

Оксана ЛАГОДА,

orcid.org/0000-0003-1808-7119

*доктор мистецтвознавства, доцент,
професор кафедри дизайну тканин і одягу
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
(Харків, Україна) oxanalahoda@gmail.com*

ЕСТЕТИЧНИЙ ДИСКУРС ДИЗАЙНУ: ПРОБЛЕМАТИЗАЦІЯ, МАНІФЕСТАЦІЯ, РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ

Автор аналізує теоретико-методологічні підходи до естетичного в дизайні у контексті загальної теорії естетики та естетичних концепцій, що сформувалися протягом ХХ століття. Розглядаючи різнопланові підходи до розуміння естетичного, його структурних елементів, принципів дії в художній та проектній культурах, окреслює ряд проблемних питань, які залишаються актуальними і дискусійними щодо розвитку сучасного суспільства в цілому та дизайнерських практик зокрема. Увагу зосереджує на тому, що соціокультурні трансформації суспільства, зміна історичного, економічного й інших контекстів його розвитку, емоційно-почуттєвий і художній досвід людства зумовили зміни в розумінні та формуванні естетичних цінностей, зокрема дизайн-продуктів. Це вплинуло на зміни їх функціонального, художньо-образного, естетичного і ціннісного навантаження, та постало однією із ключових проблем сучасності. Показано визначальна роль у цих процесах суб'єкт-об'єктних відносин дизайнера з предметним світом і середовищем, яке він проектує. Виявлено, що саме в межах таких відносин зароджується, формується, а значить – проблематизується і маніфестується, зміст естетичного в дизайні. Обґрунтовано, що такі відносини корелюються із суспільними, споживчими запитами на властивості, якість і цінність дизайн-продукту, процес оновлення яких в дизайн-діяльності можна назвати не лише циклічним, але реверсним. Виявлено, що концептуалізація та зростання рівня професіоналізації у сфері дизайну виявляють цілий ряд супутніх проблем, які обумовлюють в естетичному дискурсі дизайну процеси формо- і смислоутворення. На думку автора, найбільш виразно вони зчитуються в практиках репрезентацій дизайн-продукту як унікальних і самодостатніх об'єктах дизайну. Таким чином, у статті доведено необхідність подальшого розгляду естетичного дискурсу дизайну – невербальних і вербальних його компонентів – із метою поглиблення знань щодо суті й змісту діяльності дизайнерів, їхньої потенційної ролі у формуванні суспільно-значимих і культурних цінностей.

Ключові слова: *дизайн-діяльність, проектна культура, естетика, типологія, естетичне формоутворення.*

Oksana LAHODA,

orcid.org/0000-0003-1808-7119

*Doctor of Art History, Associate Professor,
Professor at the Department of Fabric and Clothing Design
Kharkiv State Academy of Design and Arts
(Kharkiv, Ukraine) oxanalahoda@gmail.com*

AESTHETIC DISCOURSE OF DESIGN: PROBLEMATIZATION, MANIFESTATION, REPRESENTATION

The author analyzes theoretical and methodological approaches to aesthetic in design in the context of the general theory of aesthetics and aesthetic concepts that were formed during the twentieth century. He identifies a number of problematic issues that remain relevant and debatable, considers diverse approaches to understanding the aesthetic, its structural elements, principles of action in artistic and design cultures. The author focuses on the fact that the socio-cultural transformations of society, the change in the historical, economic context of its development, the emotional, sensory and artistic experience of mankind have led to changes in the understanding and formation of aesthetic values, in particular; design products. This influenced the changes in their functional, artistic, figurative, aesthetic and value load, and became one of the key problems of our time. The defining role of the subject-object relations of the designer with the objective world and the environment, which he designs, is shown. It was revealed that it is in these relations that the aesthetic in design is born, formed, and therefore problematized and manifested. It has been substantiated that such relations are correlated with public, consumer demands for the properties, quality and value of a design product. The process of their renewal in design activities can be called not only cyclical, but also reversible. It was revealed that conceptualization and professionalization in the field of design reveal a number of problems that determine the processes of form and meaning formation in the aesthetic discourse of design. According to the author, they are most clearly read

in the practices of representing a design product as unique and self-sufficient design objects. The article proves the need for further consideration of the aesthetic discourse of design – its non-verbal and verbal components - in order to deepen knowledge about the content of the activities of designers, their potential role in the formation of socially significant and cultural values.

Key words: *design activity, project culture, aesthetics, typology, aesthetic formation.*

Постановка проблеми. На початку нового тисячоліття багатогранне і суперечливе буття людства зумовило необхідність переоцінки його духовних цінностей. Проблематика сутності процесів життєдіяльності людини спонукала до осмислення накопиченого людством досвіду, передусім емоційно-почуттєвого, художнього, духовно-ціннісного. У вказаному контексті дизайн, як художньо-проектна творчість, набув особливої значимості в плані досягнення його ціннісних орієнтирів і новітніх креативних пошуків. Розмаїтість цих пошуків скеровує як дизайнерів-практиків, так і науковців-дослідників на шлях опанування фундаментальних основ естетичного знання. Їх суть і завдання полягають у відтворенні одвічних духовних цінностей людства в дизайн-продукті як результаті естетичної діяльності. Відтак формування естетичної культури окремої особистості – дизайнера та людства в цілому є специфікою становлення фахівця як особлива грань його творчості. Концептуалізація цієї творчості прикметна формулюванням нової теоретико-методологічної моделі в проектній культурі, де дизайн в межах панівної художньої культури і буденності наділений самостійною естетичною цінністю як для дизайнера, так і для споживача та соціуму в цілому. Окрім того, дизайн-практики, з одного боку, визначені процесами стандартизації, уніфікації та мінімізації, а з іншого – процесами індивідуалізації моделей споживання, що призводить до певних суперечностей, виражених, насамперед, в естетичному аспекті діяльності дизайнерів. Тому, на нашу думку, саме естетичний дискурс¹ дизайну актуалізується як значима наукова проблема, залишається малодослідженим, дискусійним та зберігає складну систему векторів розгляду.

Аналіз досліджень. Необхідно відзначити, що протягом ХХ ст. естетична проблематика розроблялася не стільки у спеціальних дослідженнях, скільки в контексті інших гуманітарних наук, таких як: соціологія, лінгвістика, психологія, семіотика. Внаслідок чого сформувалися різні естетичні концепції, теорії, як, наприклад, феноменологічна естетика (Естетика, 2010). Її ключовим поняттям є інтенціональність (від лат. *Intentio* – прагнення,

спрямованість, намір) як конструювання об'єкта пізнання свідомістю. Польський філософ Р. Інгарден (1893–1970) – основоположник феноменології – розглядає твір мистецтва як самодостатній феномен інтенціонального споглядання поза будь-якого контексту: все, що можна з'ясувати про твір, є в ньому самому, має самостійну цінність, автономне існування та побудовано за власними законами. Із суголосних позицій виступав М. Гартман (1882–1950), вважаючи, що основна категорія естетики – «прекрасне» – досягається в стані екстазу і мрійливості. Натомість розум не дозволяє долучитися до сфери прекрасного, тому пізнавальний акт з естетичним спогляданням просто несумісні. Своєю чергою, М. Дюфрэнн (1910–1995), який критикував сучасну західну цивілізацію та відчуження людей від природи, власної сутності і вищих цінностей буття, прагнув виявити фундаментальні підвалини культури, які б дозволили встановити гармонійні стосунки людини зі світом. У контексті хайдеггерівської концепції мистецтва як «істини буття» Дюфрэнн шукав опору в багатстві естетичного досвіду. Загалом, феноменологічний метод став підґрунтям методологій формалізму, французького структуралізму і англо-американської «нової критики», що виникла як опозиція позитивізму.

Серед інших вагомих напрямів розвитку естетичної думки ХХ ст. – психоаналітичні концепції З. Фрейда і Г. Юнга, естетика екзистенціалізму Ж.-П. Сартра, А. Камю, М. Хайдегера, естетика персоналізму Ш. Пегі, Е. Мунье, П. Рікера, естетика структуралізму і постструктуралізму К. Леві Стросса, Р. Барта, Ж. Дерріда, а також соціологічні естетичні концепції Т. Адорно і Г. Маркузе. Сучасна естетична думка розвивається в руслі постмодернізму: праці І. Хассана, Ж.Ф. Ліотара. Для естетики постмодернізму характерним є свідоме ігнорування будь-яких правил і обмежень, вироблених попередньою культурною традицією, і, як наслідок – іронічне ставлення до самої традиції.

У контексті зазначеного суттєвих змін зазнає понятійний апарат естетики, а її основні категорії піддаються змістовній переоцінці. Наприклад, «піднесене» витісняється «дивним», «потворне» отримало статус естетичної категорії поряд з «прекрасним», активно формується цілий ряд т.зв. «паракатегорій естетики» – «гра», «лабі-

¹ Автор спирається на тлумачення дискурсу в комунікативістиці, як: сукупність вербальних та невербальних елементів спілкування, що мають власні змісти та взаємодіють у певному контексті.

ринт», «текст»... Те, що традиційно розглядалося як «неестетичне», стало «естетичним» або визначається як таке, порушуючи традиційні естетичні та художні норми. Отже, різноманіття естетичних концепцій сучасної науки свідчить про якісно новий період у розвитку естетичної думки.

Природно, що актуалізація проблематики естетичного не оминула увагою дизайн (Білодід, 2004). Особливо у 1980-х рр., коли на зміну ідеї «проектної діяльності», яка домінувала в теорії дизайну в 1960–1970-х рр., чільне місце в наукових працях посіла ідея «проектної культури», а «проектність» визнали визначальною стильовою рисою сучасного мислення, однією з найважливіших типологічних ознак сучасної культури чи не в усіх ключових її аспектах, пов'язаних із творчою діяльністю людини (Сидоренко, 1990). Розгляд різнопланових питань щодо естетичного в дизайні сприяв тому, що окреслилася стрижнева проблема – естетичне поєднання «художності» та «проектності» як двох основоположних принципів проектно́ї культури.

Однією з фундаментальних праць з теми слід вважати дисертаційну роботу «Гене́за проектно́ї культури та естетика дизайнерської творчості» (1990) російського науковця В. Сидоренка. Він запропонував розгляд генези проектно́ї культури як розвиток всередину, до свого духовно-творчого осереддя – художності, яка розгортається в систему естетики проектно́ї (дизайнерської) творчості. На думку науковця, генеза проектно́ї культури має три фази: канон, історична проектна культура і проектна творчість. Виходячи із чого, він запропонував нову парадигму у вигляді типології із трьох естетик: естетики тотожності, естетики нетотожності та естетики завершення. В. Сидоренко окреслив проблематизуючу, визначальну і завершальну функції естетичної рефлексії. Його трійчаста парадигма естетичних принципів формоутворення ґрунтується на доцільності мети, доцільності образу і доцільності сенсу, а в основі наукових розвідок – різочий контраст між двома типами культур: канонічною (усталеною) та проектною (прогресивні зміни).

Теза про те, що естетична рефлексія є унікальною, властивою виключно людині здатністю моделювати соціокультурний світ як людську проблему, як художню концепцію, як цілісний універсум в єдності його об'єктивної доцільності та суб'єктивно-ціннісного переживання, людського осмислення, є ключовою у згаданій роботі. Вона закладена в основу запропонованих типів естетик, в яких дизайнер (художник) усвідомлює себе по різному, зокрема: естетиці тотожності відпові-

дає принцип Я; естетиці нетотожності – принцип Ти; естетиці завершення – принцип Він. Окрім того, кожна з естетик має власні протиставні «полюси», як «високе» та «низьке», або як «акт творення» та «акт руйнації». Так, естетика тотожності включає естетику доцільності та естетику хаосу, а естетика нетотожності – естетику смислообразності та естетику абсурду. Вкрай важливим постає суб'єктивність сприйняття та протиставлення: зовнішнього внутрішньому, монологізму об'єктивного знання – діалогічності смислу, визначеності предмета – здатності перетворюватися з одного в інше. В естетиці тотожності переживається істина, нетотожності – сенс, а в естетиці завершення естетично переживається краса як спосіб художнього бачення, як форма. Таким чином, естетика завершення – це тип рефлексії, який завершує зміст у формі (Сидоренко, 2006).

Необхідно відзначити, що в епоху постмодерну естетика предметно-просторових форм об'єктів дизайну сприймається гранично широко: в кожній конкретній ситуації як цілісний образ емоційно-чуттєвих, раціонально-логічних та композиційно-художніх культурних інтерпретацій. «Я» творця надзвичайно розширює рамки традиційного естетичного досвіду через занурення у віртуальний простір форм, які зачаровують і шокують нереальною пластикою, кольорами, фактурами поверхонь, їх парадоксальними поєднаннями, які часом порушують стереотипи естетичних норм. Естетика дизайн-форм визнається не лише суб'єктивно-інтуїтивною, орієнтованою на художні форми мистецтва, але й об'єктивно-соціальною в її комунікативній функціональності (Бистрова, 2003: 56–64; Бхаскаран, 2006). Втім, важливо зауважити, що увесь пласт розробок естетичного дискурсу дизайну залишає відкритими ряд запитань та не дає на них однозначних відповідей. Наприклад, чим є естетика для дизайну – підґрунтям, стратегією, умовою чи результатом дизайн-діяльності? Де «місце» естетичного в дизайні, межі, в яких воно формується? Чи є процес формування естетичного в дизайні закономірним чи обумовлений суспільними запитамі? А, можливо, – це індивідуально-суб'єктивний вимір дизайн-об'єктів? Що слід вважати чинниками дієвості естетичного в дизайні? І ще багато інших. Усвідомлюючи, що обсяг однієї публікації не дозволяє розглянути всі аспекти проблеми, зосередимося на декількох, які, на думку автора, є ключовими і похідними для вирішення всіх інших. Вказане визначає мету статті: окреслити специфіку естетичного дискурсу дизайну в контексті загальносвітових тенденцій розвитку.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що значимою функцією культури є проектування естетично організованого середовища побутування людей у просторовому, часовому, емоційному, художньому, інтелектуальному, екологічному та ін. аспектах, його наповнення еталонними (зокрема, модними) зразками художньо-культурних цінностей. Власне, через вказану функцію реалізується зв'язок мистецтва із виробництвом, який забезпечує дизайн як «концептуально-проектна метафора нової культурної епохи» (Сидоренко, 2006). У своїй монографії В. Чижиков наголошує, що дизайн своєрідним чином відтворює особливості функціонування предметів, речей у сфері культури, виконує власну культурну місію, «підвищуючи своїми творами ціннісні характеристики оточуючого середовища, асимілюючи в собі багатофункціональні властивості естетичних, художніх і соціальних цінностей культури» (2006: 36), керуючись прагненням до єдності доцільного та осмисленого буття в красі, т. зв. «техне» (Бистрова, 2003: 29-30), відомого ще з часів античності. Він наголошує, що саме таким чином у дизайні проблематизується «естетична універсалія естетичного ідеалу» нового образу світу. Естетичний ідеал «мобілізує здібності дизайнера моделювати соціально-культурне оточення як людську проблематику» (Чижиков, 2006: 385). Результатом подібного моделювання постають суб'єкт-об'єктні відносини між дизайнером-творцем, створеним ним предметним середовищем та його наповненням, які обумовлюють чинники формування естетичної культури суспільства в цілому. Своєю чергою, естетична культура крізь призму споживчих запитів і суспільної думки «корегує» властивості та якості середовища побутування, його предметне наповнення, та утілюється в нових проектах дизайнерів. Цей процес можна визнати не лише циклічним, але, вочевидь, реверсивним. Отже, можемо говорити про те, що *«місце» зародження естетичного в дизайні криється саме в площині суб'єкт-об'єктних відносин людини (дизайнера, потенційного споживача) – об'єкту дизайну (середовища, речі чи комплексу речей тощо).*

Оскільки естетика (від грецьк. Aisthetikos) означає відчувати, чуттєвий, існує безліч думок про природу естетичних цінностей, одна з яких маніфестує: «субстратом естетичного є відношення між людиною і тим або іншим об'єктом» (Бистрова, 2015: 61). Естетика безпосередньо пов'язана з внутрішнім станом людини, з її душею. Коли людина взаємодіє із зовнішнім світом вона

відчуває або гармонію, умиротворення, або стан якоїсь незадоволеності (дисгармонії). Все це залежить від того, які предмети і речі її оточують.

Утім, естетичне в дизайні виступає як цілісне утворення, по відношенню до якого науковці застосовують різні визначення, зокрема: аспект, складова частина... Так, А. Грашин позиціонує «компонент» естетичного в дизайні як естетичні властивості утилітарних речей (об'єктів), розмежовуючи за змістом поняття «об'єкт дизайну» та «річ». Реалізація складного поєднання утилітарно-функціонального призначення речей з високими естетичними вимогами до них, на думку науковця, впливає на зміну методик формоутворення. У формі речі знаходять відображення соціокультурні зв'язки між людиною та об'єктом її діяльності, яким може бути річ, усе предметно-просторове середовище та його наповнення, окремі елементи, процеси, явища, ідеї тощо. Як об'єкт проектування річ набуває особливого статусу і є виразником художнього та естетичного відношення людини до предметного світу (Ковтун, 2017).

Вектор розвитку сучасного експериментального дизайну – емоційного, символічного, концептуально-поетичного, імерсивного, – передбачає, насамперед, наявність виразного візуального ефекту, створення нового образу речі. Відомо, що естетичне сприйняття завжди супроводжується естетичним почуттям, завдяки чому між людиною та річчю формується естетичне відношення. Естетичні властивості, почуття та відношення, на переконання А. Грашина, є «тріадою» критеріїв аналізу естетичного компонента в дизайні. Таким чином, естетика в дизайні позиціонується як естетичний аналіз і естетична оцінка, коли проектування аналізується як концептуальне і символічне, а аналізу підлягає співвідношення міри предмета і людини. Суспільна цінність речі, відображаючись в її формі, стає доступною її сприйняттю і завдяки цьому перетворюється в естетичну цінність. Як естетично досконала, форма речі відіграє роль своєрідної характеристики утилітарної корисності і здатна викликати емоційні переживання – чуттєву оцінку естетичних властивостей. Усвідомлення ж культурної цінності речі відбувається через її образ у процесі сприйняття.

«Дизайн у ХХ столітті став глобальним феноменом, що охоплює найрізноманітніші сфери... Мова дизайну стала універсальним комунікаційним і експресивним засобом, що дозволяє зробити свій вибір у світі необмежених можливостей» – зазначає Л. Бхаскаран (2006: 8). Це вказує на принципову відмінність естетико-художньої та есте-

тико-дизайнерської форми. Естетичну художню форму в мистецтві традиційно позбавляють будь-якого утилітарного змісту, що й становить рубіжний розподіл між мистецтвом і дизайном як самостійними різнохарактерними видами естетичної діяльності. Таким чином, *естетична форма в дизайні оцінюється не лише у виключно художній площині, з точки зору її емоційно-чуттєвого впливу на людину, але й у проекції її соціально-практичної цінності та користі для людини.*

Як відомо, естетика як наука походить від філософії. Це сприяє виведенню найбільш загальних закономірностей дизайну: морфологічних, проектних, комунікативних, естетичних, ціннісних. На переконання Т. Бистрової (2015: 19), значимим є співвідношення теорії дизайну і філософії дизайну, де занурення в емпіричний досвід, узагальнення фактів, осмислення практик – це рівень теорії дизайну. А узагальнення фіксованих у досвіді властивостей до їх межового значення, визначення соціального, культурного місця дизайну, його своєрідності та унікальності, які неможливо спостерігати, а можна лише аналітичним шляхом виявити, становить шлях філософії дизайну.

Філософія дизайну допомагає вичленувати і сформулювати закономірності існування і реалізації дизайну в культурі (Бистрова, 2003: 24). Суттєво, що дизайн є продуктом європейської культури, тому утілює її раціоналізм і систему цінностей, особливо, творчих та естетичних. Його сутність знаходиться в прямій залежності від світоглядних і аксіологічних доміант європейської культури, якій, як відомо, притаманні раціоналізм, аналітичність і системність.

Своєю чергою, прагматичність дизайнерського мислення породжує цілий ряд морально-етичних проблем, зокрема маніпуляцій, організацію сприйняття, моделювання сценаріїв поведінки споживачів, експлуатації естетичних цінностей для досягнення комерційних цілей, наприклад, через практики репрезентацій (Лагода, 2020). Такі спеціалізовані концептуальні дизайн-розробки (репрезентації) мають за мету продемонструвати актуальність, оригінальність, упізнаваність (уникаючи стереотипності), іноваційність, критерії яких часто доволі суб'єктивні або розмиті. Ключовим завданням залишається економічна і призначена для користувача ефективність, які дозволяють в ряді випадків цілеспрямовано використовувати «художні» та «нехудожні» прийоми. Однак естетичні завдання при формуванні дизайн-об'єкта не можуть вирішуватися ізольовано від усіх інших. Часом найскладніше побачити, що естетичне в дизайні є зворотною

стороною утилітарного, і навпаки. Не тільки найзручніше оцінюється як гарне і сприяє гармонізації, але красиве сприймається як найбільш зручне, є ним. При цьому утилітарне не заперечується і не відходить на другий план, а приходить до діалектичної єдності з естетичним.

«Дизайн як естетична діяльність – відтворення єдності функції та естетично значущої форми» (Бистрова, 2003: 61). Підкреслимо, що можливість досягнути тотожності естетичних і утилітарно-функціональних характеристик в продуктах дизайну завдячує тому, що естетичні емоції, естетичні переживання невідривно пов'язані з інтелектуальною діяльністю, не випадково їх називають «розумними» почуттями. Так, Т. Бистрова окреслює чотири різних системи уявлень про прекрасне (потворне, гармонійне, виразне), які співіснують в сучасності, істотно ускладнюючи оцінку продуктів дизайну. Її авторська класифікація систем естетичних цінностей включає: традиціоналістську систему цінностей з орієнтацією на канон, стереотип, традицію при низькій активності суб'єкта; класичну – з чіткою, раціонально виведеною системою уявлень про опозицію прекрасного і потворного, про ідеали і т.п. за умов необхідної естетичної вихованості та освіченості суб'єкта, який надає естетичну оцінку; некласичну – з її відмовою від системності і ієрархії цінностей, формуванням «паракатегорій», синтезом мистецтва з іншими видами діяльності і перенесенням акценту на сприйняття цінності суб'єктом; інформаційну, пов'язану з візуалізацією культури, профанацією більшості естетичних цінностей, прагненням до інтерактивності, кліповістю мислення, зниженням ступеня духовності в масових естетичних продуктах при триваючому формуванні розряду умовно-елітарних речей, артефактів, арт-об'єктів (Бистрова, 2003: 62). Напрошується висновок, що йдеться про «різні» дизайни, про «різну» філософію та ідеологію дизайнерської творчості. І це не помилка, якщо вдумливо вчитатися в одну із праць А. Раппопорта – «Третій дизайн» (2006). Таким чином, наступним кроком дослідження може стати співставлення еволюційних змін дизайну в його ретроспективній проекції із трансформаціями та змінами естетичної думки в цілому та естетичного дискурсу дизайну зокрема. Важливо, що окреслені процеси стосуються всіх без винятку видів дизайну та об'єднують їх в єдиному колі естетичних проблем.

Висновки. Підсумовуючи, можна вказати: фахівці з дизайну працюють над проектами окремих речей і комплексами виробів, які мають загальнолюдське значення, та враховують об'єктивні

утилітарні потреби людей, звертаючись до глибинних людських емоцій; працюють над речами, що мають товарну цінність, і реалізують складні соціально-естетичні механізми формування ідеалу, його функціонування в художній культурі. Отже, дизайн володіє чітко вираженим естетичним характером. Оскільки дизайн більшою мірою є матеріально-продуктивним видом творчості, ніж художньо-образним усвідомленням дійсності, дизайнери враховують і стимулюють розвиток емоційно-естетичного сприйняття людьми навколишнього світу, формуючи естетичну культуру, а в її межах – естетику споживання.

Естетику дизайн-форм необхідно досліджувати не ізольовано, а в співвіднесенні з естетичною формою в мистецтві, в загальному ряду культурних естетичних форм. Аналіз усього історичного арсеналу засобів створення естетичних форм, які

емоційно впливають на людину, є, таким чином, тим теоретичним фундаментом, на якому може розвиватися практика сучасного естетичного формоутворення в дизайні. У другій половині ХХ ст. формоутворення предметно-просторового середовища в єдності художньо-утилітарних цілей набуло самостійний вид естетичної діяльності, а дизайн-форми масового і елітарного мистецтва в естетичному дискурсі сучасного дизайну дозволяють пов'язувати предметну і ціннісно-сміслову, творчу та комунікативну, духовну і економічну сторони дизайну.

Тенденції розвитку сучасної культури, дизайну в її межах демонструють зростання значущості естетичного дискурсу в усій повноті його вербального, невербального, а тепер віртуального наповнення. Цей факт потребує системного аналізу і глибинного наукового осмислення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білодід Ю. М., Поліщук О. П. Основи дизайну : навч. посіб. Київ, 2004. 240 с.
2. Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве. Москва : АРТ-РОДНИК, 2006. 256 с.
3. Быстрова Т. Ю. Философия дизайна : учеб.-метод. пособ. Изд. 2-е, перераб. Екатеринбург, 2015. 128 с.
4. Грашин А. А. Компонент эстетического в дизайне утилитарных вещей (объектов). *ВНИИТЭ* : веб-сайт. URL : <https://studylib.ru/doc/4087326/komponent-e-steticheskogo-v-dizajne-utilitarnyh-veshhej--obe...> (дата звернення: 17.05.2021).
5. Естетика : навч. посіб. / Анучина Л. В., Бутова О. К., Уманець О. В., Шило О. В. Харків : Право, 2010. 232 с.
6. Ковтун В. В. К вопросу об эстетической форме в дизайне. *Гуманитарные исследования*. 2017. № 4(17). С. 22–24.
7. Лагода О. М. На «межі» дизайну: критеріальні оцінки і контури поняття «дизайн вражень» в контексті культури споживання. *Науковий вісник НЛУ України*. 2013. Вип. 23.18. С. 321–327.
8. Раппапорт А. Г. Третий дизайн / Период: XX век. Памяти К. А. Кондратьевой : веб-сайт. URL : <https://archi.ru/elpub/91131/tretii-dizain> (дата звернення: 17.05.2021).
9. Сидоренко В.Ф. Генезис проектной культуры и эстетика дизайнерского творчества : дис. ...д-ра искусствоведе-ния : 17.00.06 / ВНИИТЭ. Москва, 1990. 424 с.
10. Сидоренко В. Ф. Три эстетики. От канона к проекту (1-2): веб-сайт. URL : <https://sergeserov.livejournal.com/512593.html> (дата звернення 17.05.2021).
11. Чижиков В. В. Дизайн и культура : монография. Москва : МГУКИ, 2006. 361 с. URL : <https://studfile.net/preview/5569536/> (дата звернення: 17.05.2021).

REFERENCES

1. Bilodid Yu.M., Polishhuk O.P. *Osnovy` dy` zajnu : navch. posib.* [Fundamentals of design: a textbook]. Kyiv, 2004. 240 p. [in Ukrainian].
2. Bhaskaran L. *Dizayn i vremya. Stili i napravleniya v sovremennom iskusstve.* [Design and timing. Styles and trends in contemporary art]. Moskva: ART-RODNIK, 2006. 256 p. [in Russian].
3. Byistrova T.Yu. *Filosofiya dizayna : ucheb.-metod. posob. Izd. 2-e, pererab.* [Design Philosophy: Study Guide]. Ekaterinburg, 2015. 128 p. [in Russian].
4. Grashin A.A. *Komponent esteticheskogo v dizayne utilitarnykh verez (ob'ektov).* [The aesthetic component in the design of utilitarian things (objects)]. VNIITE : veb-sayt. URL: <https://studylib.ru/doc/4087326/komponent-e-steticheskogo-v-dizajne-utilitarnyh-veshhej--obe...> (data zvernennya: 17.05.2021). Sidorenko V.F. *Genезis proektnoy kultury i estetika dizaynerskogo tvorchestva : dis. ...d-ra iskustvovedeniya : 17.00.06 / VNIITE.* Moskva, 1990. 424 s.
5. *Estety ka : navch. posib.* [Aesthetics: a textbook] / Anuchy`na L.V., Burova O.K., Umanecz O.V., Shy`lo O.V. Xarkiv : Pravo, 2010. 232 p. [in Ukrainian].
6. Kovtun V.V. *K voprosu ob esteticheskoy forme v dizayne.* [On the question of aesthetic form in design]. *Gumanitarnye issledovaniya*. 2017. # 4(17). pp. 22–24. [in Russian].
7. Lahoda O. *Na «mezhi» dy` zajnu: kry`terial`ni ocinky` i kontury` ponyattya «dy`zajn vrazhen`» v konteksti kul`tury` spozhy`vannya.* [On the "border" of design: criterion assessments and contours of the concept of "impression design" in the context of consumer culture]. *Naukovy`j visny`k NLU Ukrayiny`*. 2013. Vy`p. 23.18. pp. 321–327. [in Ukrainian].
8. Rappaport A.G. *Tretiy dizayn / Period: HH vek. Pamyati K.A. Kondratyeva.* [Third design / Period: 20th century. In memory of K.A. Kondratyeva]. URL: <https://archi.ru/tlpub/91131/tretii-dizain> (data zvernennia: 17.05.2021) [in Russian].
9. Sidorenko V.F. *Genезis proektnoy kultury i estetika dizaynerskogo tvorchestva.* [The genesis of design culture and the aesthetics of design creativity] : dis. ...d-ra iskustvovedeniya : 17.00.06 / VNIITE. Moskva, 1990. 424 p. [in Russian].
10. Sidorenko V. *Tri estetiki. Ot kanona k proektu (1-2).* [Three aesthetics. From canon to project (1-2)]. URL: <https://sergeserov.livejournal.com/512593.html> (data zvernennya 17.05.2021). [in Russian].
11. Chizhikov V.V. *Dizayn i kultura: Monografiya.* [Design and Culture: Monograph]. Moskva : MGUKI, 2006. 361 p. URL: <https://studfile.net/preview/5569536/> (data zvernennya: 17.05.2021). [in Russian].