

Manuscript heritage of Ukraine and Greece – cultural heritage, is the spokesman and concurrency features of the development of the spiritual culture of the two countries in the article talking about the development of the Slavonic (Cyrillic) manuscript. On the formation of separate collection and dissemination of Slavic manuscripts world. Provides statistics available European funds, which houses the Slavic manuscript collection. Provides interesting facts about the studies of Slavic manuscripts.

**Key words:** slyansky (Cyrillic) manuscript libraries, foundations, collection, monastic collections, private collections.

#### Анотація

**Терещенко-Кайдан Л.В. Рукописное наследие Украины и Греции как свидетельство параллелизма и особенностей развития духовной культуры стран**

Речь идет о развитии славянской (кириллической) рукописной книги. О формировании отдельных коллекций и распространения славянской рукописной книги миром. Приводится статистика имеющихся европейских фондов, где размещаются славянские рукописные коллекции.

**Ключевые слова:** сляньський (кириллический) рукопись, бібліотеки, фонди, колекції, монастирські колекції, частні колекції.

Надійшла до редакції 8.10.2014 р.

УДК 7.012+745/749]:39

І.А. Юрченко

### ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ЕТНОКУЛЬТУРНИХ ТРАДИЦІЙ У СУЧАСНИХ ГАЛУЗЯХ ДИЗАЙНУ

*Постановка проблеми.* Сучасне соціокультурне середовище життєдіяльності людини характеризується швидкою динамікою розвитку художніх концепцій і напрямів, які трансформуються, змінюють одна одну й активно впливають на формування сучасної візуальної культури. Однак, у галузях дизайн-діяльності поряд із такими новаторськими тенденціями актуальну роль відіграють і вже відомі концепти, наприклад постмодернізм і мінімалізм. Вони являють відносно сталі культурні орієнтири й найбільш відповідають потребам сучасного споживача дизайн-продукції.

Якщо ж говорити про сучасний стан вітчизняної проектної культури, то незважаючи на те, що Україна активно входить у загальносвітовий культурний простір й запозичує новаторські дизайн-концепції, поряд із цим можна бачити тенденції звернення дизайнерів до власної культурної спадщини, зокрема, етнокультурних традицій. Наявність вітчизняних етнічних образів у більшій або меншій мірі є у всіх галузях дизайн-діяльності; вони стають певними знаками візуальної культурної ідентичності українського народу, одним із формотворних джерел, що надихає сучасних дизайнерів. Однак, процес втілення етнокультурних мотивів має спонтанний та фрагментарний характер що, в свою чергу, спонукає вітчизняних теоретиків дизайну до розроблення етнокультурної моделі формотворення, яка б дала змогу запропонувати систему загальних методів і підходів формотворення на основі використання етнокультурних традицій як цілісного дизайн-процесу. Незважаючи на те, що така модель є універсальною, кожна галузь дизайну має свою специфіку вирішення проектних завдань. Виходячи з загально окресленої проблеми, виникає необхідність визначення особливостей інтерпретації етнокультурних традицій в сучасних галузях дизайн-діяльності.

*Актуальність теми* полягає у необхідності визначення специфіки інтерпретації етнокультурних традицій в сучасних галузях дизайну. Визначення такої специфіки дасть можливість дизайнеру розрізняти проектні вимоги, що сформувались у кожній галузі, свідомо підходити до процесу формотворення дизайн-об'єктів, вільно себе почувати під час пошуку ідей для проектування сучасних речей, усвідомлено підбирати етнокультурні мотиви згідно тих чи інших проектних вимог.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Сучасна загальносвітова та вітчизняна сфера теорії дизайну з використання етнокультурних традицій знаходиться в недостатньо розвиненому стані. Однак заповнити цю прогалину, з одного боку, допомагає наявність наочних взірців предметних форм, розроблених практикуючими дизайнерами, приклади яких демонструють спонтанне застосування етнокультурних традицій. Однак цей факт потребує окремого дослідження й систематизації його результатів. З іншого боку, розкрити специфіку інтерпретації етнокультурних мотивів допомагають окремі теоретичні публікації. У якості прикладів таких досліджень є роботи [5, 8, 13, 14]. Джерела, дотичні до застосування етнокультурних традицій та такі, що розкривають специфіку сучасних галузей дизайну, представлено наступними працями: сучасні теоретичні концепції дизайну [1; 2]; сутність та призначення орнаменту [3]; проблеми предметної культури [6]; фахова дизайн-діяльність у різних сферах предметної творчості [4, 7, 9–12]. Визначення специфіки втілення етнокультурних традицій в сучасному дизайні дасть змогу прослідкувати спільні тенденції, притаманні всім галузям дизайн-діяльності, а також особливості вирішення проектних завдань у кожній галузі окремо.

*Мета статті* – визначити особливості інтерпретації етнокультурних традицій в сучасних галузях дизайну, їх вплив на формування сучасного соціокультурного середовища.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Щоб визначити особливості використання етнокультурних традицій у сучасному дизайні, маємо простежити розвиток класичних категорій «річ» і «споживач». Завдяки аналізу дослідження розвитку проектної культури ми розуміли річ як необхідний інструмент із перетворення природного середовища й адаптації до нього людини, а під поняттям «споживач» розуміли пересічного масового користувача, для якого річ має задовольняти його елементарним потребам. Таке ставлення до речі, а також не надмірне використання в її дизайні надлишкових формотворних засобів, формує мінімалістичне ставлення до культури споживання речі в сучасному соціокультурному середовищі й екстраполює ці принципи на проектну діяльність. Таке розуміння є раціональним, воно формує в нашій свідомості сталу норму ставлення до речі, але сучасний стан предметної культури демонструє несподіваний поворот у споживачьких смаках, де все частіше у споживача виникає бажання бачити в речі емоційну складову, виражену певними художньо-образними засобами. Такі тенденції в проектній культурі обумовлені ускладненням і розвитком оточуючого візуального середовища, розвитком телебачення, комп'ютерних технологій, засобів медіа, реклами, в яких стали панувати закони передачі інформації не лінгвістичними засобами, а засобами вдало створеного візуального образу. На ці процеси вплинули й теоретичні концепції проектної культури, виражені також у відповідних їм проектних образах, таких, що поступово привчають бачити різні підходи до формотворення сучасної речі. Завдяки цьому наше культурне ставлення до речі змінилось, розширились кордони розуміння речі в напрямі припущення її існування не лише як речі-інструменту, а і як речі-символу, речі-знаку, речі АРТ-об'єкту, речі з візуально-асоціативними ознаками «молодіжності», «мужності» або «жіночості» тощо. Такі тенденції у творенні проектного образу речі сформувались ще в середині ХХ ст. завдяки концепції постмодернізму, яка надала дизайнеру свободу ставлення не лише до форми речі, але й до процесу її формотворення. В решті-решт ми отримали сьогодні широкий діапазон концепцій розуміння речі; вони вилились у сформовані підходи, напрями, грані дизайну, наприклад такі, як біоніка, ретродизайн, ергодизайн, фітодизайн, екодизайн, етнодизайн тощо. Ці підходи в проектній культурі дають можливість сучасному дизайнеру усвідомлювати сутність проектного завдання, що перед ним поставлена, творчо й вільно підходити до пошуку варіантів його вирішення, обирати найбільш доцільний дизайнерський інструментарій. Незважаючи на таку свободу, що існує у світовому дизайні, у вітчизняному дизайн-просторі залишається недостатньо сформованою модель національного дизайну, тому актуальним завданням для українських теоретиків і дизайн-практиків є її подальше розроблення. Не останню роль у цьому процесі відіграє й великий пласт вітчизняної культурної спадщини, зафіксованої в творах декоративно-ужиткового мистецтва, народній архітектурі, фольклорі тощо. Це є для сучасного дизайнера окремим формотворним джерелом із широким спектром етнокультурних мотивів, втілення яких у сучасних речах має відбуватись не спонтанно, а підпорядковуватись певним закономірностям. Необхідно також зазначити одну особливість, що кожна галузь дизайну має своє ставлення до процесу проектування речі та свої матеріально-технічні можливості, що впливають, у свою чергу, на втілення етнокультурних мотивів. Дане дослідження покликане визначити в загальних рисах пріоритетність галузей сучасного дизайну з огляду на проблеми втілення в їх дизайн-діяльності етнокультурних мотивів. З точки зору визначення такої пріоритетності можна виділити галузі дизайну моди, графічного дизайну та мультимедіа, за ними йдуть галузі предметного дизайну та дизайну предметно-просторового середовища. Розглянемо детальніше специфіку кожної галузі окремо.

*Дизайн моди.* Дизайн моди є носієм культурних концепцій, завжди йде в авангарді дизайну, задає новаторський тон в експериментуванні, формує норми, смаки та культуру споживання речі в соціокультурному середовищі. З точки зору функції одяг – це найближча річ до людини, покликана не лише задовольняти одну з нагальних її потреб у захисті від впливу природного середовища та адаптації до нього, але й у формуванні соціального іміджу відповідно до тих культурно-етичних норм, що прийняті в тій чи іншій країні. В контексті інтерпретації етнокультурних мотивів у якості джерела формотворення в дизайні одягу використовують практично всі об'ємно-просторові параметри традиційних форм предметів побуту, традиційного одягу, архітектурних мотивів: силуети форм творів декоративно-ужиткового мистецтва; структурно-конструктивні частини будівель народної архітектури, крою традиційних речей, вузлів з'єднання; форми та композиційні закономірності будови орнаментальних мотивів; техніки декору і фактурно-текстурні властивості матеріалів тощо. Для інтерпретації етнокультурних мотивів у дизайні одягу застосовують наступні методи: вибір орнаментального мотиву або його графеми в якості базового формотворного джерела; розміщення орнаментальних мотивів у структурі сучасного одягу з врахуванням його традиційного розміщення в структурі народного вбрання; вільне розміщення орнаментальних мотивів у структурі одягу; гіперболізація і масштабна зміна розміру етноорнаментального мотиву; експериментування з кольором та фактурно-текстурними властивостями сучасних матеріалів під час відтворення фігури етномотиву в структурі сучасного вбрання; інтерпретації фактурно-текстурних властивостей традиційних декоративних технік; цілісне переосмислення форм традиційного одягу у сучасному контексті, де зберігаються тільки зовнішні асоціативні зв'язки з традиційними формами. Як правило, інтерпретація етнокультурних мотивів відбувається в напрямі їх буквального перенесення у структуру сучасних виробів з відривом самих мотивів від корінних семантичних смислів, зберігаючи зовнішні риси мотивів та їх декоративну естетичність. Інколи впровадження етнокультурних мотивів у дизайн одягу відбувається з поєднанням форм мотивів із візуально-оптичними прийомами й методами нівелювання або підкреслення антропометричних параметрів тіла людини. Необхідно відзначити, що сучасний споживач крім функціонального призначення одягу прагне в дизайні свого вбрання вбачати певний індивідуальний контекст, визначений власними особистими смаками. Через дизайн одягу

бачимо його господаря приналежним до тієї чи іншої культури або субкультури. У повсякденному житті одяг людини виражає її смак і обличчя. Це в якійсь мірі семантична оболонка людини, її тимчасовий або постійний персональний дрес-код.

*Графічний дизайн та мультимедіа.* Сучасний графічний дизайн та мультимедіа з точки зору сили впливу на сучасне соціально-культурне середовища можна поставити на друге місце після дизайну моди. Якщо дизайн моди більше формує смакові якості і ставлення до предметного світу, то мультимедіа та графічний дизайн більше відповідають за передачу інформації й комунікативні зв'язки в суспільстві. Специфіка передачі проявляється завдяки трансформації інформації та текстових форм у знакові форми і образи, їх специфічне кодування і тлумачення. Аналіз цих процесів стає актуальним у сучасному візуальному середовищі із зміною лінгвістичної парадигми на парадигму візуального повороту (візуальної культури). Це, в свою чергу, розвиває проектні форми й методи передачі інформації, художньо-образні засоби зображення не зображуваних смислів або асоціацій, завдяки чому відбувається візуальне спілкування споживачів на рівні образів та символів. Крім зазначених у попередньому абзаці якостей дизайну моди, графічний дизайн разом із телебаченням і кіно формує сучасні засоби і форми передачі візуальної інформації. Ефективність цього процесу залежить і від розуміння та вміння залучати й методи суміжних наук, наприклад, психології візуального сприймання. Це, в першу чергу, стосується формотворення таких дизайн-об'єктів, як: пакування користувацьких інтерфейсів програмного забезпечення та веб-дизайну, сфери плакатного мистецтва, візуальної ідентифікації торговельних мереж й інших закладів, книжкової графіки, рекламної продукції тощо. В основному це такі засоби передачі інформації, що покликані не лише передавати інформацію, а й виконувати виховні функції, формувати візуальну культуру й внутрішній світ людини. Графічний дизайн та мультимедіа найбільш придатні для втілення етнокультурних традицій, оскільки володіють широким діапазоном матеріально-технічних можливостей поліграфії та комп'ютерного моделювання в двовимірному й тривимірному просторах. Це допомагає при необхідності відтворити або інтерпретувати візуальні риси етнокультурних мотивів будь-якого рівня складності. Що ж до методів інтерпретації етнокультурних традицій, то вони подібні до тих, що були описані у підрозділі дизайну моди.

Об'єкти предметного дизайну функціонально виконують призначення інструментів для перетворення природного середовища та адаптації до нього людини, привносять у культуру життя людини умови її комфортного існування. Однак сьогодні форми предметів виконують не лише інструментальну функцію, а й роль носіїв емоційної складової, знаково-символічних форм, приналежних певній соціально-культурній сфері. Прикладом можуть бути об'єкти АРТ-дизайну, форми яких розроблені інколи на межі між об'єктами сучасного дизайну та творами декоративно-ужиткового мистецтва. Особливості інтерпретації етнокультурних традицій у таких предметних формах полягають у наявності обмежених можливостей в матеріально-технічній сфері. Якщо у графічному дизайні папір витримує будь-яке відтворення етномотивів, то у сфері предметних об'єктів та предметно-просторовому середовищі перепонує стає конструкція, що залежить від функціонального призначення дизайн-об'єкту і відповідних засобів її побудови. Це, в свою чергу, суттєво обмежує можливості дизайнера у відтворенні складних силуетів етнокультурних мотивів та їх інтерпретації у формах сучасних речей. До визначених вище методів інтерпретації етнокультурних мотивів можна додати методи їх перенесення з плоских двовимірних форм в об'ємні форми, що надає сучасним речам неповторної оригінальності та виразності. Візуально традиція інтерпретується завдяки відтворенню силуетів традиційних етномотивів у конструкціях засобами профілювання, різьблення або їх нанесення різними видами поліграфічного друку на функціональні площини, що знаходяться у структурі виробів. Такі прийоми відтворення етнокультурних мотивів застосовуються у дизайні предметно-просторових форм функціональних перегородок, поверхні стін, меблевих виробів, обладнанні інтер'єрів та їх декоративному оздобленні. Своєрідні особливості інтерпретації етнокультурних традицій відбуваються у архітектурних формах. Починається цей процес з усвідомлення архітектурних споруд, простору вулиці як збірного образу, в якому семантично можна прочитати зовнішню оболонку суспільства, візуальне відображення його історичного буття, особливості існування культури та субкультур, вираження колективного підсвідомого в даному часовому зрізі. В архітектурних формах культурні надбання найбільш відтворено у декорі історичних стилів. Визначення цих особливостей здійснюється завдяки проведенню фахових досліджень. Найбільш важливо під час проведення таких досліджень визначити особливості трансформації та перетікання характерних форм декору з однієї культури в іншу. Сучасним прикладом інтерпретації етнокультурних традицій в архітектурному дизайні може бути проведена в Шанхаї (Китай, 2010 р.) виставка експоцентрів, де кожна країна ідентифікувала себе з тими чи іншими досягненнями або культурними традиціями. Тут у якості формотворного джерела для вирішення дизайну павільйонів були обрані найбільш характерні образи етнокультурних традицій, з якими себе ідентифікувала та чи інша країна. Значна частина розвинених країн в архітектурних об'єктах ідентифікує себе з сучасними технологічними досягненнями (наприклад, це прочитується у вирішенні дизайну павільйону Англії). Але більша частина країн ідентифікувала себе з етнокультурними традиціями, що формувалися протягом багатьох століть. У формах павільйонів були представлені асоціації з традиційною народною архітектурою (павільйон Китаю), декоративними техніками та застосуванням в опорядженні споруд природних матеріалів (павільйони Іспанії та Португалії), орнаментальними мотивами (павільйони Сербії, Естонії, України, Росії, Польщі). Тут етнокультурна і етномистецька традиція виконують роль культурного національного коду, що характеризує ментальність і характер народу. У дизайні павільйонів, окрім визначених вище методів, було застосовано метод поєднання етнокультурних традицій з сучасними стильовими напрямками та сучасними технологіями.

Наприклад, пластичне вирішення павільйону Польщі демонструє асоціативне поєднання пластики деконструктивізму з формами національної декоративної техніки витинанки, а в дизайні павільйону Португалії концепція дизайну майбутнього поєднана із застосуванням природних фактур пробкового дерева, що завдяки художньо-образній мові демонструє прообраз стійких характеристик дизайну.

Порівняння особливостей застосування етнокультурних традицій у сучасних галузях дизайну демонструє їх залежність від сучасних технологічних досягнень у матеріально-технічній сфері та постійний пошук культурних концепцій дизайну.

*Висновки.* У результаті проведеного дослідження зробимо наступні висновки:

– дизайн-об'єкти у сучасних галузях дизайну окрім інструментальної функції в умовах соціокультурного середовища виконують й культурно-пізнавальні функції, несуть у своїх формах емоційну складову;

– при визначенні місця і ролі етнокультурної традиції в сучасній дизайн-діяльності важливу роль відіграють такі категорії, як: індивідуальне і колективне; річ і споживач; смакові уподобання та естетичні орієнтири; взаємозв'язок «людина – предмет – середовище»; культура й субкультура; форми історичних та етнокультурних традицій;

– свобода формотворення в сучасних галузях дизайну залежить від матеріально-технічного забезпечення та рівня технологічних досягнень у кожній галузі окремо й загалом;

– найбільш повне втілення широкого діапазону форм етнокультурних мотивів можливе в галузях дизайну моди та графічному дизайні, обмежені можливості втілення етнокультурних мотивів є характерними для галузей предметного дизайну і дизайну предметно-просторового середовища;

– функція етнокультурної традиції полягає у тому, що традиція є одним із сучасних джерел формотворення, засобом ідентифікації людини в умовах сучасної глобалізації;

– визначені в дослідженні методи інтерпретації етнокультурних мотивів можуть бути застосовані й до інтерпретації мотивів історичних архітектурних стилів.

Перспективи розвитку теми полягають у можливостях розробки фахової етнокультурної моделі формотворення, методів та підходів до процесу формотворення, а також проведення експериментальних досліджень й моделювання предметних форм на рівні дизайн-практики і на рівні фахової дизайнерської освіти.

#### Список використаної літератури

1. **Аронов В. Р.** Теоретические концепции зарубежного дизайна / В. Р. Аронов. – М. : ВНИИТЭ, 1992. – 122 с.
2. **Бойчук А. В.** Пространство дизайна / А. В. Бойчук. – Х. : Нове слово, 2013. – 367 с.
3. **Герчук Ю. Я.** Что такое орнамент. Структура и смысл орнаментального образа / Ю. Я. Герчук. – М. : РИП-холдинг, 2013. – 302 с.
4. **Глазычев В.** Дизайн как он есть / В. Глазычев. Изд. 2-е, доп. – М. : Европа, 2010. – 320 с.
5. **Даниленко В. Я.** Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури : Моногр. / В. Я. Даниленко. – Х. : ХДАДМ; Колорит, 2005. – 244 с. : іл.
6. **Коськов Н. А.** Предметный мир культуры / Н. А. Коськов. – СПб. : СПб ГУ, 2002. – 344 с.
7. **Лидвелл У.** Универсальные принципы дизайна / Лидвелл У., Холден К., Батлер Дж. / Пер. А. Мороз. – СПб. : Питер, 2012. – 272 с. : ил.
8. **Малік Т. В.** Культура дизайну етносеміотичних країн / Т. В. Малік // Вісник Харків. держ. академії дизайну і миств.: Зб. наук. пр. / За ред. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2012. – № 2. – С. 18–20.
9. **Медведев В. Ю.** Стиль и мода в дизайне : учеб. пос. / В. Ю. Медведев. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : СПГУТД, 2005. – 256 с.
10. **Ткачев В. Н.** Архитектурный дизайн (функциональные и художественные основы проектирования): Учеб. пос. – М. : Архитектура-С, 2006. – 352 с. : ил.
11. **Черневич Е. В.** Язык графического дизайна / Е. В. Черневич; Всесоюз. науч. исслед. ин-т техн. эстетики. – М., 1975. – 137 с.
12. **Експеримент в дизайне** : Источники дизайнерских идей / [Лаврентьев А. Н., Ефимов А. В., Барышева В. Е, Колейчук В. Ф.]. – М. : Университ. книга, 2010. – 244 с.
13. **Юрченко І.** Синтез орнаментальності й мінімалізму в стилістиці етнодизайну / І. А. Юрченко // Наук. зб. Спілки критиків та істориків мистецтва: Зб. наук. пр. / Мистецтвознавство '14. – Л. : ЗУКЦ, 2014. – 260 с., С. 125–132.
14. **Юрченко І. А.** Методологічні основи втілення орнаментальних етномистецьких традицій у сучасній дизайн-практиці / Вісник Харків. держ. академії дизайну і мистецтв: Зб. наук. пр. / За ред. Даниленка В. Я. – Х. : ХДАДМ, 2009. – № 14. – С. 163–170.

#### Резюме

Досліджено особливості інтерпретації етнокультурних традицій у сучасних галузях дизайну моди, графічному дизайні, дизайні мультимедіа, предметному дизайні та дизайні предметно-просторового середовища. Визначено призначення та функції галузей дизайну в сучасному соціокультурному середовищі, їх пріоритетність у контексті свободи формотворення дизайн-об'єктів на основі використання етнокультурних традицій.

**Ключові слова:** етнокультурна традиція, споживач, річ, формотворення, дизайн моди, графічний дизайн, предметний дизайн, дизайн-предметно-просторового середовища.

#### Summary

##### **Yurchenko I. Peculiarities of interpretation of ethno-cultural traditions in modern spheres of design**

Peculiarities of interpreting ethnocultural traditions in modern branches of fashion design, graphic design, multimedia design, object-oriented design and design of object-spatial environment have been researched. Aims and functions design branches in modern sociocultural environment have been determined, and their priority in the context of freedom of creating forms of design objects with the use of ethnocultural traditions has been discussed.

**Key words:** ethnocultural tradition, consumer, object, form-creation, fashion design, graphic design, object-oriented design, design of object-spatial environment.

#### Аннотация

##### **Юрченко И.А. Особенности интерпретации этнокультурных традиций в современных отраслях дизайна**

Исследованы особенности интерпретации этнокультурных традиций в современных отраслях дизайна моды, графическом дизайне, дизайне мультимедиа, предметном дизайне и дизайне предметно-пространственной среды. Определены назначения и функции отраслей дизайна в современной социокультурной среде, их приоритетность в контексте свободы формообразования дизайн-объектов на основе использования этнокультурных традиций.

**Ключевые слова:** этнокультурная традиция, потребитель, вещь, формообразование, дизайн моды, графический дизайн, предметный дизайн, дизайн предметно-пространственной среды.

*Надійшла до редакції 19.10.2014 р.*

УДК 433/7.2

*О.В. Даниленко*

### ХУДОЖНЬО-ЕСТЕТИЧНІ КРИТЕРІЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ

Готельно-ресторанна справа є компонентом організованої рекреаційної діяльності, призначеної задовольнити культурно-побутові потреби споживачів. Функціонуючи нині на базі побутових акціонерних закладів й подібно до закладів приватної форми власності, ця галузь суспільно корисної діяльності являє мобільну соціокультурну систему в умовах гострої конкуренції. Важливими для її успішної діяльності є концептуальне обґрунтування, сучасне організаційно-технологічне забезпечення й посилення художньо-естетичної привабливості засобами сучасного дизайну.

Художньо-естетичне середовище має поліфункціональне значення для готельно-ресторанних підприємств, забезпечуючи необхідними рекреаційними, екологічними, естетичними умовами для гостей готелю. На жаль, це актуальне питання досі залишається мало досліджуваним, що й обумовило вибір теми зазначеної статті, мета якої – висвітлити художньо-естетичні фактори привабливості українського готельно-ресторанного закладу.

Ідейні лідери й художники поп-арту, боді-арту та ін. у рамках естетико-мистецьких напрямів доби постмодерну цілеспрямовано займаються пошуком нових інваріантів художньої стилізації та їх реалізації у напрямку оптимізації зв'язків людини з екологічним й предметно-технічним середовищем, бачачи в цьому можливість активного використання середовища у якості предмета системного проектування як мобільної культурно-історичної структури [4; 170].

Англійський культуролог Г. Рід у праці «Мистецтво й виробництво» при дослідженні морфології дизайну запропонував нові стандарти художнього облаштування предметного середовища, формуючи концепцію дизайнерської ідеології категоріями мистецтва, а не потребами виробництва у дизайнерському продукті [15].

Американський дослідник Д. Глоаг здійснив аналіз розвитку дизайну, вичленовуючи його якісні характеристики як естетичного феномену, комерційного мистецтва й промислової архітектури з властивими кожному з останніх сферами функціонування [14]. Представлена ним концептуальна модель, на думку Ю. Легенького, належить до типового «мистецтвознавчого дизайну», пов'язаного з предметною реальністю дизайнерських об'єктів, а не передбачає культуротворчість на рівні структурної типології [4].

Американський дизайнером Дж. Нельсоном у книзі «Проблеми дизайну» здійснено аналіз проблем художнього оформлення предметного середовища з погляду художника-практика. Увагу дослідником приділено феноменові проектно-програмного дизайну у контексті його вписання у новітню цивілізацію суперкомфорту за наявності професійного й функціонального зближення діяльності дизайнера і бізнесмена, синтезування образу і товару в умовах світового універсального ринку масової культури [8].