

ЯК ДИЗАЙН РОЗПОВІДАЄ ІСТОРІЮ

О.А. МЕЛЬНИК

Хмельницький національний університет

Ви колись задумувались, що спільного між письменником, поетом, композитором і дизайнером? Здається якщо поставити в цей ряд художника ключом до цього було б слово «мистецтво», але чи дизайнер і художник поняття тотожні? Щоб зрозуміти визначення певних понять варто звернутись до витоків цього слова. Адже завдяки давнім текстам, порівнянню слів зі словами з інших мов етимологія відновлює історію слів: як вони виникли у мові, первинне (істинне) значення, їхнє джерело та зміну їхнього значення.

Досліджуючи дану тему носії німецької мови добре підмітили зв'язок design – Dasein, відкривши нову площину в філософії – філософію дизайну, яка безпосередньо пов'язана з екзистенцією людини. К. Ясперс писав, що філософські поняття є нічим іншим, як особливим «шифром трансценденції», оскільки їх можна і слід розуміти завдяки вкладеній в них сутності символічного навантаження.

Мартін Хайдеггер вважав, що «всі шляхи думки більш-менш відчутним чином загадково ведуть через мову» [1]. Знову автор пов'язує філософію з інструментальністю, технікою, а отже, в певному сенсі, і з дизайном, тому що будь-який – технічний, художній або якийсь інший винахід спочатку має ідеальну форму, тобто ідею, яка поступово перетворюється в кінцевий результат – продукт людської думки і плід фізичної праці. Розвиваючи думки Хайдеггера, можна сказати, що людина тільки тоді стає людиною, коли за допомогою техніки здатна розкрити потаємність повсякденності, в якій і полягає місія людини.

Цікаво, що в епоху Ренесансу теоретик мистецтва Вазарі вважав слово designo єдиним мовним коренем для походження всіх образотворчих мистецтв, які до цього називалися zeichenkünste (букв. рисувальне мистецтво). Одночасно термін designo використовувався для планування, проєктування, виконання картин і скульптур. Для всіх художників, скульпторів, архітекторів дизайн був невід'ємною частиною їх творчої діяльності та ще не розглядався в якості предметної специфічної області теоретиками з інших галузей знань. Спеціалізація дизайнера стала відбруньковуватися набагато пізніше в зв'язку з розділенням праці, виступаючи побічним продуктом [2].

Проте в наші дні слово «дизайн» часто має досить прозаїчний характер. Оскільки включає в себе передумову – певну фігуру «замовника», що має дещо відмінне значення від публіки. Щоразу нам необхідно враховувати технічні та людські обмеження. Тому ми так звикли до ідеї, що «дизайн вирішує проблеми».

Але дизайн це дещо більше. Що якщо припустити, що «дизайн здатен розповідати історію».

Історія – термін, що має кілька значень. Використання першого з них виражає дослідження минулого, що безумовно доцільно і для предметів

дизайну, як частини історії мистецтва і культури в цілому. Але в даному випадку нас більше цікавить його друге значення-в якості наративу, оповіді, що передає певну інформацію за допомогою знаків та символів. Перетворення ідеї у власноруч створену форму.

Композитори також розповідають історію, перетворюючи ідею в композицію, яку ми фізично здатні сприйняти. Музична композиція чи художня. Дивовижно як багато спільного вони мають в своїй суті! Композитор, як художник за допомогою ліній, кольору та форм, створює музику за допомогою звуків, їх різною тональністю, тривалістю та музичним інтервалом. І ця композиція побудована всього з семи нот та складена в особливу музичну систему має унікальний вплив на нас, зокрема на біологічному рівні. Має особливу здібність змінювати наше світосприйняття та самопочуття.

А як щодо літератури? Вона як різновид мистецтва, власне є мистецтвом слова, що відображає дійсність у художніх образах, створює нову художню реальність за законами краси. Вона здатна тримати нас в напрузі своїм сюжетом, може захоплювати нас своїми героями, або ж керувати простором, переносити нас зовсім в інший світ, занурювати нас в певну атмосферу. Література ніби відповідає на щось дуже глибоке в нашій природі, створює щось особливе, екстраполює деяку суть нашого досвіду.

Когда много думаешь сам, обнаруживаешь, что в языке заключено много мудрости. Едва ли вероятно, что мы сами всё вкладываем в него; в нем действительно скрыта немалая мудрость, как и в пословицах.

Г. Хр. Лихтенберг

Но чем-то великим и трудноуловимым кажется топос – т. е. место-пространство. Аристотель»[1].

Осягнення категорій простору і часу з часів античності філософами (Аристотелем, Платоном, Демокрітом, Дж. Локком, І. Кантом, Гегелем, М. Хайдеггером і ін.) перевело предмет дискусій в сферу матеріального (об'єктивного, реального) і ідеального (ірреального, залежного від свідомості людини). П. А. Флоренський в роботі «У водоразделов мысли (Черты конкретной метафизики)» констатував: «В питанні про простір світу маю сказати, що в самому понятті простору розрізняються три, далеко не тотожні між собою, шари. А саме: простір абстрактне або геометричне, простір фізичне і простір фізіологічне, причому в цьому останньому, своєю чергою, розрізняються простір зорове, простір дотикове, простір слухове, простір нюхове, простір смакове, простір загального органічного почуття і т. д., з їх подальшими більш тонкими підрозділами. По кожному з визначених поділів простору, великих і дрібних, можна, абстрактно кажучи, мислити досить порізнному»[3].

О, як багато інструментів ми маємо, для того щоб розповісти історію своїм дизайном! Світло, колір, форма, силует, тактильні відчуття матеріалу, його фізико-механічні властивості.

Ви колись задумувались як багато можна сказати одним лише кольором? Численні наукові праці в цій галузі виявили прямий зв'язок між впливом кольору й процесами, що відбуваються в людському організмі. Колір впливає на сприйняття, яке не є очевидним на перший погляд, наприклад, на смак їжі. Кольори мають якості, які можуть викликати у людей певні емоції. Вони також можуть підвищити ефективність плацебо. Колір є дуже впливовим джерелом інформації, коли люди приймають рішення про покупку. Клієнти, як правило, приймають первинне судження щодо товару протягом 90 секунд після взаємодії з цим продуктом, і приблизно 62%-90% цього судження ґрунтується на кольорі. Також він є важливим елементом у тому, як люди інтерпретують своє оточення і відчуття занурення у певний простір [4].

Далеко не новою є думка про те, що наш зовнішній вигляд говорить про нас. Але як щодо організації нашого простору? Порядок, в якому ми можемо розташувати предмети. Відстань та кут під яким ми дивимось на них.

А освітлення? Думаю його роль насправді недооцінена в сучасному дизайні. Адже світло-це перше, що ми бачимо коли з'являємось на цей світ. Воно безпосередньо впливає на наше самопочуття, працездатність, настрій та біологічні ритми.

Про кожний з цих елементів можна написати окрему статтю. Та якщо ми вміло використовуємо їх, кожний з них працюватиме для нас. Розкажіть дизайнеру хто ви, яким має бути ваш об'єкт і він, якщо відчує це, розкаже вашу історію і допоможе їй пройти крізь час, настрій та враження.

Література

1. Хайдеггер М. Время и бытие. Статьи и выступления / пер. с нем. М., 1993
2. Яцевич Ольга Евгеньевна. Тюменский государственный нефтегазовый университет / ЭТИМОЛОГИЯ ПОНЯТИЯ «ДИЗАЙН»: КОРРЕЛЯТЫ DESIGN / DASEIN / стаття – 3 с.
3. П. А. Флоренский. «У водоразделов мысли (Черты конкретной метафизики)» / П. А. Флоренский. – Москва: Юрайт, 2017. – 339 с.
4. Color psychology [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/Color_psychology.