

УДК 378.1

СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКА ПАРАДИГМА СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ

Рижова І.С. (м. Запоріжжя)

Анотації

В статті дається аналіз соціально-філософської парадигми сучасного дизайну, який змінює буття людини у світі специфічної людської активності, що сприяє самореалізації особистості; аналіз гносеологічних, онтологічних, аксіологічних засад дизайну; вплив дизайну на розвиток особистості; аналіз комплексу проблем, пов'язаних з глобалізацією культури; використання творчого потенціалу дизайну.

In the article the author gives the analysis of social-philosophy paradigm of modern design, which changes life of man in the world of specific human activity which is instrumental in self-realization of personality. Analysis of gnociological, ontological, axiological principles of design; influence of design on development of personality; analysis of complex of problems, related to globalization of culture; use of creative potential of design are examined.

Ключові слова

ДИЗАЙН, ДИЗАЙНЕРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ, ТВОРЧИСТЬ, МЕНТАЛЬНІСТЬ, КУЛЬТУРА, ЦИВІЛІЗАЦІЯ, ДУХ ІСТОРІЇ, ГЛОБАЛІЗАЦІЯ

Вступ

Соціально-філософська парадигма сучасного дизайну базується на тому, що розвиток дизайну пов'язаний із розвитком специфічної людської активності, що якісно змінює буття людини у світі, і разом з тим, ускладнює і стрімко розширює дизайнерську діяльність і її соціальний смисл. Комплекс істотних для розуміння дизайну соціальних сил формується різноманітними факторами, як матеріальними, так і духовними. Дизайн розвивається в адитивності таких наук, як філософська антропологія, соціологія, культурологія, мистецтвознавство, технічна естетика, етнокультура, філософія історії, тобто розглядається багатьма науками, так як прогрес зачіпає майже всі науки. Саме тому адекватний аналіз дизайну і виявлення всіх його продуктивних сторін, що так швидко змінюються, особливо в умовах глобалізації, може стати ключем до вирішення різноманітних проблем – економічних, екологічних, соціальних, духовних, слугувати індивідуальній соціалізації особистості і формуванню її цілісності, формуванню культурації та індивідуації.

Аналіз гносеологічних, онтологічних, аксіологічних засад дизайну може сприяти прогресивним змінам в соціальному бутті, самоутвердженню людини в творчій цілепокладаючій діяльності, стати засадничою основою утвердженню гуманітарної парадигми. Дизайн – діяльність і дизайн – продукти, що розвиваються під безпосереднім розвитком соціального прогресу і впливу на нього дизайнерської діяльності, сприяє цивілізованому розвитку людства. Дизайн – культура – це синонім культури як сукупності

матеріальних і духовних досягнень суспільства; ступінь розвитку матеріальної та духовної культури, суспільного розвитку загалом; відносно самостійне утворення, локалізоване в просторі і часі, наприклад, - античний дизайн, елліністичний дизайн, афінський дизайн, середньовічний дизайн, дизайн епохи Відродження і Нового часу, сучасний дизайн.

Мета статті:

- проаналізувати соціально-філософську парадигму сучасного дизайну;
- визначити проблеми трансформації сучасного дизайну в умовах глобалізації;
- обґрунтувати вплив дизайну на розвиток особистості
- дати аналіз комплексу проблем дизайну, пов'язаних із глобалізацією у сфері культури.

Обговорення проблеми

На різних історичних етапах і в різних національних культурах зміст терміна «дизайн» зазнавав чималих змін і тлумачень. У мислителів, що запровадили цей термін, протягом досить тривалого часу поняття дизайну вживалося для характеристики певного соціального процесу (Мірабо, Ленге, Фергюсон, А.Сміт). Пізніше, з першої половини ХІХ ст. і до ХХ ст., дане поняття слугує, як правило, для позначення вже не процесу зміни, а певного етапу суспільства. Функціонує при цьому дане поняття, взяте за поодинокими винятками в однині, оскільки йшлося про цивілізацію взагалі, в універсалістському плані, як етап (він же стан) поступу людства від дикості й варварства. І перше - «процесуальне», і друге - «системне» тлумачення поняття «дизайну» здійснювалося з позицій класичного, лінійно – прогресистського, моністичного підходу, який до середини ХІХ ст. був у царині соціальної філософії визначальним, відмічає І.Бойченко [1, с. 648].

Дизайнерське, матеріально-предметне наповнення індивідуального і соціального буття дизайнерськими «цивіліософіями» сприяє тому, що з другої половини ХІХ ст. дизайн (аналогічно цивілізація) стає наріжним поняттям ряду концепцій некласичної філософії (М.Данилевський, О.Шпенглер, А.Тойнбі). В контексті цих концепцій соціальний процес розглядається як поліцентричний нелінійний рух набагато складнішої конфігурації, завдяки чому ускладнюються всі форми дизайнерської діяльності. Згідно з цивілізаційним підходом докорінним чином переосмислюється й поняття «дизайну», який сприймається як такий, що сприяє самовизначенню і самореалізації людини, яка відкриває для себе світ заново і збагачує його своїм, тільки їй притаманним екзистенційним досвідом. Саме тому **сучасна парадигма дизайну** – це не тільки опредмечення матеріальних людських потреб, але і «уречевлення» цінностей духовності, реалізація в дизайнерській формі духовного змісту. Завдяки своїй творчій **природі** дизайнерська форма може з високою ефективністю залучати людину і суспільство як до виявлення соціального добра, так і до виявлення соціального зла. Саме тому гуманізація дизайнерської діяльності може протистояти деструктивним проявам людської діяльності, захистити людину і суспільство від деструктивного

начала, втіленого в дизайн – продуктах, протистояти сучасному злу та суперечностям сучасного суспільства. Ці суперечності класифікуються за трьома ознаками часу, кількості та якості: між ідеалом процвітаючого суспільства, перспективою та поточними інтересами і потребами; між вузьковідомчими інтересами, груповим егоїзмом та потребами, ідеалами більшості суспільства; між життєво важливими, першочерговими та другорядними інтересами і потребами, між ініціативою, енергійністю та амбіційністю окремих соціальних груп.

Соціально-філософська парадигма сучасного дизайну виходить з того, що наявні умови сучасного індустріального і постіндустріального суспільства глибоко змінюють сутність і **природу** дизайну, якісно розкриваючи його можливості у всьому – у формуванні одиничних предметів, впливаючи предметним світом на людину через по - дизайнерськи організовану **масовість, комплексність, системність**. Сучасний дизайн стає дизайном середовища, людського досвіду, і дизайном соціального контексту, в якому живе і діє індивід як «соціальний атом». Предмет дизайну розширяється до проектування соціальної надії, конструювання індивідуального стилю і образу світу, синтезування нових культурних, моральних, соціальних цінностей в проєкціях світу, соціуму, людської екзистенції. Саме тому теоретико-пізнавальні функції дизайну виступають все більш домінуючими, а **філософська методологія** дизайну стає необхідною теоретичною основою дизайн – діяльності, що дозволяє адекватно осмислити наукові, культурологічні, мистецтвознавські та інші практичні проблеми дизайн – продуктів і дизайн – артефактів, з іншої - здійснити філософський аналіз онтологічних, аксіологічних, феноменологічних, герменевтичних засад дизайнерської діяльності, що дозволяє істотно **оптимізувати** соціальні функції дизайну.

Дизайн як універсальне явище, що є глибинною ознакою людського мислення і культури, поширюється на всі види людської діяльності, характеризується пластичною соціальною оболонкою буття, оскільки зміни в соціальній сфері (нові ціннісні орієнтири, норми і правила) мають своїм безпосереднім наслідком відповідні трансформації, що обумовлюють конкретно-історичне розуміння дизайну та особливості його суспільного функціонування на даному історичному відрізку часу в пошуках самого себе, смислу життя, досягнення своєї самореалізаційної сутності людини, яка оточує себе красивими речами, що мають високі естетичні властивості, досягнення стабільності соціуму особливо в контексті культурно-історичного контексту становлення європейської раціональності [2, с. 5]. Іманентні характеристики дизайн – виробів суть ті універсалії загальнолюдських цінностей, що несуть із собою добро, красу, естетичну корисність і передаються від покоління до покоління, детермінуючись законами екзистенційних станів, спрямованих на гуманізацію соціуму. Варіанти різноманітних теоретичних моделей дизайну, що включають в себе глибокий інтелектуальний і евристичний потенціал, сприяють оптимізації дизайн – діяльності як інтелектуальної і творчої сили, здатної

перетворювати світ згідно з законами краси, сприяючи, як відмічає В.Корженко, парадигмальним змінам у контексті соціальних практик [3, с. 7].

Сучасна соціально-філософська парадигма дизайну базується на наступних принципах:

1. **Естетичний** – перш за все краса, виразність композиції.
2. **Функціональна досконалість** – виконання певної функції дизайнерським предметом.
3. **Інженерний** – знання технічних умов створення досконалого світу речей; надійність; міцність, багатофункціональність, простота.
4. **Ергономіки** – адаптація предмета до людини, **зручності**; наука про функціональні особливості працюючої людини; її анатомічні, фізіологічні, психологічні особливості.
5. **Соціологічний** – врахування суспільних потреб з метою створення корисних виробів.
6. **Цілеспрямованості** – направлений на досягнення певних результатів.
7. **Стимулювання** – передбачає винагороду за результати дизайнерської роботи.
8. **Комплексності** – аналіз всіх сторін дизайнерської діяльності в сукупності.
9. **Причинності (каузальності)** - аналіз детермінуючих сторін діяльності, детермінаційні когеренції.
10. **Об'єктивності (гностизація апостеріорних систем)** – субсистем, що конгруентні конкретній реальності.
11. **Системного дискурсоосмислення** об'єктів, предметів, моделей як функціонально-цілісних, процесуально генезисних мультисистем і мультимodelей буття.
12. **Розвитку** - якісних змін об'єктів, поява нових форм буття, існування різних систем, що сполучаються зовнішніми і внутрішніми зв'язками.
13. **Структурності** – кореляція компонентів, аспектів, частин досліджуваного об'єкта і предмета як тотально-цілоцілісних соціальних організмів.

Соціально-філософська парадигма сучасного дизайну направлена на активізацію дизайнерської культури, що проявляється в художніх, естетичних, виробничих об'єктах дизайн – творчості, яка звеличує «творців – майстрів» і протидіє бездарності, дилетантності, «сірій масі», посередності; протистоїть байдужості, вузькопрагматичному емпіризму, грубій утилітарності, самообмеженню, голому споживацтву, деструкційності. Філософська рефлексія сучасного дизайну направлена на підняття соціального статусу і престижу дизайну, на пошуки добра, оскільки слугує усвідомленню соціумом і людиною потреби в досягненні багатства-як матеріального, так і духовного. Такий дизайн, як соціальне, культурологічне і ціннісне явище, висуває перед людиною найвищі творчі цілі.

Гуманістична сутність дизайну націлена на подолання глибокого конфлікту між людиною і деструктивністю індустріального і

постіндустріального технологічного потенціалу суспільства, між людиною і природою, споживацтвом і духовністю. Шлях до подолання однобічності технократичної раціональності вбачається у зверненні до цінностей **духовного порядку**, що формуються через різні творчі форми дизайну, утвердження яких може привести до формування духовно високої людини – Номо ахіос – і дозволить уникнути наслідків деструктивно - руйнівних процесів особистості. Дизайн як цілісне універсальне явище, що є глибинною властивістю людського мислення і змістовною характеристикою культури, поширюється на всі види людської діяльності. Це обумовлює необхідність її комплексного міждисциплінарного вивчення в діапазоні від історії і теорії культури, мистецтва, філософії до економіки, політології, технічної естетики тощо, адже сьогодні буття нації пов'язується з інтеракцією різних соціокультурних дизайнерських світів і стилів життя еліти як духовно-інтелектуального феномена, як відмічає К.Барануєва [4, с. 3].

Сучасний вітчизняний дизайн є засобом не тільки формування товарного асортименту високої якості продукції, але і активним способом формування широкого вибору стилів життя, форм соціальної творчості, створення дизайнерських культурних форм, що відображають символічні, екзистенційні, семіотичні, антропологічні особливості. Сучасний дизайн втілює метафізичні, естетичні, етичні, професійні орієнтації і установки, що демонструють різні форми трансформації буття, що відкидають колоніальне споживання чужого і демонструють відродження дизайнерських реалій вітчизняного буття. Дизайн як генетичне ядро європейської раціональності перетворюється на пріоритетну соціальну сферу; її зв'язок з іншими структурними елементами здійснюється на основі безперервної взаємної кореляції. Розвиток дизайну забезпечується не лише соціокультурними і техніко-економічними умовами, наявними в суспільстві, але і його внутрішнім механізмом, що приводиться в дію необхідністю осягнення розумом законів, на основі яких функціонує і розвивається людина як об'єкт соціально-філософської рефлексії [5, с. 6].

Докорінні зрушення, що здійснюються на соціокультурному просторі України, передбачають звернення до такого важливого чинника соціального оновлення суспільства, яким є **дизайн**. Використання творчого потенціалу дизайну – одне з нагальних завдань, яке сьогодні стоять перед українським суспільством.

Ступінь наукової розробки дизайнерської проблематики у вітчизняній соціально-філософській літературі слід вважати **недостатньою**. В публікаціях вітчизняних авторів, присвячених проблематиці дизайну, розкриваються, в основному, вузько професійна проблематика, методика оцінки і реалізації дизайнерської культури з точки зору індустріальних і технічних вимірів суспільства. Як зазначається в літературі, «культура (лат. cultura - обробка) – соціально прогресивна, творча діяльність у всіх сферах буття і свідомості, що є діалектичною єдністю процесів опредмечування (створення цінностей, норм, знакових систем) і розпредмечування (освоєння культурної спадщини), спрямована на зміну дійсності, на перетворення багатства людської історії у внутрішнє багатство особистості,

на всебічне виявлення і розвиток сутнісних сил людини, досягнення душевної гармонії в умовах духовної кризи суспільства» - як відмічає О.Курбатов [6, с. 3]. У визначенні дизайну констатується гуманістична спрямованість **культури** як такої. Дизайнерську діяльність слід розглядати в контексті тейлоровського визначення культури, запропонованого ще в 1981 р.: культура – це «цілісний комплекс, що містить у собі знання, вірування, мистецтво, вдачу, право, звичаї та інші здібності, характерні риси і звички, сформовані у людини як члена суспільства» [7]. Аналіз свідчить, що проблемами дизайну розглядаються в контексті культури: дизайн – діяльності, дизайн – продуктів, дизайн – артефактів. Для подальшого розгляду сучасного дизайну як соціально-культурного і цивілізаційного феномена доцільним буде застосування підходу А.Спіркіна, якій відображено у філософському словнику, що неодноразово перевидавався у 1997 – 2001 р. [8]. Спираючись на вчення І.Канта та інших мислителів, А.Спіркін рекомендує використовувати поняття **«культура»** переважно тоді, коли мова йде про духовну культуру, а слово **«цивілізація»** – коли розглядається науково-технічний прогрес, матеріальне виробництво [9]. Саме тому, коли філософи і культурологи розглядають цивілізацію як стадію розвитку культури, її матеріальний і соціальний аспекти, то й дизайн слід розглядати як матеріальне, соціальне, культурне і цивілізаційне явище. Отже, матеріальна культура (цивілізація) і духовна культура впливають на розвиток дизайн – діяльності, який переважно йде висхідною, але не прямою лінією. Крім того, в окремі епохи переважає рух до цивілізації, який нерідко супроводжується зневагою до духовних цінностей, а в інші епохи – до культури, що відбивається і на розвитку дизайн – діяльності як складного, дискретного, суперечливого прогресу.

Аналіз дизайну як соціального, культурного і загальноцивілізаційного явища є зразком того, що розвиток цивілізації, науково-технічного прогресу приводять суспільство і особу до потреби в розвитку духовної культури і навіть до того, щоб у трудовій діяльності вимоги високої дизайнерської культури були пріоритетними в умовах руху суспільства до соціально-орієнтованого. Поняття «дизайну» виражає одночасно найвищу цінність і найвищу мету людини, проте ця граничність дизайну є конкретно – історичною. З кожною новою епохою вона видозмінюється, причому, відбувається переоцінка, уточнення, конкретизація фундаментальних цінностей і цілей дизайну. Концепція дизайнерської діяльності ніколи не залишалася незмінною, оскільки історія людства не знала статичних соціальних ідеалів, які застигли у власній досконалості. Відповідно до принципу історизму, що є одним з найбільших відкриттів соціально-філософської думки, жоден концепт дизайну не може бути створений одного разу і на всі часи, а його «вічність» полягає в тому, що людство має потребу в соціальному ідеалі. Образ бажаного ідеалу дизайну (дизайнерської діяльності, дизайнерської творчості) є невід'ємною приналежністю людини, людині завжди потрібна опора на певні дизайнерські цінності. Дизайн, як правило, виражає спрямованість у

майбутнє, вільну від негативних нашарувань минулого і сьогодення. Звідси важливість розгляду дизайну під кутом зору темпоральності, взаємозв'язку минулого, теперішнього і майбутнього.

Будь-яка форма національного дизайну відображає окремі атрибутивні властивості, тенденції об'єктивної дійсності, що базуються на певних знаннях. Разом з тим, сучасний стан теоретико-філософського знання визначеністю ніяк не відзначається. Причиною, яка ставить під сумнів універсальність будь-якого дизайнерського ідеалу, пов'язана з тим, що світ радикально змінюється, особливо в епоху глобалізації. Саме тому етнонаціональна сфера, в контексті якої розвиваються національні сфери дизайну, надає державі «укоріненості» в життєдіяльності нації, етносу, слугує державницькій спрямованості національного поступу, піднімає національні цінності до меж вселюдських та всенаціональних - як відмічає І.Патлах [10, с. 7].

Соціальна історія стрімко прискорює свою ходу і також стрімко перетворюється в глобальну історію, в контексті якої відбувається еволюція від індустріального (промислового) **до глобального дизайну**. Тому питання сьогодні полягає в тому, чи можна в принципі дизайнерські ідеали, «сконструйовані» у минулі епохи, адаптувати до якісно нового світу, в якому всі країни і народи виявлялися тісно взаємозалежними, оскільки відбулося якісне зрушення у самих основах людського світосприйняття, загальноцивілізаційних цінностей. Без дизайну як відповідної соціальної концепції суспільство не зможе творити і вдосконалювати своє буття, адже невідомі резерви і джерела суспільного самовідтворення, шляхи та лінії колективної творчості. Саме ступінь втілення дизайну в життя слід вважати критерієм переходу від менш «досконалого» до більш «досконалого» стану розвитку суспільства. Таким чином, як у загальній, так і в конкретній формах свого прояву дизайн є продуктом загальнолюдської культури, його сутнісні характеристики потребують насамперед соціально – філософського осмислення, що має вихід у суспільну практику, тобто має праксіологічний характер. Упродовж останніх десятиріч в Україні відбувається глибока соціальна трансформація: утворюються нові економічні, соціально-політичні і духовні реалії, виникають нові елітні, корпоративні й маргінальні субкультури і різноманітні форми соціокультурних об'єднань людей, в тому числі й дизайнерських, які відзначаються різною мірою солідарності, зближення чи відчуження в контексті мови як засобу соціокультурної самоідентифікації особистості [11, с. 1].

Технологічний, мистецтвознавчий, культурологічний підходи до дизайну глибоко і всебічно розроблені в працях Ю.Соловйова, В.Аронова, Л.Безмоздіна, Д.Азрікана, О.Іконнікова, В.Сидоренко, Д.Щелкунова, В.Глазичева, Г.Минервіна, Л.Переверзева, Є.Лазарєва, С.Хан – Магомедова, К.Кантора, Л.Кузьмічова, М.Федорова, Б.Новікова, Г.Сомова, В.Пузанова, В.Рунге, В.Сеньківського та ін. Спроба узагальнюючого огляду тлумачень поняття «дизайн», що використовуються як у межах вітчизняної, так і західної спадщини, підводить до висновку про їх розмаїття та

суперечливість. Специфіка артикуляції дискурсів про дизайн як соціальний феномен зумовлюється як рисами модерністського способу рефлексії, властивими західноєвропейській традиції дизайну, так і особливістю процесу історичного відродження українства. Відповідно, ідіоматичні виміри (суттєві, значущі, унікальні індивідуальні особливості) сучасного дискурсу про дизайн виступають підґрунтям для виокремлення наступних типів дискурсу в межах українського комунікативного простору:

1) **«ціннісного» типу дискурсу**, завдяки впливові основних архетипичних конструктів українського дизайну, являє собою модифікацію особливостей «романтичного ренесансу», класичного ціннісного підходу до дизайнерської діяльності, в межах якого поняття «дизайн» застосовується для визначення творчого підходу до дійсності;

2) **«системного» типу дискурсу**, в межах якого дизайн розглядається як універсальний принцип самоорганізації суспільства; специфічною характеристикою дизайну в цьому плані вважається здатність використовувати «культуру дизайну» в якості системотворчого інструмента, здатного сприяти самореалізації людини;

3) **подоланню роздоріжжя філософського плюралізму**, що здатен сприйматися швидше як хаос думок, сприяє формуванню **парадигмального підходу**. Під філософською парадигмою, продовжуючи лінію Т.Куна, розуміється певний тип філософського мислення, інтелектуальний і культурний «клімат» конкретно – історичного суспільства, інтелектуально – культурний дух, що надає змісту розвитку тієї чи іншої галузі знань.

Різноманітність вузькопрофесійних рекомендацій не виростала в серйозні теоретико-філософські дослідження (Всесоюзний науково – дослідний інститут технічної естетики), а лише в розрізнені науково – практичні записки щодо розвитку тих чи інших сторін дизайнерської діяльності. Інформація про дизайн за кордоном була представлена доробками Г.Земпера, З.Бегенау, В.Гропіуса, Ле Корбюзь'є, Дж. Нельсона, Дж. К.Джонса; серія «Дизайн за кордоном» вміщала ряд статей, що виходила у ВНДІТЕ. Завдяки філософам, дизайн стає планетарним соціокультурним явищем людини, здатним до самоздійснення, до воління жити творчою працею і розвиватися в дизайні і через дизайн, до зусилля волі задля власного і суспільного добробуту, сформуванню буття як дизайн. Саме тому діяльність людини детермінується власними інтересами і потребами, реалізуючи власну сутність і свій розум. «Я» має знайти, відкрити для себе смисл буття, у власній дизайнерській діяльності. Завдяки дизайну людина створює свій світ у творчих діяннях власного «Я»; постає як творець (власне «Я»), що набуває в цьому процесі істинної **гідності**, а саме в дизайні людське життя сприяє становленню людини і людського в її спрямованості до себе як особистості. Саме в цьому сенсі **дизайн** слід розглядати **як вагомий** чинник суспільного прогресу, який виступає одночасно складною формою соціокультурних синтезів, де репрезентуються ті чи інші риси соціального поступу як окремої країни, так і всього людства.

Дизайн як складна динамічна система являє собою **дворівневу модель**, самоорганізація та еволюція якої визначається двома групами факторів: **внутрішніми**, генетично обумовленими, і **зовнішніми** впливами середовища. Іманентні фактори, що відповідають рівню моделювання, забезпечують стійкість системи. Подальший стійкий розвиток суспільства можливий лише на основі соціокультурного коригування техніко – економічних **принципів** і способів розв'язання проблем. Проникнення дизайну в усі сфери функціонування суспільства, в індивідуальну і суспільну свідомість обумовлює принципову зміну самого **механізму** не лише індивідуального, а й суспільного світосприйняття. Поступальний розвиток творчої демократії визначається зростанням її організованості, ступенем цілісності, підвищенням ступеня організованості і відкритості, надійності; збільшенням можливостей вирішувати складні соціальні проблеми та долати суспільні кризи [12, с. 3].

Серед західних дослідників найбільший інтерес представляють роботи авторів, що присвятили свої праці проблемам сучасної філософії техніки, методології культури і наукового пізнання: Г.Маркузе, Г.Рід, Ф.Рапп, М.Мак–Люен, Ю.Хабермас, Д.Белл, А.Тоффлер, Т.Парсонс, П.Фейерабанд, І.Лакатос, Т.Кун, К.Поппер, Р.Барт, П.Вірільо, Ж.Бодрійяр, Г.Гессе, П.Рікер, Б.Фуллер, Ж.Дерріда, К.Хюбнер, О.Хакслі, Е.Фромм, А.Банфі, М.Вебер, Ж.Піаже, З.Бегенау, І.Тен, Г.Земпер та інші. Теоретико-методологічне обґрунтування поняття дизайнерських цінностей можна зустріти у працях М.Бердяєва, Е.Фромма, В.Франкла; аксіологічний драматизм характеризують роздуми М.Вебера, А.Швейцера, О.Шпенглера, К.Ясперса, К.-Г. Юнга, А.Камю, Г.Ріккєрта, В.Дільтея, Т.Парсонса, П.Сорокіна. В усі періоди існування людства актуальною була і залишається дотепер проблема перетворення потенції в акцію, духовної сутності в зримі предметно-соціальні та предметно-речові форми. Ось чому в умовах перехідного стану сучасного українського суспільства та докорінної зміни світоглядно-мотиваційних засад людської свідомості слід всебічно розвивати концепцію духовно-соціальної сутності людини, створювати всі необхідні умови для того, щоб вона у своєму житті реалізувала головне своє покликання – самопізнання, детермінуючи розвиток суспільства народною мудрістю як фактором духовної єдності суспільства – як відмічає Г. Макушинська [13, с. 2].

В сучасній соціально-філософській літературі існують різні підходи до розкриття сутності сучасного дизайну, його структури, функцій, напрямків розвитку. Дослідження загальних проблем дизайн – діяльності були здійснені провідними російськими і українськими вченими, такими як А.Уйомов, К.Любутін, В.Штофф, В.Швирьов, І.Лойфман, А.Перцев, Н.Брянкі, В.Кемеров, В.Кім, В.Копалов, Д.Пивоваров, В.Плотніков, А.Мосоров, В.Кашперський, В.Байлук, А.Медведев, Ю.Мірошніков, О.Генісаретський, Г.Щедровицький, А.Огурцов, Є.Мамчур, Л.Коган, Д.Горський, Ю.Легенький, В.Косів, П.Татіївський, Ю.Д'яченко, Д.Крвавів та інші.

Важливе значення для побудови логіки наукового дослідження в контексті культурних шляхів удосконалення духовного зростання

особистості мали роботи В.Андрущенко, В.Данилова – Данільяна, Л.Кривеги, В.Беха, В.Воловика, Р.Додонова, В.Жадька, В.Воронкової, С.Анісімова, А.Єрмоленка, В.Табачковського, Ю.Легенького, М.Михальченка.

Процеси трансформації типів цивілізації та закономірності їх розвитку через призму дизайнерських цінностей розглядаються у роботах Г.Гудожника, Г.Ділігенського, Г.Клімової, М.Мойсеєва, Б.Новікова, Л.Олеха, Ю.Павленка, Н.Полякової, Ю.Яковця та інших науковців.

Механізм взаємозв'язку між людиною та суспільством досліджується зарубіжними вченими - А.Камю, С.Франклом, Е.Фроммом, М.Хайдеггером, Т. де Шарденом, К.Юнгом та іншими дослідниками, які намагаються проаналізувати різні аспекти процесів взаємодії та взаємовпливу людини і соціуму, що корегує традиційні уявлення про суб'єктивну реальність. Сучасні дослідження розкривають різноманіття форм і змісту психічної діяльності, складну типологію станів самої психіки, що корелюють цю діяльність. Глибинні психологічні узагальнення доставляють матеріал, який можна розглядати як такий, що не укладається в наявні категоріальні схеми психічного, а це, природно, припускає необхідність принципово нових рішень. Україна своїм стрімким розвитком вривається в європейський світ, вона гостро потребує ефективних інноваційних дизайнерських стратегій у галузі економіки, техніки, будівництва, архітектури тощо. Особливий напрямок дослідження дизайну – мистецтвознавський, серед якого слід назвати твори Ю.Легенького, що досліджує дизайн в контексті естетико-культурологічного дискурсу, зосереджуючи увагу на дизайні моди ХХ століття, що розглядається в культурно-історичній перспективі [14]. Дослідження досягнень вітчизняної та зарубіжної філософської думки у контексті діалогу культур є плідним методом поглиблення уявлень про національно-своєрідний і універсальний характер духовних цінностей. Варіативність зовнішніх форм дизайн – культур детермінує необхідність їх кореляції, інваріативність ціннісного ядра дизайнерської культури, що обумовлює можливість пошуку рівноваги в її розвитку і становленні. Осмислення інваріантного і варіативного у духовному освоєнні дизайн – культур є необхідним теоретико – методологічним чинником здійснення конструктивного діалогу, розуміючи творчість як натхнення, досліджуючи глибинні психологічні узагальнення, які доставляють матеріал, що можна розглядати як такий, що не укладається в наявні категоріальні схеми психічного, що, природно, припускає необхідність принципово нових рішень-як відмічає М.Голуб [15, с. 1].

Формування в Україні нової соціально-епістемологічної думки (С.Кримський, Ю.Павленко, О.Кривуля), антропологічної (В.Горський, Н.Хамітов, В.Табачковський, І.Бондарчук), когнітивної (Ю.Канигін, Ю.Яковенко, О.Рубанець), посилення ролі постмодерністської філософії (В.Лук'янець, О.Соболь, С.Жеребкін) – посилює інтерес до дизайнерської творчості, діяльності, активності. Стан сучасних дизайнерських досліджень дозволяє з нових позицій розглянути феномен дизайну через потреби, інтереси, цінності, мотивацію, щоб виявити національну стилістику і

жанрову різноманітність дизайн – продуктів, що породжені як споживацькою психологією, так і творчим самовтіленням людини у дизайн – продуктах, пояснити еволюцію творчості, процес створення новітніх концептуальних моделей, спрямованих на національну, історичну, просторову самоідентифікацію. Сутність і особливості феномена дизайнерського нонконформізму спрямовані на виявлення національної основи дизайнерської діяльності в контексті відновлення засад вільної, незаангажованої особистості та мистецької свободи, що дозволило експериментування з матеріалами, техніками, предметами, стилями. Значення українського нонконформізму полягає в тому, що в контексті даного підходу долаються стандарти стереотипного догматизму і взамін цієї безособовій формі надати особову, індивідуальну і тим самим діалектично змістовну [16].

Підґрунтям для розробки **ментальності**, дизайн – діяльності і дизайн – культури слугують роботи М.Поповича, В.Горського, В.Табачковського, роботи із соціальної філософії Г.Горак, Р.Додонова, М.Мокляка, В.Жадька, Т.Ящук, політологічні студії І.Грабовської, В.Скуратівського, С.Павлюка, М.Коваль, О.Шейко, В.Манжури та інших. Категорія національного менталітету і його впливу на розвиток дизайнерської діяльності окреслює цілісний спектр етнопсихологічних і етносвітоглядних вимірів етноісторичного буття народу, його онтосу, виступаючи синтезуючою ланкою різновиявів етнодизайнерського духу. Саме ця здатність національного менталітету до універсалізму або до охоплення всіх без винятку сфер «душевно – духовного» життя етносу є підставою для його надзвичайно широкого наукового вжитку [17]. Вітчизняні вчені вбачають в національному менталітеті **духовну силу**, здатну впливати на розвиток етнодизайн – діяльності, етнодизайн – культури, етнодизайн – психології.

Серед праць, що тією чи іншою мірою характеризують проблеми **творчості**, слід відзначити монографічні дослідження О.Єрминова, Н.Дмитрієвої, А.Мойсєєвої, Б.Новикова, І.Бичка, А.Бичко (розглянуто тлумачення свободи), О.Андрєєва. В контексті дослідження дизайн – діяльності **творчий** підхід є найбільш продуктивним, адже творчість – це діяльність людини, що створює нові дизайн – об'єкти і якості, схеми поведінки і спілкування, нові зразки і знання. В різні епохи на перший план виходили різні аспекти творчості: об'єктний, інформаційний, комунікаційний, особистісний. В контексті соціально-філософського підходу творчість направлена на аналіз психологічних і психічних чинників суб'єктивної реальності, людини як суб'єкта родового життя, на пошуки можливостей і шляхів її саморозвитку, що пов'язано з переходом суб'єкта з модусу споглядання до модусу діяльності. Національна психологія – це взаємозумовлена єдність національного духу, національної самосвідомості, національних почуттів і національного характеру, що розкривається в синтезі філософського, релігійного і наукового знання в контексті національно-державного будівництва-як відмічає Ю.Римаренко [18, с. 5].

Окремі аспекти соціально-філософського дискурсу феномена дизайну як соціального явища знайшов відображена в творах Л.Безмоздіна,

В.Бичкова, Н.Воронова, О.Генісаретського, В.Глазичева, А.Дижура, Г.Мінервіна, Л.Новікової, С.Хан-Магомедова, Л.Холмянського, А.Щипанова, Є.Циганкової, М.Кагана та інших. У філософській літературі останнім часом формує концепція онтологізації **«духу народу»**, що детермінує дизайнерську діяльність як «дух народу» (тобто індивідуальну етнічну свідомість), в якій були сконцентровані фундаментальні психологічні риси кожного народу, здатні, за потреби, проявитись в усіх соціально-політичних та культурних реаліях **його буття**. Мова дизайну – це першооснова його духу, а межі розширення – кордони нації. Народний дух – це вищі психічні процеси, що виникають у процесі спільного життя членів етносу, сукупний зміст душевних переживань, відчуттів, прагнень. **Дух історії** – це науковий метод, який розглядає історію дизайнерської культури як **історію духу**; матриця «духу народу» – еталон характерних властивостей народу в констеляції з феноменами соціуму, екзистенції, людини, світу. Історію дизайну слід розглядати як наслідок менталітету народу, детермінованого психологічними чинниками етносу (Р.Додонов, І.Патлах, Г.Макушинська).

Підвищений інтерес до аналізу дизайну викликає аналіз економічних причин, що знаходять відтворення в працях М.Перовича, Я.Певзнера, Д.Петрова, Є.Леонтьєва, А.Анікіна, Л.Мендельсона; розкриттю соціально – економічної сутності дизайну присвячені праці зарубіжних авторів – Г.Ріда, Дж. Глоага, Дж. Нельсона, Т.Мальдонадо. **Саме інтереси** є сполучною ланкою взаємозв'язку економіки і дизайну, залишаючись формою вияву економічних інтересів і базовим елементом формування підприємницького інтересу (Л.Кривега, А.Косих, В.Зубов). Єдиною суттєвою зв'язуючою ланкою економіко – дизайнерських відносин є **людина**, яка є сукупним носієм всієї суспільної системи в цілому. Вона виступає суб'єктом всієї сукупності інтересів, потреб, волі, бажань, ідеалів, переконань, цінностей, прагнень, які відіграють ключову роль у формуванні цілісної дизайнерської системи, сполучної з економічною, соціальною, духовною. Вплив економічної системи на дизайнерську виявляється в тому, що рівень і стан економіки ініціюють і стимулюють заходи по розвитку дизайнерської діяльності. Високий рівень розвитку країни стимулює високий рівень розвитку дизайну. Таким чином, залежність дизайнерської системи від економічної має об'єктивно **необхідний характер**, адже жодні дизайнерські перетворення неможливі без економічних трансформацій. Як відмічає В.Зубов, «Підприємство взагалі і підприємці зокрема здійснюють все більший вплив на темпи суспільного розвитку, на визначення напрямів і методів управління соціальними процесами» [19, с. 1].

Специфіка соціального буття дизайну є основою соціально – філософської парадигми сучасного дизайну. У зв'язку із загостренням відносин між суспільством і природним середовищем з'явилося ряд праць, присвячених **екологічному дизайну** - О.Генісаретський, В.Папанек, Ю.Шатін, Н.Маньковська, Т.Мальдонадо, М.Кисельов, Ф.Канак, О.Добридень, зміст яких детермінований екологічною онтологією. Дизайн, сформований в умовах певної екосистеми, являє собою сукупність людей і предметів, що утворюють систему закономірно пов'язаних між собою

біотичних та абіотичних явищ і процесів. Дизайнерські екосистеми включають у себе екосистеми заповідників, національних парків, заповідно – мисливських господарств, санаторно – курортних зон, які завдяки дизайнерській обробці сприяють збереженню унікальних природно – територіальних комплексів, охороні ресурсів біосфери, забезпеченню екологічних умов та умов їх еволюції, екології дизайну, що розвивається в умовах подолання глобальних систем, охорони природного середовища як сукупності заходів, підпорядкованих цілям збереження оптимального стану навколишнього середовища, що породжує термін «екодизайн». Як відмічає О. Добридень, «Соціально-філософське осмислення екологічних проблем дає можливість розкрити соціоприродні процеси в контексті різних сторін суспільного буття, їх комплексний і глобальний характер [20, с. 1].

У дизайнерській діяльності велику роль відіграє **спілкування**, що розглядається: з точки зору комунікації (Ю.Прилюк, Б.Родіонов, В.Соковнін); спілкування як форми суспільних відносин (А.Резаєв, Л.Буєва, Є.Злобіна, Ю.Андрєєв); спілкування як діяльності (М.Дьомін, І.Ватін, М.Каган, В.Швирьов, Г.Арсентьєва), оскільки є засадничою основою дизайн – діяльності як особливого виду сумісної діяльності людей. Основою культури життя людини є **спілкування**, яке надає життєздійсненню полілогічного характеру, сприяє нарощуванню смислового змісту. Екзистенційність буття людини в культурі визначає нелінійність індивідуального розвитку, множинність шляхів та способів самотворення особистості. При цьому аксіологічність можливих виявів людської активності стає помітною саме через дизайн як сутнісне підґрунтя культури. В культурі життя формується індивідуальна дизайнерська культура, що являє собою персоніфікований дизайнерський досвід людини. В структуру дизайнерського спілкування входять: суб'єкти з їх інтересами, потребами і мотивами; об'єкт спілкування як те явище, яке фокусує активність взаємодіючих суб'єктів; діяльність кожного учасника спілкування, спрямована як на об'єкт їх спільного комунікативного інтересу, так і на один одного. Атрибутами суб'єкта є свободна активність, унікальність, неповторність і незалежність. Об'єкт, на який націлена дизайнерська діяльність, розглядається у своїх типових якостях, він не має власної свободи і є предметом прикладання активності суб'єкта.

Слід також відмітити, що поняття **свободи** як єдності процесів предметно – практичного засвоєння та соціалізації суб'єктів суспільних відносин відіграє значну роль при усвідомленні «людського досвіду», виборі творчого шляху. З цієї точки зору можна виділити наступні підходи, що тією чи іншою мірою змагаються поміж собою в контексті аналізу проблем самореалізації людини в творчості, активності, діяльності:

- персоналістичний підхід (В.Андрущенко, І.Берлін, І.Бойченко, Б.Грушин, Ф.Лазарев, Г.Левін, І.Прокопчук, В.Рьод, Е.Фромм, С.Цалін);
- ціннісний (В.Гуторов, В.Денисов, С.Левицький, К.Поппер, В.Речицький, В.Скиба, В.Хмель);
- соціогенетичний (Є.Андрос, І.Кальной, Б.Капустін, Дж. Кемпбелл, В.Козловський, В.Коцюбинський, С.Крапивенський, В.Малахов, І.Новик,

Л.Кривега, В.Плахотний, О.Соболь, В.Судакова, В.Воронкова, В.Табачковський).

З практично-світоглядної точки зору аналіз дизайну як вільного вибору людиною смислу життя та самореалізації пов'язаний з процесом освоєння найближчих предметних умов (свободи волі), соціалізації як сукупності конкретних проявів свободи (свобода як можливість індивіда активно соціалізуватись); свобода як співвіднесеність з залежністю від змісту суспільних відносин), що в цілому сприяє розкріпаченню духу, формуванню вільної особистості в свободі і творчості виробленню засад комунікативної дії, як відмічає А.Єрмоленко [21].

Складність феномена **дизайну**, багатоманітність його дефініцій зумовлюють необхідність вибору **базових категорій**, які дали б змогу синтезувати усталені підходи щодо аналізу дизайну і визначення його специфіки в контексті соціального буття. В цьому відношенні можна скористатись синергетичним поняттям **самоорганізації**. Розкриваючи універсальні закономірності розвитку складних систем, воно робить можливим з'ясувати сутність **дизайну**, його призначення у системі соціального буття. Визначення дизайну через **самоорганізацію** дає змогу пов'язати його з важливими чинниками розвитку сутнісних сил людини, її родової сутності. Інформаційна надмірність людини виявляє недостатність біологічних способів регулювання життя і потребує якісно відмінних **механізмів** його організації [22]. Генеза соціальності зумовлена розвитком дизайну як способу самоорганізації людського буття. Дизайн задає певні спрямування людській креативності, регулюючи інформаційний обмін людиною й довкіллям. Активізуючи мисленнєві процеси, дизайн ініціює розвиток засад соціальності людської свідомості та діяльності і продовжує, тим самим, процеси природної самоорганізації. Дизайн як процес виступає фундаментальним **неентропійним** чинником людського життя, здійснює генерацію сенсового змісту соціального буття через індивідуальний розвиток, сприяє творчій реалізації людини в межах соціуму. На цій підставі **дизайн** можна визначити як духовно – практичний спосіб самоорганізації людського життя, спрямований на осмислення, збереження й розвиток людини й суспільства і виражений в результатах дизайнерської діяльності, що перетворює людину і суспільство. Відбиваючи сутність дизайну у цілісному сенсі, поняття **самоорганізації** передбачає визначення дизайну також через інші категорії – свободи, творчості, мотивації, діяльності, самореалізації, що сприяє виявленню таких аспектів дизайну, як **діяльнісний, ціннісний, мотиваційний**, розвиваючи особистий сенс соціального буття культури, як відмічає І.Доннікова [23, с. 5]. Соціальне буття дизайну постає надіндивідуальним утворенням, системою особистісних сенсів життя, сутність яких в актуалізації індивідуально – неповторного стилю існування людини. Коли дизайн виявляється іманентним способом буття людини, в ньому створюються умови для власного індивідуального і неповторного розвитку, що виявляє екзистенціальну сутність людського буття, яка зумовлює **антропогенний характер дизайну** і плюральність співбуття її унікальних форм.

Аналіз засвідчив, що специфіка соціального буття дизайну зумовлена його сутністю як **способу буття людини**. Дизайн є продовженням процесів природної самоорганізації на соціальному рівні, виявляючи іманентний зв'язок між дизайном та людською сутністю, культурогенний і антропогенний характер людського буття. В соціальному бутті дизайну створюються умови для творчої реалізації індивіда та розвитку соціуму в цілому. Призначення соціального буття дизайну полягає у збереженні в його надіндивідуальних формах особистісних сенсів, забезпеченні персоніфікації його об'єктивного і суб'єктивного змісту. Дизайн – це такий соціальний феномен, якому властиві відтворення власної матеріальної і соціально – культурної структури відносин на основі пріоритету притаманних їй духовних норм, цінностей, ідеалів і життєвих цілей. Поняття «дизайну» включається в термінологію багатьох наук, оскільки воно наділене широким полісемантичним змістом, яке в різних теоретичних контекстах визначається як: етап, стадія, цикл, віха, рівень розвитку історії чи суспільства; якісний перехід від «передісторії» (варварства і дикості) до історії; локальний вид національного дизайну чи локально – історичний тип; у зіставленні з культурою – як тотожність, самоусвідомлення культури, її заперечення; вища, практично втілена культура; якісна спрямованість соціального буття; технологічно вищий етап виробництва; етикет поведінки з акцентом на самозбереження соціуму; спілкування як найвища цінність буття, завдяки якому конкретно-історичні особливості культури, її національно-етнічна і стратифікаційна специфічність «транслуються» у способи людського впливу на навколишній світ.

Термінологічно поняття «дизайн» стало використовуватися у XVIII ст. й мало неоднозначний зміст: для німецького романтизму дизайн уособлює представників консервативної аристократії, який критикувався ними з боку «культури» як втілення свободи й незалежності; для французьких просвітителів дизайн був ідеалом і виразником естетичних смаків. Концептуалізація дизайнерської культури в соціальній філософії починається з Т.Гоббса, коли дизайн починає розумітись як процес руху від «природного стану» до «культурного стану». Найпоширеніше у XIX ст. ідеї Т.Гоббса розвинув Т. Дж. Колінгвуд, який відмічав, що дизайн являє собою процес нескінченного наближення до ідеального стану (суспільства громадян, що вільно самовизначаються) і віддалення від іншого ідеального стану, який заперечує вищезазначений (варварства – несоціальної спільноти). У М.Данилевського – дизайн є результатом змін культурно-історичних типів; у О.Шпенглера – як закономірний наслідок органічних циклів еволюції будь-якої культури – від сходження (власна культура) до етапу її падіння (цивілізації), в контексті яких розвиваються і різні моделі дизайнерської культури та діяльності. Саме дизайнерський рух, що виник в контексті гуманітарного руху, свідчить, що це була діяльність дизайнерів епохи пізнього європейського середньовіччя, які започаткували відродження (у вузькому значенні); діяльність прибічників вирішення будь-яких проблем гуманними (культурними) засобами, сповідування ідей про людину як вищу самодостатню цінність (у широкому розумінні). В основі

діяльності сучасних вчених були такі ідеї, як звеличення людини, її індивідуальності, тілесних потреб, насолоди у тлінному світі.

Значимість аналізу соціально-філософської парадигми дизайну впливає перш за все з його **функцій**, які можна визначити таким чином:

1. **Теоретико-пізнавальна** – йдеться про вивчення, аналіз, синтез, узагальнення і роз'яснення основних закономірностей розвитку й функціонування дизайну та різних теорій і концепцій дизайнерської діяльності, культури, творчості.

2. **Методологічна** - передбачає визначення засобів, методів і принципів пізнання та впливу на етнодизайнерські процеси, розробку й уточнення понятійно-категоріального апарату дизайнерської науки та за його допомогою формування законів і тенденцій філософської парадигми дизайну.

3. **Функція моделювання** - йдеться про розробку формальних, евристичних, математичних та інших моделей дизайнерських процесів; пошуки в цьому напрямку ведуться і зарубіжними, і вітчизняними вченими.

4. **Інтеграційна** - передбачає інтегрування знань, набутих іншими загальними науками і перш за все різними дизайнерськими напрямками, що розробляються в контексті всієї системи соціально-гуманітарних наук – філософії дизайну, етнодизайну, соціології дизайну, економіки дизайну тощо.

5. **Світоглядна** - полягає в тому, щоб впливати на формування дизайнерської свідомості і культури, дизайнерської орієнтації та поведінки окремих осіб, спільнот, груп.

6. **Прогностична** - головним завданням є передбачення наслідків тих чи інших рішень, виконання планів, впровадження в життя різноманітних теорій і концепцій.

7. **Прикладна** - її сутність у тому, щоб на основі пізнання законів розвитку дизайнерських процесів виробляти рекомендації для практичної дизайнерської політики.

Висновки

Соціально-філософська парадигма сучасного дизайну зводиться до аналізу:

- а) про людину як абсолютну універсальну цінність;
- б) про свободу як умову розкріпачення духу особистості;
- в) про творчість як умову творчого самопіднесення особистості;
- г) про суб'єкта дизайнерської діяльності як соціальної спільноти людей;
- д) про дизайн як соціальний феномен, в якому поєднуються інтереси, потреби, цінності, мотиви.

Важливою для розуміння дизайну як соціальної, загальноцивілізаційної і культурної цінності є рефлексія, що виходить на людину, свободу, творчість, діяльність, цілісне бачення соціального буття в його матеріальній і духовній єдності. Це дає змогу по-новому трактувати низку ключових положень філософії, економіки, соціології, філософської антропології, етнології, технології дизайну. Причому категорія «дизайн»

належить до базових, оскільки вона пронизує людські потреби, інтереси, мотиваційні фактори. Взаємозв'язок індивідуального й соціального буття дизайну виявляється у соціокультурній динаміці, яка здійснюється як зміна парадигм, актуальний вектор соціального розвитку, що розвивається як інтегративна взаємодія індивідуальних життєвих сенсів, і визначає перспективу культурного поступу людства.

Ментальність розглядається як база («методологічне поле») для вивчення дизайнерських процесів, діяльності, культури, яка безпосередньо впливає на формування дизайнерської парадигми та виступає як своєрідний культурний «ефір» функціонування компонентів дизайнерської системи. Специфіка затребуваної людської індивідуальності та нового громадянського суспільства розкривається через поняття «дизайн» як специфічний спосіб буття людини. Його органічність створюється екзистенційним розвитком у соціальному бутті дизайну як особливому духовному просторі культурного буття особистості. Національний менталітет, що детермінує етнодизайнерські системи, нерозривно пов'язаний з історичними та культурними умовами становлення нації. Культуротворчим значенням для людини наділяється усе розмаїття життя, що має особистісний сенс; становлення суб'єктивності, що є індивідуальним процесом самоорганізації життя у дизайні як системі ціннісних орієнтацій людини.

Сутність соціального буття дизайну визначається специфікою взаємозв'язку культури та людського існування, постає духовно – практичним способом самоорганізації людського життя, спрямованого на становлення і розвиток соціального буття. Іманентний зв'язок дизайну з людиною зумовлений відкритою й суперечливою людською сутністю; це надбіологічний феномен, пов'язаний із функціонуванням свідомості, що визначає параметри розвитку соціального буття через становлення індивідуальності. Таким чином, буття людини сутнісно збігається з буттям дизайну. Соціальне буття дизайну є надіндивідуальною, багатовимірною системою, що виникає як наслідок актуалізованих сенсів людського буття, осягає всі його форми – природу, людину й суспільство тією мірою, якою вони залучені до сенсового простору культури. Сутність соціального буття дизайну набуває екзистенціального характеру та індивідуально-неповторних рис його прояву. Соціальне буття дизайну виявляє себе не тільки як зовнішні умови розвитку індивідуального дизайну, але, перш за все, як процес континуального співрозвитку людини та світу.

Перспективи подальших наукових досліджень:

- ✓ аналіз проблем глобалізації в інших сферах дизайнерської діяльності;
- ✓ пошуки нових шляхів оптимізації сучасного дизайну;
- ✓ аналіз проблем регіонального дизайну в умовах глобалізації.

Джерела

1. Бойченко І.В. Філософія історії: Підручник. – К.: Т-во «Знання», 2000.- 723 с. (Вища освіта ХХІ століття).

2. Лещенко Л.Ю. Культурно – історичний контекст становлення європейської раціональності: Автореф. дис... канд. істор. наук: 17.00.01 / Київський національний університет культури і мистецтв. – Київ, 2003. – 20 с.
3. Корженко В.В. Філософські рефлексії виховання: парадигмальні зміни у контексті соціальних практик: Автореф. дис... доктора філос. наук: 09.00.03 / Інститут філософії ім. Г.С. Сковороди Національної академії наук України. – Київ, 2001. – 34 с.
4. Баранцева К. К. Еліта як духовно – інтелектуальний феномен (соціально – філософський аналіз): Автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.03 / Інститут філософії ім. Г.С. Сковороди Національної академії наук України. – Київ, 2001. – 20 с.
5. Грецова О.Г. Людина як мета і предмет соціально – філософської рефлексії: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 2003. – 19 с.
6. Курбатов О.Г. Проблема душевної гармонії особистості в умовах духовної кризи суспільства: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03/Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 2000. – 19с.
7. Энциклопедический словарь по культурологии /Под общ. ред. А.А. Радугина. – М.: Центр, 1997. – 478 с.
8. Философский энциклопедический словарь. – М.: ИНФРА – М, 2000. – 576 с.
9. Спиркин А.Г. Философия: Учеб. – М.: Гардарики, 1999. – 816 с.
10. Патлах І.М. Національний менталітет як об'єкт етнополітологічного аналізу: Автореф. дис... канд. політ. наук: 23.00.05 / Національна академія наук України Інститут держави і права ім. В.М. Корецького. – Київ, 2002. – 16 с.
11. Кургузов А.О. Мова як засіб соціокультурної самоідентифікації особистості: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03. / Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 2004. – 16 с.
12. Удовика Л.Г. Діалектика моралі і права у розвитку демократії: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03. / Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 1998. - 17 с.
13. Макушинська Г.П. Народна мудрість як фактор духовної єдності суспільства: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03. / Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 2003. – 16 с.
14. Легенький Ю. Дизайн: культурологія та естетика. – К.: КДУТД, 2000. – 272 с.
15. Голуб М.М. Трансуб'єктивний аспект внутрішньої реальності (філософський аналіз): Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.01. /Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського. – Сімферополь, 2004. – 20 с.
16. Медведєва Л.В. Сильова еволюція творчості В.І. Зарецького в контексті мистецького нонконформізму 60-80-х років ХХ століття: Автореф. дис... канд. мистецтв: 17.00.01 / Київський національний університет культури і мистецтв. – Київ, 2003. – 20 с.

17. Бичко А. Менталітет української нації, український менталітет // в кн.: Етнонаціональний розвиток України:б терміни, визначення, персоналії. /Відп. ред. Римаренко Ю.І., Курас І.Ф. – К., 1993.
18. Національно – державна будівництво: Концептуальні підходи, сучасна наукова література /Ю.І. Римаренко, І.Ф. Курас, Ю.С. Шемшученко та ін. За ред. Ю.І. Римаренка. – К.: Довіра, 1999. – 559 с.
19. Зубов В.О. Підприємницький інтерес: соціально-філософський аналіз: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03 /Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 2004. – 15 с.
20. Добридень О.В. Соціально-екологічні відносини: сутність, формування та шляхи вдосконалення: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03 /Запорізький державний університет. – Запоріжжя, 2004. – 15.с.
21. Єрмоленко А.М. Комунікативна практична філософія. Підручник. – К.: Лібра, 1999. – 488 с.
22. Воронкова В.Г. Свобода // Політологічний енциклопедичний словник /Упорядник В.П. Горбатенко, За ред. Ю.С. Шемизченко, В.Д. Бабкіна, В.П. Горбатенка. – 2-е вид., доп. і перероб. - К.: Генеза, 2004. – 736 с.
23. Доннікова І.А. Особистій сенс соціального буття культури: Автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03. /Південноукраїнський державний педагогічний університет (м. Одеса) ім. К.Д. Ушинського. – Одеса, 1999. – 16 с.

Стаття надійшла 17.05.2008 р.