

4. Calvo-Merino, B., Jola, C., Glaser, D. E., & Haggard, P. (2008). Towards a sensorimotor aesthetics of performing art. *Consciousness and Cognition*, 17, 911–922 [in English].
5. Capristo, B. A. (2012). *Dance and the use of technology*. Ohio : University of Akron [in English].
6. Ehrenstein, D. (2010). *The Red Shoes: Dancing for Your Life*. The Criterion Collection. Retrieved from: <https://www.criterion.com/current/posts/1518-the-red-shoes-dancing-for-your-life> [in English].
7. Macel, E. (2008). *For Real? Dance Magazine*. Retrieved from: <http://www.dancemagazine.com/issues/September-2008/For-Real> [in English].
8. Yuille, H. M. (2012). *The Uses and Gratifications of Dance Reality Television Shows*. Las Vegas : University of Nevada [in English].

Стаття надійшла до редакції 06.07.2018 р.

УДК 7:74.01

Прищенко Світлана Валеріївна
доктор наук габіліт. у галузі дизайну,
професор кафедри графічного дизайну
Інституту дизайну та реклами
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв,
член Співки дизайнерів України
ORCID: 0000-0003-3482-6858
akademiki@ukr.net

ДИЗАЙН У КООРДИНАТАХ ХУДОЖНЬО-ПРОЕКТНОЇ КУЛЬТУРИ

Мета статті – розкриття сучасних методологічних підходів до визначення дизайну. **Методологія** дослідження ґрунтується на використанні системно-структурного, соціокультурного та історико-мистецтвознавчого методів, що дає підстави розглядати дизайн як художньо-проектну культуру. **Наукова новизна** полягає у проведенні ретроспективного огляду й розв'язанні актуального питання про культурологічну сутність дизайну в рамках інтелектуальної сфери людства. Висвітлено особливості культур та еволюцію дизайну як виду професійної діяльності. Увагу акцентовано на взаємозв'язках функціональності й естетичності у процесі проектування. **Висновки.** В результаті проведеного аналізу тенденцій інтернаціоналізації та регіоналізації в дизайні з'ясовано, що протягом ХХ – початку ХХІ ст. сформувалися теорія й методологія дизайну та арсенал формотворчих засобів. Доведено, що дизайн є частиною художньої культури, враховує культурно-мистецькі, політичні та соціально-економічні зміни в суспільстві.

Ключові слова: дизайн, художньо-проектна культура, візуальний контент, композиційне формоутворення.

Прищенко Светлана Валерьевна, доктор наук хабилит. в сфере дизайна, профессор кафедры графического дизайна Института дизайна и рекламы Национальной академии руководящих кадров культуры и искусств

Дизайн в координатах художественно-проектной культуры

Цель статьи – раскрытие современных методологических подходов к определению дизайна. **Методология** исследования базируется на использовании системно-структурного, социокультурного и историко-искусствоведческого методов, что дает основания рассматривать дизайн как художественно-проектную культуру. **Научная новизна** состоит в проведении ретроспективного обзора и решения актуального вопроса про культурологическую сущность дизайна в рамках интеллектуальной сферы человечества. Освещены особенности культур и эволюция дизайна как вида профессиональной деятельности. Акцентируется внимание на взаимосвязях функциональности и эстетичности в процессе проектирования. **Выводы.** В результате проведенного анализа тенденций интернационализации и регионализации в дизайне, выяснено, что на протяжении ХХ – нач. ХХІ ст. сформировались теория и методология дизайна и арсенал формообразующих средств. Доказано, что дизайн является частью художественной культуры, учитывает культурно-художественные, политические и социально-экономические изменения в обществе.

Ключевые слова: дизайн, художественно-проектная культура, визуальный контент, композиционное формообразование.

Pryshchenko Svitlana, Doctor habil. in Design, Professor of Department of Graphic Design of the Institute of Design and Advertising of the National Academy of Culture and Arts Management

Design in coordinates of Art-Project Culture

The purpose of the article is the disclosure of contemporary methodological approaches to the definition of Design. The research **methodology** is based on the use of system-structural, sociocultural, and art-historical methods, which gives reason to consider Design as an Art-Project Culture. **Scientific novelty** consists in conducting the retrospective review and solution of actual question about the culturological essence of Design in the framework of intellectual sphere of Humanity. The features of Cultures and the evolution of Design as a type of professional activity are identified. Attention is focused on the correlation of functionality and aesthetics in projecting process. **Conclusions.** As result of analysis the tendencies of internationalization and regionalization in Design, it was found out that during the XX – beginning of XXI century Theory and Methodology of Design and arsenal of form-creative means were formed. It is proved that the Design is a part of Art Culture, taking into account cultural-artistic, political and social-economic changes in the society.

Keywords: design, art-project culture, visual content, compositional forming.

Актуальність теми дослідження. На початку XXI ст. відбулися суттєві зміни уявлень про дизайн і рекламу у зв'язку із процесами глобалізації та одночасної етнокультурної ідентифікації, гіперспоживанням і паралельним зниженням загальнокультурного рівня суспільства. Відбулися й суттєві соціальні зміни, оскільки розвиток технологій спричинив появу ідей гуманістичного універсального дизайну – «товари для всіх і кожного», а реклама відіграє в цьому вагомому роль, просуваючи товари на масовому ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми становлення та розвитку дизайну як виробничої сфери досліджено достатньо повно в українських і зарубіжних працях, окремі з яких зазначено в статті [3–5; 10], проте на сьогоднішній день нерозв'язаним залишається питання про культурологічну сутність дизайну як інтелектуальну сферу людства.

Мета статті полягає в розкритті сучасних методологічних підходів до визначення дизайну в координатах художньо-проектної культури.

Для аналізу культурно-мистецьких впливів на формування дизайну як специфічної художньої галузі обрано системно-структурний, соціокультурний та історико-мистецтвознавчий методи дослідження.

Системно-структурний метод уможливорює аналіз дизайну як складної галузі на стику науки, мистецтва та техніки і на рівні аналізу окремих чинників, і на рівні їхнього синтезу в осмисленні функціональних, технологічних, маркетингових, культурних аспектів візуально-інформаційного середовища: міського, предметного (упаковки, рекламно-сувенірної продукції), віртуального тощо. Кожний структурний елемент у дизайні виконує визначені функції, які задовольняють потреби системи в цілому. Отже, дизайн можна розуміти як творчий метод, процес і результат художньо-проектної діяльності.

Соціокультурний метод дозволяє трактувати дизайн як відображення історичних, соціокультурних, економічних, технологічних та політичних етапів розвитку суспільства. Дизайн і реклама завжди мають ідеологічну платформу, комунікативні завдання, мотиваційні установки, що привели до появи масової культури та розгалуженої рекламної індустрії.

Історико-мистецтвознавчий метод має значення в розкритті ознак мистецьких стилів, їхньої періодизації та вагального впливу на композиційне формоутворення в дизайні та рекламі, оскільки різні епохи й регіони репрезентують різні архетипи, канони, етнокультурні традиції, стилістичні тенденції, модні тренди, що суттєво відображається на дизайн-об'єктах.

Виклад основного матеріалу. Кожний культурно-історичний етап еволюції та розвитку людства має своє призначення та специфіку. В перехідний період зміни суспільного устрою зростає зацікавленість та усвідомлення попередніх досягнень та визначення пріоритетних питань подальшого розвитку. Різні форми культури співіснують, доповнюють або заперечують одна одну. За різними класифікаціями культуру поділяють на світову та національну (етнічну), масову та елітарну, субкультури, контркультури тощо. На думку А. Костіної, головною рисою сучасного соціокультурного простору є взаємодія масової, елітарної та народної культур [6]. Культура за своєю природою є інтернаціональною. Кращі досягнення національних культур усіх народів та всіх часів є надбанням світової культури. Світова культура, в свою чергу, активно впливає на розвиток національних культур. Процеси взаємовпливу та взаємопроникнення є складними й неоднозначними, мають свої закономірності розвитку. В суспільстві постійно відбувається зміна поколінь. Процес засвоєння окремим індивідом кожного нового покоління знань, норм та цінностей є важливим та складним. За певних обставин людина опиняється в певному культурному середовищі, засвоює систему знань, цінностей, норм поведінки тих чи інших форм культури епохи, в якій вона проживає. Такий процес адаптації до нового називається «інкультурацією», її засновником вважається американський антрополог та етнолог Ф.Боас. Головні напрямки цієї науки полягають у дослідженні процесів інкультурації людини в

умовах різних культур. Основним є вплив природного й культурного середовища на духовний світ людини та специфіка національних культур. Боас вважав, що кожна культура має свій унікальний шлях розвитку й може бути зрозумілою в контексті історичного явища [2].

Масова культура характеризується тим, що більшість людей отримують уявлення про сучасний спосіб життя, кар'єру, стиль поведінки, характер відносин між людьми через засоби масової інформації. Масова культура не є культурою окремого класу або соціальної групи, вона не має національних ознак, проте орієнтована на масового користувача, загальнодоступна й не потребує особливих знань. Про її декаданс ще в 1970-х роках зазначав В.Глазичев у роботі «Проблеми масової культури» [3]. Аналізуючи тенденції західних концепцій масової культури, він підкреслював ідеологічність їхніх конструкцій, які мають чітку та однозначну спрямованість на споживання, на прості та універсальні цінності «членів єдиного клубу споживачів».

Елітарна культура є своєрідною опозицією до масової культури, вона вже є носієм не лише матеріальної, а й духовної культури. Елітарна культура завжди випереджає рівень масової культури. Коло її споживачів складає високоосвічена частина суспільства, інтелектуальна еліта, професійна, духовна інтелігенція. Прийоми й новаторські ідеї елітарної культури з часом збагачують і масову культуру. Елітарна культура в своїй основі є автономною та формується за етнографічними, національними, конфесійними, професійними, функціональними ознаками. На сучасному етапі вона впливає на відродження національних культур, усвідомлення їхнього значення та шляхів розвитку. Такі процеси протистояння активно відбуваються в кризові періоди та є основою для виникнення й розвитку контркультур.

Суспільство завжди неоднорідне за своїм складом. Воно поділяється на різні соціальні групи: національні, демографічні, елітарні, професійні тощо. Кожна з цих груп має свою специфіку, систему цінностей, норми поведінки, які не поділяються іншими членами суспільства. Такі локальні культури називаються субкультурами (міська, сільська, молодіжна, професійна тощо).

Для національних культур визначальним є походження групи людей та усвідомлення приналежності до рідної культури, особливості психологічного складу та специфіка колективного менталітету. Такі групи людей проживають в конкретному природно-історичному середовищі, адаптація до якого є обов'язковою умовою виживання. Специфіка національних культур полягає в накопиченні культурних відмінностей, збереженні попереднього досвіду та передачі його наступним поколінням. У такий спосіб формується властивий кожному народу комплекс культурних об'єктів та явищ.

Динамічний розвиток індустріалізації та урбанізації, стандартизація масового виробництва та еволюція засобів масової комунікації визначили розвиток художньо-проектної культури. Протягом зазначеного періоду дизайн як проектна сфера остаточно сформувався в самодостатній вид професійної діяльності, в якому визначилися загальні принципи проектування розвинутих промислових країн світу. Історія дизайн-практики свідчить про вагомий вплив світового мистецтва на формування стилів у різновидах дизайну. Нині дизайн визначається і як мистецтво створювати предметно-просторове або віртуальне середовище: в процесі проектування організовується соціокультурний простір – дизайн-об'єкти та їхні взаємозв'язки в життєдіяльності людини.

Особливість художньої культури полягає в тому, що вона візуалізує, віддзеркалює об'єктивний світ в образно-символічних формах. Зазначений вид культури являє собою сукупність цінностей, створених у різновидах мистецтва, їх зберігання та розповсюдження, що розуміється як органічне ціле та співвідноситься з усім процесом суспільно-історичного розвитку. Здатність людини моделювати світ і формувати образи, які виражають відчуття та переживання, є в основі художньої культури. Проте людина може не лише образно відображати дійсність, а також образно її змінювати (художні промисли, декоративно-ужиткове мистецтво) [1].

Художня культура є одночасно й продуктом людської діяльності, й умовами існування людини та формування її духовного світу. Це означає, що культура, з одного боку, формує той чи інший тип особистості, а з іншого – особистість створює, змінює, відкриває щось нове. На основі специфіки матеріалів, які використовуються для образного моделювання дійсності, формуються та розвиваються різні види мистецтв: графіка, література, музика, живопис, скульптура, архітектура, дизайн тощо.

Дизайн має безпосереднє відношення до художньої культури. Він є одним із видів художньої діяльності, твори якого поєднують естетичні та практичні якості. Дизайн біфункціональний, тобто має подвійне призначення: художнє (естетичне) та прикладне (практичне, вжиткове). Саме така біфункціональна якість дизайну бере свої витoki ще в далеку давнину. Якщо усвідомити та осягнути сенс образотворення в широкому розумінні, історично розширено розглянути витoki та еволюцію розвитку дизайну в сучасному розумінні, то можна зазначити, що він наближається до загальнокультурного явища. Умовно виокремлено форми людської (дизайнерської) діяльності: самодіяльну форму

(архаїчне формоутворення), ремісничу (канонічну) форму, промислово-індустріальну форму, інноваційно-експериментальну форму, ексклюзивну (творчу) форму [5]. У ремісничий період (канонічний тип діяльності) існував нерозривний зв'язок між процесом створення форми будь-якого предмету та процесом її виготовлення. Принцип ремісничої форми є базовим для всіх інших, окрім промислово-індустріальної форми. Такі радикальні зміни в процесі діяльності відбувалися протягом XIX ст. Почалося застосування машин та численне тиражування виробів з прототипів у вигляді креслень, моделей, дослідних зразків, закладалися основи розвитку промислового виробництва, що визначило необхідність розподілу процесів на дві відокремлені частини: проектну та виробничу. Проектна частина була одноразовим процесом зі створення оригінальної форми будь-якого зазначеного предмету у відповідності до специфіки її виготовлення. Виробнича частина передбачала багаторазове копіювання з оригінальної проектної форми. Цей розподіл потребував постійної координації дій та комплексного підходу до форми, функції, технології виготовлення і культури виробництва. Наприкінці XIX сформувалася нова сфера художньої діяльності – дизайн, поширювалася нова професія – дизайнер, а дизайн у XX ст. став невід'ємною складовою художньої культури.

На початку XXI ст. дизайн перетворився на складну систему, яка забезпечує процес створення та функціонування в суспільстві художніх цінностей, організації та трансформації штучного середовища людини. В епоху глобалізації та інформації розпочався новий етап розвитку дизайну та формування його складових: культури проектної і технологічної (виробничої), в основі якої лежить суспільна функція. Технологічна культура є основою дизайну та означає не лише виробничі технології, але й доцільну організацію будь-якої діяльності. В цілому, дизайн нині дає можливість становлення та самобутнього розвитку національних культур.

Сучасний підхід у дизайн-проекуванні – це пошук нових зв'язків і взаємовідповідностей функції, конструкції та форми, які можуть бути цілісними лише в соціокультурному середовищі. Отже, суспільна функція, конструктивне мислення та естетичні критерії лише тоді мають значення, коли вони виражають вищі досягнення свого часу. Розуміння універсального середовища в усі часи було неоднозначним і складним. Досвід різних культур підтверджує, що природа та штучне середовище, як продукт людської діяльності, в постійній залежності одне від одного. Основою є функціональна залежність, яка потребує постійного оновлення форми. Конфлікт між формою, як формою предмету і як формою середовища, концентрує багато художніх проблем певних історичних етапів. Аналіз сутності дизайну в контексті культури виявляє, що він все більше спирається на комплекс соціокультурних вимог взаємозалежностей людини та предметно-просторового середовища [4].

Методологія дизайну постіндустріального періоду, поряд із технологічними й конструктивними аспектами, глибше досліджує історичні, соціологічні, психологічні проблеми проектної діяльності, композиційні, екологічні, маркетингові тощо. Сучасний дизайн є творчою комплексною науково-практичною діяльністю з формування естетично цілісного предметно-просторового середовища, що найбільш повно задовольняє матеріальні й духовні потреби людини. Це середовище повинно мати певну емоційну інформативність – недостатньо заповнити просторову ситуацію меблями, предметами або обладнанням, необхідно створити гармонійний простір, оптимальний для сучасного соціуму.

Дизайн – це чітко спланована система, це структурні зв'язки, які надають об'єктам необхідної функціональної й композиційної єдності, це конструктивне мислення, яке поєднує комфорт, функціональність та красу [8]. В основу формоутворення в дизайні покладено базовий принцип аналітичного прогнозування. Дизайнер повинен відчувати, а також розуміти логіку та перспективу розвитку художньої форми. Таке розуміння необхідне, перш за все, в кожному конкретному випадку для визначення й створення такої художньої форми, яка відповідає поставленому проектному завданню, технологіям і загальним вимогам часу. Дизайнер також повинен усвідомлювати, що будь-яка художня форма має закономірності: колористичні, площинні, об'ємні та об'ємно-просторові. Оскільки художнє вирішення завжди має проекцію на історію розвитку певної форми, перед дизайнером постає складне завдання: або продовжувати вектор традиційного розвитку форми, або свідомо порушувати формоутворення, створюючи нові концепції, напрями та лінії розвитку. Саме тому специфіка дизайну як творчої діяльності полягає в постійному пошуку та оновленні засобів художньої мови, яка надає можливість візуалізувати й максимально розкривати творчу ідею.

Нині дизайн вирішує широке коло соціальних питань і технічних аспектів виробництва, які вдосконалюють та забезпечують життєдіяльність людини та суспільства в цілому. В сер. XXI ст. систематизувалася та розвинулася наука про дизайн та його спеціалізації у професійній діяльності – теорія дизайну. Сучасні дослідження дизайн-діяльності являють собою складний комплекс наукових досліджень різних дизайнерських шкіл, фахових дисциплін, напрямів та підходів до вирішення

функціональних і конструктивних проблем. Проектна культура все більше враховує досягнення сучасної науки, удосконалюються методи вирішення проектних завдань, проектування передбачає необхідність поєднувати логічний і художній методи, основними серед яких є [7]:

- аналоговий (комбінаторно-варіативний, перероблення наявних елементів на основі аналогів);
- аналітично-пошуковий (редизайн, рестайлінг, часткове оновлення конструктивних, технологічних, формотворчих або функціональних чинників);
- евристичний (принципово нове вирішення, нова концепція, ребрендинг).

Дизайн, як барометр, чутливо реагує на все нове, що відбувається в технічному та культурному розвитку країн. Саме традиції та інновації є підґрунтям для розвитку дизайну на сучасному етапі. Тип політичних культур та соціальних практик визначає стратегію національного відродження на фундаменті етносу. Завдання національних культур радикально змінюються: постають питання не лише самозбереження, а й усвідомлення та пошуки свого місця в широкому світовому просторі. В період глобалізації полярність між Сходом та Заходом менш конфліктна, але не менш значна, продовжується боротьба за збереження унікальності та самобутності національних культур. Для східної культури на сучасному етапі властиві традиціоналізм, релігійно-міфологічна свідомість та канонізація засобів мислення, консерватизм та аскетизм, обмеження особистості суспільними системами, визначення соціального статусу та суспільної ієрархії. Для західної культури основними цінностями є інновації та динаміка розвитку, раціоналізм, індивідуалізм, принципи демократії в суспільстві, повага до приватної власності. Доцільно зазначити, що збереження етнічних та національних традицій є загальною тенденцією на сучасному етапі розвитку дизайну.

Розвиток дизайну як виробництва і як художньо-проектної діяльності був неможливий без розвитку дизайн-освіти. Необхідно враховувати, що ХХ ст. було періодом радикальних трансформацій у всіх напрямках розвитку суспільства: науково-технічному, економічному, політичному тощо. Це було століття конфліктів, які вирішувалися на міжнародному рівні – дві світові війни (1914, 1939–45), революції, протистояння та диктатури (до 1950-х рр.). Вище зазначені історичні трансформації віддзеркалилися в художній культурі і мали вагомий вплив на розвиток художньої освіти в цілому. В цей період виникають різні погляди на мистецтво, на творчу школу як певну систему, на форми та методи навчання. Започатковувався принципово новий напрям у художній освіті – дизайн-освіта. Першими навчальними закладами художньо-промислового спрямування історично вважаються німецький «Баухауз» у Веймарі (1919) та «Вхутемас» у Москві (1920).

Баухауз був першою та унікальною школою архітектури та дизайну, яка започаткувала системний підхід до питань технічної естетики в освіті художніх навчальних закладів Європи в науково-технічний період розвитку суспільства. Поступово у розвинених країнах формувалися потужні дизайнерські освітні системи різного спрямування, які динамічно та експериментально розвивалися, готували фахівців для вирішення складних технологічних питань індустріального суспільства [9]. В II пол. ХХ ст. вже налічувалося понад 400 навчальних закладів дизайнерського спрямування. Дизайн-концепції раціонального функціоналізму формували Німеччина, Швейцарія, Англія, Франція, Італія. Ідеї позанаціонального стилю виростили з надр та специфіки промислового розвитку цих країн, головних рис їхнього менталітету. На противагу їм скандинавський дизайн та його інновації у проектуванні не заперечували використання етномистецьких традицій.

Вагомий внесок до розвитку дизайну зробила Японія, де система дизайн-освіти в англо-німецькому розумінні взагалі відсутня. Сприятливі умови для розвитку потужних осередків дизайн-діяльності виникають там, де традиційна культура поєднується з інтенсивним розвитком промислового виробництва. Характерною особливістю японської художньо-проектної культури є динамічне зростання дизайнерських навчальних закладів та формування національної школи дизайну на основі японських ремісничих традицій.

За часів СРСР дизайн-діяльність здійснювалася у складі виробничих організацій, художньо-конструкторських бюро, у науково-дослідних інститутах, які розробляли перспективні промислові моделі, встановлювали критерії якості промислових виробів, розробляли методики прогнозування та планування на виробництві, висвітлювали питання проектування в періодичних виданнях. Надалі внутрішні процеси й проблеми росту нової професії дизайнера зумовили й нові експериментальні форми навчання: семінари, студії тощо.

Специфіка історичного розвитку мистецтва та дизайну в Україні полягає в тому, що східна частина території сучасної України входила до складу Російської імперії, а західна частина – до складу Польщі та Австро-Угорщини. Така особливість політичного розподілу країни накладала відбиток на всі прояви життя та на специфіку розвитку культури, художньої освіти та дизайну в цілому. Су-

часні процеси глобалізації та інтернаціоналізації набули спрямування до пошуку резервів у національній культурі. Відродження, збереження, а головне – усвідомлення ролі ментальних традицій є запорукою успішного розвитку дизайну в Україні, який базується на національних принципах декоративно-прикладного мистецтва, трансформованих для концептуальних проектних вирішень в етнодизайні [1]. Феномен взаємодії двох протилежних тенденцій (західної та східної) висуває принципове питання розвитку екологічної культури людства. Для створення естетичного цілісного предметно-просторового середовища, яке відповідає соціокультурним вимогам сучасності, актуальним є не просто проектування технічних засобів, а, насамперед, середовища, в якому пріоритетними постануть питання збереження етнокультурних традицій.

Наукова новизна полягає у проведенні ретроспективного огляду й розв'язанні актуального питання про культурологічну сутність дизайну в рамках інтелектуальної сфери людства. Висвітлено особливості культур та еволюцію дизайну як виду професійної діяльності. Увагу акцентовано на взаємозв'язках функціональності й естетичності у процесі проектування.

Висновки. В результаті проведеного аналізу тенденцій інтернаціоналізації та регіоналізації у дизайні з'ясовано, що протягом ХХ – початку ХХІ ст. сформувалися теорія й методологія дизайну та арсенал формотворчих засобів. Дослідження дозволило розглянути витоки дизайну в координатах художньо-проектної культури та зазначити специфіку еволюційних змін, дослідити його становлення і розвиток. Доведено, що дизайн є частиною художньої культури, враховує культурно-мистецькі, політичні та соціально-економічні зміни в суспільстві. Дизайнерські процеси є динамічними, неоднорідними, мають територіальні та національні особливості. Подальшого теоретичного осмислення та прогнозування потребують тенденції розвитку дизайну в постіндустріальному ХХІ столітті.

Література

1. Антонович С., Захарчук-Чугай Р. Українське народне декоративне мистецтво. Київ: Знання, 2012. 342 с.
2. Боас Ф. Методы этнологии. Антология исследований культуры. Санкт-Петербург: Университетская книга, 1997. Т.1: Интерпретации культуры. С. 519–527.
3. Глазычев В. Проблема «массовой культуры». Вопросы философии. 1970. №12.
4. Даниленко В. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури: монографія. Харків: ХДАДМ, Колорит, 2005. 244 с.
5. Дизайн: словник-довідник / Інст. проблем сучасного мистецтва НАМ України; за ред. М.Яковлева. Київ: Фенікс, 2010. 384 с.
6. Костина А. Массовая культура как феномен постиндустриального общества: монография. Москва: Издательство ЛКИ, 2011. 352 с.
7. Прищенко С. Теорія та методологія дизайну: навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2010. 208 с.
8. Прищенко С., Антонович С. Дизайн і реклама. Ілюстрований словник: наук. видання / Інст. дизайну та реклами. Київ: НАКККиМ, 2017. 162 с.
9. Прищенко С. Влияние стилистики Баухауса на рекламную графику. Science, Research, Development: матер. Международной научно-практ. конф. (Польша–Германия). Варшава–Берлин. 2018. С. 13–18.
10. Design Encyclopedia / ed. M.Byars. New York: J.Willey and Sons, 1994. 612 p.

References

1. Antonovych, Ye., Zakharchuk-Chugai, R. (2012). Ukrainian Folk Decorative Art. Kyiv: Knowledge [In Ukrainian].
2. Boas, F. (1997). Methods of Ethnology // Anthology of Cultural Studies. St. Petersburg: University Book. T.1: Interpretations of Culture. P. 519–527 [In Russian].
3. Glazychev, V. (1970). The problem of Mass Culture // Questions of Philosophy. №12 [In Russian].
4. Danylenko, V. (2005). Design of Ukraine in the world context of artistic-design Culture: monograph. Kharkiv: KDADM, Colorit [In Ukrainian].
5. Design: Dictionary-Directory (2010). Inst. of problems of Contemporary Art in Ukrainian National Academy of Sciences; ed. M.Yakovlev. Kyiv: Phoenix [In Ukrainian].
6. Kostyna, A. (2011). Mass Culture as a phenomenon of Post-industrial society: monograph. Moscow: Publishing house LKI [In Russian].
7. Pryshchenko, S. (2010). Theory and Methodology of Design: textbook. Kyiv: AlterPress [In Ukrainian].
8. Pryshchenko, S., Antonovych, Ye. (2017). Design and Advertising. Illustrated Dictionary: Science edition / Inst. of Design and Advertising. Kyiv: NAKKKiM [In Ukrainian].
9. Pryshchenko, S. (2018). Influence of Bauhaus stylistics on Advertising Graphics // Science, Research, Development: Proceedings of International scientific-pract. conf. (Poland–Germany). Warsaw–Berlin. P. 13–18 [In Russian].
10. Byars, M. (1994). The Design Encyclopedia. New York: J.Willey and Sons [In English].

Стаття надійшла до редакції 29.06.2018 р.