

SMART – ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ

© Рижова І. С.

Досліджувана проблема є особливо актуальною. У статті розглядається поняття “Smart-технології” в сучасному дизайні, досліджено вплив інформаційно-комунікаційних технологій на сучасне суспільство. Стрімкий розвиток, зокрема smart-технологій дає змогу вивести освітній процес на новий якісний рівень, що забезпечить більш якісну підготовку фахівців у сфері дизайну, які потрібні для становлення й розвитку країни у формі Smart, а також для процвітання нашої країни. В статті досліджуються дизайнерські артефакти які диференціюються в культурах індустріального, постіндустріального, інформаційного суспільства. Розглядається концепція екодизайну та smart – технології в сучасному дизайні міста.

Ключові слова: Smart – технології, інформаційно-комунікаційні технології, Smart-суспільство, дизайн, артефакт дизайнерський, екологічний дизайн, біонічний підхід, розумне місто.

Постановка проблеми

Проблема впровадження Smart-технологій в Україні пов'язана з недостатнім розумінням перспектив і всіх можливостей продукції Smart-технологій. Вирішенням даної проблеми може бути створення урядом стратегії розвитку smart-технологій, націленої на співробітництво з провідними компаніями даної галузі та виробництво вітчизняних аналогів згідно світових стандартів. Підготовка кваліфікованих спеціалістів у галузі Smart-технологій дозволить Україні конкурувати з іншими країнами та виробляти продукцію, яка використовуватиметься не тільки у навчанні, але і в інших сферах життя суспільства. Приділення достатньої уваги технологіям майбутнього і достатня матеріальна підтримка Smart-технологій дозволить Україні стати на новий рівень розвитку в сфері сучасного дизайну.

В сучасних умовах, Smart-технології уже не є новиною. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема Smart-технологій дає змогу вивести освітній процес на новий якісний рівень, що забезпечить більш якісну підготовку фахівців у сфері дизайну.

Виклад основного матеріалу:

В сучасному середовищі поширилась нове тлумачення інформаційного суспільства, а саме “Smart-суспільство”. Категорія “Smart-суспільство” увійшла в науку після Саміту “Великої двадцятки” у Сеулі (листопад 2010 р.), де проходив форум з інформаційних технологій “Smart і стале зростання”. Зокрема саме там були озвучені стратегії розвитку окремих країн (Німеччина, Південна Корея, Австралія, Нідерланди та ін.), пов'язані із Smart-технологіями або “розумними” технологіями. В перспективі накопичення суспільством технологій роботи з інформацією зумовить поя-

ву нової якості, яку нині називають суспільство Smart. У такому суспільстві технології, які базувалися на інформації, трансформуються у технології, які будуть базуватися на взаємодії та знаннях.

На думку В.Воронкової “В основі Smart-суспільства лежить розвиток “суспільства знань”, цифрових технологій, цифрового суспільства, всього того, що зветься “цифровою ерою” розвитку цивілізації. Smart-суспільство побудоване таким чином, що “розумна” робота, яка утворена “розумним” життям, державою і бізнесом, базується на “розумній” інфраструктурі і “розумних” громадянах, які відіграють центральну роль у створенні smart-культури. Зарубіжні вчені вважають, що розвиток таких галузей, як Smart-транспорт, Smart-охорона здоров'я, Smart-енергетика, Smart-суспільство приведе до появи Smart-світу, детермінованого цифровими технологіями. Останнім часом стали виникати світові тренди у розвитку Smart: Smart-міста; Smart-країни; Smart-мобільності; Smart-екології; Smart-освіта; Smart-життя» [1, С.122-133].

Термін “Smart” (англ. Smart) українською перекладають як “розумний” або “інтелектуальний”. Ці терміни не є тотожними: вони взаємопов'язані (навіть взаємозумовлені) і певним чином співвідносяться між собою. Інтелектуальний – це розумний плюс моральнісний. В означеному розумінні термін “Smart” застосовний і до людини-Актора, і до техніки-технології, проте в кожній ситуації необхідно враховувати конотативи.

Стосовно людини Smart матиме процесуально-результувальні значення “розумність”, “інтелектність”, “інтелектуальність”, “майстерність розуму”, “хитрість розуму”, “розсудливість”, “метикувальність”, “практична

мудрість”, “адаптивність”, “моральнісність” тощо [2, С.306-310].

Отже слово “Smart” означає розумний, що сприяє розвитку розумних технологій і формуванню розумного суспільства. Перехід інформаційного суспільства до суспільства знань або Smart-суспільства, керівною парадигмою якого є прагнення покращувати всі сфери життєдіяльності людини, використовуючи інформаційні технології для створення нової якості життя.

Інформаційно-технологічна революція – це сучасний етап розвитку науково-технічного прогресу, коли інформація стає найважливішим стратегічним ресурсом та інструментом управління суспільними і природними процесами, найновішим технологічно-визначним фактором етнологічного, суспільного та інтелектуального розвитку. Зараз без інформаційного ресурсу, який відіграє визначну роль поряд з іншими традиційними ресурсами (нафтою, газом, вугіллям), будь-яке суспільство втрачає перспективи поступового розвитку. Єдиною базою процесу глобалізації є вся культура, створена людиною, включаючи і дизайнерську, яка є інструментом створення Smart – технології в сучасному дизайні

Вся історія дизайну, є ніщо інше, як рух і розвиток духовно-практичних цінностей, які є породженням специфічно людського способу культивування дизайнерських цінностей, в результаті чого дизайнерський світ перетворюється на ціннісно-смыслову діяльність людини і є дійсним її буттям. Дизайн як багатоаспектне цивілізаційне явище є духовно-практичним феноменом, в якому “належне” є корелятом “суцього”, а “суше” – розгортається в бутті. Розгляд того, що “повинно бути” є не лише необхідною умовою дослідження детермінації у сфері людської діяльності, але і обов’язковою передумовою вивчення всього спектру виявлення творчого в бутті.

Феномен дизайну є співставленням його лише із справжнім творчим буттям, реальним праксисом людини і людства щодо творчого освоєння (пізнання, творіння, розуміння) світу. Оскільки дизайн як феномен реальності виникає у процесі соціальної діяльності людей, то він виявляється в суспільних відносинах, утворюючи смыслову “тканину” (єдність трансісторичних культурних значень і конкретно-історичних смислів їх інтерпретації) соціального життя як світу дизайну.

Дизайн являє собою комплекс культурних і духовних смислів, що зрозумілі (чи потенційно зрозумілі) індивідам, які представляють дане суспільство, (включаючи звук, колір, інші ха-

рактеристики, які людина здатна сприймати за допомогою почуттів). Ця смыслова “тканина” дизайнерського світу створює системну єдність дизайну (соціальні інститути, моделі і способи життєдіяльності людей тощо), таким чином утворюючи ціннісно-смыслову реальність культурного буття. Вона являє собою цілісний досвід концентрації соціальних відносин (господарсько-економічних, політичних, соціальних, духовно-ціннісних), що виникли і виникають у процесі освоєння ними дизайнерського світу, а також обміну діяльністю, в контексті якої роль суб’єктивного начала детермінує розуміння дизайну. Це універсалії (абсолютні цінності дизайну), сутність яких являє собою об’єктивований зміст всесвітньо – історичної практики людини, пов’язаної з творенням, відтворенням і збереженням буття як світу дизайну і природного світу.

Дизайн є становленням ціннісного відношення людини до першої природи і самої себе, не тільки протиставлення дійсному світові як вираження певних цінностей, але разом, із тим є продовженням і частиною того світу, який людина прагне розпредметити. Розпредмечення в дизайні – це методичний прийом, який полягає в тому, що передпроектна ситуація втрачає свою реальну предметність і виражається на мові смислів, цілей і завдань, що дозволяє потім наділити перетворену ситуацію предметністю, яка була неочікувана у першочерговому контексті (знову “опредметити” ці смисли і цілі).

Основою дизайну виступають артефакти, які створюються людиною і можуть експлікуватися як специфічний дизайнерський продукт культури, який має структурно-матеріально-континуумні втілення, може бути опредмеченим і є носієм художнього замислу дизайнера-творця. *Артефакти* за своєю квінтесенції мають сім складових компонентів:

1) онтологічний, який дискурсо-смысловує дійсність;

2) герменевтичний, який фіксує проблеми дискурсінтерпретації;

3) мультиструктурний, який встановлює процесуально-комунікативно-естетичні та етико-функціональні пріоритети;

4) нейропсихологічний, який реєструє імплікацію – кон’юнкцію між артефактами та антропологічними імпульсами;

5) модернопсихоаналітичний, який визначає констеляцію між артефактами та антропологічними модифікаціями;

6) культурно-семантично-семіотичні виміри, які морфологізують матеріальні об’єкти в контексті певної метакультури;

7) об'єктивно-матеріальні, які моделюють матриці об'єктивації певного об'єкта-предмета дизайну.

Артефакт дизайнерський – це модифікована диференціація дизайнерських матриць-форм, в поведінсько-ментальних паттернах, інформструктурах по задоволенню певних інтересів чи праксеологічно-індивідуальних потреб – інтелектуально-ментальних, ейдетико-структурних, експресивно виражених егодиспозицій певних суб'єктів дизайнерської діяльності. Дизайнерські артефакти диференціюються в культурах індустріального, постіндустріального, інформаційного суспільства. У сучасній науковій літературі інформаційно-комп'ютерна революція трактується як одна з революцій, яку пережило людство, і кожна з яких закінчувались відповідним типом цивілізації – аграрної, індустріальної і сучасної – інформаційної, яка характеризується рядом властивостей, які виявляють себе у соціальній сфері; у сфері життя людини, у сфері інтеграції природи і суспільства.

Аналіз даної проблеми сприяє виявленню трьох напрямків глобальних процесів віртуалізації: створення нових віртуальних трансформаційних технологій моделей тілесної реальності, з якими можливо працювати як з живою субстанцією; об'єднуювальний їх потенціал та можливість створювати ефект присутності “тут і тепер” без кордонів, які працюють у будь-яких просторах; віртуальне суспільство буде “науковим суспільством”, “суспільством знання”, а володіння цією цінністю стане критерієм розвитку будь-якого суспільства [3, 54-62].

Дизайн є основою вибору суб'єктом цілей, засобів, результатів та умов практичної діяльності, що відповідають на запитання: “В ім'я чого здійснюється дана діяльність?” Дизайн може входити до більш складних духовних утворень і трансформуватися через ланцюг різних станів духу, що доводять духовні цінності до реалізації її у процесі дизайнерської діяльності, що упроваджується в одному із видів дизайну – екологічного напрямку. Проте слід констатувати, що теорія, методологія і практика вітчизняного дизайну істотно відстали від світового процесу екологізації дизайнерської культури, який за останні десятиріччя прийшов наступні етапи:

1) етап гуманітарної критики негативних наслідків і тенденції технократично-споживацької концепції природокористування;

2) стан формування екологічного руху і екологічної орієнтації діяльності суспільних

організацій національного і міжнародного масштабу;

3) стан вироблення загальних принципів і цілей екологічної стратегії.

Сьогодні *екологічний дизайн* тісно пов'язаний з усіма найважливішими аспектами стабільного розвитку суспільства: економічними, політичними, соціально-культурними, промисловими, комерційними, внутрішньорегіональними і міжнародними. В контексті розвитку дизайну відокремлюється екологічний дизайн. *Сьогодні концепцію екодизайну* слід трактувати як концепцію образу і стилю життя, в якому естетичні цінності дизайну зростають. Дизайн, який детермінується екологічними засадами, повинен стати сполучною ланкою між потребами людини, культурою і екологією, так як будь-який дизайн повинен бути екологічним [4]. В якості основних критеріїв екодизайну висувається відповідність вимогам середовища і економії природних ресурсів. Згідно концепції Р.Лутца, дизайнер повинен створювати не стільки продукти, скільки системи і структури, що відносяться у більшій мірі до сфери інформації і комунікації і в цілому від них повинна бути користь для соціуму. У зв'язку з цим якісно змінюються і задачі дизайну: їх вбачають не стільки в удосконаленні форми і функції дизайну, скільки в скороченні збиткової кількості продуктів, в оцінці матеріалів і технологій з точки зору екології, а також у зміні споживацьких вимог. У функції сучасного дизайну включається і формування нової структури потреб, оскільки основи екології проблематики складають ціннісні уявлення про суспільство, екологічний образ життя. Аргументами тут повинні виступати економічність, розумність, людяність, простота, природність, гармонічність. Ці впроваджені у свідомість категорії екологічної етики покликані змінити відносини до матеріальних цінностей, що склалися у суспільстві, здатність до утвердження пріоритету духовних та інтелектуальних цінностей, і тим самим впливати на розвиток культурних потреб людини та управляти їх структурою.

Екодизайн, що виник в 70-і р. ХХ ст. як реакція на стихію науково-технічної революції, стає одним із конструктивних напрямків всесвітнього екологічного руху і розвитком дизайну як духовно-практичного напрямку. Наступ технології на природні і культурні цінності народів, криза “інтернаціонального стилю” загострює гуманістичну функцію дизайну в суспільстві, а усвідомлення спадковості дизайну в сфері матеріальної культури, породжує інтерес до речі як до відображення культурно-духовних

цінностей, сприяє формуванню поглибленого інтересу до етнокультурної своєрідності.

Освоєння регіональних традицій матеріальної культури має рішучий вплив для екодизайну, так як в регіонах з “мозаїчною” культурою дизайнер створює нові культурні цінності, які неможливо отримати прямим запозиченням. Тому від нього очікується вміння спиратися на свій менталітет, але й на синтез різних напрямків культурних традицій. Сьогодні сформувалося декілька напрямків в розвитку регіонального дизайну: 1) модернізаційний чи прототипний, головний принцип якого модернізація існуючих прототипів дизайну з незначним коригуванням; 2) аналітичний чи факторний, який полягає в намаганні виявити детальні фактори, специфічні для цієї місцевості (клімат, ґрунт, атмосфера), щоб виявити регіональні фактори через дизайнерську культуру. Звідси і метод, що дозволяє повніше розкрити багатоманітність факторів формування; методика факторного аналізу, що застосовується до дизайнерської культури в цілому, що рухається від форми одиначної речі – до багатоманітності факторів її формування, від одиначного фактора – до багатоманітності форми їх втілення.

Ефективний шлях екологізації виробництва і споживання в умовах глобалізації – це застосування біонічного підходу в дизайн-проекуванні. *Біонічний підхід в екодизайні* передбачає залучення окремих досягнень еволюційного процесу, окремих “деталей”, “вузлів”, “обладнання”, живих організмів, що являє собою проектування природоцілних виробів, що створює передумови для коеволуції соціальної її біологічної системи. *Біонічний підхід* передбачає проектування не власне дизайнерських об'єктів, а процесу їх існування – виробництва, споживання і подальшого використання [5]. В контексті екодизайну виникає потреба в реутилізованих матеріалах. Вже в найближчому майбутньому очікується отримання матеріалів властивостями яких можливо управляти на атомному і молекулярному рівнях. В конструюванні і синтезі матеріалів із заданими властивостями велика увага надається переходу від універсалізації властивості до їх диференціації, що забезпечить найбільшу ефективність дизайнерських конструкцій в контексті здійснення біонічного принципу їх проектування. Сприяючи вирішенню екологічних проблем через перехід до інтенсивного коеволуційного шляху прогресу, біонічний підхід як один із методів екодизайну допомагає в значній мірі сприяти формуванню єдиної соціоєкосистеми, де природа і людина перестануть знаходитися в постійному

протиборстві. Як відзначає Д.Мацумота, “Культурна динаміка пов'язана з парадоксальним феноменом стабільності плинності культури, тобто з тим, як певні аспекти культури замінюються незмінними в ході безперервних змін, за зміни продовжуються, незважаючи на фактори, що забезпечують стійкість і цілісність культури” [6, 519].

Зростання цивілізаційного навантаження на природні ландшафти особливо відчутне на території великих міст. Кінець ХХ ст. ознаменувався активним ростом урбанізованих територій, міських агломерацій, мегаполісів, функціонування яких повністю змінило не лише зовнішній вигляд ландшафтів, але й зруйнувало природні екологічні ланцюжки обміну речовин, докорінно змінивши характер і напрямок процесів, що в них колись відбувалися. Виникла гостра потреба екологічного аналізу нової ситуації і розроблення Smart – технології в сучасному дизайні міста.

Сучасне місто – це рушійна сила економіки країни, осередок культури й освіти, майданчик для реалізації технологічних та соціальних інновацій. З огляду на це нині значно посилюється конкуренція міст, адже розвиток комфортної інфраструктури безпосередньо впливає на економічні показники міста, визначає його привабливість для кваліфікованих спеціалістів та інвесторів. Великі міста завжди були й залишаються центрами розвитку цивілізації. Перед сучасними містами постає багато викликів і серед них чи не найскладніший – поєднати комфорт та соціальну привабливість для містян з розвинутою інфраструктурою, екологічною безпекою та швидким розвитком технологій.

Створення “розумного” міста передбачає комплексні соціальні та технологічні трансформації, що уможливорюються шляхом розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, розроблення нових стандартів енергоефективності та появи нової якості відносин між громадою та місцевою владою. Жителі сучасного міста перестають бути виключно користувачами, перетворюючись на постачальників міського сервісу. Місто з розвинутою інфраструктурою, значними ресурсами, великим людським та освітньо-науковим потенціалом, поступово зростаючим інноваційним сектором, насамперед сегменту інформаційно-комунікаційних технологій.

Розумні міста сьогодні – це основа економічного піднесення та суспільного прогресу світу. Розумне місто – це сучасна модель міської трансформації, в якій інформаційні технології дозволяють вирішити найскладніші

проблеми, якісно змінити систему управління і створити умови для розвитку громади і кожної людини.

Майбутнє міста пов'язане з його трансформацією від індустріального до постіндустріального, від пострадянського до сучасного з використанням інформаційно-комунікаційних технологій та розвитком інновацій, що неможливо без накопичення соціального капіталу – активного залучення громадян до перетворення міста як ключової рушійної сили його розвитку, економічного та соціального зростання “сталого міста”.

На наш погляд “стале місто” до реалізації якого повинна прикласти зусилля урбаністична біоніка, означає естетично об'явлене, сприятливе для здоров'я, психологічно комфортне місто. На території якого задовольняються усі передумови сталого розвитку. На жаль, сучасні технології ще не дають можливості побудувати ідеальне місто яке б зовсім не забруднювало природного середовища. Фактично усі сучасні країни не є екологічними.

Новий етап розвитку інформаційно-культурного простору повинен привести до домінації нових технологій, серед яких інформаційному поряд з біотехнологіями, належить провідна роль і які зможуть понизити залежність розвитку дизайну від природних ресурсів. За оцінками деяких західних спеціалістів, нематеріальний фактор в майбутньому буде займати найважливіше місце, тому сучасні дизайнери звертаються вже сьогодні до світокольорових, сенсорних і навіть ольфактивних (запахових) характеристик дизайнерського середовища. Перше з них – це проектування так званого “лайтс-кейпа” (lights cape) – штучне освітлення як фактор, що сприяє організації простору за допомогою штучного освітлення, що дає помітний економічний ефект. Застосування штучного освітлення в якості конструкційного матеріалу полягає в поверненні фізичної субстанції світла, формуванні віртуального простору, що виконує функцію носія комунікації. З точки зору екології важливо те, що нові технології зумовлюють дематеріалізацію технічних засобів відносно тих ефектів які вони виробляють.

В інформаційно-культурному просторі цивілізації дизайну властива така цілісність: воно відображає біосоціальні колізії буття людини і надбудовує його на пошук соціоприродної гармонії. “Антиентропійний зміст краси” у дизайні, як осередок краси життя в її соціоприродній, духовній цілісності, протистоїть “закону ентропії, що все руйнує”. Дизайн актуалізує естетику природи і драму

життя людини, яка вийшла з біосфери і руйнує її, як істота соціальна.

Дизайну належить важлива роль в “онтології виживання людства”, в ньому закладені шари всесвітнього змісту, моделюється біо-історичний час людства. Аналіз еволюційно-генетичних основ цивілізації свідчить, що відбір на сприйнятливості людини до прекрасного – результат коеволуції. Історичний розвиток дизайну як практичного феномена відображає естетичну парадигму природи, сплітається з ідеалами соціокультурними, етичними, альтруїстичними, героїчними. Як засіб пізнання світу “експрес – методом”, сучасний дизайн виконує найважливіші функції розрядки внутрішньовидової агресії, емоційного осягнення соціуму, сприяє його фізичному, духовному оздоровленню міжсоціального діалогу, який в ході коеволуції – піднімається до всесвітнього масштабу, стає діючим фактом історії, суспільного світу людини. Синергія біосоціального, яка кодується в дизайні, корелює розширення розходжень між культурою, природою, індивідами, етносами, народами, індивідами, етносами, народами, соціальними групами; дизайнерський потенціал використовується у пошуку доцільних, гармонічних типів соціоприродних, соціокультурних зв'язків. Це сполучено з породженням естетичних емоцій, свідомості, що грають значну роль у пристосуванні індивіда до середовища, у нагромадженні життєвої енергії, необхідної для розвитку людини і соціуму. Саме дизайн сучасної цивілізації спрямований на пошук упорядкованості буття, гармонії, закладених самоорганізацією соціоприродної системи, адже навіть в умовах глобальної кризи людство не відірвалося від біосфери. Це актуально в зв'язку із соціоприродними, етнокультурними колізіями цивілізаційної кризи, адже дизайн все ж таки постає як “турбота про себе” та соціальну адаптацію індивіда до кризових умов буття або до підвищення його естетичності.

Людство в умовах глобалізації до самозбереження та розвитку, через естетичне та духовне збагачення просторово-часових середовищ, залучає до цих процесів і дизайн, проте його значення не вичерпується естетичною цінністю, воно має універсальний обсяг, коеволуційно заданих, соціальних функцій: пізнавальних, психологічних тощо. Найважливіший імпульс сучасного дизайну – в синтезі соціокультурних детермінант, здатності до естетичних емоцій, що виникають як результат найскладніших комбінацій соціоприродних зв'язків (чим вище рівень цих зв'язків, тим досконаліші, різнобічніші форми просторового відображення

Smart – технології як фактор розвитку сучасного дизайну

життя, тим стійкіше система). Простір в дизайні виступає умовою локалізації дизайн-продукту, воно гомоморфно і вимірюється у метричних одиницях. В дизайні предметно-просторового середовища простір мислиться локально і якісно, створюючи при цьому просторово-часовий континуум, чи хронотоп (хронос плюс топос). В дизайні мультимедійного (віртуального) продукту простір також невід'ємний від часу, він набуває риси метафізичної реальності і специфічним образом переживається суб'єктом віртуальної події.

Структура предметно-просторового середовища: а) суб'єкт в якості предметно-просторового фактора; б) “ядро”; в) “периферія”; г) межа середовища; д) місце. Хронотоп – термін, що означає єдність часу (хроноса) і простору (топоса). Континуальна єдність простору – часу властиві міфопоетичні моделі світу, емоційного сприйняття предметно-просторового середовища і переживання віртуальної події. Саме дизайн має загальну антиентропійну спрямованість, що і приводить до удосконалення дизайнерського світу. Психіка людини віддає перевагу системній упорядкованості природних елементів, що то-тожне композиції, ритму, симетрії в дизайні, в етико-естетичному, духовно-значенневому різноманітті якого прослідковуються соціально закріплені і ускладнені, колірні, звукові, кінетичні, ін. переваги мозку, вироблені коеволюцією. На базі ідей про нейрофізіологію художнього і розумового типів, першої і другої сигнальної системи, їхньої ролі в народженні дизайну (Б.Поршнев), слід визначати особливості дизайнерського типу мислення, розвитку видів дизайну у контексті коеволюційної значимості.

Народження дизайну зв'язане з переходом свідомості від біо-детермінованих сигналів до соціо-детермінованих; а нейропсихофізіологічне начало дизайнерської свідомості – важлива складова первинних суспільних відносин. Еволюція природи стимулювала, оптимізувала, удосконалювала дизайнерську працю людини, – соціокультурну, художньо-естетичну практику; в основі цього – біосоціальні механізми нейронної організації мозку, що спонукають людину до створення прекрасного в дизайні. Дизайнерський образ модулює ідеальне життя речі (об'єкта) в художньому сприйнятті, речі закодовані як композиційна форма, що володіє внутрішньою гармонічністю, завершеністю, цілісністю; так і зміст речі, що розкривається в його соціально-культурному бутті.

Дизайн стає формою підтримки суспільних зв'язків, виходом біосоціальних конфліктів,

комунікативним феноменом, що створює основу соціоприродної цілісності буття, в якому синтезується суспільний і особистий життєвий досвід, кристалізуються духовні ідеали, моральні норми, орієнтовані на цінності. Дизайн як фактор коеволюції відображає єдність природи – сутності людини в соціоприродному і соціокультурному континуумі його буття. Народження дизайну як духовно-практичного засобу удосконалення світу і людини сприяє удосконаленню нейробіотичної сутності емоційної сфери людини, ускладненню нейробіотичних структур розумової діяльності, розширенню соціокультурного досвіду, збагаченню культурно-духовної сфери, зміцненню соціоприродної системи. Ці процеси соціально-детерміновані, але природне в них повинно не відриватися а, сублімуючи в дизайнерській творчості, інтегруватися в соціокультурних формах життєдіяльності найбільш гуманно, універсально, цілісно, адекватно коеволюційні парадигмі цивілізації, що демонструє порядок – технологічний, політичний, екополітичний, який співвідноситься із ростом засобів виробництва, а також змінами технологій комунікацій, технологій влади. В цивілізації виробляються знаково-символічні дискурси, що визначають, конкретно-історичний образ та стиль життя, “технологію життя”, яка не суперечить цінностям певної культури.

В кінці ХХ початок ХХІ століття дизайн перетворився у важливу і специфічну частину буття, виконує різноманітні функції: пізнавальні, соціальні і психологічні, діяльнісні, моделюючі, а в умовах кризової цивілізації необхідно повернути творчі, діяльнісні функції дизайну. Створений в ХХ ст. новий штучний (дизайнерський) світ відреагував на зміни основ людського життя; він забезпечує відносну усталеність життя суспільства і людини, в т.ч. і засобами дизайну які утверджуються в ролі найважливішого виду духовно-творчої самореалізації людини. Дизайн створює свої унікальні властивості з метою впливати на людину синтетичними асоціаціями, багатством знань і емоцій – стійкою виразністю звуку, кольору, тону, форми, масштабу, ритму – художнього образу і цим впливає на всі сфери буття, в т.ч. і на дизайнерські технології. У спроектованих дизайнерських продуктах є помітними маніпулятивні прийоми (формалізованість, експлуатація розповсюджених знаків і брендів, спрощення художнього субстрату); всі види дизайну зорієнтовані на власні споживацькі потреби, виконують багатоманітні функції інструментарію, який конститує дійсність і задає певні параметри дизайну. Концептуальний дизайн, нон-дизайн,

дизайн-концепція і дизайн-програма, кінцевим продуктом яких виступає вирішення виробничої чи соціокультурної проблеми: дизайн-проект, дизайн-продукт результат дизайн-діяльності, що відноситься до будь-якої сфери дійсності, в тому числі дизайн-прогноз перетворення складного об'єкта (дизайн-концепції, дизайн-програма).

Дизайн стає важливим елементом творчого мислення і сприйняття, що особливо виявилось на інформаційній фазі розвитку. Дизайнерське мислення є не тільки методологією творчого мислення, але і дозволяє дослідити складно організовані дизайнерські явища, їх будову, семантику, індивідуальні і загальні особливості. *Контекст* – по відношенню до дійсності мистецтва, часу, суспільства і художнього напрямку являє собою систему каналів, що визначають глибину і багатоманітність науково-технічного та інформаційного прогресу. Створення нових дизайнерських форм, моделювання інноваційних контекстів стає перспективою дизайнерського проектування, що тяжіє до різних видових форм. Деякі дизайнерські напрямки ХХ ст. еволюціонували в контексті культурно-інформаційного простору:

а) *протодизайн* – промислове мистецтво, що слугує прототипам сучасного дизайну (металообробні і гірнорудні підприємства, мануфактура виробництво);

б) *функціоналізм* – контекст соціальної перебудови суспільства; в) поп-арт – дизайн масового споживання; г) концептуальний дизайн – дизайн моделей суспільства;

д) “*Фолк-дизайн*”, “*етно-дизайн*”, що відповідає змістовним та естетичним характеристикам конкретної етнокультури;

е) *постмодерн* – із контексти повернення дизайном його цілісності і художньої повноти.

Характер дизайну залежить від конкретної споживацької культури і одночасно формує її особливості. *Проектний образ дизайну* націлений на сприйняття його в контексті культури споживання, детермінується об'єктивними і суб'єктивними факторами: 1) об'єктивний фактор – реальний стан культури, соціально-культурних процесів, соціопсихологічних факторів, які характеризують дійсність; 2) суб'єктивний фактор – відношення до сформованого образу зі сторони потенційних адресатів проекту. Філософія сучасного дизайну все більше співвідноситься з уявленнями про світовлаштування. Властивостями дизайнерського проектування є наступні: системність, імовірнісний характер розвитку, залежність від індивідуальних особливостей свідомості, застосування логіки “і/і”, тобто принципу доповнюваності при його освоєнні, при його

освоєнні, просторово-часова і суб'єктивна – об'єктивна єдність при сприйнятті його – все це знаходить собі відповідність і в найновішій картині світу. Філософія нового напрямку професійної діяльності – медіа-дизайну – доповнює до нього істотну; предметно-просторове середовище, що змінюється на інформаційне чи “знаково-віртуальне”, а системоутворюючим фактором нашого буття є людська свідомість, занурена в глобальний інформаційно-культурний простір.

З позиції культури, невід'ємною частиною якої є дизайн-інформація як сума накопичених людською спільнотою духовних знань (ідеаційна концепція культури) і практичних навичок (функціональна концепція культури), виражених в знаково – символічній формі і здатних бути переданими адресату (інший спільноти). В сучасному розумінні культури як єдності матеріального і духовного начал, що змінює антипатію ідеаційної і функціональної концепцій, соціальна інформація практично співпадає з самою культурою, в якій формується і яку він визначає. *Дизайн інформаційних повідомлень* – це активний професійний вплив на стан (ступінь упорядкованості, естетичну організацію, сучасність) глобального інформаційного поля, а отже, опосередкованій вплив на свідомість людей. З позиції культури, інформаційне поле – це деякий позапросторовий феномен, в який занурений закодований досвід людства. Найбільш досконалим каналом комунікації сьогодні є Internet, а комп'ютер є каналом, який здійснює можливість одиничній людській свідомості увійти в інформаційне середовище всієї планети, в нове для нього позачасове, позапросторове і трансперсональне буття. Крім того, комп'ютер використовується для породження принципово нового, мультимедійного продукту, причому використовується вже не в якості удосконаленого інструменту, оскільки не планується повернення цього продукту комп'ютер виступає середовищем інтерактивних об'єктів, віртуальних світів, які існують лише в електронній формі, але при цьому володіють власним життям, своїм простором, часом, образом і смислом.

Дизайн в контексті глобальної комунікації виконує функцію, що є реакцією на цивілізаційні та технологічні зсуви інформаційного суспільства, а медіа-дизайн є вираженням найновіших уявлень про світ. Дизайнерська культура являє собою механізм, що забезпечує збереження і передачу колективної пам'яті, в числі в режимі функціональної глобальної інформаційної мережі глобальної комунікації. Саме тому глобальна комунікація –

Smart – технології як фактор розвитку сучасного дизайну

форма міжкультурного діалогу, в процесі якої всі культури втягуються до глобального комунікаційного простору. Цей комунікаційний простір нав'язує людині діалог на основі відмінностей культур, а навпроти, виходячи із їх подібностей, що стрімко змінює смисловий характер діалогу між культурами [7].

Філософія медіа-дизайну співвідноситься з розумінням ієрархії різних реальностей. Простір Інтернету повністю вписується в сучасну концепцію поліонтичного буття, про те що продукт Інтернет інтерактивний, передбачає можливість взаємодії реальностей різного рівня (породжуючого і породженого антропогенного і техногенного). *Інтерактивність* – це визначення постулату про єдність світу, в якому змінюється питання про первинну істинну реальність. Віртуальні світи іншої модальності, вони виводять людські уявлення за межі повсякденного досвіду. Дизайн, який створює віртуальні світи, проникає в простір, де діють особливі закони руху. Основним інструментом такого проектування є час, що розуміється вже не як астрономічна діяльність чи умова біологічного старіння, як невід'ємний компонент художнього тексту. Споживач талановито побудованого мультимедійного дизайн-продукту реально перебуває в просторі – часі, що передбачає певну тривалість, протяжність. Він послідовно переживає колізії запропонованого йому сюжету, але уяви цієї послідовності повинен виконувати самостійно. Створення мультимедійного продукту – це унікальний напрямок не тільки в дизайні, але взагалі і в творчості. У віртуалістиці – науковому підході, що розглядає віртуальну реальність не як ефемерні феномени свідомості, але як дійсно існуючі реалії, – психіки людини вбачається сукупність реальностей, які не зводяться один до одного. У віртуальній філософії розрізняються такі поняття, як *гратуал*, *інгратуал* і *консуетал*. *Гратуал* – сприйняття перебування у віртуальній реальності більше високого рівня, чим константа реальність (ейфорія). *Інгратуал* – сприйняття перебування у віртуальній реальності більш низького рівня, чим константна реальність (депресія). *Консуетал* – сприйняття суб'єктивної нормальності протікання здійснюваної людиною реальності, (це не обов'язково спокійний стан). Виокремлюються три рівні занурення людини в змінні стани свідомості, при яких: 1) зберігається розуміння умовності всього того, що відбувається; 2) з'являється можливість дії в психічному стані, що реалізується у творчих особистостей; 3) з'являється можливість дії в реальному плані. Відокремлюються вісім основ-

них властивостей віртуальної події: спонтанність, фрагментарність, об'єктивованість, зміни статусу тілесності, зміни статусу свідомості, зміни статусу волі, непризвичаюваність. Для людини, яка знаходиться у віртуальній реальності виникає особлива проблема розуміння подій.

Актуалізуючи красу пропорцій, ритмів, форм, розмірних людини, дизайн є універсальним засобом повідомлень – кодів коеволюції, що трансформуються в соціокультурні символи дизайну. Нейроестетичні основи психоемоційного сприйняття кольору, образу в дизайні біосоціальні, але і соціокультурно та духовно детерміновані. У дизайні людина виводить за межі свідомості біосоціальні імпульси образів сприйнятих, відтворюючи форми світу, винаходячи нові. Біосоціальна інтеграція в дизайні пов'язана з активізацією рядових стимулів життєдіяльності людини; адекватно коеволюції; біосоціальні засади дизайну сполучені з еволюційно-генетичним, нейропсихологічним, психосоціальним, соціокультурним, духовним рівнями життєдіяльності, людини в їхній системній цілісності; заподіяна в дизайні синергія біосоціальних основ актуалізує духовні устремління, творчі можливості людини, що протидіють ентропії, тому дизайн як духовно-практичний феномен – носій життєво важливих кодів коеволюції, фактор стійкого розвитку, важливий фактор гармонізації буття людини в процесі коеволюції, а дизайн-діяльність використовує для свого здійснення специфічні засоби дизайну.

Таким чином, дизайн як соціокультурний феномен виконує роль створення естетично-виразних речей, які є невід'ємним елементом культури, основною сферою естетичної предметної формоутворюючої діяльності, відповідальною за гармонізацію взаємовідносин людини із світом речей. Саме тому актуальним є дослідження дизайнерської діяльності, взятої в єдності проектного, формального і смислового аспектів. Це дозволяє розробляти уявлення про дизайн як про систему створення речей, що дозволяє виконувати посередницьку функцію між великим промисловим виробництвом і потребами конкретної людини в гармонічному предметному оточенні. Саме тому генеральною функцією дизайну як системи і методу створення речей є гармонізація предметного світу і людського буття для задоволення потреб людини культури (вітальних, екзистенційних, духовних і соціальних). Дизайн як феномен інформаційної цивілізації виступає посередником: світом людей і світом речей; світом при-

родним і світом духовним; сакралізованим світом “високого” мистецтва і світом буденного існування; прагматичною діяльністю, направленою на розвиток комерції, і формуванням стилю і образу життя; художнім (образним) мисленням і мисленням науковим (системним); актиутопією прогнозу (передбачення) і утопією проекту (вольового впливу); наслідуванням життєвих реалій і формуванням цих реалій; збереженням природи речей і перетворенням предметного світу; посиленням дисконтактності цивілізацій і адаптацією до її фізичного і соціального оточення; боротьбою з хаосом предметних форм і безпосереднім устремлінням людини до перебудови цього світу; упорядку-

ванням предметного оточення і провокуванням його багатоманітностями; самовідчуттям людини і необхідністю дотримуватися норм соціуму; переходом від дизайну речі – до дизайну інформації.

В глобалізованому світі дизайн виконує функцію моніторингу за відповідністю засад людської діяльності реаліям життя тому дизайн повинен розвиватися у відповідності із змінами, що відбуваються в світі. Її задачі – пошук цінностей, граничних засад буття, що забезпечують виживання людства; вироблення цінностей, що забезпечують зближення позицій Сходу і Заходу; вироблення норм, що будуть прийняті різними культурами.

Список використаних джерел

1. Воронкова В.Г. Романенко Т. П., Андрукайтене, Регіна. Концепція розвитку проектно-орієнтованого бізнесу в умовах цифрової трансформації до smart-суспільства/ В. Г. Воронкова, Т. П. Романенко, Андрукайте Регіна // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2016.- № 67. - С.122-134..
2. Діденко Л.В. Засновки: СМАРТ-країна / Л.В. Діденко, В.І. Кондрашова-Діденко // Гілея: науковий вісник: збірник наукових праць / гол. ред. В.М. Вашкевич. – К. : «Гілея», 2016. – Вип. 107 (4). – 484 с.
3. Смерічевський Е. Проблема віртуальної реальності в суспільному розвитку: техніко-економічний і соціальний аспект //Схід-2001.-№ 6.- С.54-62.
4. Екологія міста: учеб./Под ред. Ф.В. Стольберга. – К.:Лира, 2000. – 464 с.
5. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища: навч.посібник /С.П. Мигаль, І.А. Дида, Т.С. Казанцева. – Львів:Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 228 с.
6. Психология и культура /Под ред. Д. Мацумото. – СПб. Питер, 2003. – 718 с.
7. Киселева Т.Г. Культура и глобализация: векторы пересечения //Известия Международной академии наук высшей школы.-2003.-№ 2. (24).-С. 41-49.

REFERENCES

1. Voronkova V.G. Romanenko T.P., Andrukajtene, Reginv. The concept of the development of project-oriented business in the conditions of the digital transformation to a smart-society / V.G. Voronkova, T. P. Romanenko, Andrukajte Regina // Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy, 2016.-No. 67. - Pp. 122-134.
2. Didenko L. V. Zasnovki: Smart country / L. Didenko, V. Kondrashova-Didenko // Gileâ: scientific Bulletin: scientific papers/goal. Ed. V. M. Vaškevič. – K.: «Gileâ», 2016. 107 (4). - 484 s.
3. Smeričevskij E. Problem of virtual reality in social development: tehniko-social and economic aspect // East. -2001. -№ 6. -Pp. 54-62.
4. City ecology psychology./ed. F. W. Stol'berga. -K.: Lyra, 2000. -with 464.
5. Bionika in the design of space-object environment: educational guide/s.p. Mygal, and a. Dida, t.e. Kazanceva. – Lviv: Lviv Polytechnic National University, 2014. – 228 p.
6. Psychology and culture, ed. D. Matsumoto. -Spb. Peter, 2003. -718 with.
7. Kiselyova T.G. Culture and globalization: vectors crossing//proceedings of International Academy of Sciences of higher school. -2003 No. 2. (24).-41-49.

Рижова И. С. – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры дизайна Запорожского национального технического университета (Запорожье, Украина) E-mail: Ira_Rizhova@mail.ru

SMART – ТЕХНОЛОГИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА

Исследуемая тема есть достаточно актуальной в условиях информационного общества и глобализации. В статье рассматривается понятие “Smart-технологии” в современном дизайне, исследовано влияние информационно-коммуникационных технологий на современное общество. Стремительное развитие, в частности, smart-технологий дает возможность вывести образовательный процесс на новый качественный уровень, что обеспечит более качественную подготовку специалистов в сфере дизайна, которые необходимы для становления и развития страны в форме Smart, а также для процветания нашей страны. В статье исследуются дизайнерские артефакты, которые дифференцируются в культурах индустриального, постиндустриального, информационного общества. Рассматривается концепция экодизайна и smart – технологий в современном дизайне города. Научная новизна и практическое значение исследуемой проблемы в том, что проблема “Smart-технологий” как фактора развития современного дизайна рассматривается впервые в отечественной литературе и имеет большое значение для преобразования города и подготовки специалистов в этой сфере.

Smart – технології як фактор розвитку сучасного дизайну

Ключевые слова: *Smart – технологии, информационно-коммуникационные технологии, Smart-судильство, дизайн, артефакт дизайнерский, экологический дизайн, бионический подход, разумный город*

Ryzhova Iryna - *Doctor of Sciences Philosophy, Professor, Professor of the Department of Design of Zaporozhye National Technical University (Zaporizhzhya, Ukraine)*

E-mail: Ira_Rizhova@mail.ru

SMART - TECHNOLOGIES AS THE FACTOR OF DEVELOPMENT OF MODERN DESIGN

The topic under consideration is quite relevant in the context of the information society and globalization. In the article the concept of "Smart-technology" in modern design is considered, the influence of information communes and technologies on modern society is investigated. The rapid development, in particular, of smart technology, makes it possible to bring the educational process to a new qualitative level, which will provide better training of design specialists that are necessary for the formation and development of the country in the form of Smart, as well as for the prosperity of our country. The article explores design artifacts, which are differentiated in the cultures of the industrial, post-industrial, information society. The concept of eco-design and smart technologies in the modern design of the city is considered. The scientific novelty and practical significance of the problem under investigation is that the problem of "Smart Technology" as a factor in the development of modern design is considered for the first time in the domestic literature and is of great importance for the transformation of the city and the training of specialists in this field.

Keywords: *Smart - technologies, information and communication technologies, Smart- society, design, artifact design, ecological design, bionic approach, intelligent city*

*Рекомендовано до публікації д-р філос.наук, проф. Білогур В. С.
Дата надходження 17. 04. 2017*