

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені М. П. ДРАГОМАНОВА

БАРНА Наталія Віталіївна

УДК 008: 312.421

**ЕСТЕТИЧНА ЕВОЛЮЦІЯ ПРОЕКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ
ХУДОЖНЬОЇ КУЛЬТУРИ ХХ-ХХІ СТОЛІТЬ**

09.00.08 – естетика

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора філософських наук

Київ – 2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі менеджмента туризму Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна».

Науковий консультант: доктор філософських наук, професор,
ЛЕГЕНЬКИЙ Юрій Григорович,
Національний педагогічний
університет імені М.П. Драгоманова,
завідувач кафедри дизайну та реклами

Офіційні опоненти: доктор філософських наук, професор
ЛИЧКОВАХ Володимир Анатолійович,
Національної академії керівних кадрів
культури та мистецтв, професор кафедри
естрадного виконання

доктор філософських наук, професор
БРОВКО Микола Миколайович,
Національна музична академія України
імені П.І. Чайковського, професор
кафедри суспільних наук

доктор філософських наук, професор
ПАВЛОВА Олена Юріївна,
Київський національний університет
імені Т.Г. Шевченка, професор кафедри
етики, естетики, культурології

Захист відбудеться «29» квітня 2016 р. об 11:00 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.053.21 у Національному педагогічному університеті імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова за адресою: 01601, м. Київ, вул. Пирогова, 9.

Автореферат розісланий «28» березня 2016 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



І. Б. Остащук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність проблеми. Кінець XX – початок XXI століть позначився складними трансформаціями культури в цілому, що визначається як глобалізаційними процесами, так і гострою трансформацією рефлексивного поля осмислення культурних практик у контексті так званого «візуалізаційного повороту». Змінюються парадигми, типи інтерпретації, бачення, а також прогнозів розвитку культури. Від радикальних заперечень культури, що походять від таких дослідників, як В.Бичков, який визначає феномен «пост-культури», до більш толерантних інтерпретацій культури в плані глобалізаційного простору культуротворчості.

Художня культура трансформується в контексті тих процесів, які вже не можна окреслити межами постмодернізму в цілому. Відбувається входження культури в контекст повсякдення. Це широке поле, пов'язане з інтерпретативним простором культури, що визначається більшою мірою як гештальт, візуальний образ. Отже, увесь контекст культуротворчості свідчить про те, що відбулась так звана криза традиційного мистецтвознавства, на зміну якій пришла строката еkleктична хвиля, орієнтована на соціологічні типи рефлексії. Усіх цікавлять межі інтерпретації мистецтва, межі його функціонування, його соціопрагматика, його самореалізація у просторі культури як такої.

Відбувається складна трансформація теоретичного дискурсу. Так званий «лінгвістичний поворот» усувається «візуальним поворотом». Візуальна культура, візуальні мистецтва, візуальні практики – це широка сфера інтерпретативного простору, який актуалізує проблему сьогоденних дигітальних трансформацій культури, входження цифрових технологій у простір повсякдення і водночас знаходження адекватних теоретичних констант на позначення доміанти теоретичного дискурсу у візуальній культурі як «окуляцентризм» – довіру до образної реальності. Поле рефлексії, пов'язане з інтерпретацією художньої культури, є надзвичайно строкатим. Це переважно психоаналітичні дослідження, неомарксистські інтерпретації культури, а також семіологічний, феміністичний дискурс.

Модус визначення мистецтва і художньої культури як завершеного цілого змінюється, мистецтво трансформується в рамках гострої взаємодії з немистецтвом, культурою повсякдення, масовою культурою. Виникають проміжні жанри, які пов'язують з поп-культурою, нон-дизайном, дизайном у цілому, рекламою, естрадою тощо. Отже, увесь комплекс трансформації культурних практик визначають як «візуальний простір», що має великий контекст віртуалізації та орієнтації на сучасні форми екранної презентації мистецтва. Це відео-арт, нет-арт, медіа-арт, інсталяція, хепенінг, перформанс тощо.

Відбулося гостре позиціонування концепцій теоретиків, які визначають феномен художньої культури в просторі візуальних інтерпретацій і візуальних презентацій. На Заході – це такі теоретики, як Р. Барт, Ж.Дерріда, Ж. Лакан, Гі Дебор, М. Шепіро, Т. Дж. Мітчел, Ж. Бодріяр, Г. Поллок. Проблему серійності у візуальній культурі описали В.Беньямін, А.Базен.

Проте можна стверджувати, що період доміанти кінематографа, а потім уже відео, закінчується. Простір екранного світу заміщується домінантою середовища,

яку можна визначити як візуальний простір середовища в цілому. Це архітектурне середовище, середовище аудіальне, візуальне. Однак ця сфера дисфункції орієнтації у просторі позначена тим, що в ньому спрацьовують імплікації, похідні від категорії «середовище». А це пов'язано з дизайном, з глибинними фундаментальними парадигмами досвіду проектування середовища, які дизайн накопичив протягом століть. Отже, візуальність уже не сприймається як доповнювальний механізм до вербального дискурсу і, певною мірою, стає доміантним типом презентації інформації, орієнтованої на комплекс сучасних арт-практик, найсучасніших мистецтв новітньої генерації таких, як перформанс, хепенінг, ленд-арт тощо. Про це свідчить увесь комплекс мультимедіа та дизайнерський досвід проектування, позначений середовищними презентаціями реклами, що існують у сценічному, архітектурному, ландшафтному та іншому просторі візуалізації інформації.

Стало очевидним, що візуальне мистецтво в широкому контексті – це весь комплекс засобів комунікації сучасних мас-медіа, а також образних реалій культури, пов'язаних з поп-культурою, дизайном, рекламою, модою, архітектурою та іншими формами презентації образності як засобів комунікації. Виникає відповідний напрям соціології візуальної культури. Прихильниками цього типу досліджень є К. Дженкс, Г. Поллак, Ф. Джеймісон, Дж. Вульф та ін. Постає проблема поліфункціональності, поліструктурності презентації інформації, орієнтована на поліваріантність інтерпретації художньої культури, яка певною мірою вже втрачає свою автономність і самодостатність, що завжди пов'язувалися з художнім твором мистецтва.

Входження мистецтва в простір повсякдення зумовлює виникнення нової дисциплінарної матриці, яка презентує теоретичні реалії досить по-різному і орієнтована на прагматику, епістеміологію, семіотику соціального функціонування мистецтва. Соціопрагматика стає сучасним виміром бачення інтерпретації культури, зокрема художньої культури. Тому актуальною є проблема розвитку візуальних видів мистецтв, зокрема, просторових видів мистецтв (архітектури, дизайну, реклами, моди), які як найбільш усталені та орієнтовані на відповідний комплекс сприйняття уможлиблюють визначення простору культуротворення як сучасний транснаціональний художній досвід.

Проте своєрідна соціологізація історії мистецтва постсучасності є вторинним явищем, передумовою якої є досвід вульгарної соціології 20-х 30-х років ХХ століття. Але сьогоднішній вимір соціології мистецтва зовсім інший, позбавлений ідеологізму та орієнтований на прагматику, «теорію споживання» естетичних та культурних цінностей. Це проблема ідентифікації нон-культури, поп-культури, дизайну, нон-дизайну тощо. Інакше кажучи, це диспозиція культурних і позакультурних, або субкультурних реалій, що формуються в рамках сучасних новітніх технологій трансформації образного потенціалу мистецтва.

Так, у рамках неомарксизму Джеймісона, а також у контексті досліджень Гі Дебора висловлюється думка, що виникає певне суспільство вистави. Виникає своєрідна візуальна культура, що стає об'єктом глобалізаційних амбіцій пізнього суспільства, орієнтованого на транснаціонального і транскультурного суб'єкта. Звичайно, масова культура, поп-культура, дизайн, реклама та інші засоби

комунікації, які в художній культурі більшою мірою відповідають глобалізаційним тенденціям, стають найбільш гострим і актуальним полем презентацій сучасних тенденцій глобалізації.

Важливою стає категорія «окуляцентризм», довіра до візуальної інформації. Візуальність як така в контексті масових комунікацій, зокрема мас-медіа, набуває гіперактуальних реалій і сприяє формуванню кліпової свідомості. Ця свідомість орієнтована на певну клішованість, механізми орієнтації і утворення візуальних патернів картини світу, поліваріантний візуальний простір, «плинну форму» тощо.

Важливо, що дизайн як напрям проектної діяльності, пов'язаний з предметним та візуальним світом, рекламою, графічним простором презентації інформації, модою, стає не тільки типом відображення реальності, але й типом її формування. Дизайн створює певний стиль життя, що стимулює зміни і утворює той простір комунікацій, який тією чи іншою мірою стає домінантним.

Дизайн, маючи у своєму арсеналі весь простір сучасних проектних, технічних та інших засобів, стає своєрідним засобом конкретизації проектної діяльності, а також конкретизації моделей споживання, де комп'ютеризація, інформаційні технології уможливають не лише раціоналізацію і збільшення потоку комунікативних інтеракцій, але й презентацію інформації. Дизайн допомагає відчутти наповненість і самодостатність того візуального середовища, яке пов'язане із синтезом мистецтва, передусім, з архітектурою, модою, рекламою тощо.

Однією з найважливіших рис дизайну кінця ХХ – початку ХХІ століть є проблема саморефлексії, монтажної проектності атракторного типу, а також конструктивно-будівної діяльності, орієнтованої на комунікацію, прагматику, на створення іміджів і своєрідних рекламних просторових зон, які можна окреслити як бренди.

Отже, із західних дослідників, які визначають антропний і філософсько-антропологічний контекст досліджень у контексті візуальних мистецтв, варто назвати Г. Маркузе, Г. Ріда, П. Верільо, Ф. Раппе, М. Маклюєна, Ю. Габермаса, Д. Белла, А. Тоффлера, Г. Парсона, К. Мітчела, І. Лакотеса, Т. Куна, Г. Поппера та ін. Із російських дослідників можна назвати вчених, які вивчають соціокультурний і естетичний аспект візуальної комунікації. Це, передусім, О. Генісаретський, Л. Коган, Є. Мамчур, Ф. Мартинов, С. Неретіна, О. Огурцов, А. Уйомов, В. Швирьов, Г. Щедровицький та ін.

Варто також зазначити імена дослідників, які стали родоначальниками теорії дизайну і візуальних мистецтв початку ХХ століття. Це А. Гільдебрандт, В. Фаворський, П. Флоренський, М. Бердяєв, Л. Шестов та ін. Із сучасних праць, присвячених рекламі, дизайну, моді варто назвати дослідження В. Ученової, М. Старих, Є. Сальникової, М. Музиканта, Ю. Легенького, В. Даниленка, О. Шандренко та ін.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційну роботу виконано в межах комплексної програми Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» та науково-дослідної теми Інституту філології та масових комунікацій Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» «Соціально-політичні та інформаційно-комунікаційні

проблеми становлення глобального суспільства» (№ 0/10U006273), а також відповідно до планів наукової роботи кафедри менеджменту туризму Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна», відповідно до наукової теми кафедри «Масово-комунікаційні процеси в сучасному світі». Тему дисертаційної роботи затверджено Вченою радою Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» (протокол № 3 від 21.01.2014 року)

Мета дослідження – визначити естетичні детермінанти художньої діяльності в контексті формування сучасних арт-практик та розвитку візуальної культури ХХ – початку ХХІ століть.

Для реалізації мети дослідження поставлено такі **завдання**:

- визначити образні характеристики художньої діяльності в контексті утворення візуальної культури як цілості кінця ХХ – початку ХХІ століть;
- охарактеризувати історіографію проблеми, здійснити презентацію віртуальних, візуальних та ін. інновацій у межах просторових мистецтв, зокрема архітектури, дизайну, реклами, моди як своєрідного простору формування сучасних арт-практик культури;
- дослідити пріоритети сучасного візуального повороту як аксіологічні, діалогічні, семіотичні, а також соціологічні концепти інтерпретації художньої культури;
- зробити аналіз категорії «деконструкція» як методологічної настанови формування постмодерної творчості в цілому;
- розкрити візуальні мистецтва як чинник розвитку художньої культури ХХ століття в контексті антропо-екологічних вимірів культури сфери дизайну кінця ХХ – початку ХХІ століть;
- висвітлити новітні технології дизайну в контексті візуального повороту як своєрідний синтез мистецтв. Визначити роль віртуальної реальності та дигітальних технологій як своєрідний проектний синтез.

Об'єкт дослідження – художня культура кінця ХХ – початку ХХІ століть.

Предметом дослідження є трансформативні процеси, які відбулися в дизайні, моді, рекламі в контексті взаємодії та диференціації сучасних мистецтв й арт-практик.

Методи дослідження. У процесі роботи над темою було застосовано компаративістський та системний підходи, культурно-генетичний, реконструктивно-інтерпретативний методи презентації художньої культури.

Відповідно до поставлених завдань, було використано такі філософсько-аналітичні методи, як трансцендентальний, що уможливує відповідь на питання: «Як функціонує візуальна реальність у контексті радикальних трансформацій культури?»; феноменологічний, який дає можливість відповісти на питання: «Як визначаються можливості предикації художньої культури у сучасних арт-практиках?»; діалектичний, що відповідає на питання: «Як перетворюються одні реалії культуротворення на інші – вербальні на текстуальні тощо?».

Використано також аналітичний метод у вивченні художніх особливостей розвитку візуальної культури; історичний – у реконструкції та відбудові соціокультурного поля реальностей та функцій мистецтва; культурологічний – для

комплексного визначення світоглядних і стильових парадигм трансформацій образних артефактів культури.

Наукова новизна результатів дисертаційної роботи полягає в здійсненні системного аналізу художньої діяльності в контексті розвитку таких провідних арт-практик, як дизайн, мода, реклама та ін., що конкретизується у таких положеннях:

Уперше:

- визначені культурні реалії з проблем формотворення та створення гармонійного естетичного середовища як гетерохронії (багаточасової цілісності) засобами художньої діяльності візуальних і просторових мистецтв у контексті проектної цілісності авторської естетичної моделі об'єкта проектування. Доведено, що дизайн у художній культурі ХХ ст. стрімко трансформує засоби проектної діяльності за формотворчим потенціалом просторових видів мистецтв, орієнтованих на рекламний синтез, моду й архітектуру. Надається характеристика таких провідних методів функціонування практик художньої культури кінця ХХ – початку ХХІ ст., як аксіологічний та феноменологічний, що ґрунтуються на знаково-образних конотаціях. Доведено, що посткантианська модель аксіології культури в теорії дизайну була скорегована в плані феноменологічних експлікацій патернів (зображувальних конструкцій) та гештальтів (образних феноменів сприйняття естетичного середовища), що визначалися як естетично самодостатні образні феномени художньої творчості – «дальній» образ, «дотичний» образ, «рушійний» образ у А. Гільдебрандта, В. Фаворського;

- запропоновано розуміння деконструкції як методологічної настанови формування постмодерної творчості, що визначається в межах еkleктики – першого етапу формування просторових мистецтв, розгорнутого за полісемантичним наповненням символічного простору проектної реальності в архітектурі, дизайні, рекламі кінця ХІХ – початку ХХ ст. Еkleктика характеризує цю стадію «квітучою складністю» і надлишковістю образних інсталяцій. Нелінійна методика проектування у 80–90-ті рр. ХХ ст. висвітлена в межах генетичного алгоритму як система аналогових моделей, що формуються в дигітальному просторі із застосуванням спеціальних комп'ютерних програм;

- визначено специфіку застосування образних конструкцій у стильових реаліях еkleктики, що існувала як наскрізна реальність формотворення ХІХ – ХХ ст. Також розкриті модерні презентації дизайну, моди, архітектури як світоглядна цілісність, основними характеристиками яких є теургізм, віталізм, орнаментальність, що виступають у ролі принципів формування синтезу просторових і часових мистецтв в архітектурі;

- подано авторське визначення авангарду як вербального, текстуального, візуального феномена культури ХХ ст., що позначився своїми образними імплікаціями в образотворчому мистецтві, дизайні, моді й архітектурі. Авангард презентував одночасно феномен деструкції та утворення креативної цілісності новітнього світу як арт-проекту. Світоглядні імплікації авангарду проаналізовано в працях К. Малевича, В. Кандинського, П. Філонова та ін. Визначено постмодерністські образи дизайну і моди в контексті таких провідних практик, як перформанс, хепенінг, ленд-арт, боді-арт тощо. Доведено, що візуальні мистецтва в художній культурі ХХ ст. розвиваються як синтетична цілісність. Еволюція

оптичної реальності проектного процесу була спровокована розвитком фотографії, кінематографу, відеокультури, оскільки проектний простір надзвичайно радикалізується в сучасних дигітальних технологіях, що стає засадою для стрімкого розвитку віртуального проектування в архітектурі, дизайні, оптичній радикалізації реклами, моди, шоу-бізнесу;

- доведено, що антропо-екологічні виміри культури і дизайну ХХ ст. пов'язані з тим, що формується новий тип комуніканта, синкретичний образ споживача масової культури, який поєднує в собі продуцента й реципієнта інформації. Архітектура, дизайн і мода ХХ ст. знайшли свої комунікативні виміри в межах певної екологічної ніші візуальності проектної культури. Так, змінюється субстрат проектної діяльності (паперові реалії замінюються оптичними, екранними), а художній образ тяжіє до паннатуралізму дигітальних експлікацій або до гротескно-кітчевих презентацій у лінійно-графічному просторі. Дигітальна революція в проектному процесі надала можливість просторовим видам мистецтва стати певним епіцентром візуального повороту.

Уточнено:

- розуміння еволюції дизайну як синтетичного проектного простору, що поєднує в собі інші візуальні види мистецтв (фотографію, відеографію, екранні технології дигітального симбіозу, проектну театрологію як модельно-програмний синтез тощо), піддається трансформації в постмодерний період його розвитку. Саме в цей час відбувається складний перехід від модерної еkleктики до нелінійних технологій проектування. А всі новітні технології в контексті візуального повороту орієнтуються на синтез мистецтв, зокрема синтез дизайну, реклами, моди;

- переконання, що трансформація проектної реальності дизайну відбулася за рахунок радикальної віртуалізації та єднання з медіа-комплексом і простором віртуальних проектних технологій, які в дизайні здійснили художньо-естетичну революцію. Саме цей аспект стає теоретично-практичним виміром розвитку дизайну в контексті інновацій художньої культури кінця ХХ – початку ХХІ ст.

Дістали подальшого розвитку:

- положення про те, що трансформація художньої культури кінця ХХ – початку ХХІ століть більшою мірою залежить від візуальних мистецтв, оскільки домінуючими в просторі візуальних мистецтв стають просторові види мистецтва. За всієї актуальності мас-медіа і динамічних видів мистецтв таких, як кінематограф, телебачення, естрада тощо, конкретно просторові види мистецтва наділені культуротворчими засадами і формотворчим імпульсом, що виражає традиції створення нових форм у ХХ ст.;

- докази, що провідними напрямками проектування стають проекти орієнтовані на універсам антроповимірних реалій культуротворчості, оскільки головним чинником формотворення виступає дизайн як генеративний напрям, орієнтований на формування естетичного середовища. Дизайн виходить поза межі суто предметних речовинних артефактів, містить у собі архітектуру і весь мегакомплекс, пов'язаний із мас-медіа, візуальною сферою. Отож, виразно

простежується певне розширення дизайну як проектної реальності й охоплення дизайнерською діяльністю всіх інших артефактів культури;

- обґрунтування, що новітні технології дизайну в контексті візуального повороту орієнтовані на віртуальність, оскільки проектні реалії прогнозування та моделювання екомайбутнього пов'язані з генетичним алгоритмом, а також зондуванням лабораторії природного універсуму. Аналогове проектування трансформується у бік більшої «довіри» до системогенезу в природі, що свідчить про екологічні пріоритети проектного процесу.

Теоретичне та практичне значення роботи полягає в тому, що в дослідженні здійснена методологія комплексного системного аналізу візуальних видів мистецтв у контексті художньої культури, а також аналіз розвитку художньої культури, в якому домінують виступають візуальні види мистецтва, зокрема просторові види мистецтва такі, як дизайн, архітектура, реклама і мода. Моду можна також певною мірою вважати просторовим видом мистецтва, оскільки вона пов'язана з речовинністю, з одягом і презентує колекцію як певний флеш-імідж, модель, бренд.

Художня діяльність у контексті візуальних просторових мистецтв охарактеризована як проектний, конструктивно-будівний і функційний комплекс. Визначено формотворчий потенціал художньої діяльності як проектування, деконструкція і генетичний алгоритм. У культурологічному вимірі охарактеризовано стильовий симбіоз культури кінця ХІХ – початку ХХ століть як перехід від еkleктики до модерну, а також авангардні, модерністські презентації дизайну, моди, архітектури у європейському просторі культури.

Охарактеризовано антропо-екологічний вимір розвитку візуальних мистецтв у контексті сучасних арт-технологій, зокрема в інформаційно-комунікативному полі реклами як певному міфодизайні в контексті розвитку дигітальних технологій, пов'язаних з цифровим розвитком візуалізації інформації.

Надано розгорнутий аналіз дизайну як інтерактивного чинника розвитку новітніх видів мистецтв, зокрема в контексті постмодерних образних трансформацій, технологій синтезу мистецтв, а також віртуалізації й інтегративних тенденцій дизайнерської діяльності як цілісності проектного процесу.

Матеріали дослідження можуть бути використані для читання лекцій із культурології, історії мистецтв, естетики, а також теорії та історії візуальних мистецтв. Можуть бути джерелом для трансформації сучасних курсів із проблем дизайну, візуальних мистецтв та художньої культури в цілому.

Особистий внесок здобувача. Дисертація є оригінальною роботою, висновки і положення наукової новизни автор одержав самостійно. Робота презентує системний підхід до визначення проектної діяльності, зокрема дизайну, моди, реклами в контексті еволюції розвитку візуальних мистецтв та художньої культури в цілому. Кандидатську дисертацію на тему «Сучасні імідж-технології у вимірах естетичного аналізу» захищено 23 жовтня 2007 р. в спеціалізованій вченій раді Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Матеріали кандидатської дисертації у тексті докторської дисертації не використовувалися.

Апробація результатів дослідження. Ключові результати дисертаційної роботи було апробовано на міжнародних та всеукраїнських наукових конференціях: Міжнародних симпозиумах Міжнародної академії іміджелогії (Москва, Мінськ, Берлін, Прага 2010–2014 рр.); на Міжнародній конференції «Stan i rozwój bilateralnej współpracy gospodarczej Polski i Ukrainy – 2015» (Варшава, листопад 2015); Міжнародній конференції «Простір гуманітарної комунікації» (Львів-Краків, жовтень 2011); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Людина у просторі сучасної культури. Дизайн в контексті культурних практик сучасності (мода, реклама, шоу-бізнес, естрада, туристична діяльність)» (Київ, листопад, 2015); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Людина. Культура. Дизайн Проблеми розвитку дизайну в сучасній українській культурі» (Київ, березень, 2014); «Культура ХХІ століття: стан, проблеми, перспективи» (Київ, листопад 2012); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Молодь. Освіта. Наука. Духовність» (Київ, квітень, 2011–2015рр.); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Масово-комунікаційні процеси в сучасному світі» (Київ, грудень, 2011–2015рр.).

Основні положення і результати дисертаційної роботи було обговорено на методичних семінарах і на засіданнях кафедри менеджменту туризму Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» та кафедри дизайну і реклами Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Окремі положення та висновки знайшли своє відображення у доповідях на наукових конференціях професорсько-викладацького складу, докторантів та аспірантів Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова та Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна» (Київ, 2011–2015 рр.).

Публікації. Результати дослідження висвітлено у 36 наукових публікаціях, зокрема 21 стаття у фахових виданнях, 6 з яких розміщено в міжнародних фахових виданнях, а також у чотирьох монографіях.

Структура дисертації. Структура дисертаційної роботи обумовлена логікою роботи, що відповідає меті та відображає послідовність у розв'язанні поставлених завдань. Дисертація складається із вступу, чотирьох розділів, 24 підрозділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації становить 408 сторінок, із них 380 сторінок основного тексту, список використаних джерел містить 336 найменувань і охоплює 28 сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертаційної роботи, сформульовано мету й завдання дослідження, визначено об'єкт та предмет дослідження, розкрито наукову новизну його результатів, теоретичне і практичне значення. Подано відомості про апробацію та публікації основних результатів дослідження.

У **першому розділі «Теоретико-методологічні засади дослідження»** представлено історіографію проблеми та визначено теоретико-методологічні засади дослідження.

Підрозділ 1.1 «Історіографія проблеми» присвячено аналізу літератури з основних проблем дизайнерської діяльності в контексті художньої культури XX – XXI століть.

Традиційно розвиток дизайну XX століття пов'язують із досягненнями гурту У. Морріса в Англії, Д. Рьоскіна, Г. Земпера. У. Морріс визначив альтернативу машини і мистецтва. Він упевнений, що машина потрібна, на відміну від Д.Рьоскіна, але він говорить, що машина може все, крім мистецтва. Машинізм у мистецтві, ті технології, які зараз роз'їдають «рукоремесло» мистецтва, висувають людину за межі художнього праксису. Якщо Г.Вольфлін належить до класичної гілки мистецтвознавства та його праці є рефлексією над практикою, то А.Гільдебрандт як митець намагається бачити світ із середини практики. Це досить своєрідний симбіоз, фактично саме в його працях була окреслена вся проблематика дизайнерського синтезу як імпліцитна теорія єднання сприйняття та речі, твору, простору, середовища. Він говорить про синтез, але не мистецтв, як Р. Вагнер, а синтез у зображувальності або зоровості. Отож, йдеться про психологічні аналогі, що відтворюються в процесі сприйняття художнього твору. В. Фаворський у своїх лекціях з теорії композиції, написаних на початку XX століття, говорив, що композиція є витоком гармонізації структури мистецького твору (графічного дизайну, скульптури, архітектури тощо).

З авангардних художників, що вплинули на розвиток дизайну, варто назвати теоретичний доробок В. Кандинського, П. Філонова, К. Малевича. Надзвичайно важливими є студії з аналізу просторово-часової єдності твору П. Флоренського, М. Бахтіна, О. Лосєва. Архітектурні теорії представлені доробком О.Габричевського, Р.Вентурі, П. Ейзенмана та ін. Соціокультурні, комунікативні, естетичні аспекти дизайну, моди, реклами описані у працях Ю.Габермаса, К.-О.Апеля, В. Іванова, В. Мазепи, Л. Новикової, Ю. Кантора, В. Глазичева, Ю.Легенького, О. Шандренко, А. Ульяновського та ін. Візуальний поворот у художній культурі презентовано дослідженнями К.Дженкса, Г.Поллок, Ф.Джеймісона, Дж. Вульфа.

У **підрозділі 1.2 «Художня та проектна діяльності у контексті розвитку візуальних арт-практик»** визначено детермінанти проектної діяльності в сучасному візуальному просторі мас-медіа.

Візуальні арт-практики – це новітня номінація, яка позначає складний симбіоз дизайну, архітектури, моди, мас-медіа, шоу-бізнесу, реклами. Широкий пресинг інформаційного впливу на людину свідчить про те, що художня культура вписується в контур культури масової. Людина в непередбаченому, драматичному, стохастичному світі стає іншою, її світ втрачає риси ойкосу, оселі. Ця людина вже живе культурою споживання, культурою безкінечної мімікрії й адаптації. Тут екологічна катастрофа більш реальна, ніж у просторі природи, хоча в ній вона постає надзвичайно актуально.

Е. Морен, розглядаючи великі системи в аспекті, актуалізованому В. Пригожиним, говорить про принцип рекурсії, тобто про той глибинний механізм, що дає можливість зворотного впливу на утворення невизначеності й хаосу, який продукує людська діяльність. Виникає проблема регенерації або реорганізації. Так чи інакше, саме екологічна проблема і ретроактивний

рекурсивний процес повертають системі ті якості, які виникають зі зростанням ентропії.

Актуальним для визначення специфіки прогнозування та розвитку арт-практик стає системнодіяльнісний підхід до створення дизайн-програм, який був опрацьований у радянській школі дизайну 70–80-х рр. Проте можна вважати, що сама технологічна структурність, внутрішньо-діяльнісна характеристика праці, якщо її не розуміти як праксис у цілому, не універсалізувати до родових ознак, є досить слушною, цікавою і потрібною для характеристики праці в контексті дизайну, мас-медіа, реклами, які несуть у собі техногенні настанови, не є суто творчими за своїм імпульсом і походженням. Усі ці розробки не застаріли, більш того, вони є актуальними й зараз.

У підрозділі 1.3 *«Формотворчий потенціал художньої діяльності як фактор розвитку візуальної культури»* подано аналіз формопластичних реалій презентації художнього образу.

Йдеться про певний напрямок феноменологічної естетики та формальної школи, які були поєднані та які протистояли марксистському тиску універсалізації праксису мистецтва. Річ у тому, що ті автори, які розробляли саме «формальні» образні конфігурації мистецького праксису, переважно належали до літературно-лінгвістичного кола. Це В. Шкловський, Б. Ехенбаум, Р. Якобсон. Саме їх доробок вплинув на теоретичний розвиток семіологічних концептів дизайну. Важливими є дослідження психологів Л. Виготського та С. Грузенберга, які інтерпретували художній твір як міметично-катарсичну динаміку художнього сприйняття. Характеризуючи катарсис, О. Грузенберг пише, що це є своєрідний стан художника, який залишається поза увагою психологів.

Феноменологічні аспекти художньої форми вивчав О. Лосев, який створив унікальну теорію естетичного акту як вираження. Феноменологія – це конституювання реальності свідомістю, оскільки феноменологія тієї чи іншої сукупності речей є конструюванням загального ейдосу, куди ці речі входять як частини. Діалектика, за О. Лосевим, є конструюванням ейдосу та його ейдетичних зв'язків з іншими ейдосами, тому такий ейдос зводиться до більш загального ейдосу. Так, О. Лосев починає головні свої визначення з формування діалектичної феноменології або діалектики художньої форми. Становлення, процес, дія, виникнення естетичного поняття, що діалектично перетворюється на своє інобуття, потребує здійсненого факту наявності, який несе в собі становлення.

Отож, поетика художньої форми, за О. Лосевим, не просте структурування, не створення або формотворення як таке, а виступає символічною, енергійною реальністю, складним космосом людських доль, ейдосів. Ці ейдоси – космологічні, вони апелюють до першоджерел, глибинних інтуїцій християнської культури.

Підрозділ 1.4 «Аксіологічні та діалогічні концепції художньої культури» присвячено ціннісно-комунікативним вимірам інтерпретації художньої культури.

Проблема цінностей була репрезентована посткантіанською естетикою і загалом всім рухом посткантіанської філософії. Проте лише пізніше аксіологія розвивається в розгалужену самодостатню сферу рефлексії, що імпліцитно звертає увагу на мистецький витвір.

Мистецтво стає одним із вимірів буттєвих цінностей, онтології співбуття людини і світу, людини та всесвіту, людини й абсолюту. Але аксіологія, яку так недолюблював і недооцінював М. Гайдеггер, стає драматичним перетином різних ідей, які по-різному трансформувалися в контекстах мистецьких, філософських та естетичних проєктів. Отож, говорячи мовою діяльнісної репрезентації мистецького праксису, цінність не є оцінкою з багатьма її складовими діяльності. Вона існує поза діяльністю, над діяльністю, але вона не є елементом праксису як такого. Цей обертон філософствування виникає пізніше, але до нього треба ще дожити і побачити, як він стає буквально протилежним усьому тому напрямку, який виникає в рамках посткантіанської і феноменологічної традицій. Феноменологія цінностей актуалізує питання про те, як подано людині ці цінності. Так, М.Гартман свідчить, що цінності даються апіорі, як вважав раніше І.Кант.

Очевидно, що будь-яке розуміння цінності, самого нормативного статусу реальності, як і теоретичних постулатів, залежить від того принципу апіорності, який сформулював ще І.Кант. Цінності абсолютні як онтологічна данність, зосереджені самі в собі, не визначаються нічим іншим, крім себе, вони самі по собі абсолютні й самодостатні. Ця самодостатність утворює своєрідну онтологію цінності, яка корелює з естетикою і етикою, тому етика й естетика в контексті посткантіанської традиції, а пізніше вже в контексті марксистської традиції, особливо це можемо побачити у Л. Столовича, зберігає пафос аксіологічного підходу, є неповторною і своєрідною як певний трансцензус, певний перехід межі, де межею виступає суб'єктна й об'єктна реальність.

Виникає проблема не просто співвідношень внутрішнього і зовнішнього, а й моментів іманентних закономірностей існування мистецького твору та зовнішніх – етичних, естетичних, соціальних, культурних тощо. Уся ця реальність набула досить цікавої конфігурації в межах естетичних і культурологічних імплікацій, які визначаються як «діалог» та «полілог».

Діалог – це виникнення двох голосів, їх перегукування, луна, різномовна реальність, яка говорить про те, що один голос чує інший, а полілог – це багатоголоса тканина, поліфонія, в якій існує більше ніж два голоси. Тобто дихотомія ціннісно означеної естетичної свідомості перетворюється на плюралізм постмодерного гатунку. Якось непомітно діалог переростає в полілог, більше того, діалогіка, за В. Біблером, стає полілогікою, або алогічним становленням творчості, що втрачає будь-які риси логосу.

У підрозділі 1.5 «Знак і образу контексті художньої культури ХХ – ХХІ століть» охарактеризовано семантичні кореляції образності в мистецьких практиках ХХ – ХХІ століть.

Семіологія безпосередньо торкається мистецьких технологій дигітального простору – брендингу, культивування іміджу, флеш-іміджів, реклами тощо. Проте важливо позначити ті методологічні зрушення, які відбулися. Семіологічний поворот сприяв появі структуралізму, постструктуралізму, реанімації риторики (неориторика) та поетики як засобів естетичної герменевтики в мистецтві.

У знаковому контексті мистецтва мова йде про адекватності атомарності, елементаризму, а пізніше – фрактальності й сингулярності. Так, розшукуються предметні або почуттєві, раціональні еквіваленти, пов'язані з якимись атомарними

складовими мистецького твору. Однак знак стає найближчою конфігурацією, яка у ХХ столітті спричинила певні реальні трансформації інформації у розумінні мистецтва. Французька школа семіології вже була лінгвістично означеною, фактично мова стає тим горизонтом, у який вписується семіологічний рух структуралістської, а потім вже постструктуралістської поетики й естетики. Але американська семіотика є більш широкою парадигмою, у ній говорять про зоосеміотику, антропосеміотику тощо. У межах естетичної та культурологічної рефлексії Радянського Союзу виникає свій своєрідний поштовх семіотичних досліджень, в яких семіотика інтерпретується дуже структурно. Так, з одного боку, культура інтерпретується як єдність мов: предметних, зображувальних та інших, а, з іншого боку, семіологія або семіотика як наука про знакові системи вписується в цей набір мов. Отже, мова стає горизонтом семіотичних узагальнень. Але це не просто вербальна мова, а мова культури.

Теорія дизайну й архітектури, зокрема поодиноких випадків, ще не засвоїла це певною мірою. Існує лише досвід граматичного тлумачення твору в моді, архітектурі як синтагматичної єдності (праці Ю.Легенького). У рекламі формується школа міфодизайну, яку відстоює А. Ульяновський. Засади цієї школи – риторична модель міфу Р. Барта. Рефлексивність міфології не викликає жодних сумнівів, вона пов'язана з тим, що концепт є принципом конотації, складна гостра настанова, яка корелює з первинною мовою, анігелює її, бере із цієї мови лише те, що потрібно, і використовує її як знаряддя для вторинної мови. Якщо у Ю.Лотмана вторинні моделюючі системи були загальною номінацією бачення мови як такої, то у Р. Барта дихотомія першої і другої мови як семіологічна система стає буквально алхімічним засобом перетворення будь-якого первинного механізму, або первинної мови, на мову концептів, мову вторинної міфології.

Підрозділ 1.6 «Деконструкція як методологічна настанова формування постмодерної творчості» присвячено визначенню реконструкції методологічних засад творчості в постмодерністській культурі.

Визначення деконструкції як провідної формотворчої настанови в художній культурі постмодерну пов'язане із зверненням до рефлексії митців-практиків. Роберт Вентурі, Пітер Ейзейнман намагаються поєднати у власній творчості елементи мистецького праксису і вже міфологічний, філософський та мистецтвознавчий розвиток ідеї демонтажу і новітнього монтажу. Це рефлексія із середини практики, рефлексія над практикою, рефлексія в інше, коли активно визначаються такі реалії, як маргінальність. Це рефлексія в себе як медитативна стадія бачення образу. Постмодернізм досягає певної маньєристичної стадії, коли формотворення втрачає риси зовнішнього варіювання, а визначається як інтроверсія культурних кодів.

Філософська мова корелює з художньою, часто архітектори та дизайнери ще більше міфологізують філософські моделі. Ж. Дельоз говорить про феномен розрізнення не як протиставлення, а як певну асиметрію або функційну дихотомію рефлексії. Проте, як поєднати наявність речі як іміджу (ідеї) та її суттєве онтологічне існування? Ж. Дельоз уникає відповіді, він мислить складніше, ніж Ж.Бодріяр, який вводить концепт «симулякр» як середній термін. Ж. Дельоз залишається прихильником онтологічної та космологічної традиції. Тому

виникають такі концепти, як «ризوما» (образ світового дерева, яке перетворилося на смітник), «складка» (образ безшовного, гладкозмішаного єднання протилежних субстанцій»). Саме ці концепти стають засадничими для пізньої творчості П. Ейзенмана, С. Хадід, Р. Вентурі.

Архітектори і дизайнери постмодерну прагнули до онтологічних конструкцій, і саме Ж. Дельоз і Ф. Гваттарі надали їм метафоричної, філософської форми. Один із цікавих образних і рефлексивних концептів деконструкції створив Жак Дерріда. Звертаючись до письма як до певного архетипу культури, він не уникає можливості, щоб універсалізувати його, більше того, сама графематика писемності деструктується, виявляє «слід» як залишок елементів письма і «слід», який знищується в просторі. Фактично письмо є певною тимчасовістю, тією темпоральністю, яка свідчить про те, що всі явища культури існують і не існують одночасно. Дотичність до сенсу відбувається таким чином, що «слід» актуалізує себе. У будь-якому разі, таке заперечення логоцентризму, який є основою християнської культури, призводить до того, що вся культура трансформується як вторинні явища.

Другий розділ «Антропологічні виміри дизайну в культурі ХХ – ХХІ століть» присвячено визначенню естетичної специфіки антроповимірних детермінант дизайнерської діяльності в художній культурі ХХ – ХХІ століть.

Підрозділ 2.1 «Антропо-екологічні виміри художньої діяльності» присвячено екологічній проблематиці антропологічних вимірів дизайну.

Екологічний вимір культури наприкінці ХХ – ХХІ століть стає пріоритетним. Він говорить, демонструє, примушує, нагадує, спонукає і будь-яким іншим чином підштовхує дослідника, митця і будь-якого іншого суб'єкта творчості або виконавчої діяльності, художника чи будь-кого замислитися про те, що буде завтра. «Ойкос» як грецьке визначення простору, де проходить життя, має паралельні констеляції в українській культурі. Українська оселя – це теж ойкос, де відбувається справжнє космологічне життя в етнокультурі. Саме ХХ століття, яке пережило страшні трансформації, занурюючись навіть у ХІХ століття образних, ідеологічних, культурологічних і загалом діяльнісно-естетичних парадигм людини, – це доба, що не завершила свого існування як культурний ойкос, підкреслила дуже важливий мотив, який або має бути домінантним, або імпліцитним як ойкос, простір, єдність людини і всесвіту, котра здійснюється на засадах культуротворчості, людинотворчості й людиновимірності.

Мистецтво дає обрій людині, обрій цілісності й надцілісності. Надцілісність і надцілісність корелюють. Антропологічний екологічний вимір говорить про те, що творчість та й загалом діяльність людини перед обрієм ніщовіння проблематична, якщо не непотрібна. Стають проблематичними, втрачають той антропоцентризм, космоцентризм, більше того, геоцентризм, поліцентризм реалії людського існування, навіть різноманітність вже втрачається. Отже, людина як епіцентр культуротворчості, як та, хто створює навколо себе середовище, вже починає з'ясовувати, що середовище стає негативним ландшафтом, негативним за ознаками сьогодення. І тут виникають прикмети обрію оцінювання того, що створює людина. Тобто мистецький праксис стає одним з імперативів, одним з образів ціннісного значення самореалізації людини у світі. Мистецтво як таке, яке дає

волю, забезпечує повноту людських стосунків, надає повноту образу людини, дає універсум.

Всесвіт твору, безумовно, стає моделлю для культури як такої, для того, щоб з'ясувати людиновимірні аспекти творіння, обрії людського творіння. Цікаво, що екологія культури як екологія антропологічного зразка виникає досить давно – це парадигма 70–80-х рр. ХХ століття. Саме тоді, коли постмодерн починає визначати себе як «нелінійну архітектуру». Д. Лихачов був одним із перших, хто порушив цю проблему й усвідомлював обрій цілісності культури людини. Деградація культури також оживлює, підносить і дає можливість піднятися культурі й дати їй ще один горизонт та обрій вбачання цілісності й цінності людини і культурності як такої. Те, що є споживанням та утилітаризмом реди-мейдів («готовий до споживання»), сама готовність бути спожитим, – це гірше ніж утилітаризм як такий. Це саме потребує трансформації, регенерації і всього того, що Д. Лихачов назвав екологією культури, трансформативною у своїх найпростіших номінаціях і визначеннях. Це певний імператив, що має бути для того, щоб відійти від культури, від самої готовності бути вжитим. Бо всім зрозуміло, що споживаються не речі, люди, їхній час, все те, чому ми приписуємо культурність і людяність як такі. Екоетика й екоестетика дизайну і художньої культури загалом повинна ґрунтуватися на моральних засадах певної філософії, екології вивчення цілісності світогляду, світу як вічного і розумного цілого. Це мета людської діяльності перетворення світу.

У *підрозділі 2.2 «Архітектура, дизайн та мода як культурні практики»* подано естетичний аналіз провідних практик культури.

Архітектура – це оболонка, в якій здійснюється буття людини. Так її визначає О. Габричевський, говорячи про те, як можна розуміти архітектуру в широкому розумінні. Одяг наближений до людини, а дизайн і мода – це аранжувальники структур архітектури, малих структурних форм одягу, які ми розуміємо як моду, що пов'язано з функціонуванням у соціумі культурного простору. О. Габричевський намагається весь світ обставити оболонками, перегородками, які починаються на тілі людини і відсуваються від неї. Такий підхід свідчить про архітектоніку простору як «динамічний формотворчий простір». Однак, коли виникає середовище оболонок, єдність просторових мас, пластики, архітектоніки, – усього того, що зветься «архітектурою», «будинками» тощо.

Є ще один продуктивний підхід, який не помічається в культурі, – це так званий флеш-імідж, тобто збереження тіла, тілесності людини в контексті архітектурних форм. Якщо тіло людини сприймає простір кутами, вузькими коридорами, вузькими напівзатемненими вікнами, просторовими алюзіями, то, звичайно, це – тіло підземелля, тіло Санкт-Петербурга, яке описав у свій час Ф. Достоєвський. Якщо тіло сприймає розчинений простір світлоносних струмів, то це тіло, яке існує для радощів буття, – тіло небесного Едему, яке культивується як «вічне життя». Номінація «вічне» береться в лапки: це архітектура максимально ергономічна, максимально комфортна, вона робиться із максимально утеплених матеріалів, щоб внутрішнє опалення не травмувало повітря, яке залишається природно тим, що утримує температуру тіла, у такий спосіб, ми маємо навколо себе той гомеостаз, про який мріяло не одне покоління архітекторів. Отже, три

чинники – загальноприродний, природно-тілесний і символічний – ведуть мову про ту архітектуру, що формується в контексті сучасного екологічного руху. Більше того, архітектуру можна побачити і в одязі, і в дизайні предметного світу. Архітектура розуміється в широкому значенні як забудова, архітектоніка.

Дизайн у сучасній архітектурі стає проектно-модельною настановою нелінійності. Установлення еволюційних та інволюційних кореляцій культурогенезу дизайну й архітектури має властивості прямого і зворотного розвитку, подвійної природи формотворчої динаміки. Еволюція створює новітнє зростання форм. Еволюціонувати означає формувати блок просторових артефактів нелінійного простору, що рухається власною лінією з впровадженням у гру образних конотацій. Інволюція – це розвиватися і диференціюватися у бік метафізичного занурення в минуле. Світ становлення, світ мінливості є віртуальним і одночасно реальним. Отож, моделі складки, ризоми Ж. Дельоза спонукають до того, щоб бачити простір, в якому деградаційні та прогресистські інтенції формотворення корелюють в їх певному зіткненні. Архітектура все більше і більше просувається далі в простір природовимірних реалій свого буття, екологічних концепцій та екологічних детермінант, які стають засадничими у її формотворенні. Так, робота Френка Гері Музей Гуггенхейма у Більбао не схожа за своєю біонічно-драматичною конфігуративністю на іншу архітектуру. Тут присутній біонічно-тектонічний виток, той конструктивізм і водночас той самий пластичний віталізм, що пов'язують із сучасною екологічною пластикою.

Архітектура складно еволюціонує від техноцентризму до біоцентризму, формотворчої настанови екосистем, які презентують себе у вигляді негативної архітектури, котра може бути занурена в землю або піднята над Землею, а також створює певні капсули – монади, стає навіть атракціоном, парком, тим простором, виїмкою, яку засвоїла культура ще за часів палеоліту. Але цей простір намагається бути самодостатнім, більше того, надзвичайно людським і надзвичайно сучасним. Проте ця міфологічна ідея трансформування руйнує традиційний образ культури, наближає до дизайну, одягу, тканини, мембран, оболонок. Дизайнер вбачає тіло людини як те, що наближається до самих конфігурацій, що розподіляють простір структур.

У підрозділі 2.3 «Комунікативна сфера дизайну в екологічному вимірі» охарактеризовано екосферу комунікації в дизайні.

Інформація як концепт, імідж і навіть як симуляція культури ХХ століття протягом багатьох десятиліть трансформувала свій зміст. Це поняття від гіперінтерпретативного сенсу наближається до більш конкретно технологічних ознак комунікацій. Але знову і знову рефлексія, пов'язана з мистецьким праксисом, намагається додати інформацію в контекст субстанційних відзнак буття людини. Архітектори, особливо в дискурсі нелінійної архітектури, говорять про простір, час, інформацію як складові сучасного процесу біоенергетики, або синергетики комунікативного простору архітектурного середовища. Певною мірою мистецтво дає модель комунікації, яку можна побачити як почуття, що актуалізується тут і зараз, як почуття, що відсилається на багато часів і століть уперед, як почуття, яке не може бути реалізоване, не знаходить актеаризації в образі, але прокреслюється в просторі можливостей комунікативного топосу спілкування.

Якщо всі експериментально-лабораторні проекти нелінійної архітектури нагадують експериментально-лабораторні роботи 60-х, 70-х років ХХ століття в дизайні і всю конфігурацію так званої «відкритої форми», коли гіпс наливають у мішечок і, натискаючи його руками, шукають біоморфну масу, яку намагаються визначити як максимально вільну форму, то це не просте співпадіння, а певний цикл звернення до витоків протодизайну століття. Чітко бачимо, що проблема етики пов'язана з проблемою науки. Саєнтизм, нормативізм і вся та градуйована шкала дозованої інформації, яка подається порціями, а разом утворює потік, який вже не піддається ніякому виміру, говорить про те, що мають бути регулятиви, але їх не існує. Вони повинні бути етичними, а не естетичними чи якимись іншими – психологічними або суто технологічними. Але етика є проблемою.

Проблема екології в комунікаціях також апелює до певного архаїзму, до публікуму, якихось завершених, усталених форм, де екстенсивне зростання комунікативного суспільства, універсалізм планетарної, інформаційної спільноти стає регіональним, стає більш камерним, замкненим. Екран планети, мас-медіа, інтернету перенасичений і зображенням, і словом. Слово й зображення, жест, віртуалістика об'єднуються в тому, щоб поглибити й зануритися у свідомість, підсвідомість суб'єкта дискурсу як споживача інформації. Проте вже зараз актуально говорити не про споживання, використання інформації, а про діалог суб'єктів дискурсу, про ту паритетність обміну інформацією, яку Н. Луман називає взаємною селекцією, тобто взаємною структурованістю. Можна сказати простіше – взаємною вишуканістю у відборі інформації, або вихованістю як засобом сприйняття того чи іншого потоку інформаційних систем.

Підрозділ 2.4 «Інформаційні комунікації візуальних мистецтв» присвячено естетичним проблемам візуальних комунікацій.

Перевантаження вербального, словесного каналу і недооцінюваного зображуваного призвело до того, що лівопівкулева культурна данність була доміантною, особливо в тоталітарному суспільстві, де весь іконізм був зведений до простоти й ясності ікон богів на землі, простих і чітких плакатів, виразної символіки й ритуалістики. Словесний дискурс теж був клішованим й одноманітно театралізованим у просторі натовпів і площ. З часом змінилася ситуація, але не сама клішованість, трансформативний простір, в якому слово домінувало.

Зараз постає проблема виникнення нового іконізму, наприклад: для мережі Internet вже важливо, щоб споживач інформації міг розуміти не одну, а дві або декілька мов, а все розмаїття немовного простору приходить з інформацією невербального типу, виникає проблема нової піктографії. Це не просте завдання, але воно буде вирішене, що вже очевидно. Так, гостро постає проблема тоталізації жесту, кінесики, невербальної семіотики, яка з регіональних, кінетичних форм переходить у простір метакультурних і мегакультурних систем іконографії, де працює та єдина графематика, що надає мові зображальності, котра доступна всім і яку можуть осягнути всі. Екологічна стурбованість свідчить про те, що перенасичення зображувального і вербального тезаурусів створює неможливість перекладу їх на мову один одного, більше того, неможливість їх зіткнення, і як наслідок, нове клішування, зомбування, тотальність, або новий тоталітаризм, який призводить до поверхневого, нехудожнього, можна сказати, не поетичного

бачення світу. Начебто протиріччя зображення вербального долаються, але долаються не культурно, не мистецьким шляхом, а завдяки знову-таки агресії комунікаційних технологічних засобів, які актуалізують віртуальну реальність, сугестію, яка впливає на підсвідоме, що акумулює синестезійні якості свідомості.

Зображувальність як така говорить про жестуальність, дотичність, сприйняття світу на дотик, про те, що називав у певний час І. Сеченов «темне м'язове почуття». Все це разом створює той контекст, який говорить про «ойкос» тілесного буття людини в просторі буття, просторі існування людини в контексті різних культурних еонів, варіативних культурних і просторових можливостей. Як не дивно, але стара міфологема про Тіресія, зрячого сліпця, що бачить все, навіть більше ніж та людина, яка має зір, розсуває межі дистантарецепторів. Отже, синтетична рецепція в контексті комунікації є більшою від рецепції диференційної, орієнтованої на один канал сприйняття інформації.

У підрозділі 2.5 «*Естетична специфіка рекламного повідомлення*» подано аналіз міфопоетики сучасної реклами.

Реклама, як і дизайн, а трохи раніше й естетика, увійшла в культуру досить пізно. Якщо Баумгартен говорить про естетику у XVIII столітті, то дизайн стає всезагальною номінацією конструювання та проектування лише у XX столітті, реклама також закріплюється як номінація у XX столітті. Однак говорять про проторекламу, яка існувала й у Давньому Єгипті, і у Вавилонській державі, і в інших давніх країнах. Протореклама розуміється як певна орієнтація, тобто прагматична функція подій, товарів та будь-якої інформації, яка так чи інакше мала в собі прагматику. Так, можна сказати, що рекламу можна інтерпретувати як у широкому, так і у вузькому розумінні. У широкому розумінні – це реклама, як прагматична функція. У вузькому розумінні – це суто функційна орієнтація на комунікативний аспект, націлений на те, щоб реалізувати цю функцію. Можна говорити про імпліцитну та експліцитну рекламу.

Експліцитна реклама – це вся інфраструктура рекламної діяльності, що присвячена репрезентації товару й орієнтації на споживача. Імпліцитна, так звана прихована реклама, існує в будь-якій інформації. Ми потрапляємо в досить не визначене коло, але у цій ситуації необхідно певним чином зрозуміти, що реклама стає феноменом XX століття. Поетики в рекламі не існує, а лише технологія симуляції, продажу і підміни цінностей. Поетика доречна там, де є образ, у рекламі справжніх образів немає, також немає трагічного, смерті, у принципі, нема й людини. Там є тіло, споживання, тілесні адекватії, те, що втрачає, те, що можемо знайти в іншому просторі, зокрема поза обміном, адекватією, баченням, чуттєвістю. Означений простір – внутрішній, глибинний. Здійснювати функції рекламного повідомлення можуть різні посередники, що впроваджують рекламний дискурс у життя. Це може бути предметний посередник, словесний, той же флеш-імідж, жест. Обличчя, зображення, ікона – все це можна, і не можна називати рекламою. Рекламою воно стає тоді, коли простежується наперед визначена мета отримати, в порівнянні з іншими пропагандистськими акціями, певний ефект. Продати товар і отримати більший прибуток, ніж інший конкурентоспроможний рекламодавець. Отож, реклама як опосередкувальна, комунікативна функція стає настільки агресивною, що відштовхує не просто суб'єктів дискурсу в комунікації,

покупця і замовника, а інколи будь-яку людину від того свого рекламного дискурсу, який конкурує з іншими дискурсами. Екологія реклами має два виміри. Один – брутално асенізаторський, який висмоктує, викидає всю нечисть із реклами, що буквально забруднює і винищує весь простір. Саме так здійснюють свою агітацію дуже багато рекламодавців, які намагаються просто на примітивному рівні жаргонно знизити тезаурус, щоб ця реклама була дозованою, щоб вона не винищувала весь інший простір навколо себе. Мова йде про те, що якщо не можна уникнути агітації і пропаганди, тобто дії реклами в її сегустивній функції, то вона має бути культивовано-естетичною, переважно імпліцитною, ніж експліцитною, більше того, агресивною, якою вона є зараз у сучасному просторі.

У підрозділі 2.6 «Феноменологія та психологія сприйняття предметного середовища» визначено феноменологічні чинники психологічного контакту людини з предметним середовищем.

Архітектура в сучасному контексті нелінійності вже окреслила межу техноценозу. Технопопуляція оболонки, їх інволюція, рух у просторі надали можливість показати, що складка породжує складку, форма – форму, простір – форму. Проте дигітальний простір залишається копією, візуальним агентом, тінню театру негативного простору. Якщо зростання предметного світу випереджає зростання флори і фауни, якщо технопопуляції заповнюють усі щілини антропоморфного простору, то екологічна парадигма з її імперативом складки, за Ж. Дельозом, імперативом зсуву просторів, де один із них намагається піднятися над геологічними, тектонічними реаліями формотворення, призводить до того, що технопопуляції мімікрують у техноценоз.

Сприйняття розуміється як чуттєве пізнання, що суб'єктивно презентує безпосередній контакт із світом предметів, зокрема фізичних речей, людей, а також визначає ті об'єктивні ситуації взаємовідносин предметів, в яких людина фактично здійснює комплекс специфічних орієнтацій і переживання контакту з реальним світом. Важливо, що генетично сприйняття дистантрецепторами відрізняється від дотику, який характеризує не цілісний предмет, а лише окремі його якості, що сприймаються локально. Проте сприйняття відрізняється від мислення як свідомого роздуму, де відбуваються певні інтеграції, інтерпретації свідомості, а фактично мислення виступає певним опосередкованим феноменом діяльності, де реальність відбивається в абстрактних поняттях, формах ідеалізації, а також конституюванні або конструюванні теоретичних об'єктів у теорії певних ідей, ідеалів.

Психологи стверджують, що факти мислення не обов'язково є тими, що виникають після сприйняття, вони можуть і не сприйматися, а вже формуватися на основі певного досвіду. Сприйняття відрізняється від усіх тих феноменів наявного уявлення як безпосередня зустріч з предметом, об'єктом, яка переживається і здійснюється у формі прямого контакту з реальним світом.

Фактично образ предметного світу можна поділити на образ безпосередньої зустрічі з предметом, це образ-переддія, яка є антиципацією зустрічі з предметним світом, і образ-післядія, коли людина виходить із безпосереднього контакту з середовищем. Фактично всі три етапи – переддія, власне дія і післядія – і визначають динаміку образу як певну рецепцію, де сприйняття найчастіше

розуміється як сама зустріч, що вже може формуватись у концентрованому вигляді як певна подія, перевтілення в образі, особливо в художньому образі всіх даних сприйняття, які мають безпосередньо чуттєвий контакт зі світом. Якщо говорити про екологію сприйняття навколишнього предметного середовища, архітектурного середовища, яке оточує людину у вигляді перцептивного досвіду, то поняття сприйняття поширюється на багато артефактів. Передусім це уявлення, образ уяви, образ як проект, художній образ, дизайнерський образ, образ як гештальт, тобто зафіксований у певній метасистемі перцептивного досвіду цілісний потік модальностей образної єдності людини зі світом. Це образ як патерн – зображувальна конструкція, картосхеми, які є елементами досвіду як позиція і диспозиція орієнтації людини у світі. Отже, усе це свідчить про те, що категорія «середовище», пов'язана з екологією, тією чи іншою мірою структурує досвід «ойкосу» – місцезнаходження людини у світі.

Третій розділ «Стилетворчі настанови художньої культури XX – XXI століть» присвячено стильовим визначенням специфіки формотворення в архітектурі, дизайні, моді.

У підрозділі 3.1 «Симбіоз стильових тенденцій в культурі XIX – початку XX століть» охарактеризовано синтетичні тенденції стилетворення на межі XIX – XX століть.

Культуротворчий потенціал полістилізму початку XX століття зосереджений у тій інерційній фазі полістилізму, яка належить ще XIX століттю. Щодо зовнішніх ознак еkleктики в архітектурі, то їх інколи зводять до того, що весь набір композиційних засобів, які є характерними для класики, класицизму й інших стилів, перетворюються на оптичний декор. Тобто сандрики, колони, уся конструктивно-тектонічна складова архітектури стане оптично-візуальною масою фасаду чи стіни, яка перетворює будинок на певне орнаментальне ціле. Хоча ця констатація є абсолютно правильною, її мало для того, щоб сказати, що полістилізм зводиться до оптичних конфігурацій. Оптична настанова, тобто орнаменталізм, віталізм, більше того, теургізм, які потім у стилі модерн знайдуть своє завершення і визначення, є й вихідними принципами еkleктики або полістилізму, тією феноменологічною тканиною культури, яка розгортається як самоданність різних стилів. Водночас, метафізика модерного формотворення є перманентним зсувом засад, більше того, їх подвоєнням, плеоназмом, трансформацією. Отож, можемо підсумувати, що деформація класичного мистецтва починається навіть не в стилі модерн, а в тому полістилізмі, який передуює модерну, якщо їх не розрізняти, як це вже стало нормою в мистецтвознавчій літературі.

Стильова соціодинаміка культурного праксису виражається ще й тим, що постмодерн має свою так звану класицистську фазу, фазу неокласицизму або неоретроспективізму, – усе це свідчить про те, що динаміка стилів не є звичайним чергуванням або певною чергою, яка існує в просторі й часі, а постійним поверненням, рефлектуванням. Більш того, запозичена еkleктика в моністичному вигляді, в якому вона сформувала антитезу класицизму в XIX столітті, як і еkleктика в поліфонічному вигляді, де вона вже існує як повна деструкція, дисфункція та поліфонія мистецьких принципів, підходів й адекватій, становлять

універсальний інструментарій дизайну, якщо його розглядати як культурний феномен.

Усе це свідчить про те, що саме стильове формотворення ХХ століття, якщо його розглядати не в хронологічних рамках, а в межах культури, відбувається як певна інтроверсія, динаміка, яка не може бути або прогресистською, або деградаційною. Ні той, ні інший шлях не може подолати всіх тих крайнощів, усіх тих катастроф, які відбулися в мистецтві століття. Навпаки, вони здаються примітивними і неадекватними для опису й розуміння мистецької практики. Полістилізм не завжди є нормою і не завжди є абсолютно безперечною еклектикою. Можна сказати, що монізм формотворення, який фактично є школою мистецтва й мистецького праксису, починаючи від архаїчних цивілізацій, від великих епохальних стилів, досягає свого полістилізму як вершини формотворення у ХІХ – ХХ століттях. Минуле століття не може вважатися, навіть якщо визначаємо еклектику постмодерну як пік полістилістичних явищ, вершиною полістилістичних діалогів та єднань культури. Скоріше за все, таким було ХІХ ст., а наступне було достатньо моністичним у своїй деструктивній позиції, що пов'язана зі стилем модерн і авангардом, у своїй декомпозиції, яка вже виявилася у футуризмі й кубофутуризмі, і у власній деконструкції, яка теж стає одним із шляхів ігрового монтажу або монтажу атракціонів, за С. Ейзенштейном.

Підрозділ 3.2 «Модерні образні експлікації в дизайні, моді та архітектурі» присвячено естетичному аналізу образного симбіозу стилю модерн.

Модерн був «завершенням» класики, оскільки варто відразу сказати, що завершення все ж таки потрібно розглядати метафорично, бо не можна вважати, що класична культура колись закінчилась і колись розпочалась. Усі хронологічні рамки є відносними. Іntenції і спонуки класики стають імпліцитними настановами, переходять у різні некласичні, постнекласичні конфігурації творчості й культуротворчості. Майже одночасно, паралельно в різних країнах формувалися модерні генерації («сецесія» в Австрії і в Німеччині, «ар нуво» в Англії, «модерн» у Росії й Україні). Відповідно, можемо висловити переконання, що є декілька образів модерну, які певною мірою відрізняються один від одного. Скажімо, французький модерн більш пластичний, надмірний, насичений розкішно декоративних ознак і говорить про те, що це самовпевнений пластицизм. Саме такими, наприклад, є праці Х. Шелкопфа. Бельгійський модерн починається з власного будинку-ательє Віктора Орта, є більш стриманим, раціоналістичним. Це простенькі форми еркера, неглибокий порталоподібний вхід, прорізи з характерними силуетами, які стають потім ознакою стилю. Усі ці формотворчі ознаки дуже швидко входять у простір світової архітектурної думки. Простір модерну, за Отто Вагнером, дуже важко еволюціонував і, нарешті, підійшов до модерних графічних і лаконічних конфігурацій, які визначаються творчістю Йозефа Ольбріха.

Модерн і завершує, і не завершує класику, він її підсумовує феноменологічно, бо потім починається інший рівень бачення, відчувається деструкція, злам образних настанов. Однак не закінчує тому, що авангард більшою мірою є класикою, ніж постмодерн. Інколи здається, що таке твердження неприпустиме, більш того, парадоксальне. Але стиль модерн є більш

маньєристичний, синтетичний за своїм напрямком формотворення, просякнутий символізмом, теургізмом, віталізмом, діалогізмом, навіть всіма релігійними впливами сучасності – антропософії, теософії, агні-йоги. Авангард більш моністичний у своїх світобудівних настановах. Основна риса системотворчих засад стилю модерн є відзнакою архітектурної системи новітнього часу, що зароджується на рубежі століть і утворюється як органічна цілісність. Цей формотворчий принцип відрізняється від механічності системотворчих ознак культури Нового часу. Отож, біонізм і плюралізм, або мімікруюча монадність, як принципи формотворення призводять до орнаменту, який концентрує в собі монізм формотворчих інтенцій, що повторюються, варіюються, трансформуються. Адже в основі лежить рапорт – дещо незмінне, те, що несе в собі згорнутий концепт, або візерунок образу світу.

Орнамент стилю модерн був двох типів – рослинний і геометричний. Але перший був більше розповсюдженим. Геометричний був характерний переважно для Англії, Шотландії з її шотландською простотою розкльовання фасадів у клітинку. А рослинний був поширений майже у всіх гілках модерну.

У підрозділі 3.3 «Авангардні засади формотворення в художній культурі ХХ століття» надано аналіз провідних естетичних принципів формотворення модернізму.

Номінація «авангард», на наш погляд, не є вдалою, доречнішою є номінація «модернізм». Мова йде про специфічний пласт культури й культуротворення, а також про специфічне мистецтво, яке аж ніяк не можна пов'язати з тим, що воно стоїть в авангарді мистецьких обр'їв. Навпаки, воно є тотально архаїзуючим за своїми засадами напрямком культуротворення. Знищуючи попередню культуру, авангард знаходить протосубстанцію у вигляді простих евклідових реалій: лінії, точки, площини, платонових тіл, які були відомі ще за часів Платона.

Створити художній всесвіт вдається не всім, а лише тим, хто своїм творчим пошуком, вдачею створив світ над світом або створив Царство Боже на землі, як це зазначив К. Малевич. Мистецька метафізика – це художня метафізика, яка проголошує, що художник шукає пракоріння, але його він так і не побачив, як не побачив Трою Г. Шліман, перекопав її, викинув і, занурившись ще глибше, назвав світ до Трої троянською культурою. Те ж саме відбулося і в так званому авангарді. Митці пройшли поза теургізмом, віталізмом і драматизмом синтетичної творчості стилю модерн, вони його не добавали і не хотіли добавати, а бачили його лише як поверхову зовнішню реальність. Так, стиль модерн тривалий час у радянському мистецтвознавстві вважався «декадентським», що й не дивно. Авангардні митці «бачили» модерні інновації і занурилися в протомодерн – у неоархаїку як формотворчий принцип.

Драма просторової та часової інверсії є драмою мистецької метафізики як певної стратегії, яку не можна назвати ані традиційною, ані прогресистською, бо художник завжди говорить про те, що вічно існує як вирок долі, вчинок, удача. У цьому весь сенс і вся цінність авангарду. Саме тому він є стилем, великим стилем, який існує не в межах полістилізму, а є моністичним мистецьким витвором доби. Метафізика від мистецтва поставала як інтуїтивне прозріння глибин, як занурення в ту протосубстанцію, яка не трансформується, не з'являється і не є наявним

світом. Тому всі пророки авангарду певною мірою так легко йшли на те, щоб руйнувати, розхитувати попередню культуру і так важко конструювали свій образ. Нікому легко не давалося створення світозабудови – ні К.Малевичу, ні Ж.Браку, ні П.Пікассо, ні В.Кандинському. Натурфілософія К.Малевича мала метафоричний і суто художній характер, його інтуїція не вписується і не описується вербальним дискурсом, тоді як Л. Лисицький цілком був автентичний у слові й зображенні. Більш автентичним у слові був і В.Кандинський, ще більш автентичним П.Філонов, який робив справу диференціації, відокремлення шматків світу від певної мозаїчної світлової небесної дійсності. Здійснював він це як своєрідне перетворення світу, а фактично відтворював нову поетику, поетику справжнього бачення, зокрема метафізичного. Це людина, яка має власну оптику.

У *підрозділі 3.4 «Політичний авангард і мистецтво»* зроблено порівняльний аналіз модерністських інтенцій політики й мистецтва.

Тоталітаризм культури й тотальність ідеологічна – не така проста річ, як зазвичай помічаємо. Ми не можемо досі подолати не лише тоталітаризм радянської доби, а й язичницьке обожнення влади. Так, трибуна, котру робив В. Єрмілов та яку описує К. Малевич, – це метафізичний образ влади, який набуває все більших і більших обертів. Авангард із його пророцтвом, індивідуалізмом, метафізикою стає не потрібним, хоча сама по собі ідеологема й міфологема більшовиків була надзвичайно авангардною. Вона є не те що руйнівною, а вона руйнувала попередній соціальний устрій, утворювала голодомори й штучно створені резервації, концтабори, винищувала духовність.

Проте ми втрачаємо ту духовність культури, яка все ж таки збереглася завдяки опору в СРСР, забуваємо культуру, яку починають колонізувати більш «нахабні» й зухваліші примітивні культури, наприклад, американська масова культура. Так, «хвалена» західна демократія чомусь не приживається в країні посттоталітаризму і тотальної масової терплячої маси, терплячого народу, який так багато страждав, на жаль, досі не видно краю цих випробувань.

Мова йде про соціальний дизайн як штучність модернізаційних рецептів Заходу й агресію близьких сусідів, що супроводжується відвертою брехнею та псевдогеополітичними проектами, на кшталт анексії Криму та «визвольної» війни «ополченців» у Донбасі. Дизайн різко перейшов у простір політичного авангарду та спекуляцій. Багато дослідників говорять про примарність, міфологічність і водночас тотальну космологічність маси ідеалізованого натовпу, який є механізмом влади, що фактично виступає мистецьким витвором видовища, свята, літургії або містерії, перетворює екранну реальність на пропагандистські шоу, що виправдовують смерть і братовбивство. «Царство Боже» на землі настало після смерті К.Малевича, бо здійснилося як бандитське угруповування, яке перетворило країну на концтабір і зробило людей заручниками оцієї концтаборної ідеологеми.

Мистецький праксис тотального театру і Gesamtkunstwerk Сталіна є метафізикою тотальної жертви, загальної жертвності, яка фактично стає новою Біблією ХХ століття – не написаною, мовчазною, страхітливою і, водночас, терплячою, яка стає образом буття, онтологічно накресленим абрисом світу, який продовжує інтенції «революційної жертвності», що експлуатується в пострадянських країнах як вдалий скарб минулого устрою. Цей досвід не слід не

цінувати, його не можна подолати, бо він створив справжню культуру, котру потрібно зберігати, в яку потрібно вірити, реконструювати і бачити її людське обличчя за межами всіх концтаборів та розстрілів.

Підрозділ 3.5 «Естетичні інгредієнти культури постмодернізму як синтезу мистецтв» присвячено експлікації естетичних означуваних постмодерністської культури у синтетичному вимірі.

Постмодернізм як стиль уже втрачає метафізичні інтенції авангарду. Усе більше філософів говорять про втрату метафізики загалом. Тому складне питання стильових адекватій потрібно визначити в рамках естетичного феномену «трансгредієнтного», який охарактеризував М. Бахтін як своєрідну метапозицію (тобто завданий ззовні погляд) на іманентні формотворчі завдання видів мистецтв, які прагнуть до синтезу.

Уся проблема предметності постмодерного навколишнього середовища – це проблема часу, вічності й тимчасовості. Ми живемо у швидкому світі змін і катастрофічних предметних міграцій постмодерного середовища, тоді як саме по собі місто є вічним місцем, в якому ці міграції є тимчасовим явищем. Його потрібно зонувати культурно, естетично, де б сприйняття мало свій темп і ритм, ауру, режисуру, власну музейну, на нашу думку, піднесеність або дезавуацію, де людина живе як давній грек, давній єгиптянин або давній киянин. Як це зробити? Як зберегти пам'ятник, який стояв біля метро «Арсенальна», а не замінити його вульгарною гарматою, яку там поставили? Як зберегти ще багато інших пам'яток, що зникли? Ставити замість них макети – не вихід. Майстрів, які це робили професійно, вже немає.

У проектному просторі виникає неевклідова геометрія. У світі дизайну, предметних інтроверсій формується логіка нелінійного тексту, де людина вже не є креатором, який перебуває в центрі світу, а створює своєрідний аналог всесвіту. Ця людина довіряє створення нових форм комп'ютеру, що стає тим суб'єктом діалогу – візаві проєктанта, який бере участь у проєктуванні. Новий механодетермінізм панує. Тобто предметність як така на об'єктному рівні – це предметність космологічно-механічного зразка, якщо космос не абсолютизувати, а розуміти як порядок, устрій, лад культури. Ця предметність відповідає стильовим відзнакам, певному кутюр'є, імені, але дизайнери тільки тоді стають іменами, коли з'ясували, охопили й відчули головний внутрішній нерв цієї космологічності. Ми можемо сказати, що предметність як така – це неотехнокосмос ХХ століття, який стає все більш і більш плюральним.

Людина може обирати із цієї тотальної еkleктики свій ансамбль, відчувати в ньому певну конституативну екологічну нішу, котру не є завершеною до тих пір, поки суспільство не вважає її легітимною. Ця легітимність не дається відразу, вона швидко приживається як заміна іншої ніші, темп змін нав'язує іншу логіку бачення, феноменологію, теорію сприйняття. Конфігуративні ознаки частіше всього пов'язують із силуетом, зокрема міста, предметів. Це частіше макрорівень зчитування інформації по краю. Колір працює і на макро- і на мікрорівні – це універсальна характеристика, яка є емоційно впливовим явищем, що ідентифікує і буквально полярно розводить структури, які інколи не можемо назвати предметами, хоча вони є справжніми речами навколишнього середовища.

Предметний світ мімікрує, трансформується, шукає себе від мікрорівня до макрорівня. Зараз модним стає не деконструкція, не іронія постмодерного типу, не алюзії іронічної колажної деструктивної речі, а морфогенез, пошук нової біологічної і біонічної парадигми.

У підрозділі 3.6 «*Естетична рефлексія постмодерну як екосистема*» охарактеризовано системні, полісистемні й надсистемні означувані естетичної рефлексії постмодерну в екологічному вимірі.

Видатні естетичні теорії М. Бахтіна та О. Лосєва є вершиною злету гуманітарної думки ХХ століття. Потреба «Я» в «Іншому», ставлення «Я» та «Іншого» як осяяння світлом добра, оточеність світу загальною гармонією і виною, потреба винитися перед Іншим як візаві культури, Іншим як іншою людиною і, загалом, як Іншим із великої літери – це величезна, могутня гуманітарна місія естетики у світі культури і людини. Лосєвське розуміння естетичного як єдності трьох складових цілісностей – самодостатності, адекватності, вираження – у монадному, самодостатньому світі свідчить про рівновагу логічного й алогічного, про передусталену гармонію цієї дивної та блискучої естетичної монади, яка сяяла на горизонті думки ХХ століття.

Проте всі ці теорії є зараз класикою, їх потрібно реконструювати саме в метаекологічному естетичному розумінні. Однак на сьогодні працюють інші теорії, що стають модними, їх потрібно також вивести на рівень метаекологічного розуміння естетичного в контексті стилетворчого потенціалу постмодернізму. Мова йде про категорії «трансгресія» та «деконструкція». Поняття трансгресії належить до фундаментального маркеру культури постмодерну. Трансгресія культури як такої дорівнює безкультур'ю, трансгресія свідомості. Згадаємо, що у М.Бахтіна йшла мова про трансгредієнтність свідомості, а тут трансгресія – перехід за межі свідомості. Отже, маємо перед собою всю школу класичного психоаналізу, постфрейдівського «шизоаналізу» Ж.Дельоза і Ф. Гваттарі.

Школа трансгресії, якщо її можна назвати школою, виникає і стає повною класикою вже з виникненням авангарду, нищить цей первинний текст. Авангард – метафізично окреслений, світобудівничий. Авангардні інтуїції, які почали з явної трансгресії межі культури, витворили свою межу: футуристичну, футурологічну, яку завгодно, але межу культури. Постмодерн ще не досягає цієї межі культури, не описує її і не створює. Він її девальвує, відсуває і відкидає. Трансгресія постмодерну нагадує чимось термін «агресія», тобто не просто знищення, а сатанинське, зле знищення, боротьба з попередніми канонами-нормами. Те, що ми розуміємо як антикультурне або знищення культури, не є чимось брутальним, воно є фактом реальної повсякденності сучасності. Ми до цього вже звикли. Тому й знову постає проблема метаекології культури, людини, естетичного світу в цілому. Говорячи про модні структури, естетику трансгресії моди, Ж. Бодріяр говорить про знаковість, про те, як знак стає некласичною системою, яка поєднує означуване й означальне. Знакові конотації моди, дизайну, реклами стають паліативом спасіння – солодкими ліками втечі від реальності. Синергетика моди – це не теургія, а підміна божественного симулякром, підміна речі семіозом (дією знаків), що позбавлені свого сенсу. Свято без свята, свято як таке, яке існує тільки заради себе, – усе це і є та культура, що має достатньо видовищні форми, визначені в

публічному топосі, але всі вони піддаються адекватному аналізу чи адекватії, за О. Лосевим, у вигляді шизоаналізу.

Четвертий розділ «Дизайн ХХ – ХХІ століть у контексті новітніх проектних технологій» присвячено презентації проектних технологій дизайну в сучасній культурі.

У *підрозділі 4.1 «Постмодерні засоби трансформації проектної діяльності»* визначено проектні стратегії та засоби дизайну постмодернізму.

Номінації формотворення, що стали актуальними саме у ХХ столітті, пов'язані з деструкцією як засадничим принципом руйнації і деформації цілісності. Декомпозиція свідчить про те, що *kompositio* як з'єднання позицій не відбувається. Деконструкція – упевненість у тому, що єдність відбулась, але на засадах тотальної гри. Важливо зазначити, що деструкція, декомпозиція і деконструкція як тоталогічні проекти постмодерних практик, що набули надмірної тотальності гармонізації, є інваріантними: у кожному із них є і деструктивний аспект, і декомпозиційний, і деконструктивний.

Проте всі види і жанри мистецького праксису мають свій досвід цього іманентного праксису саме у ХХ столітті. Так, архітектура і кіно є близькими й далекими як форми «монтажу атракціонів», фото має свою архітектуру, як і має проєкцію на фотокадр всього досвіду кінобачення, «кіноока». Єдність формотворчих інтенцій не є сумішшю, вона є цілісністю «лінійною», потім вже «нелінійною». Вона була драматичною, але її чомусь називають синтезом. Проблема полягає в тому, що синтез можливий тоді, коли є розчленовані фрагменти. Європейське вбачання цілого є членорозподільною цілісністю (за О. Лосевим), яка досягає всього драматизму, елементаризму, штучності, герметизму й водночас ігрового плюралізму в культурі постмодернізму ХХ століття.

Декомпозиція є вершиною тому, що відбулася диспозиція класики й еkleктики. Оскільки трансмутація, транспозиція, яка відбулася як перехід до стилю нелінійного тексту, – це вже наступний крок, який готувався поступово, чим більше назрівала внутрішня активність, тим більше формувалися ці хвилі трансмутації і, врешті-решт, вона відбулася. Фактично біонізм, віталізм, усе те, що ми вважаємо як символізм та персоналізм модерну, – це трансмутації класики, які відбулися внаслідок формування деструктивних процесів, еkleктичних, дивних, химерних, несподіваних, але вони прагнули до синтезу як квітучої складності постмодерного типу. Нелінійна архітектура і дизайн – первинна простота новітнього етапу пошуку формотворення. Його перспектива вбачається в актуалізації еkleктичних процесів, у поверненні до неостилістики поліфонічного зразка. Уявити якусь нову перспективу складно під кутом логіки культуротворення в цілому.

У постмодернізмі домінантним видом стає віртуальна реальність. Деконструкція як іманентна рушійна сила створює приручені божества, наближає їх до людини, коли одним натиском кнопки можна отримати осяяння зверху. Деструкція як трансцензус, перехід від абсолюту до маленької краплини екранного світу людини втрачає своє «Я» в контексті *virtus*, стає тим обличчям, яке

трансформує світ як явище психологічного зразка: *virtus* як істина, *virtus* як доблесть, *virtus* як штучна реальність – усе поєднується в цьому деконструктивізмі.

У підрозділі 4.2 «Еволюція проектного простору: від постмодерної еклектики до нелінійної архітектури» запропоновано порівняльний аналіз проектних засад від еклектики до нелінійної архітектури.

Архітектура і дизайн є специфічними у видовому вимірі мистецькими практиками. Так, архітектура сучасності пройшла величезний шлях формотворчого розвитку, який можна охарактеризувати за вимірами жанрових дефініцій як деструктивну, декомпозиційну та деконструктивну цілісність. Тобто це своєрідний величезний досвід, який не можна дорівняти до гарного чи поганого опису, інтерпретації окремих витворів мистецтв. Проте іншого шляху, як здійснити саме таку інтерпретацію якихось знакових фундаментальних творчих доробків витворів мистецтва як обрив мистецького праксису в архітектурі та дизайні не можна, щоб зрозуміти, як відбуваються образні трансформації художнього праксису в просторових мистецтвах.

Чому саме архітектура стає вихідним моделюючим принципом бачення культури? Причини різноманітні. Виходячи з того, що вона найближче всього до землі, найбільше вкорінена в побуті як онтологічна предметна реальність, що зафіксована як дім буття. Ми звикли, що архітектура, за Г.Гегелем, є одним із перших символічних досягнень світу. Дух не може бути втіленим адекватно в камінь, тому відбуваються всі ті метаморфози, які існують досі. Певною мірою – це, безперечно, бездоганне формулювання. Первинний генеалогічний або генетичний символізм в архітектурі є тією фундаментальною запорукою, напруженою дихотомією духу і матерії, землі й неба, дії та споглядання. Приклади нелінійної архітектури в Гонконзі (хмарочоси архітектора Ц. Содду) демонструють взірці того, наскільки важко вписуються ці об'єкти в середовище міста. Архітектуроцентризм як традиційне мислення в стилях і жанрах не позбувся своїх іманентних властивостей, а культура не позбулася архітектуроцентризму як однієї з осей метафізики культуротворчості. Чітко простежуємо, як від механічної оптики первинної еклектики ще XIX століття наближаємось до генеративної оптики тотальної еклектики постмодерну, яка стає новітньою риторикою, новою автоматизованою граматиною. Уся проблема постмодерну полягає в тому, що він естетику формотворення в архітектурі та дизайні розуміє в обриві трансформативних цінностей. Майже всі архітектори, відкидаючи попередній досвід рефлексії, формотворення в ареалі жанрово-стильової парадигми, інтуїтивно наслідують її на рівні підсвідомого.

У підрозділі 4.3 «Новітні проектні технології дизайну» здійснено естетично-інноваційний аналіз у дизайнерському проектуванні.

Сучасні технології дизайну прагнуть до постмодерністської поетики як онтологічного устрою побудови середовища помешкання людини. Ми вже розглянули достатньо різньостильові конфігурації предметного середовища, які вписуються як у дизайнерську діяльність, так і в діяльність суто мистецьку, котру не можна означити конфігураціями дизайну. Наприклад, поп-арт як вид візуальних трансформацій був розповсюджений у скульптурі, предметному середовищі, навіть у дизайні. Він був наскрізним у живописі, перетворюється на оп-арт, стає

ілюзорною оптичною геометричною сіткою, що в архітектурі набуває деструктивних структурних ознак орнаменталізму, тектонічних зсувів, перекручення і трансформації об'ємів.

Арт-дизайн – досить широкий мистецький напрям, який, передусім, зорієнтований на річ, але вона може стати модною. Арт-дизайн – всі інсталяції модних реалій костюма. Це – технодизайн, який підноситься на рівень мистецького осмислення. Арт-дизайн – той же виставковий комплекс Помпиду в Парижі, виконаний у стилі хай-тек.

Хай-тек – це високі технології. Однак, якщо ці високі технології демонстративно намагаються бути мистецькими, то хай-тек трансформується в арт-дизайн. Відбувається кореляція поетик дизайну як проектної діяльності.

Нон-дизайн – це буквально «недизайн», що демонструє в дизайні протилежні виміри формотворення, що маніфестують глибини антиречовинності, антипредметності, ніщівіння буттєвості речі, потлач, іншими словами, – попсова лінія функціонування проекту, яка виникає в предметному середовищі як вульгарний спосіб руйнації та демонстрації руїни як певної естетичної реальності, тобто естетики без образу. Віртуальний простір складання всіх артефактів культури є вершиною новітнього дизайну як психороблення, коли дизайн стає логотерапією, логодизайном, логодрамою реклами, яка буквально поєднується із зображенням на правах логотипу, на правах різних лігатур, інтенції інволюції, «складання» смислів.

Підрозділ 4.4 «Синтез мистецтв у дизайні» присвячено естетичним проблемам синтетичного формотворення в дизайні.

Синтез мистецтв у дизайні відбувається переважно в рамках театралізації як проектного процесу, так і всіх наслідків проектної діяльності – архітектурного і предметного середовища, реклами, моди тощо. Хепенінг і перформанс – дві активні форми театралізації дійсності, а також осягнення театральною образністю усього різноманіття художнього й повсякденного життя в середовищі урбанізованого міста. Поруч із театральним видовищем – хепенінгом або перформансом – існує інсталяція як більш нейтральний, рекламно-іміджевий акт. Під інсталяцією розуміють монтажні зібрання, де в просторовому вимірі відбувається єдність різних артефактів культур. Саме поняття «артефакт» стає постмодерністською означувальною структурою, що несе в собі знакові конотації.

Інсталяції стають розповсюдженим явищем рекламних акцій, рекламних агенцій, актів, коли простір міста заповнюється інсталяціями речей, одягу, машин та інших предметів спокуси, яким надається образ супрінсталяції або новітнього супрематизму, що не може позбавитися присмаку великої перукарні, від якої так хотів відокремити себе К. Малевич. Відеоінсталяції поєднують слайди, кіно, відеоелементи, комп'ютерні об'єкти, лазерні пристрої. Інсталяція, що деякий час була модним і популярним жанром, як і перформанс, із часом згасає, стає більш функційною і належить уже рекламно-іміджевому сленгу, переходить у розряд функційної рекламної діяльності. Інсталяція як самодостатня гра, поле здійснення естетичних можливостей завжди бере поріг епатажу, і певною мірою – це театр жорстокості візуального видовища.

Усі композиції в дусі хепенінгу, перформансу й інсталяції описуються як проект синтезу мистецтв, тобто кинутий уперед простір, передбачення, якщо не майбутнього, то сьогодення, в якому потрібно знайти шлях до певної цілості, яка або абсурдна, або візуально-самодостатня, або предметно-експлікативна. Усі імплікації композиційної єдності образу і предмета виносяться за дужки феноменологічних ознак естетики того соціального дизайну, що фактично намагається знайти ознаки сенсу образності як такої. У царині системного соціального дизайну виникає спокуса надати предикати інформативності самому суспільству. Так, виникає абстракція «інформаційне суспільство», яку критикує Ф. Уебстер.

У підрозділі 4.5 «*Віртуальна реальність як складова дизайн-технологій*» проаналізовано естетичні можливості впливу віртуальної реальності на дизайнерську практику.

Віртуальна реальність часто тлумачиться лише як сконструйований на екрані світ. Проте вже в проектних технологіях дизайну виникає діалогове спілкування з екраном, що наділяє віртуальну реальність самостійним проектним потенціалом. Отже, потрібно провести демаркації всіх характеристик віртуальної реальності та засобів її застосування в проектній культурі дизайну.

Сучасники вже звикли до віртуальної реальності як повсякденного чинника, але філософська, мистецтвознавча рефлексія розводить повсякдення та культуротворчі виміри *virtus*. Віртуальну реальність намагаються концептуалізувати, побачити її поетику, якої ще не існує. Інші автори розуміють, що коли поетика з'явиться, то вона вже не буде віртуальною реальністю, а матиме жанрові видові виміри, яких у неї поки що не існує. Віртуальна реальність є спонукою неонатуралізму культури ХХ століття, але вона ще не набула усталених рис художнього праксису. Віртуальна реальність існує у вимірах засобів відео-екранної інженерії, але не здійснюється як мистецький образ.

Віртуальний образ – це потік почуттів, який захоплює, людина не може вийти з цього світу, відбувається тотальна ідентифікація. Між парадигмою паннатуралізму екранного типу і традиційним розумінням *virtus* є велика розбіжність. *Virtus* традиційно сприймається як справжня реальність, доблесть, істина, як те, що належить вищим обрятам цінностей людського існування. Світ *virtus*, світ віртуальної реальності як феномен ХХ століття розглядається як певна тоталогія, проекція віртуальної реальності на всі інші арт-практики.

М. Носов визначає такі детермінанти *virtus*: породженість, актуальність, інтерактивність. Несамостійність віртуальної реальності, її кентавроподібність, гротескність (феномен або міфологема гротескного тіла) – конструктивні складові сприйняття реальності *virtus* у М. Носова.

Актуальність віртуальної реальності полягає в тому, що вона існує актуально тільки «тут» і «зараз», тільки тоді, коли вона активна завдяки породжувальній реальності, *virtus* не може існувати як згадка або проекція. Саме наявність, тотальність ідентифікації, тоталогія ідентичності говорить про те, що віртуальна реальність стає однією із найважливіших ознак культури постмодерну. Автономність віртуальної реальності полягає в тому, що вона має свій час, простір і закони існування. У *virtus* немає позаіснуючого минулого й майбутнього.

Інтерактивність віртуальної реальності полягає в тому, що вона може вступати у взаємодію з іншими реальностями, зокрема і з тією, що її породжує, яка онтологічно незалежна від неї. Отже, постулати *virtus* є достатньо фундаментальними і визначними для того, щоб структурувати саму реальність як просторову, чуттєву єдність, сукупність станів людини, креативу наявності й певну самодостатність віртуального образу.

У підрозділі 4.6 «Генеративні тенденції дизайну в контексті техноінновацій постмодерну» визначено метасистемні, інтегративні механізми формотворення в дизайні.

Постмодерні деструктивні елементи пов'язані з первинним монізмом еkleктики і з фотографічністю або дискретно-монадною реальністю, що відіграє велику роль. Це намагання розкадрувати, провести горизонталь, вертикаль, вивести текстові означальні й за цими означальними побачити щось, що існує поза текстом, – це декомпозиція як рушійність, потік, який виникає як єднання на засадах руйнування попередньої цілісності й утворення нової композиції. Усе це в постмодерні відбувається як регенерація, реконструкція авангарду, як певне підживлення й ігрова системотехніка, коли, наприклад, береться проект К.Малеви́ча, Е.Лисицького або Л. Хідекеля і вже у нових конфігураціях він стає іншим образом, іншою реальністю. Це вже *virtus*, кентавр породженого і породжувального принципів, інтерактивність, підвищена відкритість і разом тотальна дотичність до абсолюту. Це деконструкція як перевтілення, переструктурування, нова єдність як ігрова, амбівалентна, полівалентна структура, яка не просто грається з фрагментами композиційних структур, а перевтілює їх в абсолютно нову конфігурацію, конфігурацію постмодерного типу.

Усе це визначається як симбіоз модерної і постмодерної практик. Так, цей постмодернізм, розгорнутий у певних візуальних реаліях, можна визначити як асамбляж – картинне мізансценування реальності, інсталяцію, про що вже йшлося, мистецький менеджмент, тобто опосередкування впливів на митця і на глядача. Виникнення цих зон комунікації, де глядач вживлюється в цей простір і стає персоніфікатором інформації як інтертекстуальної єдності художнього твору не може формуватися на засадах монізму, формується з безкінечної кількості складових.

Ця системна або надсистемна єдність говорить про те, що виникає складна партитура мистецької реальності, яка розглядається як еkleктичний симбіоз. Еkleктика тут – неупорядкованість, більше того, в постмодерні вона стає тотальною або тоталогічною, тобто можна з'ясувати декілька логік, поліфонію логік еkleктики замість моністичного заперечення класицизму, що було притаманним для еkleктики протомодерну. Існує поліфонія логік, яка існує як еkleктика, тобто як рефлексія над рефлексією, як Бог над Богом, як людина в людині, людина поза людиною. Увесь цей антропоморфний простір ще не має ніяких образно стабільних відзнак, але відчувається як спонука. Отже, це є та проективність *virtus*, яка надає генеративну міць формотворенню, що спонукає міць, але поетики не надає. Поетика формується в жанрах мистецьких адекватцій, формується як живлення не поетичного, а логічного, позатекстового абсолюту, який існує як *virtus*, як домінанта культуротворчості XX – XXI століття.

ВИСНОВКИ

Дисертаційна робота свідчить про те, що проведений теоретико-методологічний аналіз естетичної реальності мистецьких практик культури ХХ – ХХІ століть, зокрема дизайну, розкриває перспективи філософського бачення генеалогії художньої та конструктивно-будівної діяльності як феномену культури сучасності. Естетичний аналіз дизайну, архітектури, моди, реклами в контексті глобалізаційних проблем сучасності довів, що конструктивно-будівна діяльність є складним динамічним процесуальним цілим, де відбувається взаємодія як внутрішніх, іманентних спонук формотворення, так і зовнішніх, соціокультурних детермінант стильового регулювання художньої діяльності. Виділимо такі основні висновки дисертаційного дослідження:

1. Сучасні арт-практики та дизайн як виміри художньої культури ХХ – початку ХХІ століть визначаються фундаментальними естетичними реаліями мімесису (наслідування традиційних кодів формотворення) та катарсису (гармонізації стану реципієнта, «очищення» почуттів), що визначаються в просторі таких стильових вимірів художньої культури, як еклектика, модерн, авангард, постмодернізм, такими механізмами формування художньої цілісності твору: деструкцією, декомпозицією, деконструкцією.

Деструкція виявила себе вже в архітектурі та дизайні еклектики як заперечення класицизму (орієнтації на античні зразки естетичної цілісності твору) на полістилістичне визначення архітектурного середовища за домінантою неоготики, неоренесансу, неовізантійського й неоруського стилів, стилю неогрек, необароко тощо.

Декомпозиція як розчленування композиції твору і перетворення його на своєрідну арт-руїну стає домінантою авангардного художнього мислення. Формотворчий простір надзвичайно динамізується, вводиться «четвертий вимір» евклідової геометрії як засади модернізму – час. Футуризм, кубофутуризм, кубізм стають засобами образної трансформації естетичної реальності та заперечення не лише класичного мистецтва, а й стилю модерн із його віталізмом, теургізмом, орнаменталізмом. Домінантним стає пошук власної поетики (А. Гільдебранд, В.Фаворський, В. Кандинський, К. Малевич, П. Філонов та ін.), а також світобудівні інтенції розбудови «царства Божого на землі» (К. Малевич, М.Бердяєв), що споріднює художній, політичний та філософський модернізм.

Деконструкція стає формотворчою настановою постмодернізму періоду його «квітучої складності» (К. Леонтьєв). Якщо у філософсько-естетичному вимірі деконструкція в художній культурі наслідувала гіперкритичний дискурс (М. Гайдеггер, Ж. Дерріда, Ж. Дельоз, Ф. Гваттарі), то в архітектурній практиці вона була трансформативно-трансгресивним дискурсом «переробки» архітектурних проектів авангарду.

2. Аналіз історіографії проблеми з естетичних реалій формотворення в дизайні довів, що він переважно розуміється як сфера техногенного середовища або лише як конструктивно-будівна діяльність. У дисертації зроблено акцент на суб'єктній та системній презентації дизайну як єдності діяльності, поведінки й

стану. Системне розуміння дизайну визначено як єдність рефлексії, конструктивно-будівної діяльності, художнього образу, менеджменту і маркетингу. Саме в цьому концептуальному просторі проведено аналіз літератури з проблеми.

Візуальний поворот у культурі позначився в дизайні застосуванням віртуальної реальності у проектному процесі (аналогове і діалогове проектування за допомогою комп'ютерних технологій) та засвоєнням дигітальних (цифрових) технологій, що визначилося естетичними імперативами пошуків сингулярності, фрактальності топології проектного простору та застосуванням методики генетичного алгоритму, що здійснює поворот до нелінійності, де концепт «складки» (Ж. Дельоз) стає провідним проектним патерном.

3. Проектна реальність дизайну протягом ХХ століття формувалася в контексті антропологічного повороту (актуалізація індустріальної цивілізації, техногенного середовища, урбанізації великих міст, екологічних проблем природи, культури, людини), що позначилося у провідних філософських напрямках рефлексії – феноменології, філософській антропології, аксіології. Конфлікт онтологій позначився в проектній діяльності як пошук антропних й естетичних засад дизайну. Людина індустріальної цивілізації презентується як людина-проект у вербальному та зображувальному дискурсі.

Семіологічний поворот асоціюється з структуралізмом у цілому та постструктуралізмом, що актуалізувало концепти «діалог», «діалогове проектування», «дизайн-програма», «риторика», «рефлексивний міф» та ін. Проте тотальна лінгвістична проекція у царину проектування граматичних і риторичних метабол швидко призводить до втрати референції (наслідок тотальної суб'єктивації знака як єдності означуваного та означального, що було вже помітно у Ф. де Соссюра, а згодом загострилося у французькій семіологічній школі – Р. Барт, М.Фуко, Ж. Бодріяр) та актуалізації проксемики як прагматики знакових конотацій у американській семіотиці – Ч. Пірс, Дж.Ділі. Архітектурні моделі «діалогу», «апеляції до іншого» (П. Ейзенман) швидко себе вичерпали, адже були вторинними, копіями концептів М. Бахтіна та Ю. Кристевої.

Візуальний поворот надав проектуванню довіри до образу (окуляцентризм), що визначилося в актуалізації суто проектних означуваних – концептів «патерн» (візуальна конструкція) та «гештальт» (образ як надцінність культуротворення, за О. Шпенглером). Фактично знову актуалізувалася антропна проблематика (у феміністському дискурсі), семіологічна проблематика мови й універсальної метамови візуально-вербального мислення в образах. Мистецтво сприймається як частина життя у соціологічних рецепціях та неомарксистських течіях мистецтвознавства та естетики, де архітектура, дизайн, реклама визначаються як практики культури (Дж. Джеймсон). Дизайн переважно розуміється як «соціальний дизайн», тобто широка сфера практик культури.

4. Деконструкція як певний категорійний синтез презентує проектні процеси «демонтажу», «розбирання» цілісного мистецького твору та його вторинний монтаж вже в іншому синтаксисі, за іншими правилами, а інколи в іншому культурному середовищі. В архітектурі та дизайні деконструкція є поетичним інструментом конструктивно-будівної діяльності, яка межує з

епатажем, деструкцією, ретроінсталяцією, етнореконструкцією, екологічним дизайном тощо.

Як єдність процедур аналізу й синтезу в художньому мисленні деконструкція є універсальним механізмом культуротворчості, тому його легко простежити вже в еkleктиці XIX століття, стилі модерн, авангарді, постмодерні, адже лише в постмодерні відбувається певний «тектонічний зсув» художнього мислення, де художній аналіз елімінується, а синтез стає самодостатнім і, по суті, еkleктичним. Тому деконструкція в архітектурі й дизайні тлумачиться лише як стильове явище, а згодом заміщується новітньою проектною парадигмою – генетичним алгоритмом.

5. Номінація «візуальні мистецтва» не має усталеної дефініції. Під візуальними мистецтвами розуміють або всі мистецтва, що спонукають до візуальної рецепції, або лише сучасні медійні комплекси, тобто техногенне середовище медіакультури, куди входять дизайн, реклама, шоу-бізнес, естрада тощо.

У дисертаційному дослідженні доведено, що зайвий натуралізм та утилітаризм у дефініції візуальних мистецтв є непродуктивним. Провідний локус визначення специфіки візуальності мистецтва презентується як феноменологічний та естетичний, психологічний. Так, якщо феноменологічний презентує інтенціональність зорового образу, його спрямованість у простір комунікації, а естетичний фіксує власне чуттєвий, полімодальний характер візуально-естетичного сприйняття, що завдяки ефекту синестезії здійснює перекодування зорових модальностей образу на тактильні, слухові й навпаки, то психологічний аспект візуальності фіксує предметний, дистантарецепторний феномен візуальності як створення певного «ментального тіла», «когнітивної карти» образу й орієнтації в просторі.

6. Новітні технології дизайну не характеризуються лише операційними системами засобів проектного аналізу і синтезу. Так, усім відомі такі евристичні конструкції – проектні патерни як «мозковий штурм», «мислення у різних площинах» (Дж. Джонс). Новітні технології проектування, за Дж. Джонсом, приходять у дизайн, коли відбувається переорієнтація проектної комунікації із системи «замовник – річ – проєктант» на систему «замовник – зміни в предметному середовищі, які відбуваються через внесення в нього нової речі, – проєктант».

Відтак, проектна діяльність набуває все більшої свободи за допомогою включення й актуалізації опосередкуючої діяльності. Усі технології реклами, моди, дизайну побутових предметів, засобів транспорту тощо актуалізують маркетингову складову. Приріст художніх якостей дає тотальна візуалізація та комп'ютеризація проектного процесу, застосування дигітальних технологій. Оскільки самі по собі засоби не покращають ситуацію. Системотворчим є естетичний, генеративний чинник, що акумулює синтез мистецтв у дизайні, його тотальну театралізацію із додаванням сучасних арт-практик, а саме: перформансу, енвайронменту, ленд-арту, бодіарту. Віртуальна реальність відкриває для дизайну світ анімації, комп'ютерних ігор та новітньої міфології масової культури.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ:

Монографія:

Барна, Н. В. Дизайн у контексті художньої культури ХХ–ХХІ століть: монографія [Текст] / Н. В. Барна. – К. : «Університет «Україна», 2015. – 353 с.

Статті в українських та зарубіжних фахових виданнях:

1. Барна, Н. В. Антропо-екологічні виміри художньої діяльності [Текст] / Н. В. Барна // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Серія 7. Культурологія. Релігієзнавство. Філософія. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 20 (33). – С. 325–332.

2. Барна, Н. В. Архітектура, реклама, дизайн та мода як культурні практики сучасності [Текст] / Н. В. Барна // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Серія 7. Культурологія. Релігієзнавство. Філософія. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 22 (35). – С. 95–105.

3. Барна, Н. В. Постмодерні засоби трансформації проектної діяльності [Текст] / Н. В. Барна // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Серія 7. Культурологія. Релігієзнавство. Філософія. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 21 (34). – С. 40–47.

4. Барна, Н. В. Інформаційні комунікації візуальних мистецтв [Текст] / Н. В. Барна // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Серія 7. Культурологія. Релігієзнавство. Філософія. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2010. – Вип. 24 (37). – С. 98–105.

5. Барна, Н. В. Еволюція проектного простору: від модерної еkleктики до нелінійної архітектури [Текст] / Н. В. Барна // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Серія 7. Культурологія. Релігієзнавство. Філософія. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 19 (32). – С. 108–117.

6. Барна, Н. В. Віртуальна реальність як складова дизайн-технологій [Текст] / Н. В. Барна // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, Серія 7. Культурологія. Релігієзнавство. Філософія. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2010 – Вип. 25 (38). – С. 206–216.

7. Барна, Н. В. Культура в інформаційному суспільстві: процеси трансформації [Текст] / Н. В. Барна // Мультиверсум: Філософський Альманах: [збірник наукових праць] / Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. – К., 2014. – Вип. 8–9 (136–137). – С. 3–12.

8. Барна, Н. В. Образні трансформації у мистецтві як предмет естетичної рефлексії [Текст] / Н. В. Барна // Мультиверсум: Філософський Альманах: [збірник наукових праць] / Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. – К., 2014. – Вип. 6–7 (134–135). – С. 123–133.

9. Барна, Н. В. Художня діяльність у контексті розвитку візуальних арт-практик [Текст] / Н. В. Барна // Мультиверсум: Філософський Альманах: [збірник наукових праць] / Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. – К., 2014. – Вип. 10 (138). – С. 152–160.

10. Барна, Н. В. Комунікативна сфера дизайну в екологічному вимірі [Текст] / Н. В. Барна // Науковий часопис Національного педагогічного

університету імені М. П. Драгоманова, Серія 7. Культурологія. Релігієзнавство. Філософія. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2015. – Вип. 33 (46). – С. 102–108.

11. Барна, Н. В. Аксіологічні та діалогічні концепції художньої культури [Текст] / Н. В. Барна // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури: [збірник наукових праць]. – К. : Міленіум, 2015. – Вип. XXXIV. – С. 84–91.

12. Барна, Н. В. Знак і образ у контексті художньої культури XX–XXI століття [Текст] / Н. В. Барна // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – К. : Міленіум, 2015. – № 2. – С. 8–11.

13. Барна, Н. В. Деконструкція як методологічна установка формування творчості постмодерна [Текст] / Н. В. Барна // Scientific letters of academic society of Michal baludansky. – Kosice : UK TU Kosice, 2015. – P. 120–124.

14. Барна, Н. В. Політичний авангард і мистецтво [Текст] / Н. В. Барна // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Філософія. Культурологія. Соціологія. – Маріуполь : Видавничий центр МДУ, 2015. – № 10. – С. 14–20.

15. Barna, N. Phenomenology of perception substantive environmental dimensions in aesthetic analysis [Текст] / N. Barna // Вісник Житомирського державного педагогічного університету. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2016. – № 1(82). – С. 71–80.

16. Barna, N. Symbiosis stylistic trends in culture XIX – early XX centuries / Nataliyya Barna // Journal of Modern Science. – Warszawa : Wyższa Szkoła Gospodarki Euroregionalnej im. Alcide De Gasperi w Józefowie, Volume I (28), 2016. – P.236–244.

17. Барна, Н.В. Авангардні засади формотворення в художній культурі XX століття [Текст] / Н. В. Барна // Науковий вісник Чернівецького національного університету. Серія: Філософія. – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2015. – Випуск № 754–755. – С. 207–216.

18. Барна, Н.В. Комунікативна естетика як феномен сучасного світу [Текст] / Н.В.Барна // Філософія освіти. Philosophy of Education [науковий часопис] / Інститут вищої освіти Національної Академії педагогічних наук України. – К., 2015. – Вип. 1(15). – С. 296–305.

19. Барна, Н.В. Естетична рефлексія постмодерну як екосистема [Текст] / Н. В. Барна // Всеукраїнський науковий журнал «Мандрівець». – Тернопіль : Видавництво «Мандрівець», 2015. – № 6(120). – С. 45–49.

20. Барна, Н.В. Естетичні інгредієнти культури постмодернізму як синтезу мистецтв [Текст] / Н. В. Барна // Перспективи. Соціально-політичний журнал // Філософія. – Одеса.: Видавництво Південноукраїнського національного пед. ун-ту ім. К.Д.Ушинського, 2015. – Вип. 3. – С. 28–34.

21. Барна, Н.В. Генеративні тенденції дизайну в контексті техно-інновацій постмодерну [Текст] / Н. В. Барна // Мультиверсум: Філософський Альманах: [збірник наукових праць] / Ін-т філософії ім. Г.С. Сковороди НАН України. – К., 2016. – Вип. 1–2 (149–150). – С. 147–156.

Публікації в інших наукових виданнях:

22. Барна, Н. В. Естетика іміджмейкінгу [Текст] : монографія / Н. В. Барна – К. : Видавничий дім «Слово», 2012. – 176 с.
23. Барна, Н. В. Театральна сценічна мова в оптичному дискурсі сучасних арт-практик [Текст] : монографія / Н. В. Барна, О. А. Доманська. – К. : Університет «Україна», 2012. – 209 с. (50 % особистого внеску).
24. Барна, Н. В. Комплекс маркетингових комунікацій: формування та ефективність [Текст] : монографія / Н. В. Барна, Л. Ф. Романенко, О.О. Романенко. – К. : НТУУ «КПІ», 2015. – 236 с. (35 % особистого внеску).
25. Барна, Н. В. Промислово-прикладна естетика [Текст] : Навч. посіб / Н. В. Барна, Т. В. Лугуценко. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2009. – 203 с. (60 % особистого внеску).
26. Барна, Н. В. Філософія наукового пізнання [Текст] : Навч. посіб / Н. В. Барна, В. Д. Ісаєв, Т. В. Лугуценко. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2010. – 176 с. (35 % особистого внеску).
27. Барна, Н. В. Стильові особливості конструювання імідж-образу [Текст] / Н.В.Барна // «Пам'ять століть»: історичний, науковий та літературний журнал. – К. : Університет «Україна», 2009. – Вип. № 5 (81). – С. 39–44.
28. Барна, Н. В. Эстетика имиджмейкинга в коммуникативных технологиях XXI столетия. [Текст] / Н. В Барна // «Имиджелогия-2010: на пути к национальной идее» / Материалы VIII Международного симпозиума. – М. : РИЦ АИМ, 2010. – С.12-14.
29. Барна, Н. В. Ментально стилевые особенности в формировании имидж - образа города Киева сегодня [Текст] / Н. В Барна // «Имиджелогия-2011: Развитие и продвижение территорий» / Материалы IX Международного симпозиума. – М. : РИЦ АИМ, 2011. – С.23-26
30. Барна, Н. В. Имидж-технологии как фактор развития современных арт-практик [Текст] / Н. В. Барна // Имиджелогия – 2012: Драйвер развития / Материалы X Международного симпозиума. – М. : РИЦ АИМ 2012. – С. 43– 47.
31. Барна, Н. В. Методи рекламного впливу у контексті інформаційного суспільства [Текст] / Н. В. Барна // Молодь: Освіта, наука, Духовність: Тези доповідей. – К.: Університет «Україна», 2012. – Ч 2. – С. 38–40.
32. Барна, Н.В. Художня діяльність у контексті формування візуальних мистецтв ХХ-ХХІ ст. [Текст] / Н. В. Барна // Масово-комунікаційні процеси в сучасному світі: матеріали всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Київ, 3-5 грудня 2014р. – К. : Університет «Україна» – С. 5-9
33. Барна, Н. В. Дизайн в контексті культури ХХ-ХХІ століть [Текст] / Н. В. Барна // Людина. Культура. Дизайн Проблеми розвитку дизайну в сучасній українській культурі: матеріали всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Київ, 25-26 березня 2014р. – К. : Університет «Україна», 2014. / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2014. – С.4–35.
34. Барна, Н. В. Дизайн, мода, реклама як культурні практики ХХ-ХХІ століть (антропологічні, етичні та естетичні виміри) [Текст] / Н. В. Барна // Людина у просторі сучасної культури. Дизайн в контексті культурних практик сучасності (мода, реклама, шоу-бізнес, естрада, туристична діяльність) : матеріали

всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Київ, 25-26 березня 2015р. – К. : НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2015. – С. 31–52.

35. Барна, Н.В. Реклама, дизайн та мода крізь призму комунікативної естетики [Текст] / Н. В. Барна // Масово-комунікаційні процеси в сучасному світі: матеріали всеукраїнської наук.-практ. конф., м. Київ, 10-12 грудня 2015р. – К. : Університет «Україна», 2015. – С.3-8

36. Barna N. Architecture, advertising, design and fashion as cultural practices of today's world / N. Barna // Матеріали II Міжнар.наук.-практ. конф. «Stan i rozwój bilateralnej współpracy gospodarczej Polski i Ukrainy–2015» (Warszawa, 16–17 listopada 2015 r.). – Warszawa : Akademia Finansów i Biznesu Vistula, 2015. – Tom 2. – P.12–18.

АНОТАЦІЯ

Барна Н.В. Естетична еволюція проектної діяльності в контексті художньої культури ХХ – ХХІ століть. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.08. – естетика. – Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова. – Київ, 2016.

Дисертація є естетико-філософським дослідженням художньої культури ХХ – ХХІ століть як системної цілісності сучасних культурних практик – архітектури, дизайну, моди, реклами. Інтегративним естетичним епіцентром формотворчих інтенцій у межах візуального повороту визначається дизайн.

Подано аналіз історіографії проблеми, визначено естетичну специфіку художньої та проектної діяльності в контексті розвитку візуальних арт-практик. Охарактеризовано пріоритети збереження та розвитку формотворчого потенціалу проектної діяльності як чиннику розвитку візуальної культури. Розглянуто специфіку аксіологічних і діалогічних концепцій художньої культури. Зроблено висновок, що деконструкція як формотворчий чинник постмодерністської культури є наскрізним принципом формування композиційної єдності твору в архітектурі та дизайні.

Визначено антропо-екологічні виміри архітектури, моди, дизайну, реклами як сучасних практик культури. Здійснено естетичний аналіз комунікативно-інформаційної сфери дизайну й візуальних мистецтв. Визначено естетичну специфіку рекламного повідомлення та феноменологію сприйняття естетичного середовища.

Наявна реконструкція стилетворчих настанов художньої культури ХХ – ХХІ століть у рамках стилю модерн, авангарду, постмодернізму. Естетичні інгредієнти культури постмодернізму охарактеризовані як синтез мистецтв та як певна екосистема. Здійснено порівняльний естетичний аналіз дизайнерських технологій у контексті еволюції проектних парадигм та генеративних тенденцій розвитку дизайнерської діяльності.

Ключові слова: художня культура, дизайн, мода, реклама, проектна діяльність, патерн, гештальт, знак, символ.

ANNOTATION

Barna N.V. Design in context of artistic culture of XX – XXI centuries. The manuscript. – Manuscript.

Thesis for doctor of philosophy degree in speciality 09.00.08 – Aesthetics. – National Pedagogical Dragomanov University. – Kyiv, 2016.

The thesis is an aesthetic and philosophical research of artistic culture of XX – XXI ages as system integrity of modern cultural practices – architecture, design, fashion, advertising. Integrative aesthetic epicentrum of formative intentions within visual turn determined by design. The analysis of historiography problems defined aesthetic specificity of art and design in the context of visual art practices. Characterized priorities for conservation and development of formative potential project activity, as the factor of visual culture. It was considered the specificity axiological concepts of dialogue and culture. It is concluded that deconstruction as a formative factor postmodern culture is a through principle of forming compositional unity work in architecture and design.

It was determined anthropo-environmental dimensions of architecture, fashion, design, advertising as contemporary practices culture. Aesthetic analysis of communicative and information sphere of design and visual arts had done. It was defined the aesthetic specific of advertising messages and phenomenology of perception of the aesthetic environment.

Available reconstruction of creative style guidelines artistic culture of the XX - XXI centuries as part of the Art Nouveau style, avant-garde, postmodernism. The aesthetic culture of postmodern ingredients described as a synthesis of art and as a kind of ecosystem. The comparative analysis of aesthetic design technology in the context of the evolution of design paradigms and generative trends of the design activity.

Keywords: art culture, design, fashion, advertising, design activity, pattern, gestalt, sign, symbol.

АННОТАЦИЯ

Барна Н.В. Эстетическая эволюция проектной деятельности в контексте художественной культуры XX – XXI столетий. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук по специальности 09.00.08 – эстетика. – Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова. – Киев, 2016.

Диссертация является эстетико-философским исследованием художественной культуры XX – XXI веков как системной целостности современных культурных практик – архитектуры, дизайна, моды, рекламы. Интегративным эстетичным эпицентром формотворческих интенций в рамках визуального поворота определяется дизайн.

Дается анализ историографии проблемы, характеризуется эстетичная специфика художественной и проектной деятельности в контексте развития визуальных арт-практик. Характеризуются приоритеты сохранения и развития формотворческого потенциала проектной деятельности как фактора развития визуальной культуры. Предоставляется анализ аксиологических и диалогических концепций художественной культуры. Современные арт-практики и дизайн как измерения художественной культуры XX – началу XXI веков определяются

фундаментальными эстетичными реалиями мимесиса (подражание традиционным кодам формотворчества) и катарсиса (гармонизации состояния реципиента, «очистки» чувств), что определяются в пространстве таких стилевых измерений художественной культуры, как эклектика, модерн, авангард, постмодернизм, такими механизмами формирования художественной целостности произведения: деструкция, декомпозиция, деконструкция.

Деструкция проявила себя уже в архитектуре и дизайне эклектики как отрицание классицизма (ориентации на античные образцы эстетичной целостности произведения) на полистилистическое определение архитектурной среды за доминантой неоготики, неоренессанса, неовизантийского и неорусского стилей, стиля неогрек, необарокко и др.

Декомпозиция как расчленения композиции произведения и превращения его в своеобразную арт-руину становится доминантой авангардного художественного мышления. Формотворческое пространство чрезвычайно динамизируется, вводится «четвертое измерение» евклидовой геометрии как принципа модернизма – время. Футуризм, кубофутуризм, кубизм становятся средствами образной трансформации эстетичной реальности и отрицания не только классического искусства, но и стиля, модерн с его витализмом, теургизмом, орнаментализмом. Доминантным становится поиск собственной поэтики (А. Гильдебранд, В. Фаворский, В.Кандинский, К. Малевич, П. Филонов и др.), а также мировоззренческих интенций построения «царства Божьего на земле» (К. Малевич, Н. Бердяев), которая роднит художественный, политический и философский модернизм.

Деконструкция становится формотворческой установкой постмодернизма периода его «цветущей сложности» (за К. Леонтьевим). Если в философско-эстетическом измерении деконструкция в художественной культуре подражала гиперкритическому дискурсу (М. Гайдеггер, Же. Деррида, Же. Делез, Ф. Гваттари), то в архитектурной практике она была трансформативно-трансгрессивным дискурсом «переработки» архитектурных проектов авангарда. Делается вывод, что деконструкция как формотворческий фактор постмодернистской культуры является сквозным принципом формирования композиционного единства произведения в архитектуре и дизайне.

В исследовании доказывается, что лишний натурализм и утилитаризм в дефиниции визуальных искусств являются непродуктивными. Ведущий локус определения специфики визуальности искусства репрезентируется как феноменологический, эстетичный и психологический. Но если феноменологический представляет интенциональность зрительного образа, его направленность в пространство коммуникации, а эстетичный фиксирует собственно чувственный, полимодальный характер визуально-эстетического восприятия, что благодаря эффекту синестезии осуществляет перекодирования зрительных модальностей образа на тактильные, слуховые и наоборот, то психологический аспект визуальности фиксирует предметный, дистантрецепторный феномен визуальности как создание определенного «ментального тела», «когнитивной карты» образа и ориентации в пространстве.

Определяются антропо-экологические измерения архитектуры, моды, дизайна, рекламы как современных практик культуры. Осуществляется эстетичный

анализ коммуникативно-информационной сферы дизайна и визуальных искусств. Определяется эстетичная специфика рекламного сообщения и феноменология восприятия эстетичной среды.

Предоставляется реконструкция стилетворческих установок художественной культуры XX – XXI веков в рамках стиля модерн, авангарда, постмодернизма. Эстетические ингредиенты культуры постмодернизма характеризуются как синтез искусств и как определенная экосистема. Осуществляется сравнительный эстетический анализ дизайнерских технологий в контексте эволюции проектных парадигм и генеративных тенденций развития дизайнерской деятельности.

Ключевые слова: художественная культура, дизайн, мода, реклама, проектная деятельность, паттерн, гештальт, знак, символ.