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

*На правах рукопису*

БАРНА Наталія Віталіївна

УДК 008 : 312.421

**Естетична еволюція проектної діяльності в контексті художньої культури ХХ - ХХІ століть**

1. 00. 08 - естетика

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук

Науковий консультант:

доктор філософських наук, професор

ЛЕГЕНЬКИЙ Юрій Григорович

Київ - 2016

Зміст

[Вступ 4](#bookmark2)

Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження

1. Історіографія проблеми 17
2. Художня та проектна діяльності у контексті розвитку візуальних арт-

практик 39

1. Формотворчий потенціал художньої діяльності як чинник розвитку

візуальної культури 47

1. Аксіологічні та діалогічні концепції художньої культури 57
2. Знак і образ у контексті художньої культури ХХ - ХХІ

[століть 73](#bookmark13)

1. Деконструкція як методологічна настанова формування постмодерної

творчості 82

Висновки до першого розділу 95

Розділ 2. Антропологічні виміри дизайну в культурі ХХ - ХХІ століть

1. Антропо-екологічні виміри художньої діяльності 97
2. [Архітектура, дизайн та мода як культурні практики 120](#bookmark7)
3. [Комунікативна сфера дизайну в екологічному вимірі 135](#bookmark8)
4. [Інформаційні комунікації візуальних мистецтв 150](#bookmark9)
5. [Естетична специфіка рекламного повідомлення 161](#bookmark10)
6. Феноменологія та психологія сприйняття предметного середовища.. ..178

Висновки до другого розділу 193

Розділ 3. Стилетворчі настанови художньої культури ХХ - ХХІ століть

1. Симбіоз стильових тенденцій в культурі ХІХ - початку ХХ століть. ..195
2. [Модерні образні експлікації в дизайні, моді та архітектурі 205](#bookmark14)
3. [Авангардні засади формотворення в художній культурі ХХ століття 235](#bookmark15)
4. [Політичний авангард і мистецтво 256](#bookmark16)
5. [Естетичні інгредієнти культури постмодернізму як синтезу мистецтв 266](#bookmark17)
6. [Естетична рефлексія постмодерну як екосистема 280](#bookmark18)

Висновки до третього розділу 288

Розділ 4. Дизайн ХХ - ХХІ століть у контексті новітніх проектних технологій

1. [Постмодерні засоби трансформації проектної діяльності 292](#bookmark20)
2. [Еволюція проектного простору: від постмодерної еклектики до нелінійної архітектури 305](#bookmark21)
3. [Новітні проектні технології дизайну 316](#bookmark22)
4. [Синтез мистецтв у дизайні 328](#bookmark23)
5. [Віртуальна реальність як складова дизайн-технологій 344](#bookmark24)
6. Генеративні тенденції дизайну в контексті техно -інновацій

постмодерну 358

[Висновки до четвертого розділу 370](#bookmark25)

[Висновки 373](#bookmark26)

380

Список використаних джерел

ВСТУП

Актуальність проблеми. Кінець ХХ - початок ХХІ 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 «візуалізального 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 еклектична 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 сьогоднішніх дигітальних трансформацій культури, входження цифрових технологій у простір повсякдення і водночас знаходження адекватних теоретичних констант на позначення домінанти 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 не-мистецтвом, 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 позиціювання 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 домінанти 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 домінантним 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 уможливлюють 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 30­х 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 уможливлюють не лише раціоналізацію і збільшення потоку комунікативних інтеракцій, але й презентацію інформації. Дизайн допомагає відчути 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. Маклюена, 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. Нєретіна, 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.Бердяев, 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 №2 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 цілісності 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 уможливлює 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 посткантіанська 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 еклектики - першого етапу формування просторових мистецтв, розгорнутого за полісемантичним наповненням символічного простору проектної реальності в архітектурі, дизайні, рекламі кінця ХІХ - початку ХХ ст. Еклектика 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 еклектики, 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, оптичної 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 заміняються 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 еклектики 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 домінантними 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 універсум 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 домінантними 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 еклектики до модерну, а також авангардні, модерністські презентації дизайну, моди, архітектури у європейському просторі культури.

Охарактерозовано 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 симпозіумах Міжнародної академії іміджелогії (Москва, Мінськ, Берлін, Прага 2010 -2014 рр.); на Міжнародній конференції «Stan i rozwoj bilateralnej wspolpracy 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.

ВИСНОВКИ

Дисертаційна робота засвідчила, що здійснений теоретико - методологічний аналіз естетичної реальності мистецьких практик культури ХХ - ХХІ століть, зокрема дизайну, розкриває перспективи філософського бачення генеалогії художньої та конструктивно -будівної діяльності як феномена 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 й зовнішніх, соціокультурних детермінант стильового регулювання художньої діяльності.

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: деструкція, декомпозиція,

деконструкція.

Деструкція проявила 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 та неоруського стилів, стилю неогрек, необароко тощо.

Декомпозиція як розчленування композиції твору та перетворення його на своєрідну арт-руїну стає домінантою авангардного художнього мислення. Формотворчий простір надзвичайно динамізується, уводиться «четвертий вимір» евклідової геомнтрії як засади модернізму - час.

Футуризм, кубофутуризм, кубізм стають засобами образної трансформації естетичної реальності та заперечення не лише класичного мистецтва, а й стилю модерн з 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», за К. Леонтьєвим. 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 транс формативно -трансгресивним дискурсом «переробки» архітектурних проектів авангарду.

1. Аналіз історіографії проблеми з естетичних реалій формотворення в дизайні довів, що дизайн переважно розуміється як сфера техногенного середовища або лише як конструктивно -будівна діяльність. У дисертації зроблено акцент на суб’єктній та системній презентації дизайну як єдністі діяльності, поведінки та стану.

Системне розуміння дизайну визначено як єдність рефлексії, конструктивно-будівної діяльності, художнього образу, менеджменту та маркетингу. Саме в цьому концептуальному просторі подано \_ аналіз літератури з проблеми.

Візуальний поворот у культурі окреслився в дизайні застосуванням віртуальної реальності у проектному процесі (аналогове та діалогове проектування з 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», за Ж. Дельозом, стає провідним проектним патерном.

1. 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 напрямах рефлексії - феноменології, філософській антропології, аксіології. Конфлікт онтологій позначився в проектній діяльності як пошук антропних та естетичних засад дизайну. Людина індустріальної цивілізації презентується як людина-проект у вербальному та зображувальному дискурсі.

Семіологічний поворот асоціюється з структуралізмом в цілому та постструктуралізмом, що висунуло на перший план концепти «діалог», «діалогове проектування», «дизайн-програма», «риторика», «рефлективний міф» та ін.

Однак тотальна лінгвістична проекція у царину проектування граматичних та 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. Бодрійяр) та актуалізації проксеміки як прагматики знакових конотацій у американській семіотиці - Ч. Пірс, Дж.Ділі. Архітектурні моделі «діалогу», «апеляції до іншого» (П. Ейзенман) швидко себе вичерпали, бо були вторинними, копіями концептів М. Бахтіна та Ю. Крістєвої.

Візуальний поворот привніс в проектування довіру до образу (окуляцентризм), що визначилося в актуалізації суто проектних означуваних - концептів «патерн» (візуальна конструкція) та «гештальт» (образ як надцінність культуротворення, за О. Шпенглером).

Фактично знов актуалізувалася антропна проблематика (у феміністському дискурсі), семіологічна проблематика мови та 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. Джеймісон). Дизайн переважно розуміється як «соціальний дизайн», тобто широка сфера практик культури.

1. Деконструкція як певний категорійний синтез презентує проектні процеси «демонтажу», «розборки» цілісного мистецького твору та його вторинний монтаж вже в іншому синтаксисі, за іншими правилами, а інколи в іншому культурному середовищи. В архітектурі та дизайні деконструкція є поетичним інструментом конструктивно-будівної діяльності, яка межує з епатажем, деструкцією, ретроінсталяцією, етнореконструкцією, екологічним дизайном та ін.

Як єдність процедур аналізу і синтезу в художньому мисленні деконструкція є універсальним механізмом культуротворчості, тому його легко прослідкувати вже в еклектиці ХІХ століття, стилі модерн, авангарді, постмодерні, бо лише в постмодерні відбувається певний «тектонічний зсув» художнього мислення, де художній аналіз елімінується, а синтез стає самодостатнім і по суті еклектичним.

Тому деконструкція в архітектурі і дизайні тлумачиться лише як стильове явище, а згодом замішується новітньою проектною парадигмою - генетичним алгоритмом.

1. 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, до якого належать дизайн, реклама, шоу-бізнес, мода тощо.

У дослідженні доведено, що зайвий натуралізм та утилітаризм у дефініції візуальних мистецтв є непродуктивними. Провідний локус визначення специфіки візуальності мистецтва презентується як феноменологічний та естетичний, психологічний. Так, якщо феноменологічний презентує інтенціональність зорового образу, його направленість 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 і навпаки, то психологічний аспект візуальності фіксує предметний, дистантрецепторний феномен візуальності як створення певного «ментального тіла», «когнітивної карти» образу та орієнтації в просторі.

1. Новітні технології дизайну не характеризуються лише операційними системами засобів проектного аналізу і синтезу. Так, всім відомі такі евристичні конструкції - проектні патерни, як «мозковий штурм», «мислення у різних плщинах» (Дж. Джонс). Новітні технології проектування, за Дж. Джонсом, приходить у дизайн, коли відбувається переорієнтація проектної комунікації з системи «замовник - річ - проектант» на систему «замовник - зміни в предметному середовищі, які вібуваються завдяки внесенню в нього нової речі - проектант».

Відтак проектна діяльність набуває все більших ступенів свободи завдяки включенню і актуалізації опосередкованої діяльності. Усі технології реклами, моди, дизайну побутових предметів, засобів транспорту тощо актуалізують маркетингову складову.

Приріст художніх якостей дає тотальна візуалізація та комп’ютерізація проектного процесу, застосування дигітальних технологій, тому що самі по собі засоби не покращать ситуацію. Системотворчим є естетичний, генеративний чинник, що акумулює синтез мистецтв у дизайні, його тотальну театралізацію з включенням сучасниї арт-практик: перформансу, енвайронменту, ленд-арту, бодіарту. Віртуальна реальність відкриває для дизайну світ анімації, комп’ютерних ігр та новітньої міфології масової культури.

Культурологічні та мистецтвознавчі відомості щодо еволюції проектного процесу свідчать про те, що його естетична детермінанта є усталеним чинником ідентичності людини в просторі мобільного та хаосогенного середовища. Естетичне в дизайні як засада гармонізації проектної діяльності набуває онтологічного статусу, охоплюючи всі різновиди буття людини в його соціальному та культурному розмаїтті.

Візуальний поворот, що відбувся наприкінці ХХ століття, акумулює інтенції антропологічного та семіологічного поворотів, стає детермінантою радикалізації проектної діяльності завдяки розвитку дигітальних технологій. Поворот від семіотики до аксіологічно та екологічно зазначеної семантики сприяв активізації інтересу до змістовної сторони культурних практик постсучасності: реклами, моди, дизайну.

Сучасна естетика сигналізує про неможливість розуміння мистецтва лише як відображення дійсності, оскільки воно спрямоване на новітні синтези, втягуючи у сферу художньої діяльності світ культури повсякденності, природи, техніки та світ розваг. Тоталізація проектної діяльності в соціальному дизайні як системогенезі сучасних практик прагне подолати фрагментарність постмодерністської культури й створити новітній універсум культуротворчості.

Відбулася зміна парадигм функціонування художнього твору в епоху постмодерну: формоутворювальні засоби сучасного мистецтва зруйнували загальноприйняті норми естетичного й прагнуть виразити індивідуальний досвід суб’єкта.

Художній твір постмодерну набуває естетичної універсальності через діалог з Іншим, іншою системою цінностей, що є гіпотетичним проектом. Так, проекна діяльність радикально універсалізується в просторі нових онтологічних та антропологічних горизонтів. Таке розуміння сутності природи твору мистецтва дозволяє усвідомити його вплив на людину: пряма дія на свідомість без будь -якої опосередкованої ланки утворює новітню соціокультурну прагматику соціальної дії.

Філософсько -естетичний аналіз художньої діяльності довів, що предметне наповнення кожної епохи обумовлене характером зв’язків між людиною, природою і технікою та специфікою світовідчуття, що визначає стилі та технології формотворення. Усе більш очевидним стає, що для людини життєво важлива адекватність внутрішніх змістів та зовнішніх станів речей. Естетичний суб’єкт, що реалізований як спонука, інтенція краси в дискурсі реклами, моди, дизайну у якому варіації образного та знакового, пластичного та конструктивного, декоративного та функціонального його змісту програмуються пошуковою активністю чуттєвості як естетичного вчинку.

Естетична природа дизайну є витоком його універсальності, що у реаліях сучасності набуває масштабів тотальної причетності до всіх сфер людської життєдіяльності. Таке розширення антропних детермінант проектного процесу має своїми наслідками як позитивні, так і негативні явища.

Крім втілення гуманістичних тенденцій, тотальна «дизайнізація», унаочнює також процеси людського відчуження, затискаючи універсум життєвих формовиявів у межі «запроектованої» культурної рекреації.

Серед причин теоретичної актуалізації проблем дизайну визначальним є поворот сучасної науки до екологічної проблематики, а, отже, й спроможність дослідити дизайн у його дійсному значенні одвічного компонента практики облаштування людиною свого побуту. Отже, теоретична рефлексія дизайну для естетики виступає одним з повноважних чинників розширення та вдосконалення її теоретичних обріїв, орієнтованих на гармонізацію соціуму. Досвід та дійсність дизайн-культури для естетичної науки - наочна демонстрація всього спектру трансформацій почуттєвої структури людини.

Соціальне призначення дизайну в тому, щоб створювати предмети промислового виробництва, які здатні «по-людськи ставитись до людини». Дизайн пов’язує водночас матеріальну та духовну культуру суспільства, забезпечуючи тим самим цілісність сучасної цивілізації.

Сучасна естетична діяльність пронизує всі сфери культуротворчості, естетизуючи їх, наближує до ідеалів краси та підносить людську суб’єктивність як певну ентелехію хореїчного зразка, якщо використовувати термінологію із синттезу мистецтв античності. Наприкінці ХХ ст. у вивченні дизайну вже чітко формується думка, що його фундаментальне дослідження передусім, передбачає, врахування інтенцій формотворення межового характеру. Сучасне функціонування дизайну вказує на те, що його природа перевищує можливості виробничої практики. Тому будь -яке його дослідження у межах однієї сфери не здатне розкрити природу проектної діяльності в цілому.

Дизайн є чинним компонентом культуротворення, оперуючи формою, образом, конструкцією, декором, кольором, тектонікою тощо, він вибудовує предметність як телос культури. Механізми естетичного впливу (гра, іронія, метафора тощо) працюють у дизайні на утворення цілісного естетичного середовища, характер функціонування якого відповідає духовним та почуттєвим потребам людини як естетичного суб ’ єкта.

Осмислення новітніх форм дизайн-діяльності ХХ-ХХІ ст. спонукає до збагачення естетико-культурологічної рефлексії, дає можливість розуміння дизайну на рівні сутнісних вимірів людського буття. Проблемний спектр проектної та формотворчої діяльності дизайну адекватно відтворює драматичні колізії сучасного буття людини постсучасності.

У зв’язку з цим стають зрозумілими повноваження проективних практик, які, «оформлюючи» предметність, визначають міру гуманізації стосунків з нею. Питання етичних засад цієї взаємодії - провідний орієнтир сучасної проектної діяльності. Через осмислення досвіду політичної, екологічної, соціальної та економічної кризи людство усвідомлює міру власної відповідальності перед світом й переорієнтовує діяльнісну активність на взаємодію з Великим Іншим, який конституюється як Абсолют, етичний та естетичний ідеал.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агг, А. Мир человека как субъекта производства [Текст] / А. Агг. - М. : Прогресс, 1984. - 199 с.
2. Адорно, Т. В. Теория эстетики [Текст] / Т. В. Адорно; пер. с нем. П. Тарашук. - К. : Основи, 2002. - 518 с.
3. Азизян, И. А. Теория композиции как поетика архитектуры [Текст] / И. А. Азизян, И. А. Добрицына, Г. С. Лебедева. - М. : Прогресс- Традиция, 2002. - 568 с.
4. Ананьев, Б. Г. Человек как предмет познания [Текст] / Б. Г. Ананьев. - Л. : Моск. Ун-т, 1968. - 339 с.
5. Андреев, П. Рекламное обращение: визуальная эволюция [Текст] / П. Андреев // Рекламный мир, N° 5/1997. - С. 10-11.
6. Андреева, Е. Постмодернизм [Текст] / Е. Андреева. - СПб. : Азбука-классика, 2007. - 488 с.
7. Андреева, Г. М. Социальная психология [Текст] / Г. М. Андреева. - М. : Аспект Пресс, 1999. - 376 с.
8. Апель, К.-О. Трансформация философии [Текст]: пер. с нем.
9. Куренной. / Карл Отто Апель - М. : Логос, 2001. - 344 с
10. Арватов, Б. Искусство и производство [Текст] / Б. Арватов. - М. : Всерос. Пролеткульт, 1926. - 186 с.
11. Арватов, Б. Об агитационном и производственном искусстве [Текст] / Б. Арватов. - М. : Пролеткульт, 1930. - 123 с.