

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ**

**Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO9001:2015 / ISO 9001:2015**

Кафедра дизайну



**ФІЛОСОФІЯ МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ/
PHILOSOPHY OF ART AND DESIGN**

**ПРОГРАМА/
COURSE SUMMARY**

Автор: Аліна СЛІВІНСЬКА, кандидат філософських наук, доцент кафедри дизайну, магістр дизайну

Програму розглянуто і схвалено на засіданні кафедри дизайну 14 листопада 2025 р., протокол № 6.

Рецензенти:

Руслана БЕЗУГЛА, доктор мистецтвознавства, доцент, зав. кафедри дизайну

Асмаї ЧІБАЛАШВІЛІ, кандидат мистецтвознавства, старший науковий співробітник, заступник директора з наукової роботи Інституту проблем сучасного мистецтва НАМ України

ФІЛОСОФІЯ МИСТЕЦТВА ТА ДИЗАЙНУ / PHILOSOPHY OF ART AND DESIGN

ПРОГРАМА / COURSE SUMMARY

ВСТУП

Програму навчальної дисципліни «Філософія мистецтва і дизайну» підготовлено відповідно до Стандарту вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн» для другого (магістерського) рівня вищої освіти (наказ МОН України від 21.12.2018 № 1433) та освітньо-професійної програми «Графічний дизайн». Програма призначена для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти ДТЕУ усіх форм навчання, галузі знань В «Культура, мистецтво та гуманітарні науки», спеціальності В2 «Дизайн», освітньої програми «Графічний дизайн».

Програма складається з таких розділів:

1. Мета, завдання та предмет дисципліни.
2. Передумови вивчення дисципліни.
3. Результати вивчення дисципліни.
4. Зміст дисципліни.
5. Список рекомендованих джерел.

1. МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА ПРЕДМЕТ ДИСЦИПЛІНИ

Метою вивчення дисципліни «Філософія мистецтва і дизайну» є формування сучасного концептуального, фундаментального мислення й системи знань з філософії мистецтва і дизайну, оволодіння принципами, методологічними основами аналізу мистецтва і дизайну та навичками використання цих знань у розробленні естетично досконалих, затребуваних на ринку і суспільно відповідальних об'єктів дизайну в різних галузях життєдіяльності людини.

Завданнями вивчення дисципліни є: засвоєння змісту основних категорій і понять філософії мистецтва і дизайну; формування розуміння основних концепцій філософії мистецтва і дизайну, причин і динаміки розвитку, функцій та цілей сучасного мистецтва і дизайну; оволодіння навичками аналітичного філософського підходу до оцінювання творів мистецтва й дизайну; формування вміння здійснювати аналіз, стильову ідентифікацію, інтерпретацію виробів дизайну в контексті тенденцій мистецтва; критичне опрацювання доробку українських і зарубіжних фахівців для формування авторської концепції та пошуку українського національного стилю; формування навичок розроблення науково обґрунтованих концепцій креативного продукту, демонстрування його культурної цінності та економічної вартості; виховання соціально відповідальної і свідомої професійної позиції дизайнера.

Предметом вивчення дисципліни є зміст основних категорій і понять філософії мистецтва і дизайну, концептуально-методологічні основи аналізу та інтерпретації естетичних якостей творів мистецтва і дизайну, принципи стилеутворення і творчості у сфері мистецтва і дизайну.

2. ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення вибіркової дисципліни «Філософія мистецтва і дизайну» є засвоєння змісту освітніх компонентів «Сучасні стилі в мистецтві та дизайні» та «Концептуальне проектування в графічному дизайні».

знання:

– базової мистецтвознавчої і дизайнерської термінології;

- особливостей мистецтва як особливої форми пізнання світу, творчості та форми суспільної свідомості, її цілей і функцій;
- особливостей дизайну як художньо-проектної діяльності, її цілей і функцій;
- базових категорій та понять дизайну як особливої художньо-проектної діяльності;
- світоглядних передумов, витоків і суттєвих ознак мистецтва і дизайну;
- тенденцій становлення і розвитку живопису, скульптури та архітектури як специфічних сфер професійної художньої діяльності і дизайну як продукту інноваційної та технологічної художньо-проектної діяльності;

вміння:

аналізувати основні етапи історії мистецтва та дизайну і закономірності розвитку предметної області мистецтва та дизайну;

визначати тенденції становлення і розвитку живопису, скульптури та архітектури як специфічних сфер професійної художньої діяльності і дизайну як продукту інноваційної та технологічної художньо-проектної діяльності;

– аналізувати стильові ознаки творів мистецтва і архітектури, жанрової належності творів мистецтва;

3. РЕЗУЛЬТАТИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Філософія мистецтва і дизайну» як вибіркова освітня компонента забезпечує оволодіння здобувачами загальними та фаховими компетентностями і досягнення ними програмних результатів навчання за освітньо-професійною програмою «Графічний дизайн» (ОС магістр):

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
Загальні компетентності за освітньою програмою		
1	Здатність генерувати нові ідеї (креативність).	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
2	Вміння виявляти, ставити та розв'язувати проблеми.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
6	Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.	12
Спеціальні компетентності за освітньою програмою		
3	Здатність розуміти і використовувати причинно-наслідкові зв'язки у розвитку дизайну та сучасних видів мистецтв.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
9	Здатність створювати затребуваний на ринку та суспільно відповідальний продукт дизайну (товари і послуги).	10, 11
10	Вміння переконливо демонструвати	10, 11

Номер в освітній програмі	Зміст компетентності	Номер теми, що розкриває зміст компетентності
	споживачу привабливу культурну цінність економічну вартість створеного креативного продукту.	
Програмні результати навчання за освітньою програмою		
1	Генерувати ідеї для вироблення креативних дизайн-пропозицій, вибудовувати якісну та розгалужену систему комунікацій, застосовувати основні концепції візуальної комунікації у мистецькій та культурній сферах.	10, 11
2	Розробляти науково обґрунтовану концепцію для розв'язання фахової проблеми.	10, 11
6	Формувати проєктні складові у межах проєктних концепцій; володіти художніми та мистецькими формами соціальної відповідальності.	10, 11
7	Критично осмислювати теорії, принципи, методи поняття з різних предметних галузей для розв'язання завдань і проблем у галузі дизайну.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12
10	Критично опрацьовувати художньо-проєктний доробок українських і зарубіжних фахівців, застосовувати сучасні методики та технології наукового аналізу для формування авторської концепції, пошуку українського національного стилю.	6, 7, 8, 9
11	Визначати естетичні проблеми дизайнерських шкіл та напрямів з урахуванням генезису сучасного художнього процесу в дизайні; мати синтетичне уявлення щодо історії формування сучасної візуальної культури.	3, 4

4. ЗМІСТ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Філософія мистецтва: предмет. Проблема визначення мистецтва

Мистецтво як об'єкт філософського пізнання. Своєрідність філософії мистецтва. Філософія мистецтва і мистецтвознавство. Філософія мистецтва і естетика. Філософія мистецтва і психологія мистецтва. Філософія мистецтва і соціологія мистецтва.

Традиційна і сучасна філософія мистецтва. Основні теми сучасної філософії мистецтва. Відмінність основних тем сучасної філософії мистецтва від тематики традиційної філософії мистецтва. Причинно-наслідкові зв'язки зміни уявлень про

мистецтво: вплив авангарду, реді-мейду, розвитку мистецького ринку та інституцій на кризу класичних визначень.

Критичний аналіз визначень мистецтва. Інституційне (А. Дікі), філософське, соціологічне, функціональне визначення мистецтва. Мистецтво як сімейне поняття (Л. Вітгенштайн, М. Вейц). Український авангард (К. Малевич, О. Богомазов, О. Екстер, О. Архипенко) як межовий випадок для теорій визначення мистецтва.

Реальне і номінальне визначення мистецтва. Описово-оцінювальний зміст принципів філософії мистецтва. Оцінювальний (нормативний) характер принципів філософії мистецтва. Розуміння художньої цінності в традиційній філософії мистецтва.

Проблема об'єктивності оцінювання творів мистецтва. Психологізм у філософії мистецтва. Кейс-метод і проблемний підхід: формулювання власної аргументованої позиції щодо статусу межових об'єктів мистецтва і дизайну.

Критичне осмислення теорій визначення мистецтва як інструменту розв'язання професійних проблем дизайнера.

Список рекомендованих джерел

Закони та нормативні акти: 1

Основний: 4 [с. 24–32]

Додатковий: 5 [с. 22–23], 7 [с. 53–99], 14, 23 [с. 18–31]

Інтернет-ресурси: 28, 29, 31

Тема 2. Твір мистецтва і дизайн-об'єкт: оригінал, копія, тираж

Твір мистецтва як втілення ідеї в матеріальному об'єкті. Проблема оригіналу і копії. Автентичність як цінність.

Репродукція, тираж, серія. Відмінність їх функціонування в мистецтві, де копія знецінює оригінал, і в дизайні, де тираж є нормою виготовлення об'єкта. Історичні причини зміни онтологічного статусу об'єкта: від ремісничої унікальності до промислового тиражу і цифрового середовища. Відмінність унікального твору мистецтва і серійного дизайн-об'єкта. Прототип, кресленик, окремий екземпляр як твори дизайну.

Тиражна графіка, дизайнерський прототип як унікальний об'єкт колекціонування, цифрові об'єкти (NFT) з новоствореним поняттям унікальності в тиражному середовищі. Тиражна графіка в українському мистецтві і дизайні: Г. Нарбут (знаки грошей, поштові марки, шрифт) як приклад твору, що існує лише в тиражі. Українські цифрові колекційні проекти (NFT-колекція «Meta History: Museum of War») як нова форма фіксації пам'яті і цінності.

Проблема онтологічного статусу дизайн-об'єкта в проєктній практиці; генерування ідей щодо режимів існування власного продукту. Критичне осмислення теорій оригіналу, копії й аури для розв'язання завдань дизайну.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 42–46, 241–272]

Додатковий: 7 [с. 53–99], 8 [с. 11–131]

Інтернет-ресурси: 28, 29, 31, 32, 33

Тема 3. Естетичні категорії: прекрасне, художній образ, художній простір

Поняття естетичної якості в сучасній філософії мистецтва. Світ прекрасних образів. Модус краси. Краса як поєднання матеріального і духовного, об'єктивного і суб'єктивного. Твір У. Еко «Історія краси».

Історичний характер уявлень про прекрасне. Причини мінливості канону краси. Принципи аналізу прекрасного. Прекрасне і утилітарне.

Проблема визначення прекрасного в сучасній філософії мистецтва. Прекрасне як внутрішня і зовнішня естетична якість. Прекрасне і інші категорії філософії мистецтва (виразне, переконливе, цікаве, епатажне, абсурдне тощо). Паракатегорії естетики. Емотивна теорія значення естетичних термінів. Функції прекрасного і інших естетичних якостей.

Художній простір як конкретизація естетичного. Художній простір і простір світу. Почуття простору. Проблема визначення поняття художнього простору. Поняття картини світу у філософії М. Гайдеггера. Поняття хронотопу у філософії М. Бахтіна. Художній образ як універсальна категорія філософії мистецтва. Естетичне і художній смак.

Естетичні проблеми дизайнерських шкіл і напрямів: прекрасне і функціональне в програмах Баугаузу, ВХУТЕМАСу, Ульмської школи дизайну; бойчукізм як програма синтезу народного і модерного мистецтва. Український канон краси: народне декоративне мистецтво (петриківський розпис, творчість М. Приймаченко) і його переосмислення в сучасному графічному дизайні. Генеза сучасної візуальної культури.

Проблема вибору естетичної стратегії в проєктному завданні; генерування власного естетичного рішення. Критичне осмислення естетичних теорій (У. Еко, М. Бахтін, М. Гайдеггер) для розв'язання проблем дизайну.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 22–58]

Додатковий: 5 [с. 22–23], 14, 23 [с. 22–47]

Інтернет-ресурси: 28, 30

Тема 4. Цінності, цілі та функції мистецтва і дизайну

Функції, завдання і цілі мистецтва і дизайну. Платонівське генетичне визначення мистецтва. Задоволення як головна цінність мистецтва в контексті традиційної філософії мистецтва. Платон і Аристотель про естетичне задоволення. Гедонізм. Д. Юм про судження смаку. Естетичне судження як характеристика глядача. Класифікація задовольень І. Бенґама і Дж. Мілля. Естетичні і неестетичні задоволення. Поняття естетичного задоволення в концепції І. Канта. Структура естетичного задоволення в концепції Р. Дж. Коллінґвуда. Розкриття змісту поняття задоволення в сучасній філософії мистецтва.

Особисті (персональні) функції мистецтва. Соціальні функції мистецтва. Виховна функція мистецтва. Платон і Аристотель про виховання почуттів і громадянських властивостей мистецтвом. Формування мистецтвом автономності волі. Функція свободи. Ідея свободи в шок-арті Я. Кусами. Особливості здійснення мистецтвом соціалізації індивіда. Творчість Й. Бойса.

Соціалізація індивіда як передумова стійкості суспільства. Вплив мистецтва на формування стилю мислення, світогляду, утвердження ідеології, традицій, вірувань, моральних зразків. Роль мистецтва в забезпеченні динаміки і оновлення суспільства.

Мистецтво і дизайн – засіб зрівняння людей. Б. Гройс про універсалізм і демократичність сучасного мистецтва. Творчість Е. Ворхола. Когнітивна, експресивна, оцінювальна, орієнтуюча функції мистецтва. Цілі і смисли мистецтва і дизайну. Цінності. Об'єктивні і суб'єктивні позиції щодо смислу мистецтва і дизайну.

Соціальні програми дизайнерських шкіл: Баугауз (демократизація предметного середовища), бойчукізм (монументальне мистецтво для широкого загалу), їхні естетичні суперечності. Функції мистецтва і дизайну в українському контексті: плакат і графіка доби УНР та 1920-х рр., мистецтво і дизайн під час російсько-української війни. Зміна функцій мистецтва як чинник формування візуальної культури ХХ–ХХІ ст.

Проблема розбіжності між задуманою і реалізованою функцією дизайн-об'єкта; генерування ідей щодо функцій власного проєкту. Критичне осмислення теорій естетичного задоволення і функцій мистецтва для розв'язання завдань дизайну.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 137–172]

Додатковий: 14, 24 [с. 135–137]

Інтернет-ресурси: 27, 28, 30, 31, 32

Тема 5. Феноменологія сприйняття: тіло, аффорданс і дизайн-об'єкт

Феноменологічний метод. Іntenційність свідомості, повернення «до самих речей», опис досвіду без попередніх теоретичних припущень.

Мерло-Понтіанська феноменологія тіла. Тіло не як об'єкт серед об'єктів, а як спосіб буття-у-світі. Первинний і дорефлексивний рівень сприйняття.

Дизайн-об'єкт як продовження тіла. Інструмент, інтерфейс, протез, що розширює тілесні можливості й одночасно формує спосіб сприйняття світу. Історична зміна «продовжень тіла»: від ручного інструмента до цифрового інтерфейсу.

Поняття аффордансу (від англ. *affordance* – можливість, властивість надання дії) (Дж. Гібсон). Об'єкт «пропонує» тілу можливості дії ще до концептуального осмислення. Феноменологія користувацького досвіду (UX) як прикладна естетика. Аналіз і приклади того, як інтерфейс «відчувається тілом» до будь-якої свідомої оцінки.

Український досвід проєктування цифрових сервісів (застосунок і портал «Дія») як кейс тілесного, дорефлексивного сприйняття інтерфейсу. «Дух місця» (*genius loci*, К. Норберг-Шульц) українського середовища: традиційне житло, історичні міські простори, сучасні простори укриттів і безбар'єрного середовища. Формулювання редизайн-принципу на основі феноменологічного спостереження.

Проблема конфлікту аффордансу і функції. Критичне осмислення феноменологічних теорій для розв'язання завдань дизайну середовища та користувацького досвіду.

Список рекомендованих джерел

Додатковий: 17 [с. 9–22], 18 [с. 12–122], 19 [с. 16–48]

Інтернет-ресурси: 27, 28, 30, 32, 34

Тема 6. Філософія дизайну: предмет, проблеми, категорії «річ» і «форма»

Теорія і філософія дизайну. Філософія і культурологія — методологічна основа вирішення проблем дизайну. Дизайн як відкрита професійна, соціокультурна система проєктування і промислового виготовлення продукту. Функціональні і естетичні характеристики продукту дизайну. Дизайн як сукупний досвід матеріальної культури. Сукупний масив досвіду, навичок і розуміння, втілений у мистецтві планування, винаходу, створення та виконання.

Проблеми філософії дизайну. Аналіз передпроектної ситуації. Комунікативні проблеми. Проблеми визначення методів дизайн-проєктування. Проблеми композиції, формоутворення, виразних засобів дизайну. Проблеми презентації продукту і самопрезентації виконавця. Проблеми дизайн-критики, об'єктивної експертної оцінки. Фундаментальна проблема природи і сутності об'єкта дизайну і мистецтва. Гносеологічний, антропологічний, аксіологічний, естетичний та герменевтичний аспекти дизайну.

Зміст поняття «річ». Річ як предмет, з яким співіснує людина і на який є попит. «Річ-сама-по-собі» (Ding an sich). Річ як продукт дизайну. Потенційне існування речі в проєкті. Втіленість задуму в матеріалі.

Поняття «форма». Аристотель: форма — сутнісна природа речі, що спричиняє всі її вияви, в тому числі фігуру і окреслення. Перші і другі сутності речей. Мета як форма. Основні характеристики форми під час проєктування і експертної оцінки. Форма як природа речі і її існування як структурованої цілісності; фізична і смислова межа речі. Стиль як фіксація своєрідності форми і якості. Річ і її семантичні значення.

Відношення «людина — предмет — середовище». Концепція краси. Краса як предметне відображення сутності речі, якою послуговується людина, — відкриття античності. Символізм речі в контексті середньовіччя. Річ як відображення індивідуальності в еkleктиці і модерні. Причинно-наслідковий зв'язок між зміною уявлень про річ і стильовою еволюцією предметного світу. Якість речі. Функції речі. Проєкт. Морфологія. Стилiзація. Концепція. Образ. Візуальні комунікації.

Річ у традиційній українській культурі (рушник, кераміка, народні меблі) як єдність утилітарного, символічного й естетичного. Сучасні українські дизайнери предметного середовища (В. Якуша, бренд FAINA; К. Соколова, бренд NOOM) і пошук національної ідентичності у формі речі.

Формулювання і розв'язання проблем дизайн-об'єкта в гносеологічному, антропологічному, аксіологічному та естетичному аспектах; генерування ідей форми речі на основі аналізу її сутності. Критичне осмислення категорій «річ» і «форма» для розв'язання завдань дизайну.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 22–58]

Додатковий: 5 [с. 22–23], 10, 21, 24 [с. 22–47]

Інтернет-ресурси: 27, 28, 30, 32

Тема 7. Форма і функція: функціоналізм в дизайні

Зміст тези «форма слідує функції» («form follows function») в архітектурній теорії Луїса Саллівена і її трансформація у провідну формулу функціоналістської теорії модернізму.

Баугауз — інституційне втілення функціоналістської ідеї. Єдність форми, матеріалу і функції. Відмова від зайвого декору. Український модернізм і конструктивізм: Держпром у Харкові (С. Серафимов, С. Кравець, М. Фельгер), модерністська архітектура і монументальне мистецтво 1960–80-х рр. як функціоналістська лінія в українському середовищі.

Постмодерністська критика функціоналізму: повернення декоративності, іронічне цитування, теза «less is a bore» як заперечення місівського «less is more». Причини зміни парадигми від функціоналізму до постфункціоналізму: індустріалізація, споживче суспільство, постмодерна культура.

Багатошарова модель функції за Віктором Папанеком: утилітарна (практичне призначення), символічна (значення, статус), естетична (форма, задоволення від споглядання) функції об'єкта, метод, телезис, асоціація. Зміщення акценту з утилітарності на емоційний і смисловий вимір проектування.

Сучасні альтернативні формули постфункціоналістського дизайну: «form follows emotion», «form follows meaning». Генерування формотворчих рішень на основі різних моделей функції.

Проблема конфлікту утилітарної і символічної функцій. Критичне осмислення теорій функціоналізму і постфункціоналізму для розв'язання завдань дизайну.

Список рекомендованих джерел

Основний: 3 [с. 144–163]

Додатковий: 21 [с. 23–40]

Інтернет-ресурси: 27, 28, 32

Тема 8. Дизайнерські способи пізнання: епістемологія, дизайн-дослідження

Дизайн як спосіб пізнання. Поняття істини. Гносеологія дизайну. Передумови виникнення дизайн-дослідження як дисципліни (рух design methods 1960-х рр.). Концепція «дизайнерських способів пізнання» (designerly ways of knowing) Найджела Кросса. Самостійна, третя культура пізнання поряд із науковою і гуманітарною. Відмінність дизайнерського мислення від наукового, що базується на узагальненні, перевірці гіпотез. Мистецтво як самовираження. Дизайн як розв'язання «злих» (wicked) проблем через конкретні пропозиції (Г. Ріттель, М. Веббер).

Дизайн як окремий тип пізнання поряд з природничими науками. Дизайн-мислення. Концепція Г. Саймона у праці «The Sciences of the Artificial». Рефлексивна практика за Д. Шоном. «Рефлексія-в-дії» (reflection-in-action) — мислення під час самого процесу практики.

Дизайн-дослідження (design research) як легітимна форма продукування знання в академічному середовищі. Дизайн-дослідження в українському контексті: відбудова міст і громад як «зла проблема» (урбаністичні ініціативи, зокрема Ro3kvit), проектування для ветеранів і внутрішньо переміщених осіб. Формулювання дослідницького питання і проектної гіпотези; генерування альтернативних проектних пропозицій.

Критичне осмислення епістемологічних теорій дизайну (Н. Кросс, Г. Саймон, Д. Шон, Г. Ріттель, М. Веббер) для розв'язання проблем дизайну.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2 [с. 23–56]

Додатковий: 19 [с. 89–130, 220–259], 23[с.45-89] , 25 [с. 100–157]

Інтернет-ресурси: 27, 28, 32

Тема 9. Естетика і дизайн: естетичне і утилітарне, смак, «доцільність без цілі»

Дизайн як естетична практика. Естетичне проєктування. Дизайнерська практика як поєднання утилітарного і естетичного аспектів. Обсяг поняття «естетичне» виходить за межі об'єктивних природних якостей предмета і не тотожний суб'єктивній реакції на предмет. Естетичне — особливе відношення між людиною і предметом.

Утилітарне і естетичне як два протилежні підходи до світу. Незацікавленість естетичного. Естетичні завдання формування предмета. Естетичні цінності та їх класифікація. Традиційний, класичний, постнекласичний, інформаційний підходи. «Доцільність без цілі» як принцип естетичного бачення в концепції І. Канта. Особливості естетичного бачення. Естетичне бачення — потреба і спосіб людського існування. Чуттєвий і інтелектуальний аспекти естетичного виміру світу.

Тілесність, емерджентність, ситуативність, динамічність, інтерсуб'єктивність естетичного бачення. Естетичне бачення як особлива якість людської природи. Метапотреби і метапатології в концепції А. Маслоу. Поняття естетичного в традиційній і сучасній філософії мистецтва.

Поняття художнього смаку в традиційній і сучасній філософії мистецтва. Смак як чуттєве визначення досконалості в концепції І. Канта. Художній смак і чуттєвий смак у концепції Г. Гадамера. Смак як суспільно-історичний феномен. Дух часу і смак. Смак у контексті поп-арту. Причини зміни смаку: соціальні, технологічні, економічні чинники.

Смак і національний стиль: проблема кітч («шароварщини») у використанні народних мотивів; сучасне переосмислення української традиції в графічному дизайні і моді.

Проблема естетичної оцінки дизайн-продукту; генерування ідей використання національних мотивів без кітч. Критичне осмислення теорій смаку (І. Кант, Г. Гадамер) для розв'язання завдань дизайну.

Список рекомендованих джерел

Основний: 4 [с. 35–69]

Додатковий: 19 [с. 50–84], 24 [с. 31–32]

Інтернет-ресурси: 27, 29, 31

Тема 10. Семіотика мистецтва і дизайну: знак, символ, код

Інтелектуальна, емоційно-інтелектуальна комунікація. Понятійне і художнє мислення. Поняття і художній образ, їх структура. Художній образ і символ.

Базові поняття семіотики (за Ф. де Соссюром): знак, означник і означуване. Ролан Барт: розрізнення денотації (першого, буквального рівня значення) і конотації (другого, культурно зумовленого рівня); міф як вторинна семіотична система, що

натуралізує ідеологічні значення. Умберто Еко: концепція «відкритого твору». Множинність легітимних інтерпретацій, закладена в самій структурі твору.

Візуальна риторика логотипу, упаковки, фірмового стилю – як денотативні елементи (форма, колір) породжують конотативні значення (статус, довіра, традиція). Український державний і національний знак: тризуб у графіці В. Кричевського і Г. Нарбута. Комунікаційна кампанія «Be Brave Like Ukraine» (агенція Banda) як приклад художньої форми соціальної відповідальності.

Семіотика бренду як інструмент створення затребуваного на ринку і суспільно відповідального продукту дизайну. Знак і вартість: як конотативні значення формують культурну цінність і економічну вартість товару чи послуги; аргументація цінності креативного продукту для споживача. Візуальна комунікація і система комунікацій бренду: від знака до фірмового стилю і комунікаційної кампанії. Розробка науково обґрунтованої семіотичної концепції фірмового стилю.

Причини «семіотичного повороту» в дизайні: зсув від функції до значення в умовах споживчого суспільства і медіакультури; вплив розвитку ринку і медіа на знакову природу продукту дизайну.

Семіотичний підхід. Аналіз символіки в мистецтві та дизайні упаковки. Критика надмірної «кодифікації» смислу, ризик надінтерпретації, яка приписує об'єкту значення, не закладені жодним автором чи культурним контекстом. Аналіз символічної мови образів у критиці надінтерпретації С. Зонтаг у праці «Проти інтерпретації».

Виявлення і розв'язання проблем комунікації бренду засобами семіотичного аналізу; генерування ідей креативних дизайн-пропозицій.

Список рекомендованих джерел

Додатковий: 11 [с. 124–180], 12 [с. 120-140], 19 [с. 50–84]

Інтернет-ресурси: 28, 29

Тема 11. Мистецтво в добу технічної відтворюваності: аура і тиражування за В. Беньяміном

Вальтер Беньямін про втрату «аури» твору мистецтва в добу механічного тиражування (фотографія, кіно). Аура як унікальне «тут-і-тепер» перебування оригіналу, нерозривно пов'язане з традицією і ритуалом.

Культова цінність, пов'язана з ритуальним використанням твору. Виставкова цінність, орієнтована на широку доступність і споглядання. Кіно як мистецтво нового типу. Колективний, розсіяний спосіб сприйняття на противагу індивідуальному зосередженому спогляданню картини. Політизація мистецтва – відповідь на естетизацію політики.

Актуальність тези Беньяміна в добу цифрового тиражування, соціальних мереж. Розсіяне сприйняття і проєктування візуальних комунікацій у соцмережах.

Тираж, доступність і ринок: як перехід від культової до виставкової цінності змінює економіку культурного продукту (мерч, репродукції, ліцензування, цифрова дистрибуція). Демонстрація споживачеві культурної цінності та економічної вартості тиражного креативного продукту; штучний дефіцит і лімітовані серії як маркетингова стратегія. Суспільна відповідальність тиражування: оцифрування і популяризація

української культурної спадщини під час війни, соціальна реклама; художні форми соціальної відповідальності. Розробка концепції тиражного креативного продукту.

Проблема збереження культурної цінності в умовах тиражування; генерування ідей тиражного креативного продукту.

Список рекомендованих джерел

Додатковий: 7 [с. 53–99], 8 [с. 11–156]

Інтернет-ресурси: 27, 28, 31

Тема 12. Постмодерна критика та етика дизайну в цифрову епоху: симулякр, деконструкція, design justice, штучний інтелект

Причини постмодерного й етичного поворотів у дизайні: криза модерністського проєкту, становлення споживчого суспільства, екологічна криза, цифровізація і штучний інтелект як чинники зміни ролі митця і дизайнера.

Репрезентативні і не репрезентативні художні образи. Образи наслідування і образи спонукальні. Концепція симулякра у філософії постмодернізму Ж. Бодрійяра і Ж. Дельоза. Ж. Бодрійяр: концепція симулякра і симуляції, чотири послідовні порядки образу – від відображення реальності до образу, що не має жодного стосунку до жодної реальності. Гіперреальність як стан, у якому симуляція стає «реальнішою за реальне». Приклади гіперреальності з реклами, брендингу, віртуальних просторів. Кітч як естетична категорія. Критика кітчу як фальшивої, комерціалізованої естетики та його часткова реабілітація в постмодерній культурі як іронічної естетичної стратегії.

Жак Дерріда: деконструкція як спосіб читання, що виявляє внутрішні суперечності й бінарні опозиції тексту; поняття *différance* і критика «метафізики присутності». Деконструктивізм в архітектурі й дизайні (Ф. Гері, Д. Лібескінд, З. Хадід) як застосування – часто вільне і метафоричне – філософської ідеї деконструкції до формотворення.

Відповідальність дизайнера за наслідки своїх рішень: зсув від суто формальної програми «форма слідує функції» до етично навантаженої вимоги «форма слідує відповідальності». Соціально відповідальна і свідома позиція дизайнера: професійна етика, відповідальність перед суспільством, користувачем і довкіллям. Антропоцентризм як парадигма, що ставить людські потреби в центр проєктування. Екоцентризм як альтернатива, що враховує інтереси ширшої екосистеми (Р. Ваккарі, «Things We Could Design»).

Design justice (за Сашею Костанца-Чок): критика традиційного дизайну як процесу, що часто ігнорує голоси маргіналізованих спільнот, і програма залучення цих спільнот безпосередньо до проєктування. Інклюзивний і універсальний дизайн як практичні втілення етичних принципів доступності й рівності. Безбар'єрність в Україні: Національна стратегія із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року; дизайн для ветеранів і людей з інвалідністю; проєктування в умовах війни і відбудови. Сталий розвиток (sustainability) як філософська, а не лише технічна вимога.

Генеративні моделі штучного інтелекту (Midjourney, DALL·E та подібні) як інструмент і як потенційний «співавтор» та їх вплив на зміну традиційного відношення митця чи дизайнера до засобу творення. Проблема авторства і права

власності на твори, згенеровані ШІ: хто є автором – розробник моделі, користувач, що написав промпт, чи ніхто. Етика навчання генеративних моделей на масивах чужих творів і стильових джерел без згоди їх авторів. Трансформація ролі митця і дизайнера в цьому контексті: від виконавця, що безпосередньо створює форму, до куратора і промпт-інженера, що скеровує процес генерації. Критичне осмислення постмодерних теорій як інструменту аналізу сучасних проблем дизайну.

Виявлення і розв'язання етичних проблем проєкту; генерування проєктних ідей на засадах інклюзивності і сталості.

Список рекомендованих джерел

Основний: 2 [с. 56–129]

Додатковий: 12 [с. 5–200], 13 [с. 170–185]

Інтернет-ресурси: 28, 31, 32, 34

5. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Закони та нормативні акти

1. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 022 «Дизайн» для другого (магістерського) рівня вищої освіти: наказ МОН України від 21.12.2018 № 1433. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni-standarti/12/21/022-dizayn-magistr.pdf>

Основний

2. Gal M., Ventura J. Introduction to Design Theory, Philosophy, Critique, History and Practice. 2024. 274 p.

3. Олійник О. П. Теорії та концепції дизайну: навч. посіб. Київ: НАУ, 2025. 256 с.

4. Петрова О. Дивитися та бачити. Філософія мистецького досвіду. Київ: ВД «АДЕФ-Україна», 2025. 320 с.

Додатковий

5. Балута Г. А., Абдула А. І. Естетика. Кривий Ріг: видавець Р. А. Козлов, КДПУ, 2024. 272 с.

6. Білодід Ю. М., Поліщук О. П. Основи дизайну: навчальний посібник. Київ: видавець ПАРАПАН, 2021. 144 с.

7. Беньямін В. Аура. Харків: Музей харківської школи фотографії, 2026. 128 с.

8. Берджер Дж. Як ми бачимо. Харків: ist publishing, 2025. 167 с.

9. Владимирівська Г. Мистецтво розуміти мистецтво. Київ: ВД «АДЕФ-Україна», 2023. 432 с.

10. Габрель Т. М. Основи філософії дизайну. Класифікація фундаментального інструментарію. Вісник ХДАДМ. Харків: ХДАДМ, 2016. Вип. 4. С. 8–14.

11. Зонтаг С. Проти інтерпретації та інші есе / пер. з англ. В. Дмитрука. Львів: Кальварія, 2006. 320 с.

12. Карнаух А. Telegraf. Креатив у війні. Київ: Projector Publishing, 2022. № 2. 200 с.

13. Kostiuk O., Vaskevych O., Zlenko N., Savitska O., Mykhailova R., Gorbatiuk T. The Philosophy of Design in the Innovation Space of the Postmodern World. Postmodern Openings. 2022. Vol. 13, No. 1. P. 170–185.

14. Личковах В. А. Естетика українського та польського авангарду: монографія. Київ: НАКККіМ, 2021. 288 с.

15. Малінз Ш. Коротка історія мистецтва. Київ: Наш формат, 2026. 336 с.

16. Мартиненко О. В., Гончарова О. Естетика мистецтва: навчальний посібник. Умань: ВПЦ «Візаві», 2019. 272 с.

17. Мерло-Понті М. Око і дух. Дрогобич: Контур, 2026. 96 с.

18. Мур А. До Дизайну. Чому краса є початком всього. Харків: ist publishing, 2025. 128 с.

19. Норман Д. Дизайн звичайних речей. Харків: КСД, 2026. 320 с.

20. Норман Д. Емоційний дизайн: чому ми любимо (або ненавидимо) речі довкола нас / пер. з англ. П. Білак, С. Святенко. Київ: ArtHuss, 2019. 304 с.

21. Папанек В. Дизайн для реального світу. Київ: ArtHuss, 2020. 480 с.

22. Рижова І. С. Філософія дизайну: теоретико-методологічні засади. Запоріжжя: ЗНТУ, 2006. 540 с.
23. Simon H. A. The Sciences of the Artificial. MIT Press, 2019. 256 p.
24. Слівінська А. Ф. Філософія мистецтва: навчально-методичний комплекс дисципліни. Київ: КНУКиМ, 2018. 200 с.
25. Стикдорн М., Лоуренс А., Шнайдер Я. Сервіс-дизайн у дії. Київ: Спів, 2025. 523 с.
26. Татаркевич В. Історія шести понять. Київ: Юніверс, 2001. 366 с.
- Інтернет-ресурси*
27. Захарова С. О. Людиновимірність дизайнерської діяльності (соціально-філософський контекст): дис. ... канд. філос. наук. Запоріжжя, 2012. URL: <https://mydisser.com/ru/catalog/view/315/324/14906.html>
28. Електронна бібліотека «Культура України» Національної бібліотеки України імені Ярослава Мудрого.
29. Костюк О. Філософія мистецтва та дизайну: осмислення культурного простору та рефлексія. Естетика і етика педагогічної дії. 2024. Вип. 30. С. 54–63. URL: <https://aesthetethicpedaction.pnpri.edu.ua/article/download/320915/311546/744174>
30. Мартін Гайдеггер і дизайн: як філософія повертає нас до самих себе. Матеріали лекцій Пітера Осборна, 24–27.06.2025. URL: <https://lpnu.ua/news/martin-haidegger-i-dazain-iak-filosofii-povertaie-nas-do-samykh-sebe>
31. Osborne P. Anywhere or Not at All: Philosophy of Contemporary Art. London: Verso Books, 2013. 288 p.
32. Рижова І. Філософія дизайну як гармонізація предметного світу. Humanities Studies. 2025. Вип. 23 (100). С. 108–123. URL: <https://humstudies.com.ua/article/view/335594>
33. Сергеева Н. Естетика в структурі сутності дизайну. ХУДПРОМ: Український журнал з мистецтва і дизайну. 2023. № 25(1). С. 10–15. URL: <https://hudprom.org.ua/index.php/hp/article/view/3>
34. Про схвалення Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 14.04.2021 № 366-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/366-2021-p>