

«НОН»- ДИЗАЙН ЯК КОНЦЕПТ ЩОДО РОЗВИТКУ АВІАПОСЛУГ

«Мета – людина, а не річ»

Ласло Мохоли-Надя

Нон-дизайн — «недизайнерський дизайн», якісно новий вид дизайнерської діяльності з проектування й організації штучного середовища, створюваного людиною: процеси у різних сферах діяльності, технології, виробництво, обслуговування, збут, торгівля, навчання і т.п. Нон-дизайн спрямований на збільшення престижу компанії замовника за допомогою з'єднання воєдино фірмового стилю, дизайну, архітектури, реклами, технічних процесів, торгових операцій, виставок та інших видів діяльності компанії, які бачать і оцінюють люди.

Ключові слова: об'єкти дизайну, нон-дизайн, інновації, недетермінованість.

Постановка проблеми. Нон-дизайн, що активно розвивається в цей час у світі, являє приклад нової форми реалізації зовні дизайнерської проектної діяльності поза власне дизайном, але усередині загальноекспертної служби стосовно сучасного виробництва. Судячи з наявних матеріалів, за методами вирішення завдань нон-дизайнерська та дизайнерська проектна діяльність ідентичні, саме тому найбільш кваліфіковані художники-проектувальники можуть переходити від традиційного проектування додаткової споживчої цінності до вирішення спеціальних перспективних завдань в області управління та програмування цілісної виробничої діяльності (у виробництві будь-якого продукту). Єдиним, вірогідно відомим атрибутом нон-дизайнерської діяльності, як і дизайнерського проектування, є недетермінованість умов вирішення завдань, не розв'язуваних у системі прикладних наукових дисциплін. Визначення сумарного продукту нон-дизайну поки ще зустрічає значні складності.

Метою роботи є аналіз процесу багаторівневого розвитку дизайну, з'ясування анатомії нон-дизайну, мінімально зачіпаючи внутрішній зміст діяльності, тим більше що поки ще воно залишається в області здогадів.

Аналіз останніх досліджень. Історичний маршрут розвитку дизайнерської професії пов'язаний із входженням світового співтовариства в індустріальну епоху, з розвитком промисловості, появою нових матеріалів, нових товарів і послуг, зі зміною соціального укладу та формуванням нового способу життя, що вимагали для себе нової мови, нових образів і форм. І хоча необхідність перетворень в області вироблених товарів уже назріла й обговорювалася в 2-й половині 19 століття такими мислителями, як Джон Рьоскін і Уільям Морріс, перші практичні кроки були зроблені тільки на початку 20 сторіччя.

Значеннєве різноманіття поняття «дизайн» охоплює велика кількість значень. Його коріння слід шукати у латинській мові, де ми знаходимо слово «designare» – визначати, позначати; італійське «designo» ставилося до малюнків, проектів, основної ідеї, а сучасний англійський варіант нараховує близько 30 тлумачень. Дизайн інтерпретують як: 1 – задум, план або ціль; 2 – креслення, ескіз, начерк, малюнок, візерунок; 3 – модель, шаблон, схема, що лежить в основі, композиція; 4 – форма діяльності, проектування, конструювання, намір, задум або розробка. Усі ці значення так чи інакше входять у сучасне визначення дизайну.

Дизайн, зрозуміло, як творчий метод, процес і результат художньо-технічного проектування, спрямований на перетворення навколишнього та предметного середовища за певними принципами, що визначають форму побудованого об'єкта, виходячи з його призначення, з метою добитися максимальної практичності та зручності для споживача, задовольняючи тим самим його утилітарні, соціальні й естетичні потреби. Традиційно вважається, що функція естетизації дійсності – прерогатива мистецтва, але це не так. Дизайн також є практикою естетичного освоєння світу. Мистецтво втілює образи світу в рамках художньої реальності, дизайн же творить і працює безпосередньо у світі, оскільки в ньому закладена усвідомлена установка на гармонізацію середовища. Він не тільки змінює звичні нам речі за законами краси, а й цілеспрямовано створює нові.

Те, що буде кінцевим продуктом подібного конструювання – чи буде це архітектурний проект, модель літака або модна форма секундної стрілки, залежить від виду дизайнерської діяльності: значеннєва багатогранність дизайну реалізується у багатогранності його застосування.

У середині дизайну історично виділяють кілька основних напрямків. Це індустріальний або промисловий дизайн, сполучений з проектуванням і розробкою будь-яких продуктів промислового масового виробництва. Графічний дизайн, що ставиться до створення поліграфічної продукції, логотипів і символів. Web-дизайн, що займається створенням мережевих інтерактивних проектів. Архітектурний, ландшафтний і середовищний дизайн, чия діяльність спрямована на оптимізацію зовнішнього середовища – природного або архітектурного. Дизайн одягу й аксесуарів і арт-дизайн, що створює концептуальні, елітні об'єкти, що фігурують на виставках і створені за спеціальним замовленням.

До цих основних напрямків додаються більш окремі гілки дизайну, такі як стайлинг – художня адаптація дизайнером уже готової форми, її вдосконалення. Нон-дизайн, що організує процеси створення, обслуговування, збуту, послуги, навчання і т.д. Еко, фіто-дизайн – дизайн із

застосуванням живих квітів і рослин. Рекламний дизайн – скоріше, як комерційне ремесло.

Кожний із цих видів займається певною областю та має свою специфіку, що виражається не тільки в кінцевому продукті, його матеріальному втіленні, тобто предметної, графічної або віртуальної реалізації ідеї, а й у сутнісному підході до вирішення поставлених завдань. Дизайн – це й інструмент, який можна однаково продуктивно використовувати як для маніпуляції, так і для гармонізації життя людини, і «гуманізуюча» естетична діяльність, що позбавляє речі та предметний світ бездушності, хаотичності, пристосовуючи їх до людини. Якщо раніше цей процес спирався на інтуїцію майстра-ремесника в кожному конкретному випадку, то тепер професіонал дизайнер, орієнтований на створення гарної, але масової продукції, використовує у своїй творчості досягнення науки. (табл..1)

Таблиця 1

Систематизація видів дизайну стосовно категорій «утилітарне» і «естетичне»

Рівень	Аспект		
	Пріоритет утилітарного початку	Гармонія утилітарного й естетичного	Пріоритет естетичного початку
(Стратегії, програми, відносини)			
Процесуальний (процеси та функції об'єктів)	<u>Нон - дизайн</u>	Системний дизайн	Арт - дизайн
Предметний (форми об'єктів)	Інженерний дизайн	Художнє конструювання	Стайлинг

Володіючи специфічною соціальною мовою, що враховує взаємозв'язок створеного предмета з людиною, дизайн віддзеркалює соціальні потреби суспільства, його інтереси, стимули та важелі управління. У стратегію й тактику дизайну входить і його особливий інструментарій. Оскільки в основі дизайн-композиції лежить художня композиція, то дизайну не чужі такі поняття, як рух, пропорції, контраст, симетрія, ритм, центр, баланс і закони рівноваги. Фізіологічний вплив дизайн-об'єкта на споживача враховується при створенні його спільної конструкції, психологічне – при розробці колірної гами, особливості тактильного сприйняття – при виборі матеріалів. Усі предмети пристосовуються під людину: літаки, легкові автомобілі стають

більш комфортабельними та надійними, одяг – більш функціональним і практичним, а побутові прилади перетворюються у прикраси будинку.

Сукупність пов'язаних факторів дизайнерського проектування та соціальних потреб у сучасній суспільній практиці найбільш яскраво представлена у функціонуванні аеропортів.

Дизайн багатьох аеропортів настільки гарний, що його можна назвати «музикою архітектури».(рис.1)



Рис. 1.

Це явище у багатьох дослідженнях отримало назву «гуманізації техніки», що зробило дизайн, скоріше, наукою, ніж мистецтвом. З іншого боку, сучасний дизайн акумулює в собі досягнення світової культури, особливості сприйняття світу, характерні для різних народів, ідеї, втілені в мистецтві, переосмислюючи та використовуючи їх як вихідний матеріал при створенні нових образів, стилів або нової концепції. Поява різноманіття еко-, етно-стилів, нон-дизайну та ін. дозволила знову заговорити про можливості образної мови архітектури та про творчі проблеми дизайну.

Основна частина.

Так нон-дизайн, що активно розвивається в цей час у світі, являє приклад нової форми реалізації зовні дизайнерської проектної діяльності поза власне дизайном, але усередині загальноекспертної служби стосовно сучасного виробництва. Судячи з наявних матеріалів, за методами вирішення

завдань нон-дизайнерська та дизайнерська проектна діяльність ідентичні, саме тому найбільш кваліфіковані художники-проектувальники можуть переходити від традиційного проектування додаткової споживчої цінності до вирішення спеціальних перспективних завдань в області управління та програмування цілісної виробничої діяльності (у виробництві будь-якого продукту). Єдиним, вірогідно відомим атрибутом нон-дизайнерської діяльності, як і дизайнерського проектування, є недетермінованість умов вирішення завдань, не розв'язуваних у системі прикладних наукових дисциплін. Визначення сумарного продукту нон-дизайну поки ще зустрічає значні складності.

Нон-дизайн — «недизайнерський дизайн», якісно новий вид дизайнерської діяльності з проектування й організації штучного середовища, створюваного людиною: процеси в різних сферах діяльності, технології, виробництва, обслуговування, збуту, торгівлі, навчання і т.п. Нон-дизайн спрямований на збільшення престижу компанії замовника за допомогою з'єднання воедино фірмового стилю, дизайну, архітектури, реклами, технічних процесів, торгових операцій, виставок та інших видів діяльності компанії, які бачать і оцінюють люди.

Так, наприклад, дизайнерська фірма Раймонда Лоуї провадить переважно нон-дизайнерське проектування або чисто експертно-методичні роботи, «класичний» дизайн відсунувся в її діяльності на задній план. Не дивно, що саме фірма Лоуї (особливо, коли його компаньйоном став Снайт, якого Каплан називає одним із кращих у світі авторитетів відносно практично всього) була в числі лідерів і в переході від «класичного» дизайну до нон-дизайну або тотального обслуговування ринку. Снайт набагато більшою мірою опікується про вид послуг, якими можуть скористатися клієнти фірми, ніж тим, чи називаються ці послуги дизайном, чи ні; він стверджує, що хоча фірма проектує безліч продуктів і упаковку, вона виконує також інші послуги, які є необхідністю, якщо дизайн взагалі щонебудь із себе представляє.

Зрозуміло, що самі дизайнери не можуть провести низку цих робіт без контакту з іншими фахівцями, але важливо тут те, що дизайн-фірма бере на себе функції організатора та координатора спільної програми робіт, виступає в ролі вищого експерта.

Лідером в області організованого нон-дизайну стала інша фірма — «Ліппінкотт энд Маргуліес». Якщо Лоуї формулював кредо діяльності фірми, визначаючи її як гігантське агентство добрих послуг і не розшифровуючи, що розуміється під добрими послугами, то керівництво «Ліппінкотт энд Маргуліес» прагне до відкритої та максимальної чіткості своєї життєвої програми: «Ми організовані як рекламне агентство — виконання окремих

послуг аж до найменування продуктів. Зміст дизайну – стати інтегральною частиною «тотального ринку». Ми були завжди і є зараз дизайн-службою й не більше. Ріст нашої активності у сфері ринку спрямований до досягнення скоріше тотальної, ніж фрагментарної комунікації між нашим клієнтом – корпорацією – і її клієнтурою».

У суспільному житті України ми часто бачимо майже анекдотичні приклади дизайнерського проектування кандидатів у різноманітного роду представницькі органи, у тому числі і на місцевих виборах, але, як це ні парадоксально, цей приклад все-таки ще набагато ближче до «класичного» дизайну, ніж ряд ранніх програм тотального дизайну. Виражені в чистому виді роботи в системі нон-дизайну над створенням цільних програм діяльності великих організацій значно далі відходять за використовуваними засобами від дизайну речей.

Сучасна дизайнерська проектна діяльність в Україні вивчена вкрай слабо, зараз ще дуже важко пояснити, яким чином кваліфіковані художники-проектувальники виявляються фахівцями в системі нон-дизайну. Безсумнівно, що завдання нон-дизайну – це завдання, щодо яких поки в нас немає жорстко певних умов, це сьогодні завжди відкриті програми, характер яких не можна визначити на підставі об'єктивної інформації.

Дослідження проектування як творчої діяльності вимагає вироблення спеціальних засобів, їх ще в Україні не вистачає. Однак у рамках цієї роботи нам практично не обов'язково вдаватися до результатів такого дослідження, навіть якби вони вже були вірогідно визначені. Наше завдання - з'ясувати анатомію нон-дизайну, мінімально зачіпаючи внутрішній зміст діяльності, тим більше що поки ще воно залишається в області здогадів. Нам зараз досить констатувати очевидний факт – кваліфіковані дизайнери вищого класу, що працюють у системі незалежних дизайн-фірм, що мають значний досвід вирішення задач «класичного» дизайну, здобувають достатній досвід, достатні професійні засоби для вирішення нових, особливих задач.

Природно, що розвиток нон-дизайну стає можливим тільки тому, що зміна характеру сучасного капіталістичного виробництва в Україні різко підвищує роль тривалого програмування діяльності окремих українських фірм. А воно висуває перед адміністрацією нові задачі, які, виявляється, неможливо розв'язати традиційними засобами оцінки актуального попиту та прогнозів на підставі цієї оцінки.

Нам важливо виділити нон-дизайн як якісно нове явище, що виникло зовсім недавно й не знайшло ані найменшого відбиття в наявній і розглянутій нами літературі з дизайну.

Важливо відзначити, що між нон-дизайном і штафф-дизайном проходить досить певна лінія розподілу в питанні про фірмовий стиль: за рідкісними

винятками завдання проектування фірмового стилю виконують незалежні дизайн-фірми. Це зрозуміло, фірмовий стиль, товарне обличчя фірми, повинен бути побудований відповідно до загальних тенденцій світового ринку, штафф-дизайнер виявляється менш здатний вирішувати такі задачі вже завдяки самому факту своєї приналежності до компанії, неможливості вийти у професійному мисленні за рівень самої компанії. Одночасно, фірмовий стиль як завдання є вже перехідним до вирішення проблем нон-дизайну – це завжди програма створення обличчя компанії в різних формах її діяльності, у її продукції. На фірмовому стилі спрацьовуються методи вирішення програмних завдань, включаючи методичне спостереження дизайнера-консультанта за відповідністю поточного дизайну загальному характеру фірмового стилю.

Цікаво відзначити, що на Лондонському конгресі представники вищої промислової адміністрації часто вводили ряд визначень, які ще п'ять років тому (за винятком фірм типу «Оліветті», «Браун» або «АйБіЕм») були практично неможливі. Так директор, що управляє «Базіл де Феррарі» стверджував, що задачею дизайнера, без сумніву, є забезпечення відповідності продуктів, сконструйованих інженером, із суспільством і оточенням людини в той період, коли вони використовуються. Тут становлять інтерес одночасно кілька моментів: по-перше, представник адміністрації не обмежується твердженням необхідності прибутку як результату роботи дизайнера, а уточнює це через визначення задачі дизайнера у близьких йому професійно характеристиках; по-друге, вводиться вимога відповідності продукту всьому оточенню, а не тільки абстрагованим смакам споживача взагалі; по-третє, вводиться подання про необхідність коригування характеру рішення дизайнера щодо часу, вводиться елемент прямування на відміну від твердження будь-якого постійного ідеалу.

Дизайнери фактично виражають вотум недовіри методам дослідження ринку та торговельній експертизі в цілому (зрозуміло, частина дизайнерів – насамперед, фахівці, що зажили роботи в системі нон-дизайну). Кульмінацією критики на адресу комерційних експертів був виступ директора «Конран энд Конран лтд.» Теренса КінрРана:

«Звільнити всіх посередників – ось реальна проблема, з якою повинна мати справу ця конференція. Немає сенсу, якщо промисловець у співробітництві з дизайнером зробить чудовий продукт, але його неможливо правильно продати. Торгівля в цій країні, та й у всьому світі, перебуває на жахливо низькому рівні».

Зрозуміло, що справа не в комплексі неповноцінності посередніх дизайнерів, а в якісному розшаруванні дизайну, що послідовно стає в останні роки усе більш глибоким, на дві усе більш автономні служби.

Зусилля сучасних дизайнерських фірм поширюються на оволодіння статусом експертної служби у космічних програмах і програмах реконструкції виробництва, програмах торговельних операцій і тривалих рекламних компаній, програмах виставок і програмах дизайну сімейств промислових товарів. Просунуті дизайнерські фірми не містять контрактів на проектування, якщо ці контракти не гарантують їм регулярного та тривалого характеру діяльності, що охоплює фірмовий стиль, архітектуру, рекламу та дизайн. Провідний дизайнер фірми Бевілакуа обумовлює роботу дизайнера-консультанта як керівництво в усіх областях, де корпорації роблять щонебудь, на що дивляться люди. Більшість клієнтів «Генрі Дрейфус ас.» мають із нею довгострокові угоди — дизайн-фірма бере на себе відповідальність за дизайнерське проектування в системі компанії протягом тривалого часу й веде всі проекти в області дизайну. Фактично тут дизайн-фірма виступає як експерт, що здійснює методичний контроль над діяльністю груп штафф-дизайну в цих промислових корпораціях.

У розвитку сучасної економіки України предметом інтересу вітчизняного бізнесу стала майбутня участь у Євро-2012. Предметом підвищеної уваги в програмі підготовки залишається ситуація з повітряними воротами України. Почате будівництво нового терміналу КП «Міжнародний аеропорт Донецьк». Над проектом нового терміналу працюють інженери інституту будівництва Хорватії. Втіленням у життя ідей хорватських фахівців займається велика Українська будівельна компанія «Альтком». Планується, що комплекс буде мати ім'я композитора Сергія Прокоф'єва. Як відзначив Велимир Найдхардт – архітектор-академік Інституту Будівництва Хорватії, група хорватських фахівців розробила дизайн проекту будівництва терміналу аеропорту в Загребі для міжнародного конкурсу. Цей дизайн став своєрідним джерелом для створення проекту реконструкції донецького аеропорту, оскільки основні вимоги до двох об'єктів схожі. Однак дизайн донецького аеропорту не тільки ексклюзивний, він характерний тим, що його творці будуть і надалі супроводжувати подальший розвиток його інфраструктури.

Роботи зі зведення будівлі терміналу будуть вестися у дві черги. Перша черга будівництва – 42 тис. кв. м. Загальна площа до 80 тис. кв. м. Аеропорт зможе прийняти 3100 пасажирів за годину. Що стосується ЗПС, то загальна вартість проекту реконструкції – 972 млн. грн., загальна площа проведення робіт – 653 тис. кв. м. А її характеристики після реконструкції стануть такими: площа злітно-посадкової смуги — 259 тис. кв. м. Довжина смуги – 4 км. Товщина смуги – 1 м. (рис.2)

Керівництво фірми «Уїлльямс ас.» робить спробу сформулювати кредо сучасного нон-дизайну: «Ми твердо переконані, що використання

професійного дизайну для розробки «випадкового» проекту виробу або графіки є малоефективним способом відносно як для клієнта, так і для нас. Наші зусилля спрямовані на створення концепції тотального дизайну комерції; відповідно ми шукаємо таких клієнтів, які прагнуть до глибини дизайнерських розробок і широти програм своєї діяльності. Ми прагнемо до максимуму збільшити час, що приділяється на обмірковування проблеми, і скоротити до мінімуму час, затрачений на художню обробку».

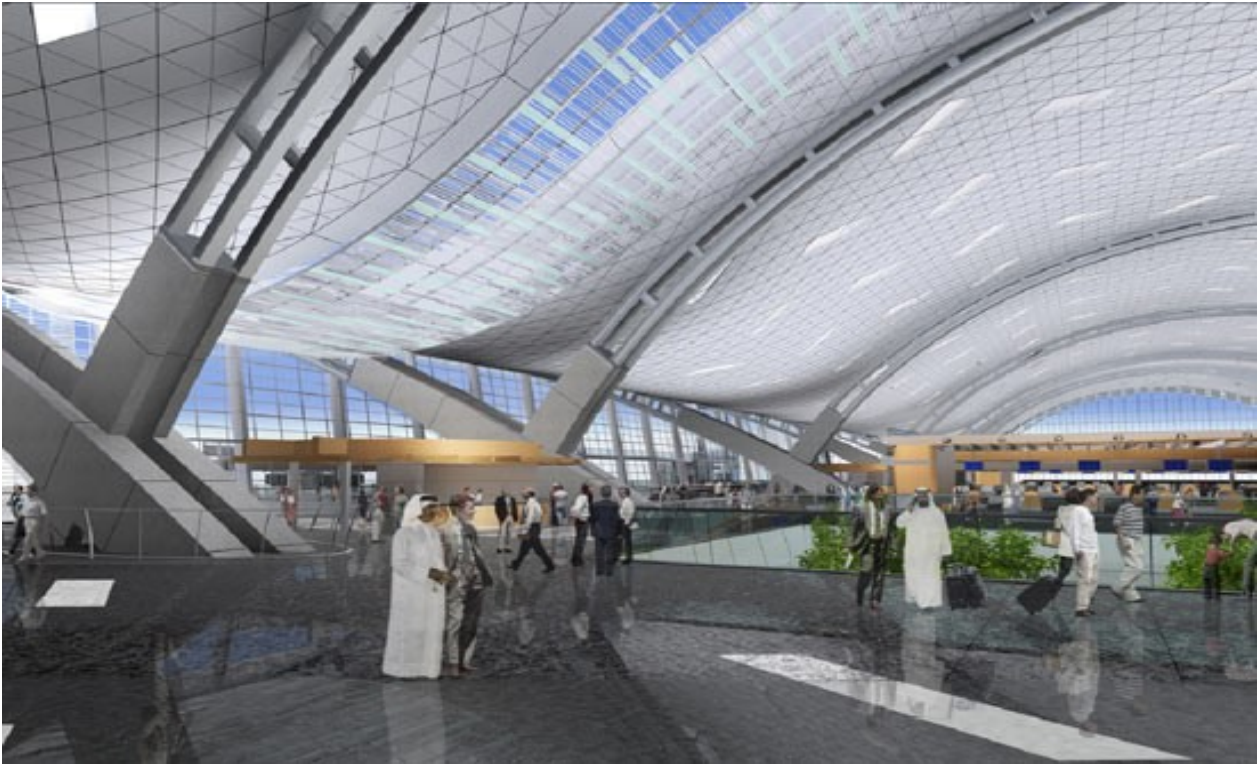


Рис. 2.

Висновки.

Нон-Дизайн (non-design), це дослідження та програмування структур стосунків між людьми, їх дій, розробка стратегій, програм діяльності для тих або інших підприємств, організацій, орієнтованих, наприклад, на завдання реконструкції виробництва для освоєння нової продукції; вироблення концепцій нових сімейств промислових товарів; проведення тривалих рекламних компаній, ділових заходів; застосування нових методів і засобів у професійному навчанні; організацію та проведення виставок товарів і послуг; підвищення ефективності торговельних операцій, завдяки методам дизайн-маркетингу і т.п.

У терміні «нон-дизайн» підкреслюється відмінність цього надзвичайно широко визначеного виду проектно-дизайн-діяльності від традиційного дизайну, що використовує проектно-графічні (або модельний-модельні-макетно-модельні) методи візуалізації результатів розробок. У нон-дизайні

підсумком проектування, виробітку програм, відносин, дій є тексти, що містять, наприклад, сценарії, норми, правила, програми, що відображають ті або інші стратегії діяльності, що дозволяють найбільш ефективними методами отримати бажані результати. Це *вербальна, текстова, словесно-логічна форма проектування*.

«Вищим рівнем сучасного нон-дизайну, зробили висновок у результаті серйозного аналізу Л.Б.Переверзев і Р.О.Антонов, є експертно-методична діяльність з розроблення комплексних програм проектування й ще більш загальних проектних стратегій в області містобудування, систем масового обслуговування та середовища проживання, узятих у національному, континентальному й навіть глобальному масштабах».

Подібна діяльність, так званий нон-дизайн, характерна, в першу чергу, для лідерів сучасної економіки — методистів, організаторів, дослідників, майстрів комерційної стратегії й тактики. Предметом такого проектування є поведінка соціальних груп. Прикладом служить проектування виробничої номенклатури виробів, організації виробництва й збуту, систем навчання, виборчих кампаній, програм розвитку регіонів, різних служб, вирішення екологічних проблем і т.п. Сутність подібної діяльності — організаційно-методична. У цій сфері головну роль відіграє дизайнер-соціолог, економіст, менеджер, що володіє технічними знаннями та соціальною уявою. Це, мабуть, стане напрямком розвитку України.

Список використаних джерел

1. Большой англо-русский словарь: в 2 т./ Под общ. руковод. д-ра филол. наук, проф. И.Р.Гальперина и д-ра филол. наук, проф. Е.М.Медниковой. – 4-е изд., испр., с доп. – М.: Русский яз., 1987. – Т. 1. – 1038 с.
2. Дизайн: очерки теории системного проектирования / Н.П.Валькова, Ю.А.Грабовенко, Е.Н.Лазарев, В.И.Михайленко. – Л.: ЛГУ, 1983. – 185 с.
3. Воронов, Н.В. Российский дизайн. Очерки истории отечественного дизайна. В 2 т. / Н.В.Воронов. – М.: Союз дизайнеров России, 2001. – Т. 1. – 424 с.
4. Глазычев В.Л. О дизайне: очерки по теории и практике дизайна на Западе / В.Л.Глазычев. – М.: Искусство, 1970. – 192 с.
5. Гропиус В. Границы архитектуры / В.Гропиус; Пер. с англ. А.С.Пинскер, В.Р.Аронова, В.Г.Калиша. – М.: Искусство, 1971. – 286 с.
6. Каган М.С. Философия культуры / М.С.Каган. – Спб.: ТОО ТК Петрополис, 1996. – 415 с.
7. Каган М.С. Человеческая деятельность: опыт системного анализа / М. С. Каган. – М.: Политиздат, 1974. – 328 с.

8. Лазарев Е.Н. Дизайн как технико-эстетическая система: автореф. дис. д-ра искусствоведения (техническая эстетика) / ВНИИТЭ. – М., 1984. – 32 с.
9. Медведев В.Ю. Роль дизайна в формировании культуры: учеб. пособие / В.Ю.Медведев. – 2-е изд., испр. – Спб.: СПГУТД, 2004. – 108 с.
10. Медведев В.Ю. Связи и отношения архитектурных искусств в современном мире предметного творчества / В.Ю.Медведев // Вестник СПГУТД. – 2009. – № 16. – С. 76-83.
11. Минервин Г.Б. Архитектоника промышленных форм. Системный анализ формообразования в художественном конструировании: автореф. дис. д-ра искусствоведения (техническая эстетика) / МВХПУ – М., 1975. – 41 с.
12. Основные термины дизайна: краткий справочник-словарь / отв. ред. Л.А.Кузьмичев. – М.: ВНИИТЭ, 1988. – 88 с.
13. Разработка терминологического аппарата дизайна: метод. материалы / отв. ред. Г.Л.Демосфенова. – М.: ВНИИТЭ, 1982. – 118 с.
14. Сомов Ю.С. Композиция в технике / Ю.С.Сомов. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Машиностроение, 1987. – 288 с.
15. <http://attik-design.com/>
16. Психология в дизайне - (12.08.2003 14:59:23) Автор: Сергей Степанов
Источник: <http://www.finest.ru/>
17. <http://www.rosdesign.com/>

Аннотация

Нон-дизайн – «недизайнерский дизайн», качественно новый вид дизайнерской деятельности по проектированию и организации искусственной среды, создаваемой человеком: процессы в различных сферах деятельности, технологии, производство, обслуживание, сбыт, торговля, обучение и т.п. Нон-дизайн направлен на увеличение престижа компании-заказчика посредством соединения воедино фирменного стиля, дизайна, архитектуры, рекламы, технических процессов, торговых операций, выставок и других видов деятельности компании, которые видят и оценивают люди.

Ключевые слова: объекты дизайна, нон-дизайн, инновации, недетерминированность.

Annotation

Non-design - is a «undesigner design», high-quality new type of designer activity on planning and organization of artificial environment, created by a man, : processes in the different spheres of activity, technology, production, service, sale, trade, etc. Non-design is sent to the increase of prestige of company of customer by means of connection together of brandname style, design, architecture, advertising, technical processes, trade operations, exhibitions and other types of activity of company what see and estimate people.

Keywords: design objects, non-design, innovations, non-determination.