

Матерія перервна, оскільки існує у вигляді множини окремих структурних систем. Вивчення різних властивостей і особливостей матерії, її форм і видів дозволяє говорити про те, що у світі, крім матерії, що постійно змінюється, немає більш нічого. А якщо це так, то можна зробити висновок про матеріальну єдність світу.[3]

Такими є сучасні погляди на проблему матерії та на матеріальну єдність світу. Але для наукового світорозуміння велике значення має і вірне вирішення питання про такі атрибутивні властивості матерії, як рух, простір та час.

Література

1. Основи філософії. Автори: О.Г. Данильян, В.М. Тараненко.
2. <https://osvita.ua/vnz/reports/philosophy/13315/>
3. <https://studfile.net/preview/6754959/page:3/>

Векліч А. М.

асистент кафедри ергономіки і проектування одягу
Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна

ЕКОДИЗАЙН ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ СУСПІЛЬНОГО МИСЛЕННЯ

Розвиток цивілізації, науково-технічний прогрес, активне зростання обсягів виробництва, відходів та кількості населення на Землі - все більше загострюють стосунки суспільства та природи. Нестача продовольства, засмічені річки та моря, острови з пластикових відходів, забруднене повітря, переповнені сміттєзвалища, знищені тисячі гектарів лісу, зміни клімату – це наслідки безвідповідальної діяльності, що стали нашими реаліями. Однією з причин екологічної кризи стало надмірне споживання, що є характерною ознакою сьогодення. Сучасному суспільству притаманно вимірювати життєвий успіх обсягом особистого споживання.

При цьому якість почала компенсуватись кількістю, а «модність» - визначати час експлуатації. Поява все нових потреб та їх задоволення у збиток природним системам знаходяться в тісному взаємозв'язку, утворюючи єдиний механізм, що стає причиною глобальної кризи.

Ідеологія «суспільства споживання» остаточно сформувалась ще в період після закінчення Другої світової війни на Заході. Важливу роль у цьому процесі відіграв промисловий дизайн, який працював на інтереси ринкової економіки. Першочерговим завданням дизайну являлось надання нових споживчих якостей вже відомим речам, переважно побутового призначення. Досягалось це покращенням рівня їх естетичної цінності та споживчих якостей. Як наслідок, загальний рівень культури споживання зростав, виробництво збільшувалось і поступово перетворилось у перевиробництво. Перш ніж річ відпрацьовувала свій експлуатаційний потенціал їй на зміну приходив новий продукт промислового дизайну, а на звалища відправлялись ще робочі, придатні для використання речі. Процес катастрофічного перевиробництва спостерігається і зараз. Наприклад, 2018 року британський люксовий бренд Burberry спалив нереалізованих речей на 36,5 млн. доларів; згідно статистики 20% речей, виготовлених за рік (більше 20 млрд. одиниць) сьогодні не вдається продати; протягом 20 останніх років кількість нереалізованого і знищеного одягу в Америці подвоїлася і зараз становить 14 млн тонн; у Європі за рік знищують майже 6 млн. тонн незатребуваних речей [1]. Відтак, стає зрозумілою необхідність зміни суспільного мислення в бік формування нової системи екологічних пріоритетів та цінностей, щоб досягти гармонізації співіснування людини і природи. Екологічне мислення повинне стати імперативом у розвитку екологічно грамотної особистості, що дозволить їй передбачати екологічні наслідки своєї поведінки та діяльності, виробляти необхідні навички екологічного контролю при досягненні практичних результатів.

Процес екологізації передбачає становлення екологічної відповідальності як з боку виробників, так і з боку споживачів. Виробники повинні відповідати за те що, як, з чого і скільки вони виготовляють, як утилізується продукт після закінчення терміну експлуатації, а споживачі – за те як і в якій кількості вони споживають, чи дотримуються рекомендацій експлуатації, утилізації тощо. Відповідальність виробника можна частково регулювати законодавчо (нормативні документи, сертифікація тощо), в той час екологічна відповідальність споживача регулюється переважно його моральними та культурними цінностями. Оскільки добровільно поставити суспільне благо, екологічні інтереси вище своїх власних здатна лише людина з розвинутою моральною відповідальністю, сформована зріла особистість, стає зрозумілим, що екологізація суспільства значною мірою залежить від рівня морального та соціокультурного розвитку цього суспільства.

Результатом розвитку екологічного мислення є виникнення екологічного напрямку в дизайні. Його формування співпадає з активізацією екологічного руху в 70-х рр. ХХ століття. Суспільство почало усвідомлювати необхідність внесення змін в підходи до виробництва та споживання. В 1967 році на конференції міжнародної організації ЮНЕСКО вперше було озвучено питання концепції екологічної безпеки. Наступним стало затвердження в 1971 році міжурядової програми «Людина і біосфера», завданням якої став захист цінностей екосистем, визначення ступеня впливу людини на системи природи, дослідження проблем урбанізації, забруднення довкілля, надмірного споживання природних ресурсів тощо. В цей період сформувалось два напрями екологічного мислення: прогресивний, прихильники якого вбачали вирішення проблем у наукових розробках, та регресивний, прихильники якого пропагували відмову від цивілізації, прогресу та його здобутків, повернення до історично-традиційних методів виробництва, обробки і способу життя в цілому.

Концепція екодизайну передбачає свідомий підхід до використання природніх ресурсів, подовження терміну експлуатації виробів та їх вторинну переробку, використання безпечних для навколишнього середовища матеріалів, безвідходних технологій виготовлення та інші заходи і методи екологізації виробництва та споживання, врахування всього життєвого циклу продукту та його можливий вплив на навколишнє середовище. Філософія екодизайну ставить за мету створення екологічно здорового суспільства, що включає в себе як збереження біологічного середовища, так і духовної, культурної ідентичності, що в сукупності є екологією культури - збереження та підтримання культурної традиції задля виживання людства [2].

Наприкінці 70-х років спільнота дизайнерів Європи запропонувала взяти за критерії оцінки екологічності статусу продукту не його зовнішній вигляд, як це було традиційно, а оцінити весь цикл існування продукту виробництва («life cycle assessment») [3]. Це поклало початок переорієнтації процесу проектування для людини-споживача на проектування для людства-споживача. Таким чином кожна ідея має оцінюватись з урахуванням інтересів усього людства, перевага надаватиметься тим проектам, що не містять потенційної небезпеки для навколишнього середовища.

Важливе місце в структурі екодизайну посідають вироби модної індустрії. Кожен екологічно створений об'єкт є носієм своєї екоестетичної компоненти, що сприяє формуванню загальної екологічної культури. А сама модна індустрія є потужною платформою для поширення екологічних ідей в суспільстві. Споживачі швидко переймають ідеї, що їм пропонують модні дизайнери в своїх колекціях. Адже одяг має не тільки естетичне, але і безпосередньо фізіологічний вплив на людину. Пошук нових матеріалів, нові методи натурального фарбування тканин, використання перероблених волокон в ткацтві, повторна переробка та

експлуатація тощо - все це вже давно переросло з непопулярної теорії в стабільну і повсюдно застосовну практику.

В роботі було досліджено взаємозв'язок екодизайну та екологізації суспільства. Встановлено необхідність переорієнтації процесу проектування для людини-споживача на проектування для людства-споживача, з метою сповільнення негативного впливу на навколишнє середовище. Визначено, що екологічна відповідальність виробників та споживачів є важливими складовими процесу екологізації та є якісними показниками соціокультурного рівня розвитку суспільства. В подальшій роботі є перспективним дослідження екологізації вітчизняного суспільства, визначення можливих характерних рис українського екодизайну.

Література

1. Известия iz. Сделаем это по-быстрому. URL: <https://iz.ru/921239/eteri-chalandziia/ispytanie-na-razryv-industriia-mody-perezhivaet-glubokii-krizis>. (Дата останнього звернення 30.10.2019)
2. Журба І.О. Екологізація як сучасна філософія проектування одягу. Розділ «Мистецтвознавство». Вісник КНУКіМ. - №5, 2012 р.
3. Голобородько В. М., Бойчук О. В. та ін. Екологічний дизайн: генеза стратегії. Вісник ХДАДМ - №7, 2015 р., С. 15-19.

Оганесян С. В.

аспірантка

*Київський національний університет технологій та дизайну
м. Київ, Україна*

ЗНАК ТА СИМВОЛ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

В роботі аналізуються особливості культурного явища, якими є знак та символ, їхній зв'язок із традиціями мистецтва та розглядаються