



УДК 7.01:74: 004.94

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІСТЬ ДИЗАЙНУ В ІНФОРМАЦІЙНО-МЕРЕЖЕВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

ТРЕТЯК Ю.В.

Київський національний університет будівництва і архітектури, м. Київ

Висвітлюється важлива роль міждисциплінарності в дизайні, як основної характеристики формування інноваційної дизайн-діяльності в інформаційно-мережевому суспільстві. Дизайн у культурі мережевого суспільства впливає на соціальні та духовні трансформації. Естетика, народжена цифровими технологіями та поширювана інтерактивними дизайн-проектами, зосереджена не лише всередині віртуальних світів, а й змінює фізичний простір середовища. Вона активно впроваджується в сучасну онтологію, модифікуючи культурні норми та цінності через втілення нових ідей та форм не лише у мультимедійних проєктах, що потребують різнопланового асоціативного сприйняття, але також у предметно-просторовому середовищі: архітектурі, транспорті, меблях, костюмі, робототехніці.

Ключові слова: дизайн, міждисциплінарність, інформаційне суспільство, середовище, інтерактивні технології, мультимедіа дизайн, віртуальна культура.

Вступ. Міждисциплінарність - сутнісна характеристика дизайну, яка з розвитком суспільства змінює власні відтінки, але в цілому залишається його незмінною рисою, незважаючи на мінливість та нестабільність широкого ряду параметрів дизайнерської діяльності.

Міждисциплінарні основи дизайну будуються з урахуванням мислення дизайнера, що включає колаборацію компонентів образності, системності, інноваційності. Разом з історичним розвитком дизайну розширюється кількість дисциплін, які безпосередньо мають відношення до даної сфери. Працюючи над дизайн-проектом, автору може знадобитися синтезована співпраця з іншими суб'єктами у різних дисциплінарних, методологічних, технологічних, стилістичних напрямках. Важливо, щоб ці напрями були узгоджені між собою і націлені на вирішення стратегічного завдання. В середині-кінці XIX ст., під час становлення масового виробництва товарів та високої конкуренції виробникам необхідно було дбати про естетику продуктів з метою виділитися на ринку. Завдання естетизації товарів промислового виробництва вирішувалися у співпраці інженерів та дизайнерів, а для підвищення продажів були необхідні ефективні маркетингові, рекламні кампанії, розуміння психології покупців. Стає зрозумілим, чому об'єкти промислового дизайну потребували комплексного, всебічного, міждисциплінарного підходу.

Подальший розвиток технологій спричинив перехід від індустріалізації до інформатизації. У дизайні всіх видів - у графічному, промисловому, середовищному і навіть в артовому - став активно розвиватися напрям візуальних комунікацій, якому характерне оперування інформацією.

Результати. Фундаментом для сучасної дизайнерської діяльності в цифровому просторі продовжує бути міждисциплінарність. Міждисциплінарність у дизайні з розвитком техніки та технологій лише зміцнюється та розширює спектр дисциплін, що охоплюються. Для вирішення складних проєктних завдань потрібна співпраця інтелектуальних, організаційних, інформаційних та технічних ресурсів.

Аналіз спеціальної літератури доводить, що сучасні дослідники цікавляться питаннями впливу цифрових технологій на формування таких аспектів створення об'єктів, як просторове середовище з позицій комп'ютерного проектування; інтерактивність у міському середовищі; застосування інформаційно-комунікаційних технологій у дизайн-освіті; роль цифрових технологій у формуванні мистецтва; еволюція екранної культури як продукту віртуальної медіа-реальності; ігровий штучний інтелект; інтерактивність та провокативність як елемент актуального мистецтва; застосування комп'ютерних технологій у сучасному живописі; спадкоємність та новаторство у сучасному книжковому дизайні т.ін. [1, 2].

Більшість технологій, які називаються «новими медіа», є цифровими, часто мають можливість здійснювати різні маніпуляційні роботи, подібні до створення соціальних мереж, відеоігр та інших програмних продуктів. Таким чином, інтерактивність – це важливий елемент



нових медіа, а віртуальне середовище насичене різними системами інтерактивності, які є актуальними сферами для розвитку дизайну. Найбільш яскравими проявами діяльності дизайнерів в інтерактивному середовищі є розробка інтерфейсів користувача, веб-дизайн, дизайн додатків, гейм-дизайн та інше.

Мережеве суспільство вивело в лідери мультимедіа-дизайн – цифровий дизайн, що орієнтований на життя у віртуальному середовищі та створює візуальне оформлення для відео, телебачення і кіно. Мультимедійні проєкти дозволяють користувачеві взаємодіяти із цифровим простором, тобто, мають інтерактивну природу. Незважаючи на актуальність вузької спеціалізації, успішний цифровий дизайнер має бути мультигранним. У створенні дизайн-проєкту часто потрібна участь фотографів, ілюстраторів, музикантів, письменників та кінематографістів, а також фахівців з веб-дизайну, з програмування баз даних або інших фахівців. Сучасна дизайн-діяльність в інформаційному столітті, також відомому як ера комп'ютерів або епоха нових медіа, пов'язана з цифровою революцією, яка ознаменувала зародження нової епохи дигітальних або цифрових ландшафтів. Візуальне представлення цифрових ландшафтів проєктують дизайнери, які працюють у інтерактивному середовищі. Інтерактивний дизайн охоплює такі галузі знання, як семіотика, інформаційна архітектура, графічний дизайн, розробка інтерфейсів користувача, ігровий дизайн, веб-дизайн та різні інші області. Міцною основою дизайну в інтерактивному середовищі виступає математична логіка, з якої «виростає» візуальний контекст.

Інтерактивні технології застосовуються у мистецтві (інтерактивні інсталяції, відеомепінг), в інформаційно-комунікаційних системах (веб-ресурси, комп'ютерні ігри, скайп), промислових продуктах (банкомати, робочі місця пілотів космічних кораблів). Міське середовище також виступає однією із сфер розвитку інтерактивності. Інформаційні стенди спрощують розуміння складно організованої системи міста, допомагають орієнтуватися у незнайомому просторі. Банківські термінали допомагають здійснити фінансові операції у будь-який час, а інтерактивні фасади залучають мешканців до взаємодії, реагуючи на різні сигнали, наприклад, рух чи звуки. Отже, в культурі мережевого суспільства змінюється суб'єкт дизайну, межа між людиною-творцем та людиною-споживачем розмивається, причому дизайнери і користувачі виконують функцію творців у інтерактивному просторі глобальної мережі.

Висновки. Дизайн у культурі мережевого суспільства створює нову, третю реальність: не матеріальний світ як сукупність органічних елементів, набір матеріальних артефактів і відповідний йому духовний світ, а віртуальне штучне середовище. Зважаючи на цей факт, можна стверджувати, що соціокультурна ситуація, зокрема розвиток техніко-технологічної основи життя людства, впливає на дизайн. В індустріальному суспільстві дизайн естетизував предмети промислового виробництва, в інформаційному суспільстві дизайн вибудовував візуальні комунікації, в мережевому суспільстві дизайн формує не тільки місце існування, але й проєктує віртуальну культуру, яка через Інтернет поширюється в масових обсягах і формує різні світогляди, а загалом - свідомість. У культурі мережевого суспільства дизайн створює нову реальність – віртуальну, що існує поряд із фізичною та духовною реальністю. Це дає можливість припустити, що діяльність у сфері дизайну має креаціоністський початок. Дизайн, оснащений передовими технологічними можливостями, конструює паралельні всесвіти через віртуальне середовище, створює дигітальні ландшафти культурного досвіду.

Список використаних джерел:

1. Огорокова В.В. Образ нової соціальної реальності Постмодерну та форми його моделювання: монографія. Одеса: ВМВ, 2018. - 288 с.
2. Махній М.М. Мережеве суспільство: кіберпсихологічний путівник. Київ: Academia.edu, 2018. – 176 с.