

ДИЗАЙН-ПРОЕКТУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ПРЕДМЕТНО-ПРОСТОРОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Романенко Н.Г, доктор технічних наук, професор

Афонін В.А., доцент кафедри дизайну, член національної спілки
художників України, член спілки дизайнерів України

Бердник А.П., аспірант

Черкаський державний технологічний університет

Анотація. Публікація присвячена аналізу мистецтвознавчої складової дизайн-проектуювання предметно-просторового середовища та обґрунтуванню його схеми.

Ключові слова: дизайн, проектно-художня культура

Аннотация. Романенко Н.Г., Афонин В.А., Бердник А.П. **Дизайн-проектирование как способ формирования предметно-пространственной среды.** Публикация посвящена анализу искусствоведческой составляющей дизайн-проектирования предметно-пространственной среды и обоснованию его схемы.

Ключевые слова: дизайн, проектно-художественная культура

Annotation. Romanenko N.G., Aphonin V.A., Berdnik A.P. **Design – projecting as a way formation object – spatial environment.** The publication to analysis of art – constituent of design of object – spatial environment and it scheme were dedicated.

Key words: design, project – art culture

Постановка проблеми. Розбудова українського суспільства, зміни в економіці сприяють піднесенню ролі художньо-проектної діяльності у виробництві, естетичному формуванні предметно-просторового середовища міст і сіл, у формуванні естетичного відчуття громадян нашої держави. Предметно-просторове середовище за законами краси і ергономіки сьогодні формує дизайнер, а дизайн представляє складне соціально-культурне явище, породжене технічною революцією, об'єктивне

існування якого вже не треба доводити. Історично довівши свої можливості у створенні конкурентоспроможної продукції, в насиченні ринку промисловими товарами і нормалізації умов життя населення країн Західної Європи, Японії, Америки, дизайн та його розвиток повинен внести свій вагомий внесок у вирішення соціально значимих проблем ринкових перетворень і на Україні.

З кожним днем дизайн стає все більш вагомою складовою матеріальної культури людства і потребує постійного осмислення щодо його подальшого розвитку не тільки для забезпечення комерційних цілей, але й духовного зростання людства.

Зв'язок роботи з важливими науковими і практичними завданнями.

Дослідження проведено в рамках комплексного плану науково-дослідних робіт кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету за держбюджетною темою: „Дизайн центральної України в контексті художньо - проектної культури XIX-XX століття”, що має наступний реєстраційний номер: УкрИНТЭИ 0106U005387. Дослідження проводилися за кошти навчального закладу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Мистецтвознавчій науці України сьогодні бракує знань про особливості розвитку вітчизняного дизайну [1]. Спільної точки зору щодо логічної послідовності створення образу за композиційними законами дизайн-проекування немає [2-5]. Відповідно до чого та з метою подальшого наукового розвитку дизайну, як художньо-проектної культури України, на кафедрі дизайну Черкаського державного технологічного університету проводяться дослідження щодо визначення пріоритетних етапів дизайн-проекування.

Мета цієї публікації – обґрунтувати предметно-просторову схему дизайн-проекування.

Викладання основного матеріалу досліджень.

Однією з найбільш актуальніших задач мистецтвознавчої складової дизайну є не тільки створення мистецьких проєктів, що несуть в собі художній образ і створені за законами краси, але і виявити при цьому творчий потенціал, виховувати яскравих особистостей. Ці заходи обумовлюють необхідність скрупульозного розгляду предметно-просторової схеми дизайн-проекування.

Перш ніж перейдемо до викладання основного змісту дослідження за темою публікації, слід зупинитися на тлумаченні використаного у назві терміну „дизайн-проекування”, чи не дублюють ці два слова один одного?

Термін „проект” має латинське походження і дослівний переклад його в словнику слів іншомовного походження [6] – кинутий вперед, тлумачиться як сукупність технічних документів: креслень, розрахунків, макетів будівель, споруд, машин, приладів тощо, запропонованих (кинутих вперед) проєктантом. Дизайн-проекування відрізняється від проєкування тим,

що дизайнер повинен враховувати не тільки візуальні сторону проекту, тобто його фронтальну і глибинно-просторову композицію вирішення проблеми, але й технологічність виготовлення, зберігання, утилізації, загальну відповідність проекту естетичним потребам споживача. Враховуючи вищезазначене предметно-просторова схема дизайн-проекування може бути представлена у вигляді тетраедру (рис. 1).

Тетраедр – правильна піраміда, що має чотири однакові трикутні грані. В кожній вершині сходяться три кути трьох просторових сполучень. Проаналізуємо зв'язок граней однієї піраміди в предметно-просторовому сполученні дизайн-проекування:

1. Дизайнер – особа, яка володіє системою знань щодо формування предметно-просторового середовища. За освітньо-кваліфікаційною характеристикою дизайнера, який отримав диплом бакалавра, така особа повинна вміти запропонувати свій проект відповідно поставленій задачі дизайн-проекування, новизна якого полягає в зміні деяких елементів аналогу. При наявності диплому спеціаліста (магістра) фахівець повинен вміти запропонувати креативний проект, довести його новизну і практичну цінність.

2. Об'єкт дизайну – конкретне завдання, що стоїть перед фахівцем, тобто це та мета для досягання якої вибудовується послідовність дій дизайнера, відповідно до чого повинна бути обґрунтована актуальність проекту, його новизна і практична цінність, визначені шляхи його виконання;

3. Цільова група – споживач. Цільова група – це люди, які живуть на відповідній частині планети Земля, користуються відповідною мовою, мають свої традиції. Подальше існування дизайну пов'язане з національним формотворенням, яке вимагає „застосування відповідних образів Землі, де це національне зросло, як мовна цінність, освячене почуттям національної свободи, вірою і традиціями” [7, стор. 43].

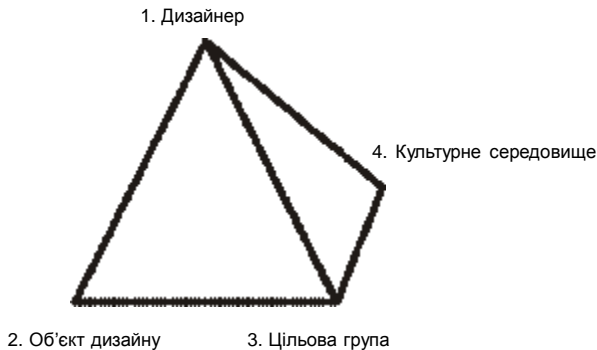


Рис. 1. Предметно-просторова схема дизайн-проекування.

4. Культурне середовище споживача має прямий зв'язок з попередньо-розглянутими трьома гранями піраміди. Для доведення цього зв'язку звернемося до трактування терміну „дизайн”.

Дослівний переклад терміну „дизайн”, який має англомовне походження, тобто design [di'zain] - проектувати, конструювати не зовсім відповідає його сучасному тлумаченню. Автори словнику [7] пропонують суть цього терміну, як художнє конструювання предметів; проектування естетичного обліку промислових виробів. Відповідно ДСТУ 3899-99 [9] тлумачення терміну „дизайн” обумовлює комплексну науково-практичну діяльність щодо формування гармонійного, естетично повноцінного середовища життєдіяльності людини і розроблення об'єктів матеріальної культури. Більш глибокі дослідження щодо тлумачення терміну „дизайн” дозволили О.М.Хмілевському побачити не тільки позитивні сторони розвитку дизайну, як суспільного явища, але й його руйнівну силу щодо духовного зростання людства [8]. Англомовний термін design за своїм походженням, як стверджує автор, іде від грецького – *ди* - два та фінікійсько-гебрейського – *зайн* - зброя, тобто подвійна зброя в руках „адептів комерційних структур” для „задоволення споживчих вартостей тіла людини”. Задовольняючи споживача, дизайн виконує функцію руйнівника „цілісності Божественного Світу на Землі”, тобто дизайн треба вважати не тільки „інтегратором новітнього мислення про форму загалом та її духовні (художні) сутності зокрема”, але й „руйнівником процесів духовного зростання людства у національній свободі формотворення образу Культури”. Дуже цікава дамка, яку хочеться продовжити. На перший погляд не зрозуміло в якому контексті використано автором словосполучення „національна свобода”? Мова іде про свободу нації щодо формотворення образу Культури, чи мова йде про свободу формотворення образу національної Культури? Але ознайомившись з публікацією [10], стає зрозумілим, що О.М.Хмельовський веде мову про збереження національної виразності у модернову формотворенні, про свободу формотворення по-українськи.

В контексті вищевикладеного проаналізуємо соціальний плакат (90г60), створений студенткою третього курсу Черкаського державного технологічного університету спеціальності 6.020200 „Дизайн”, спеціалізації „Графічний дизайн”. Т. Уродою (рис. 2). Завдання полягало в розкритті теми: „Земле моя рідне...”.

Відомо, що культура будь якого регіону і проектно - художня культура в тому числі, є віддзеркаленням розвитку суспільства, концентрує усі соціально-економічні ознаки епохи. Черкащина належить до Середнього Подніпров'я, що знаходиться в центрі України. Саме тут відбувалися знакові для етнотворення України події. „Саме ця земля зберегла в собі скарби археологічних культур трипільської, середньодніпровської, давньоруської. Тут вперше прозвучало слово Русь” [11].



Рис. 2. Соціальний плакат на тему: „Земле моя рідне...”

Тисячі знахідок трипільської культури, їх унікальна орнаментация сьогодні входять до мотивів творів майстрів народно-вжиткового мистецтва і дизайну.

Студентка використала відомий орнамент українських рушників, характерні для середньої України, червоний і чорний кольори. Доповнення композиції логотипом *СВОЄрідне*, не тільки забезпечило своєрідне бачення плакату, але і підкреслило свою рідну культуру. Створений майбутнім дизайнером плакат став засобом формування предметно-просторового середовища для глядачів, які будуть його розглядати і на підсвідомому рівні фіксувати: „Яке ж воно миле, своє, рідне”.

Не слід забувати, що дизайнер – жива людина. Працюючи на замовника, дизайнер отримує свою заробітну платню в залежності від реалізації товару, рекламу якого він створює. Відповідно до чого дизайнер пропонує форми такої типографіки, що однаково переконливо діє на споживачів будь якої національності. Але, поважаючи себе дизайнер, завжди повинен пам’ятати про своє національне походження і пропонувати форми і кольори, що містять інформаційний та енергетичний зміст своєї Землі, опиратися на культурні цінності свого народу.

Висновок. Вищезазначене дає можливість стверджувати, що запропонована предметно-просторова схема дизайн-проекування передбачає гармонійне проектування середовища шляхом урахуванням культурних традицій того споживача, який мешкає на цій землі.

Література:

1. Даниленко В.Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури СС століття (національний та глобалізаційний аспект) .- Автор. дис. доктора мистецтвознавства.-05.01.03. - Львів, 2006.-36 с.
2. Татівський П. Теоретичне підґрунтя мистецтва дизайну // Українська академія мистецтва. Дослідницькі та науково-методичні праці. Випуск №7, 2000.- С. 86-98;
3. Хмільевський О.М. Образологіка реклами і рекламного продукту // Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції: Зб. наукових праць. - К.: Інститут реклами, 2004.- Вип. 3.- С.43-47;
4. Сьомкін В.В. Соціально-культурна ефективність дизайну // Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції: Зб. наукових праць / Ред. кол.: М.П.Ліфінцев, Є.А.Антонович, А.В.Чебикін та інші випуск 3.- К.: Інститут реклами, 2005.-Вип. 3.-С. 298-301;
5. Косів В.М. Автореферат дис. к.т.н. «Національні моделі і глобалізація графічного дизайну другої половини ХХ ст.», 05.01.03.- Харків, 2003,- 16 с;
6. Словарь иностранных слов. – 16-е изд., испр. – М.: Русский язык, 1988.- 624 с.;
7. Энциклопедический словарь. Гл. редактор Б.А.Введенский.- М.: Советская энциклопедия, т.2, 1964.-736с;
8. Хмільевський О.М. Образологіка реклами і рекламного продукту // Реклама і дизайн в умовах глобалізації вищої освіти та інформаційної інтеграції: Зб. наукових праць. - К.: Інститут реклами, 2004.- Вип. 3.- С.43-47;
9. ДСТУ 3889-99 Дизайн і ергономіка. Терміни і визначення. К.: Держстандарт України, 1999.- 33с.;
10. Хмільевський О.М. Проектування ідей теорії українського дизайну // Вісник Харківської академії дизайну і мистецтв: Зб. наук. праць. - Харків: ХДАДМ, 2006.-№2.- С.44-66;
11. Білан М.С., Стельмащук Г.Г. Український стрій. – Львів: Українські технології, 2000. – 126 с.

Надійшла до редакції 05.04.2007