

**Олександр БОЙЧУК,**  
*кандидат мистецтвознавства, професор*

## **ПРОМИСЛОВИЙ ДИЗАЙН В УКРАЇНІ: ОПТИМІСТИЧНЕ МИНУЛЕ, НЕВИЗНАЧЕНЕ МАЙБУТНЄ...**

Біографія українського промислового дизайну об'єктивно складається з трьох частин. Перша пов'язана з етапом усвідомлення самого явища дизайну, його становленням і поступовим виділенням у самостійну сферу художньо-проектної діяльності. Хронологічно цей етап можна окреслити кінцем ХІХ – першою третинною ХХ століття. Ще за часів Російської імперії в Південному індустріальному регіоні (теперішній південно-східний регіон України) був закладений міцний фундамент вітчизняного промислового дизайну. Центром його розвитку став Харків – місто, в якому збалансовано розвивалися галузі серійного виробництва, наукові та вищі навчальні заклади. Теоретичні знання, отримані студентами в державному технологічному інституті та університеті під час лекцій професорів В. Кирпичова, Я. Столярова, П. Мухачова, Ф. Шміта, знаходили практичне втілення в потужних філіях західноєвропейських компаній «АЕГ» та «Гельферіх-Саде» при запуску у виробництво товарів широкого вжитку, електротехнічних виробів, транспортних засобів.

Паралельно з «інженерною лінією» в дореволюційній Україні дедалі інтенсивніше розвивалося авангардне мистецтво, рівень якого визначали такі всесвітньо відомі особистості, як Казимир Малевич, Олександр Архипенко, Георгій Нарбут, Олександра Екстер, Вадим Меллер, Василь Єрмілов, Борис Косарєв. І, хоча серед означеного переліку славетних імен немає жодного митця, який би мав безпосереднє відношення до промислового дизайну, внесок кожного з них у цей базовий напрям проектної культури є дуже вагомим. У своїх супрематичних і кубофутуристичних композиціях, «скульптурному живописі», контррельєфах, агітаційній і прикладній графіці, конструктивістських виставкових експозиціях, костюмах та декораціях до нових театральних вистав вони вибудовували естетику майбутнього предметного середовища, алгоритми розуміння та створення промислових форм. Недарма Київський художній інститут 1918–1920-х років, де викладали Г. Нарбут, М. Бойчук, О. Богомазов, В. Кричевський та інші педагоги-новатори, за цілою низкою ознак порівнюють із німецьким Баухаузом тих самих часів.

Другий етап розвитку вітчизняного промислового дизайну має конкретну дату народження – 28 квітня 1962 року. Саме тоді була прийнята Постанова Ради Міністрів СРСР «Об улучшении качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения путем внедрения методов художественного конструирования», в результаті якої почалася розбудова цілісної системи радянського дизайну. Завдяки ініціативі й організаторському таланту Юрія Борисовича Соловйова – першого директора ВНДІТЕ, засновника і голови Спілки дизайнерів СРСР – за короткий час було створено Всесоюзний науково-дослідний інститут технічної естетики із проектними філіями у Києві, Харкові, Ленінграді, Вільнюсі, Баку, Свердловську та в інших великих містах. Три провідні художні ВНЗ країни – Московське вище училище ім. Строганова, Ленінградський художній інститут ім. В. Мухоміної і Харківський художній інститут – перепрофілювалися в художньо-промислові і з 1963 року відкрили набори на дизайнерські факультети. На всіх великих індустріальних підприємствах різних галузей та в СПКТБ за директивними наказами були створені відділи або сектори технічної естетики, які відповідали за дизайнерський рівень продукції, оформлення виробничого середовища та об'єкти соціально-культурного призначення.

Із сучасної точки зору вважати таку масовану «дизайнерську атаку» цілком виправданою було б не зовсім правильно, тим паче, що вона чимось нагадувала колективізацію 1930-х років – масштабну й примусову, але, апріорі, малоефективну. По-перше, справжнього усвідомлення ролі дизайну в житті суспільства ані у верхніх ешелонах влади, ані серед населення ще не було. По-друге, сама система директивного керування економікою країни, орієнтованою передусім на потреби військово-промислового комплексу, за своєю ідеологією не була суголосною з дизайнерською діяльністю –



*Мотоколяска для інвалідів. Дипломний проект, студент В. Поляков, ХХПІ, 1969*

схильною до свободи думки, пошуку неординарних технологічних та художньо-образних рішень. Тому головним надбанням тогочасного періоду можна вважати здійснення дизайнерського «лікбезу», в ході якого широкі верстви інженерно-технічної інтелігенції ознайомилися з «азами» проектно-художньої культури, а фахівці отримали доступ до новітньої професійної інформації. Були відкриті (і оплачувалися!) підписки на валютні журнали «Domus», «Form», «Industrial design», де друкувалися останні проектні розробки, статті про досягнення творчих особистостей і провідних шкіл дизайну. Почав щомісячно видаватися журнал «Технічна естетика», регулярно виходили книги і збірники з теорії, історії, методики дизайну та ергономіки, організовувалися виставки, наукові конференції, міжнародні проектні семінари «Інтердизайн» за участю фахівців із країн Європи, США, Канади, Японії, Австралії. Отже, незважаючи на об'єктивні соціально-політичні перепони, набули чинності всі головні складові цілісної системи дизайну, стрижнем якої – на зразок розвинутих західних держав – став саме промисловий дизайн.

В Українській РСР, яка за обсягом індустріального виробництва посідала вищі щаблі у структурі радянської економіки, у 1970–1980 роки настав час своєрідного художньо-проектного «ренесансу». І це пояснюється дуже просто. По-перше, з'явилася власна «армія» фахівців з дизайну – в основному, з числа випускників потужного за методикою підготовки Харківського художньо-промислового інституту. По-друге, Київська та Харківська філії ВНДІТЕ, а також галузеві СПКБ стали (у позитивному сенсі) монополістами з розробки цільових дизайн-програм, фірмових стилів та окремих дизайн-проектів на замовлення різних підприємств, організацій, державних установ. До того ж, на більшості самих підприємств на всю потужність працювали сектори художнього конструювання, зобов'язані розробляти нову конкурентноспроможну продукцію, а також товари широкого побуту для населення. Причому за невиконання цих урядових вимог керівники несли пряму відповідальність перед партійними органами. Саме в цей час почали формуватися осередки дизайну на базі Львівського автобусного заводу, Запорізького, Луцького та Кременчуцького автозаводів, Харківських авіа- та тракторного заводів, Київського заводу «Арсенал» та ВО ім. Артема, суднобудівних підприємств Миколаєва, Херсона і Керчі, ВО «Южмаш» у Дніпропетровську, заводів «Фіолент» у Сімферополі, «Норд» у Донецьку, ВО ім. Фрунзе у Сумах, а також на багатьох інших підприємствах України. Паростки регіональних шкіл художнього конструювання, що проклюнулися

у цих містах, досить скоро матеріалізувалися у знайомі нам і досі (і, відверто кажучи, не завжди привабливі зовні) транспортні засоби, повітряні та морські лайнери, телевізори, радіоприймачі, побутову електротехніку, холодильники, пылесоси та інші вироби. Паралельно з продуктами промислового дизайну широко втілювалися фірмові графічні стилі підприємств і установ, системи візуальної комунікації.

Попри численні «мінуси» планової радянської економіки, насамперед технологічну негнучкість та відсутність здорової конкуренції, її безперечним «плюсом» була підтримка власного виробника. Проте в умовах «залізної завіси» і протистояння Заходу інакше й не могло бути. Тому молода поросль художників-конструкторів, спеціалістів з промислової графіки й упаковки, проектування виробничих інтер'єрів користувалась підвищеним попитом. Наприклад, на випускників кафедри «художнього конструювання» ХХПІ постійно чергували замовники, причому не тільки з українських підприємств, але й із Тольятті, Горького, Іжевська, Новосибірська, Владивостока, а також із Казахстану та інших республік. Майже кожне підприємство прагнуло отримати саме промислових дизайнерів і дизайнерів-графіків, що на той час відчувався великий їх дефіцит. Інша справа, що потрапляючи під жорсткий прес планового виробництва і зашкарублених технологій, далеко не всюди молоді фахівці мали змогу реалізувати свій творчий потенціал. Найбільш щастило тим, хто поповнював колективи філій ВНДІТЕ та спеціальних художньо-конструкторських бюро (СХКБ) при галузевих міністерствах. Там, як правило, панувала атмосфера професійної вимогливості та експериментального пошуку, а задля вдосконалення власного художнього рівня (виїзди на етюди, відвідування виставок, бібліотек) кожного тижня до офіційних вихідних днів дизайнерам-проектувальникам додавався ще один «творчий день», що повністю оплачувався. Така система стимулювала творчу фантазію і бажання розробляти нові ідеї, хоча більшість із них за вказаних вище причин не втілювалась у життя, поповнюючи пінакотеку «паперового проектування».

Черговим імпульсом до професійного вдосконалення майстрів промислового мистецтва стало створення у квітні 1987 року Спілки дизайнерів СРСР, а в листопаді того ж року – Спілки дизайнерів України, кістяк якої, знов-таки, склали дизайнери з виробництва.

Бурхливий період так званої «перебудови», розкол Союзу і як наслідок – усієї радянської соціально-економічної машини відбився й на сфері українського дизайну. Майже всі галузеві осередки дизайну, СХКБ, а також опорні центри науки і проектування – Київська і Харківська філії ВНДІТЕ – на початку 1990-х згорнули свою діяльність. Від малоєфективної, занадто централізованої, але все ж таки ритмічно працюючої системи залишились окремі напівживі ланки. І в таких непростих умовах почав свій відлік третій етап історії українського дизайну. Від двох попередніх він принципово відрізнявся підпорядкованістю дизайнерської галузі самостійній державі, відсутністю ідеологічних штампів та диктату планової економіки. Здавалося б, наступив «момент істини», час рішучих реформ, коли всі шляхи назад уже були відрізані і залишалось лише одне – правильно вибудувати нову модель національного дизайну, враховуючи досвід і помилки минулих десятиріч.

...Ось, треба тільки розробити структуру, програму, скоординувати дії членів Спілки дизайнерів, фахівців провідних художньо-промислових ВНЗ, Національного інституту дизайну і звернутися зі своїми планами до Уряду. Він же не відмовить, він обов'язково підтримає, він же розуміє, що в умовах переходу на ринкові рейки саме дизайн може допомогти вітчизняній економіці вийти зі скрути і підказати шляхи розвитку оновленого суспільства... Бо саме про такий досвід свідчить історія Великої Британії, де починаючи від принца Альберта у 1840-ві роки і закінчуючи прем'єр-міністром Маргарет Тетчер, здійснюється патронат над сферою дизайну... Бо саме так відбувалося відродження економіки в Німеччині та Японії у складні для них повоєнні роки... Бо недарма ж на початку 1940-х років винахідливий Рокфеллер створив у США спеціальний фонд підтримки дизайну, завдяки якому американські товари стали користуватися попитом у прискіпливий щодо естетичного рівня виробів Західній Європі...

Отак, дещо романтично і наївно, планувалося втілення в життя моделі незалежного українського дизайну. Але все відбулося інакше. Після великої виставки «Дизайн України у ФРН», що з аншлагом пройшла у 1991 році в Нюрнберзі, та ще двох-трьох показових акцій владні структури,

які опікувалися сферою дизайнерської творчості, втратили до неї інтерес. В атмосфері постійних політичних чвар та перестановок в Уряді державним чиновникам стало не до дизайну. Згодом втратила інтерес до нашої дизайнерської спільноти й Україна загалом також і більшість зарубіжних партнерів.

Після низки безуспішних проб відродити партнерські стосунки між дизайном і урядовими структурами перше позитивне зрушення відбулось у 1996 році. За ініціативи директора НДІ з дизайну В. Свирка і після величезної підготовчої роботи при КМ України була створена Рада з дизайну, яку очолив міністр економіки В. Гурєєв. За поданням Ради 20 січня 1997 року оперативно була прийнята Постанова Кабінету Міністрів № 37 «Про першочергові заходи щодо розвитку національної системи дизайну та ергономіки і впровадження їх досягнень у промислово-му комплексі, об'єктах житлової, виробничої і соціально-культурної сфер». Згідно з цією Постановою на відповідні міністерства, відомства, Спілку дизайнерів та інші установи покладалося виконання низки важливих завдань, у тому числі: розробка комплексних програм підвищення якості вітчизняної продукції і реформування системи дизайн-освіти, створення Технічного комітету стандартизації в галузі дизайну та ергономіки, комп'ютерної дизайн-ергономічної мережі України, регіональних та галузевих дизайн-центрів, введення акредитації організацій та фахівців, зайнятих у галузі дизайну та ергономіки, запровадження почесного звання «Заслужений дизайнер України».

Одразу ж після виходу Постанови та частина завдань, за яку відповідали дизайнерські ланки (Національний НДІ дизайну, Спілка дизайнерів, Харківський художньо-промисловий інститут), була виконана, а саме – розроблено пропозиції щодо формування системи підготовки і перепідготовки фахівців, затверджено базові ВНЗ з дизайну, підготовлено проекти інших загальнонаціональних програм та заходів, запропоновано плани робіт дизайн-центрів. На жаль, з боку владних структур майже жодного запланованого кроку назустріч вітчизняному дизайну зроблено не було. Більш того, після припинення діяльності Ради з дизайну при КМУ НДІ дизайну було виселено з його будівлі в Києві на вул. Мельникова, а його приміщення передано телеканалу «Інтер»; пізніше така сама доля спіткала і низку обласних організацій СДУ та кримський осередок у Сімферополі.

До багатьох негараздів розбалансованого і знекровленого українського дизайну на рубежі століть додалася ще одна хвороба – гарячкове створення нових навчальних закладів, факультетів, кафедр з дизайну. Всі вони відкрилися на базі технічних університетів, державних та приватних гуманітарних ВНЗ, художніх і професійних училищ. Причому абсолютна більшість із них не мала на те ані відповідної навчально-методичної бази, ані професійного викладацького складу, ані власного мистецько-творчого підґрунтя. У результаті такого неконтрольованого вибуху загальна цифра навчальних закладів з підготовки дизайнерів в Україні у 2004 році сягнула майже 70 – тобто на чверть більше, ніж у Німеччині – могутній індустріальній країні з населенням понад 80 мільйонів! Таке стрімке зростання (порівняно з 1991 роком, коли їх було всього 5) мало б хоч якийсь сенс, якби на те був відповідний попит з боку виробництва, сфери бізнесу або культури. Але ні сфера бізнесу, ані жодна державна інституція не виявили зацікавлення в такій кількості молодих фахівців. До



*Електричний чайник для торгівельної марки «Teaster & С°». Дизайнер В. Вергунов, Харків, 2004*

того ж, їх професійний рівень, порівняно з випускниками трьох профільних академій – Харківської, Київської і Львівської, – виявився значно нижчим. Великий за чисельністю, але слабкий за якістю новостворений «дизайнерський загін» посів місце виконавців других ролей на периферійних спеціалізаціях проектно-художньої діяльності: оформлювачів дрібної поліграфічної продукції, декораторів інтер'єрів, дизайнерів-перукарів, майстрів «нігтьової естетики», фітодизайну і т.п. Особливо масштабних «успіхів» у «клонуванні» таких спеціалістів досягла команда співаючого ректора, яка майже в кожному обласному центрі відкрила філії Київського університету культури.

Завершивши короткий огляд минулого, дамо оцінку сьогоденню українського промислового дизайну і спробуємо зазирнути в його майбутнє. З цією метою звернімося до фактів, які свідчать про таке. Втративши майже на 100 % свою експериментально-виробничу базу та напрацьовані за десятиріччя міждисциплінарні зв'язки, промисловий дизайн в Україні все ж таки зберіг кістяк професійного складу та класичні методики проектування. Тобто необхідне підґрунтя і реальні перспективи його відродження існують. Що ж стосується даного часу, то промисловий дизайн за обсягом розробок займає останні міста порівняно з безліччю значно легших і «швидших» проектів з оформлення інтер'єрів, дрібної графічної та декораційної продукції. Так, за винятком дніпропетровської дизайн-студії «IDI», що є проектним підрозділом італійського об'єднання «AMA Group» і спеціалізується на розробках транспортних засобів, будівельних машин та об'єктів міського середовища, інших постійно діючих фірм за профілем промислового дизайну в Україні не існує. Професійний рівень цієї студії, яку очолює випускник ХХПІ 1984 року Олександр Кушнеревич, повністю відповідає вищим міжнародним стандартам. Про це свідчать вантажні автомобілі, авто-каравани, трактори, таксофони та багато інших виробів, випущених за проектами «IDI» підприємствами Італії, Швейцарії, Росії, України. До цих яскравих прикладів можна додати й окремі дизайн-розробки харків'ян В. Бондаренко, В. Шандиби, С. Вергунова, творчого дуету О. Верещагіна та С. Нікішина, виконані на замовлення приватних або іноземних фірм. Знов-таки, підтвердженням високого рівня харківської школи промислового дизайну є найпрестижніші міжнародні нагороди та виставки-конкурси предметного дизайну на тему інноваційних розробок сантехнічного обладнання й освітлювальної апаратури «Водопарад» і «Світло», які щорічно проходять у Харкові за підтримки «Hansgrohe», «Duravit», «Gessi», «Dornbracht», «Luceplan», «Flos», «Ligne Rose» та інших всесвітньовідомих фірм. Отже, високопрофесійні кадри, що можуть забезпечити успішне функціонування галузі промислового дизайну, поки ще в Україні є. Не вистачає лише головного – зацікавленості держави в розвитку цього базового напрямку проектної культури і відповідних економічних умов.

Нагадаємо, що на початку ХХ століття саме урядові структури Німеччини, Австрії, Японії ініціювали впровадження національних програм підтримки промислового дизайну з метою досягнення конкурентоспроможності своїх товарів на міжнародному ринку і виховання естетичного смаку населення. Тоді навколо цих програм об'єдналися високі чиновники міністерств, впливові фінансисти, бізнесмени, видатні художники й архітектори, професори вищих шкіл, громадські діячі. Позитивні, навіть приголомшливі результати німецького та австрійського Веркбундів, а також ефективну роботу японської Ради з якості товарів суспільство відчувало вже за декілька років.

На тлі таких переконливих історичних прикладів може виникнути резонне питання: «А хто нам заважає створити свій український Веркбунд і об'єднати зусилля з розбудови національного дизайну?!». У нас також є першооснова – громадська творча Спілка дизайнерів, є Академія мистецтв України з відповідним підрозділом, є досвідчена професорська команда з набреними методиками і програмами, ще функціонують окремі ланки НДІ дизайну, ще не всі перспективні фахівці вихали працювати за кордон... Чого ж нам бракує?! – На мою думку, головна причина полягає в тому, що, створивши державу, ми ще не створили суспільства, в якому кожен несе відповідальність і за себе, і за загальну ідею. А поки немає усвідомлення єдиної нації, немає й внутрішнього тяжіння до суспільних, гуманітарно спрямованих «тотальних дій», як це мало місце у країнах із цілісною громадською ідеологією. Тому не тільки у сфері дизайну, а й усюди домінує ситуація цікавих за задумом, але дискретних й розрізнених процесів, окремих творчих акцій тощо. Відсутність системного підходу до вирішення будь-яких питань – це наша традиційна хвороба. На відміну від бага-

тох цивілізованих країн, ми не звикли послідовно вибудовувати фундамент культури і духовності суспільства, спираючись на кращі національні традиції та інтегруючи сучасний зарубіжний досвід. Як це повелося ще за радянських часів, таку кропітку роботу ми заміняємо гучними тимчасовими заходами, кампаніями, акціями. Наочним результатом «кампанійщини» у сфері дизайну стала повальна переорієнтація творчого потенціалу з художньо-промислових напрямів у бік декоративного оформлення об'єктів предметного середовища. Недаремно останнім часом термін «промисловий дизайн» дедалі частіше заміняють поняттям «предметний дизайн». Безумовно, ринок праці диктує свої умови, і за значного зменшення обсягів промислового виробництва, відповідно, знизився попит і на фахівців промислових спеціалізацій. Але суть такої деформації також криється в іншому, а саме – у виборі найбільш полегшених і швидких моделей застосування дизайнерських засобів. Погодьтесь, спрямувати творчий потенціал дизайнерської групи на оформлення інтер'єру приватного кафе у стилі «кантрі» значно легше і набагато вигідніше з фінансової точки зору, аніж займатися проектуванням виробничих приміщень промислових підприємств, де слід не тільки функціонально грамотно організувати простір, а й насамперед детально ознайомитися з вимогами безпеки праці, характером технологічних процесів, нормами ергономіки, освітлення, кольорового маркування комунікацій і т.ін. Розробка нової моделі трактора, порівняно зі створенням аксесуару випускної сукні або нової форми жіночої зачіски, також потребує значно більше часу, обсягу витрачених коштів, науково-інформаційного та інженерно-технічного забезпечення.

Пряму вигоду від таких полегшених напрямів проектною творчості швидко відчувало керівництво багатьох навчальних закладів, у яких відкрилися так звані кафедри «комп'ютерного дизайну». За зовні модною і привабливою назвою, як правило, приховувалась відсутність обґрунтованої методики підготовки і некомпетентність викладачів, що не мали фахової художньо-дизайнерської освіти. Тому типовий принцип навчання зводився до оволодіння «азами» комп'ютерних програм, пошуку в Інтернеті або у глянцеvih журналах яскравої картинки-прототипу і побудови на цій основі дещо зміненого варіанту. Відповідно, ані розуміння проектною проблеми, ані поглибленого творчого підходу до її вирішення за моделлю такого «косметичного проектування» не відбувалося. Головним завданням було ввести молоду людину в оману причетності до дизайнерської творчості і на цьому заробити дивіденди. Чимось це нагадує ситуацію з мережею салонів гральних автоматів, що з'явилися в Україні майже на кожному розі наших міст та селищ з метою ошукування людей та отримання «швидких грошей». Задля ілюстрації цілковитої самодіяльності й безглуздя, що панує в системі вищої освіти, наведу лише один показовий приклад. Знайомлячись із проектами кафедри комп'ютерного дизайну Національного авіаційного університету, я поставив питання: «А чому об'єктами курсових та дипломних розробок є переважно інтер'єри міських ресторанів, кафе, зон відпочинку, оформлення реклами і тому подібне? Хіба не доцільніше навчати студентів проектування об'єктів та виробів, що призначені для обладнання приміщень вітчизняних аеропортів, салонів літаків, інфраструктури повітряного транспорту?! Тим паче, що більш ніхто в Україні не спеціалізується на тематиці такого профілю». На це питання мені відповіли приблизно так: «Ми готуємо випускників до завдань, які зараз диктує ринок, а замовлення від авіапідприємств до нас не надходять»... Ось так, велетенський ВНЗ із потужною базою і майже 40 тисячами студентів готує випускників Бог знає для кого, але не для національної галузі виробництва! Що ж тоді казати про менш потужні навчальні заклади, де професорів і деканів не одягають у добротні сині фірмові кітелі з блискучими шевронами та позолоченими погонами?!

На жаль, не переймається питаннями дизайну ані Міністерство транспорту, ані інші державні установи. Попри високі заяви щодо інтегрування вітчизняної освіти в Болонський процес і на відміну від європейських країн, Міністерство освіти ще й досі не виділило спеціальність «дизайн» у самостійний навчальний напрям підготовки, а в Державному класифікаторі професія «дизайнер» зовсім відсутня. Як же виправити існуючі негаразди й відродити зацікавленість держави, власників підприємств, обдарованої молоді у промисловому дизайні, і чи можливо це зробити у принципі?! – Безумовно, можливо. Але щоб наблизити «світле майбутнє дизайну», слід виконати низку обов'язкових умов. По-перше, треба відновити діяльність Ради з дизайну при Кабінеті Міністрів або

Надувний човен «BRIG».  
Дизайнер В. Шандиба,  
Харків, 2004



створити новий державний орган, який став би центром координації ініціативних дій, містком між сферою дизайну, суспільством і владою. Така централізація потрібна й для того, щоб припинити подальшу «однобоку» спрямованість дизайнерського проектування і розвернути вектор творчості в бік підтримки вітчизняного виробника – якщо ми не хочемо остаточно перетворитися з індустріальної країни на сировинний придаток світового ринку. Причому слід зосередити увагу головним чином на тих галузях господарства, що залишилися або є потенційно конкурентоспроможними. Бо, наприклад, у галузі легкового автомобілебудування ми вже втратили майже всі шанси наздогнати інші країни, а ось літакобудування, кораблебудування, транспортне та важке машинобудування, харчова та легка промисловість, виробництво приладів і машин для освоєння космосу, сільського господарства, вугільної промисловості потребують інтенсивного дизайн-ергономічного втручання.

Наступним етапом у розбудові вітчизняного дизайну взагалі і промислового дизайну зокрема має стати розробка і впровадження в життя цільових державних програм типу: «Дизайн і школа», «Дизайн і матеріальна культура», «Дизайн – молоді», «Дизайн і екологія». Реалізація подібних програм не потребує значних затратних механізмів, бо більшість їх складових у розрізненому вигляді вже існують у суспільстві або обов'язково будуть створені як невід'ємна умова цивілізованого розвитку країни. І на цьому етапі значну допомогу дизайнерській спільноті може дати Академія мистецтв України, яка має великий досвід щодо організації загальноукраїнських культурних заходів. Не тільки моральна підтримка, а й безпосередня участь членів її ареопагу у вирішенні низки питань додадуть вказаним процесам належного професійного формату та підвищеного реноме. Перший крок на шляху зміцнення зв'язків дизайну з іншими галузями мистецтва був зроблений АМУ на початку нового тисячоліття, коли в її структурі була створена ланка синтезу пластичних мистецтв. Черговим кроком є вихід саме цього збірника, присвяченого актуальним проблемам історії, теорії і практики вітчизняного дизайну. Антологія такого серйозного формату за означеною темою поки ще в Україні не видавалася. Тому сподівання на наступні й ще масштабніші кроки на підтримку сучасного українського дизайну з боку АМУ цілком виправдані. Інакше й не може бути, бо дизайн – це барометр цивілізації суспільства.

Насамкінець окреслимо найбільш перспективні концепції й напрями в сучасному промисловому дизайні. Такий огляд потрібен для того, щоб визначити правильні орієнтири розвитку й не перебувати на узбіччі світових культурологічних і проектних процесів. Отже, поряд із «класичними», але вузькими за профілем напрямками (дизайн електротехнічних виробів та товарів побуту, дизайн транспорту, дизайн приладів та верстатобудування і т.д.) найвищу за рівнем актуальності сходинку посідає «екологічний дизайн». Назвати його окремим напрямом, як це роблять деякі автори, було

б помилкою, бо екологічне мислення пронизує зараз усі види і галузі дизайнерської діяльності. Тому доцільно говорити про екологічний дизайн як про метод чи сучасну філософію проектування, спрямовану на збереження балансу між людиною, природою і штучними об'єктами предметного середовища. Що стосується найпоширеніших засобів екологічного дизайну, то до них слід віднести такі: принцип рециклінгу (використання матеріалів вторинної переробки); підвищення життєвого циклу виробів шляхом заміни не всього виробу, а лише окремих зіпсованих деталей; метод безвідходного формоутворення; застосування енергозберігаючих технологій, альтернативних джерел енергії, гібридних двигунів і т.ін.

Ще одним перспективним напрямом, що набуває на Заході масштабних форм, є так званий «мультисенсорний дизайн». Головна його прикмета полягає у зверненні до нематеріальних властивостей сучасних технологій, до тактильних відчуттів і нервової системи людини, яка тонко реагує на запах, світло, акустичні та текстурно-фактурні особливостей предметного середовища. Перші експериментальні розробки в цьому напрямі було здійснено на кафедрі дизайну ХДАДМ за методикою почесного професора харківської академії д-ра Петера Люкнера із Вищої школи мистецтв і дизайну м. Галле (Німеччина). Найбільш вдалим виявилися проектні пропозиції промислової упаковки молочної продукції для відомої корпорації «Danone», за що група студентів і автор цих рядків були відмічені дипломами фірми у центральному офісі в Парижі. На жаль, на цій мажорній ноті подальші мультисенсорні експерименти на реальному практичному рівні припинилися і продовжуються зараз лише на рівні дипломного «паперового проектування». Причина дуже банальна – відсутність в Україні належного лабораторного обладнання. За такої ж причини в найближчі роки нам навряд чи світять досягнення у «нано-дизайні». Цей напрям, який базується на суперсучасних технологіях із використанням найменших фізичних одиниць у структурі матеріалу і за яким велике майбутнє, поки що опанували лише найпотужніші країни: США, Японія, Німеччина, Велика Британія.

Але не обов'язково, та й недоцільно наздоганяти світовий дизайн за всіма напрямками. Головне – визначити свою «нішу» і цілеспрямовано, крок за кроком її розбудовувати, інтегруючи сучасні зарубіжні надбання з національними художньо-культурними традиціями, професійним досвідом вітчизняних фахівців та їх творчою енергією – якої, слава Богу, вистачає.

**Ірина БОНДАРЕНКО**  
кандидат архітектури,  
доцент

## **ІСТОРИКО-ГЕНЕТИЧНІ ВИТОКИ ЗАСОБІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ В ДИЗАЙНІ ІНТЕР'ЄРУ.**

На сьогоднішній день актуальність звернення до проблем національної самоідентифікації обґрунтовується розвитком суспільства, його реакцією на зміни у економічній, політичній, демографічній ситуації. В цьому сенсі і дизайн, як одна із форм опанування людством оточуючого середовища, не стоїть осторонь від вирішення сучасних соціальних проблем, що призводить до зміни культурного контексту.

Екодизайн, як один з напрямків всесвітнього екологічного руху, який виник у 70-ті роки ХХ ст. і став реакцією на стихію науково-технічної революції, на сучасному етапі актуалізує прояви національної самобутності. Екологічний підхід ставить перед дизайнерами в якості першочергових завдання, що стосуються не стільки пошуків стилю та форми, скільки гуманного відношення до оточуючої людини середовища. Такі задачі вимагають формування відповідних підходів до культури споживання та побудови її нової структури, що звернена до первинних потреб людини, органічному, а не нав'язаному масовою культурою, способу життя. За таких умов відбувається процес переосмис-