. Тоффлер, К. Поппер, Т. Кун, В. Гаспарський, Дж. Бродбент, К. Александер, Дж. К. Джонс, Ф. Рапп, Б. Фуллер та ін.

Аналіз феномена індустріального дизайну свідчить, що дизайн розглядається як соціальна і політична сила, найбільш адекватне осмислення якої може бути здійснено лише через застосування філософської методології – онтологічної, гносеологічної, аксіологічної, герменевтичної. В контексті досвіду світового дизайну виокремлюються різноманітні його типи:

- економічні (індустріальні);
- антропологічні;
- соціально – політичні;
- аксіологічні.

В розвитку науково – філософської методології дизайнерських дисциплін країн Західної Європи і США виокремлюються **три етапи** становлення сучасної дизайнерської думки:

Перший етап філософсько – методологічних проблем дизайну характеризується розвитком таких методів дизайн – діяльності, які націлені на досягнення найбільшої ефективності інженерно – технічної, конструктивної і естетичної сторін діяльності. Моделі дизайну 50-70-років орієнтовані на підвищення якості кінцевого продукту, на підвищення ефективності впливу дизайну на різноманітні життєві ситуації людини, пов'язані з технікою, з предметним середовищем.

Другий етап характерний появою таких методів, які націлені на глибоке переосмислення задач дизайну, сутності висхідних посилань і особливостей соціального функціонування технічних і естетичних об'єктів дизайну. “Період осмислення” кладе початок вже в 60-і роки, коли появляються критичні роботи Г. Маркузе, Т. Адорно, Р.Фокю, Г. Саймона, Г. Ріттела і стають очевидними наслідки здійснення масштабних технічних і технологічних проектів.

Третій етап формування теоретичного контексту дизайн – діяльності акцентує увагу на соціальних і антропологічних проблемах, фіксує вагу теоретиків, проектувальщиків і виконавців проектів на можливостях стимулювання методів широкої суспільної співучасті в дизайні, в контексті “зроби сам”; дизайн для непрофесіоналів; методах “коаліційних команд; “підтримки і накопичення”.

Слід відмітити, що при всій багатоманітності форм і методів аналітичної і творчої праці, західний теоретичний дизайн розпорошений, не має єдиного стрижня, включає ряд методологічних принципів, що втілюються в тих чи інших моделях. Слід виокремити найважливіші напрямки теоретичної дизайнерської думки, характерні для дизайну індустріальної парадигми країн Заходу, що розвиваються в надрах дизайнерської професійної методології поряд з методами мистецтва і технічної творчості, що ретранслюються в дизайн - діяльність із філософії та інших соціально – гуманітарних наук:

1. **Дизайн і технічний прогрес:** “система технологічної оцінки”. Дизайн як інтегральна частина науково – технічного прогресу націлений на прогнозування наслідків хвилі технологічних інновацій, усвідомлення необхідності проектування засобів соціального і індивідуального захисту споживачів від новинок індустріального виробництва, що стає першочерговою задачею, коли безпрецедентна багатоманітність товарів, інформації і її носіїв має характер факторів ризику в справі здійснення позитивного вибору.

2. **Континуум комплексності** “дизайн – проблем”, в контексті якого розглядаються два альтернативні підходи до рівня складності проблем в дизайн діяльності:

1) Дизайн – проблеми дизайну слугують основою концепції в системі дизайнерської освіти і мають результатом той образ **професії**, який символізує собою не тільки

масштабність досягнень сучасної науки і техніки, але і прогресивної направленості соціальних процесів.

2) Другий підхід передбачає комплексність, складність проблем дизайну, звертає увагу проєктувальщика на той факт, що в індустріальному і постіндустріальному дизайні кожна проблема повинна бути сформульована і вирішена як унікальна, враховуючи всю багатоманітність негативної і позитивної інформації про людину і суспільство. Неминучим висновком такої постановки проблем є положення про глибинну деструктивність соціального функціонування продуктів дизайну і про глибину політичну ангажованість, відкритість чи камуфльованість всього процесу дизайнерського проєктування [1].

3. **Теорія “носіїв змін” в дизайні.** Визначення дизайну як найважливішого фактора будь – яких змін, особливо змін в соціальному і індивідуальному житті людей слугує основою розробки теорії “сили, що несе зміни”, “посередника змін” чи “носіїв змін”. Саме в цьому контексті дизайн як соціальне явище вбирає в себе вплив не тільки ринкової кон'юнктури, але і особливості національного менталітету, психології та ідеології, політики, національної культури, регіональних природних умов. Носієм змін є людина, але не тільки дизайнер як ініціатор перетворень, носієм ідеї змін може бути будь – яка людина в силу життєвих обставин, що включається в процес вибору, споживацтва, виробництва послуг, товарів, рекламних символів. Носій змін – це кожний із нас, зацікавлений одночасно в збереженні балансу сил, зберігаючи культурну, економічну, політичну стабільність соціуму, впливаючи на перетворення цього соціуму. Визначення дизайну і дизайнера як носія соціальних змін принципово змінює образ професії дизайнера, підвищує рівень відповідальності спеціаліста, соціальну значущість результатів її праці.

4. **Концепція партисипативного дизайну.** Термін “партисипація” запозичений із зарубіжної теорії і практики, означає залучення працівників до прийняття рішень; методи залучення непрофесіоналів до процесів пошуку проєктних рішень, реалізацію певних потреб працівника, що отримує задоволення від дизайнерської роботи. Якщо людина із задоволенням бере участь у внутріорганізаційній діяльності, то працює з більшою віддачею, краще, якісніше і продуктивніше. Партисипативне правління, надаючи працівнику права на прийняття рішень, пов'язаних з дизайнерською роботою, мотивує людину до ефективної праці. Партисипативне управління не тільки сприяє тому, що працівник краще виконує свою роботу, але й приводить до більшої віддачі та внеску окремої людини в життя організації; є ефективним засобом використання потенціалу людських ресурсів організації та його розвитку. Тому концепцію партисипативного управління вже не можна пов'язувати лише з процесом мотивації, а вважати одним із напрямів управління потенціалом організації. Саме тому в контексті концепції партисипативного управління розвиваються ідеї партисипативного дизайну, репрезентації, співучасті, співрішення, самовирішення, альтернативи, діалогу, тощо.

Аналіз свідчить, що дизайн на відміну від природи не є природним утворенням, він створюється людиною, називається **артефактом**; сукупність артефактів створюють дизайн, пов'язаний з людською діяльністю [2, 256]. Епоха індустріального дизайну породжує нову професію дизайнера, що являє собою владу фахівців, а також ідейно – теоретичне обґрунтування цієї влади, тип індустріальної цивілізації, в якій дизайнери посідають домінуюче становище. Ідея особливого значення в житті суспільства людей дизайнерського знання, фахівців була виразно сформульована А. Сен – Сімоном. Вона знайшла ґрунтовну розробку в контексті індустріалізації суспільства, у зв'язку з проблемою раціоналізації соціуму (М. Вебер). У працях американського соціолога Т. Бунд Веблена, зокрема “Інженери і система цін” (1921), обґрунтовується центральна теза дизайнерської доктрини – розвиток економіки, технології, що має випереджати еволюцію нинішніх соціальних інститутів, дизайнери (всі фахівці науково – технічного прогресу) є авангардною суспільною верствою, носіями загальносуспільного прогресу. Ця теза визначила головні концепти сучасної теорії індустріального та постіндустріального суспільства, його новітні модифікації (Дж. Гелбрейт, Д. Белл, У. Росту, О. Тоффлер).

Центральне місце в концепції індустріального дизайну посідає ідея про владу, засновану на знаннях, компетентності, професіоналізмі, про можливість опанування ідеями науково-

технічного прогресу і поставити його на службу дизайну. На думку Дж. Гелбрейта, до влади повинні прийти технократи, дизайнери по своїй суті, що є рушійною силою сучасного суспільства.

Відображаючи одну з визначальних тенденцій суспільного прогресу – зростаюче значення науково – технічних і технологічних чинників, - технократична (дизайнерська) доктрина з часом дедалі більше набуває соціально – філософського спрямування. Зусиллями А. Белла, А. Фріша, Дж. Гелбрейта положення про дизайнерів як “клас управляючих”, соціальну еліту (Р. Мілс) перетворилося на визначальну рису характеристики суспільного ладу, життєдіяльність якого визначається “високими технологіями”, складними комп’ютерними системами, інформатикою, телемеханікою тощо. На думку представників неотехнократизму, “соціальний інтелект”, уособлений в досягненнях НТП, здатний розв’язати всі нагальні суспільні проблеми, здійснити гуманізовану експертизу рішень та їх соціальних наслідків [3, 656].

Оскільки починаючи з 80-х рр. Технічний прогрес знаменував собою активізацію технократичних ідей у зв’язку з появою новою комп’ютерної техніки, це сприяло виникненню концепцій інформаційного і техногенного суспільства. Технологічний оптимізм, притаманний технократизму, мав враховувати весь спектр факторів суспільного розвитку, всі чинники життєдіяльності людини. Індустріальний дизайн – це віра в безумовну добродійність розвитку технократів, розширення сфери його впливу в соціальному житті. Пріоритет надається технічній раціональності, так як вважається, що розвиток дизайну сприяє розвитку суспільству загальної гармонії [4, 181]. Концепція індустріального дизайну включає розвиток наступних положень:

- розвиток приватної власності як основи економічного зростання, особистої свободи і захисту соціального порядку;
- розвиток бізнесу соціального прогресу як двигуна (центральною фігурою стає підприємець);
- розвиток менеджеризму як форми управління (центральна фігура – професійний адміністратор);
- корпоративізм як наднаціональна форма розвитку суспільства;
- активне накопичення багатства і вкладення значних інвестицій у народне господарство;
- технічний, політичний та економічний раціоналізм.

Методологія індустріального дизайну осмислює проблеми людини і суспільства в епоху індустріального і постіндустріального суспільства. Методологічні принципи, що пояснюють сутність дизайну, наступні: принцип діалектичної коеволюційності, що відтворює перш за все міждисциплінарний характер дизайну і демонструє дизайн як діяльність, відтворюючи її в дизайн – продуктах, дизайнерських артефактах, дизайнерській творчості, мотивації дизайнерської діяльності; об’єднує в діалектичній структурі широку різноманітність сфер – професійних дисциплін, галузей наукового знання і творчої діяльності.

Діалектична коеволюційність орієнтує наукове дослідження на органічний синтез досліджуваних проблем з міждисциплінарними резервами філософсько – антропологічної, наукової і навіть міфологічної літератури. Принцип коеволюційності в загальній структурі методології і онтології дизайну включає в себе наступні характеристики дизайну:

- антропологічні виміри дизайну;
- відповідність видів і форм дизайну рівню і характеру розвитку суспільства;
- наявність естетичного виміру дизайну.

Найбільш важливою якістю внутрішньої організації дизайну, що обумовлює його коеволюційність, є **творча відкритість дизайну** широкому спектру інформації, що вливається в дизайн через різноманітні професійні дисципліни, так і через соціально – культурний контекст проектування і споживання продуктів дизайну.

Принцип **діалектичної маргинальності** є одним із принципів дизайну, що розвивається і оновлюється, акцентує увагу проектувальщика на сфері тонкої смислової аури, що розкриває другорядні, часові, випадкові та інші прояви сутності **об’єкта** як виключно важливі,

інформаційно – змістовні доленосні. Методологія маргинального приводить до створення розкріпаченої свідомості, до актуалізації таких екзистенційних дизайнерських **сингулярностей**, таких феноменів соціальної і особистісної **акселеративності**, статус яких асоціюється і з абсолютною новизною, і із значенням культурного і соціального **раритету**. Слід наголосити на істотних позитивних і деструктивних варіантах втілень маргинальності, що свідчать про онтологічну, гносеологічну різноманітність і суперечливість всіх феноменів дизайну.

Принцип соціально – антропологічної швидкоплинності включає в себе чотири виміри швидкоплинності:

- швидкоплинність, що виявляє себе в характері стрімко виникаючих і зникаючих речей;
- швидкоплинність, що виявляється в **ефективності** ефемерних соціальних структур;
- швидкоплинність, що виявляється в контексті соціальної ефективності ефемерної інформації.

Тому **швидкоплинність** – це новий вимір часу в дизайні, що потребує модернізації об'єкт – предметного світу оточуючого людину, трансформація діалогічності міжособистісних зв'язків в монолог індивіда з фетишизованими речами; заплановане, часто неочікуване старіння індустріальної продукції; одноразові речі, що швидко приходять до непридатності; мобільна і модульна архітектура; орендовані споживацькі товари і ефемерні об'єкти в якості товару, що споживаються, психоекономічна продукція дизайну, що часто має здатність “підірвати” свідомість мільйонів.

Діалектична концепція естетичного в контексті дизайну дозволяє глибоко осмислити неоднозначність сучасних соціальних і науково – технічних процесів, розкрити незвичайні можливості мистецтва і дизайну в соціальному і науково – технічному проектуванні, глибоко проаналізувати корені соціального зла в соціальних структурах, в індивідуальному менталітеті. Діалектична концепція естетичного розкриває драматизм сучасного контексту дизайн – діяльності. Головними орієнтирами естетичного в сучасному суспільстві і в дизайні стають політика, мораль і технологія; явища естетичного все більше проголошують себе в гармонізованому плюралізмі, в сублимації репресивних соціальних умов, в тиражуванні споживацького тероризму, що впливає з великого бізнесу. Соціальна естетична форма вступає в конфлікт з кон'юнктурністю функцій і змісту що часто зливається в дещо цілісне і виконує деструктивні функції [5, 17].

Культ машини, перетворення всіх сфер життя, включаючи не тільки виробничу діяльність, але і споживання, комунікацію в тотальний технологічний комплекс, а також відповідна цьому культу “машинна” методологія і філософія були піддані глибокій гуманітарній критиці (XIX – XX ст.), протиставивши машинізму проблему реабілітації цілісного смислу існування людини. Розпочавши з розвінчувальної констатації феномена “вкраденої особистості” і підмінивши її технократичними (індустріальними) ознаками історії, поставивши питання про суверенітет людини, екзистенціалізм (Ф. Кафка, А. Камю, Г. Марсель, К. Ясперс) представили два варіанти оптимістичного розуміння індустріального дизайну (техніки) в проектній культурі:

1) дизайн є лише засіб, в собі ні добрий, ні злий; все залежить від людини, так як техніка байдужа до того, чи будуть її використовувати чи ні (К. Ясперс). Звідси проблема людського, культуродоцільного цілепокладання, що переводиться в іншу площину – гуманітарно – художню по відношенню до якої світ технічних можливостей, дизайнерського проектування виступає тільки засобом, виконує інструменталістську роль.

2) другий варіант розуміння науково – технічної (дизайнерської) творчості сформулював М. Гайдеггер. Він повернув проблему дизайнерської культури в “третю” площину по відношенню до технократизму і гуманітарного критицизму. Пізніше дизайнер і теоретик Б. Аргер цей шлях відтворить як шлях “третьої культури”, назве його “Дизайном з великої літери”.

М. Гайдеггер відроджує давньогрецьке поняття “технэ”, що означає одночасно і технічну майстерність, і мистецтво художника. Техніка, згідно з М. Гайдеггером, генетично пов'язана зі сферою істини, має онтологічне обґрунтування. Тому мета і цілі технічної і

дизайнерської діяльності заключаються в тому, щоб не тільки здобути владу над технікою, але й виявити істинне через естетичне. Осягнення сили техніки, виявлення її онтологічного і аксіологічного смислу сприяє виявленню її дизайнерсько – естетичного смислу, тому що техніка – це мова, якою слід оволодіти художньо – естетично, по дизайнерськи оцінюючи світ техніки. Тому спосіб використання мови техніки і дизайну – це показник того чи знаходиться культура в розквіті чи занепаді, в глибокій кризі чи на глибокому підйомі. Якщо ми використовуємо дизайн як міру панування над технікою (індустріальний дизайн), то ми переходимо від техніцистського до істинного (культурно – естетичного) буття індустріальної цивілізації, яка слугує людині, цивілізації, художньо осягнутої і оволодівши дискурсом техніки і дизайну в красоті [6, 20].

В 20-і роки ХХ ст. ідеологи і практики дизайну торували свій шлях власною дизайнерською діяльністю. В цей же час М. Бахтін теоретично обґрунтував його в естетиці словесної творчості; П. Флоренський глибоко розробив в технічній творчості (“Іконостас”, “Аналіз просторовості і часу в художньо – образотворчих творах”); однією із центральних була проблема “софійності” (художньо – виразної творчості) технічної проектно – дизайнерсько – господарської діяльності людини. Для європейської культури в цілому це був час реального нового сполучення двох особливих ліній її розвитку – технічного і гуманітарно – художнього процесів. По суті своїй програма реабілітації середньовічного ремесла – від Рескіна до Гайдеггера – була провісником тієї форми дизайнерської культури, що усвідомлювала цілісність культурного канону і його структурну повноту в якості іманентного ідеалу, цілі ідеальної моделі дизайнерської діяльності.

Смисл цього процесу – формування дизайнерської культури в тому, що людська свідомість повинна бути направлена на те, щоб змогла збагнути розколотість життя на господарчо - виробничу діяльність і на дизайнерську діяльність, що прямує до єдності доцільного і усвідомленого буття в **красоті**. Це і є “технэ” чи дизайн як принцип, шлях, підхід; це завжди проблема; проблематизація нового образу життя, світу, нової концепції. Тому естетично – художньо – культурна рефлексія дизайнерської діяльності є унікальною, так як людина має здатність моделювати соціально – культурний світ як людську проблему, як художню концепцію, як цілісний універсум в єдності з його об'єктивною доцільністю і суб'єктивно – ціннісним переживанням, людською осмисленістю буття, тому практичні дії людини знаходять в красоті найвищу свою міру. Здатність людини, що зветься естетично – дизайнерською рефлексією буття, є формою виявлення персоналістичного начала в дизайнерській діяльності. П. Флоренський визначив красоту як предметне осягнення істини, добра, прекрасного, естетичного, які можуть бути представлені як персоналістичні модули естетичної рефлексії. Естетична рефлексія виявляється в красоті. “Я” – це саме здатність до дії в дизайні, до дії пластично вираженої, реально долаючої відстань між суб'єктом і об'єктом. Образ нового дизайнерського світу розповсюджується на тотожність “Я” і світу, тотожність, смисл якої виражається в осягненні істини буття, витворюючи світ природи, культури, соціуму. “В людині і його житті зібраний весь Всесвіт, щоб розгорнути новий порядок” [7, 156].

Тотожність “Я” і світу не є естетичною, вона є актом творчого відкриття життя в його істинності, яка переживається естетичним суб'єктом як онтологічний факт і разом з тим як **красота**. “Я” тотожне життю, а життя – це істина, а істина є краса, естетична тотожність – особлива форма довіри дизайнера до життя, світу, буття. Дизайнер не нав'язує життю свій задум, концепцію, образ, а осягає творчий задум життя в ньому самому. В тій мірі, в якій тема “образу і стилю життя”, а також, людських потреб є для **індустріального дизайну значущою** в контексті самих різноманітних концептуальних орієнтацій – від технократичного футуризму до екологічного дизайну, завжди залишається актуальним і метод естетики тотожності.

Естетика доцільності і естетика хаосу – два протилежних полюси естетики тотожності, два внутрішньо пов'язаних способи нового дискурсивного стилю в умовах девальвації цінностей, ідеологічного вакууму тощо. Естетика доцільності здійснює нове дискурсивне світобачення, звертаючись до вищих ідеалів культури – ототожнення **Природи з Богом; Природи з хаосом**. Критика Г. Маркузе засад індустріального суспільства продовжує

традицію, розпочату З. Фрейдом та Франкфуртською (критичною) теорією. Г. Маркузе бачить у звільненні **еросу** перехід до нового суспільства. Репресивна цивілізація, нерепресивна цивілізація, естетичний вимір (естетичне суспільство) – основні поняття, за допомогою яких Г. Маркузе зображує цей процес. У репресивній цивілізації домінуючим є **принцип реальності**, який діє всупереч принципу задоволення, звідси контроль над свідомістю та вимушена **десублімація** двомірної основи буття суспільства і людини, передусім до наступу на мистецтво, яке є запереченням реальності. В сучасному суспільстві мистецтво поступово асимілюється з принципом реальності і входить до апарату примусу, але незважаючи на це народжується **нове мистецтво**, яке має в собі засади нерепресивного дискурсу (нова мова літератури, сюрреалізм, Велика відмова). Г. Маркузе вважає основою нерепресивної цивілізації у людині **фантазію**, бо вона не піддається принципу реальності. Фантазія має стати реалією майбутнього, тому утопія повинна здійснитися. **Орфей** – символ нового світобуття (гра), **Нарцис** – символ нового світобачення (краса і споглядання). Ці образи вказують на **естетичний вимір** як джерелом і основу їх принципу реальності, визначаючи основні напрями змін перетворення праці на гру.

Гостропроблемна концепція естетичного в найновішій історії соціально – філософської думки розроблена в ряді праць західних авторів: Г. Маркузе, Г. Ріда, Л.Кона, А. Міхельсона, Б. Скіннера, Дж. Сьюрайта, Дж. Бернхама, Е. Фрая, Р. Вульфа, Б. Мура та ін. Ці ідеї філософських досліджень акцентують увагу лише на сфері високого мистецтва і модернізованих форм творчої діяльності в контексті традиційних жанрів. Діалектична концепція естетичного на перший погляд тільки розширює межі вияву естетичного і може вважатися деяким компромісом зовнішнім впливам, таким як нові технології, дослідження традиційних естетичних цінностей, що існують в межах маргинальних чи швидкоплинних культур. Дизайн в індустріальному суспільстві активно асимілює і втілює в естетизованій формі всі різновідні репресивної, деструктивної реальності, формуючи тим самим соціальну і індивідуальну одномірність. Дизайн стає місцем і джерелом всіх естетик, акумулятором життєвого досвіду, альтернативних екзистенційних універсумів, коєволюційно існуючих особистісних і соціальних **сингулярностей**.

Висновки

1. Цінності індустріального дизайну – це об'єкти, явища, процеси культурного життя та їх властивості, до яких людина ставиться як до таких, що задовольняють її соціальні потреби, інтереси і які вона залучає у сферу своєї життєдіяльності. Цінності індустріального дизайну є невід'ємною частиною культури і віддзеркалюються у культурній свідомості людей. Ціннісне сприймання об'єктів культурного життя зумовлюється конкретно – історичними умовами розвитку суспільства, місцем особи, соціальної спільноти в системі певних економічних і соціальних відносин, потребами і інтересами людей; це синтез економічних, естетичних, соціальних, культурних, індивідуальних, загальнолюдських засад, що включаються в систему соціальних, мобілізаційних та інтегративних регуляторів суспільно – культурного життя поведінки індивіда, соціальних спільнот і об'єднань, будучи важливим джерелом культурної соціалізації особи. Ступінь функціональності цінностей індустріального дизайну зумовлений глибиною їх почуттєвого та емоційного сприйняття людьми. У системі цих цінностей наявні соціально – культурні ідеали й цілі, принципи і норми дизайнерського життя, культурні традиції й символи, зразки культурної поведінки тощо.

2. Поняття “індустріальних цінностей” включається в термінологію багатьох наук, оскільки воно наділене широким полісемантичним змістом, локальна дизайнерська культура чи локально – історичний тип; у зіставленні з культурою – як тотожність, самоусвідомлення культури, її заперечення; вища практично втілена культура; якісна різноспрямованість, “роза вітрів” світу; технологічно вищий етап виробництва; норма нормативів і етикет поведінки; “цивілізація (з акцентом на самозбереження культури соціуму)”; культури (з акцентом на розвиток соціуму); термінологічно термін “індустріальний дизайн” стало використовуватися у XVIII ст. й мало неоднозначний зміст (німецький романтизм, французькі просвітники) Р. Дж.

Коллінгвуд доводив, що індустріальний дизайн в його цивілізаційному виразі становить процес нескінченного наближення до ідеального стану і віддалення від іншого ідеального стану, який заперечує період варварства – несоціальної спільноти; “культурно – історична монадологія” (А. Тойнбі), тобто як локальні, ізольовані й самозалежні цивілізації, вищі цінності для яких створюються індустріальним дизайном, який слід розуміти як поліфонічний, багатомірний процес, у якому відбувається діалог між різними цивілізаціями і культурами. З погляду ж потреб аналізу внутрішніх проблем розвитку тій чи іншої спільноти поняття “індустріальний дизайн” задає гуманістичний, ціннісний імператив, і дає змогу орієнтуватися на рух до певних культурних цінностей, моральних норм, соціальних цілей.

3. Різні індустріальні цивілізації із самого початку дотримуються різних філософських переконань, основних цінностей, соціальних зв'язків, звичаїв, світогляду в цілому, що є визначальними чинниками індустріального дизайну. Ці культурні відмінності поглиблюються в результаті менталітету в багатьох регіонах світу. Національні різновиди індустріального дизайну піддаються змінам, характер їх впливу на економіку та менталітет народу в ті чи інші періоди часу стає неоднаковим, але основні відмінності між типами індустріального дизайну в сфері економічного розвитку мають своїм корінням відмінні одне від одної культури (українська, німецька, американська, англійська, французька). Форми індустріального дизайну не схожі за своєю історією, мовою, культурою, традиціями та релігією.

4. Індустріальний дизайн розвивається в контексті соціального простору, що являє собою фундаментальну форму існування людей, що включає всі умови і ресурси їхньої соціально – культурної діяльності. Соціальний простір охоплює три сфери життєдіяльності. **Перша пов'язана** з природними умовами здійснення життєдіяльності (географічні, кліматичні та інші фактори); **друга сфера визначається** штучно створеними умовами життєдіяльності (рівень життя, розвиток технічних засобів у виробничій сфері, розвиток побутових технічних засобів); **третья сфера – це суспільні** умови і насамперед між суб'єктні, соціальні зв'язки. Для різних соціальних систем соціальний простір детермінується різними своїми сферами. Так, для стародавніх суспільств (Греції, Риму, Єгипту) детермінуючою була перша, природна сфера. В сучасній науці простір соціальний детермінується третьою і до певної міри другою сферою, оскільки в науці природні умови відіграють дуже незначну роль, тому що вчені живуть у штучно створеному людьми середовищі сучасного індустріального міста. Соціальний простір — це те середовище, де функціонують дизайнерські системи, в контексті яких відбувається взаємодія професіоналів – дизайнерів з метою впливу на природне і соціальне середовище, де виникають різноманітні моделі дизайнерської культури.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Новіков Б.В. Сініок Г.Ф., Круш П.В. Основи адміністративного менеджменту: Навч. посіб. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 560 с.
2. Философия: Учебник /Под ред. В.Д. Губина, Т.Ю. Сидориной, В.П. Филатова, М.: Русское слово, 1996. – 432 с.
3. Політологічний енциклопедичний словник /Упорядник В.П. Горбатенко за ред. Ю.С. Шемшученко, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. – К.: Генеза, 2004 – 736 с.
4. Воронкова В.Г. Соціально – економічне прогнозування: Навчальний посібник. – К.: В.Д. “Професіонал”, 2004. – 288 с.
5. Мосорова Н.Н. Философия дизайна: социально – антропологические проблемы. Автореферат на соискание учен. степени доктора философ. наук: Специальность 09.00.13. – религиоведение, философская антропология, философия, культура. – Екатеринбург, 2001. – 36 с.
6. Сидоренко В.Г. Генезис проектной культуры и эстетика дизайнерского творчества: Автореф. дис. доктора искусствоведения: 17.00.06. – Техническая эстетика /Всесоюзный научно – исследовательский институт технической эстетики. – М., 1990. – 33 с.
7. Гвардини Р. Конец нового времени // Вопросы философии. – 1990. - №4. – С. 156.