

Список использованных источников:

1. Белкина Т. Человек, исполнивший свое предназначение. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://day.kyiv.ua/ru/article/obshchestvo/chelovek-ispolnivshiy-svoe-prednaznachenie> (дата обращения: 25.03.2018).
2. Бердичевский Яков. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://ru.duh-i-litera.com/berdychevskiy-yakiv/> (дата обращения: 25.03.2018).
3. Коллекционер экслибрисов: почему живописи предпочитает графику и как пополняет свое собрание. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://www.capital.ua/ru/publication/28645-kollektsioner-ekslibrisov-sergey-brodovich-rasskazal-kapitalu-o-tom-pochemu-zhivopisi-predpochitaet-grafiku-i-kak-popolnyaet-svoe-sobranie> (дата обращения: 25.03.2018).
4. Кроме Пинчука: топ-30 украинских коллекционеров. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://forbes.net.ua/magazine/forbes/1397359-krome-pinchuka-top-30-ukrainskih-kollekcionerov> (дата обращения: 25.03.2018).
5. Михальчук В. Экслибрис как объект коллекционирования: опыт современной Украины / В. Михальчук // Научный аспект. – 2014. – № 2. – С. 92-104.
6. Петренко Е. Библиофильское наследие Якова Бердичевского. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://museum.lib.kherson.ua/ru-bibliofilska-spadschina-yakova-berdichevskogo.htm?ps=1840> (дата обращения: 25.03.2018).
7. Романенкова Ю. Украинская экслибристика на международной арене современной графики/Ю. Романенкова//Мистецтвознавство України. – 2015. – Вип. 15. – С. 111-118.
8. Федоришина И. Сергей Бродович: я коллекционер по своей сути. – Электронный ресурс. – Режим доступа: http://antikclub.ru/news/sergej_brodovich_ja_kollekcioner_po_svoej_suti/2011-12-23-3613 (дата обращения: 25.03.2018).

Осадча А.М.*старший викладач;***Гула Є.П.***професор;***Мазніченко О.В.***доцент,**Київський національний університет технологій та дизайну***ПЕРСПЕКТИВНІ ТРЕНДИ ДИЗАЙНУ ХХІ СТОЛІТТЯ**

Наразі глобальна індустрія дизайну проходить через період, який характеризується змішанням підходів, культурних стилів і концепцій. Без залучення творчої методики й інструментарію дизайну наразі неможливим є жоден конструкторський, технічний і просто креативний процес. Вказане звісно актуалізує проблематику розгляду перспективних напрямів, за якими дизайн буде розвиватися у ХХІ столітті (а, можливо, і в подальшому). Виходячи із цього, можна назвати такі прогнозовані тренди дизайну:

– *Посилена технологізація.* Активізація науково-технічного прогресу передбачає не лише створення нових пристроїв, для яких вимагається відповідне дизайнерське оформлення. Вона також передбачає настання т.зв. технологічної сингулярності, коли передові ноу-хау можуть подвоюватися й

потроюватися у період відносно короткого періоду часу тощо. Унаслідок цього можливим є настання моменту, коли прогнозувати новітні високотехнологічні елементи оточуючого світу й дизайн до них стане практично неможливим: оскільки речі, які будуть розповсюджені у побуті через 10-15 років, наразі ще можливо навіть не почали придумувати. У повній мірі вказане стосується і дизайну цих речей.

– *Поширення технологій 3D-друку в дизайні.* Ці ноу-хау супроводжуватимуться не лише новими можливостями для дизайнерів, але й новими викликами для них. Зокрема, оскільки товари стануть менш статичними, споживачі зможуть «підлаштовувати» їх «під себе». Крім того, дизайнеру слід розуміти, що користувачі товарів, які сформовані шляхом 3D-друку, зможуть задавати потрібні розміри цієї продукції. З огляду на вказане, для фахівців дизайну відкривається багато нових можливостей у проектуванні товарів для конкретної людини, яких немає й не буде в моделюванні під стандартні розміри. Таким чином, мова йде про «кастомізацію» дизайну внаслідок стрімкого поширення технологій 3D-друку та товарів, створених людьми «під себе».

– *Дигіталізація («оцифрування») дизайну.* Цифрове мистецтво у повній мірі стане складовою реального світу речей і технологій, оскільки можливості його створення суттєво розширяться і скоріше за все будуть доступні кожному. Позитивним ефектом від цього буде по-суті розповсюдження дизайнерського мистецтва «у маси». Водночас імовірним негативним ефектом від дигіталізації дизайну може бути його спрощення й примітивізація за рахунок знову ж таки масового поширення цих технологій.

– *Зміщення дизайну в нові сфери життя.* Наразі дизайнери формують художнє оформлення певних об'єктів матеріального світу. Водночас не виключено, що у майбутньому праця дизайнерів значною мірою «зміститься» у нематеріальні сфери, зокрема у персоналізацію особистих даних. Наприклад, мова може йти про «смарт-будинки», де усі внутрішні складові ґрунтуватимуться на штучному інтелекті, що по суті формує нову дизайнерську проблему. Здобуде широке розповсюдження дизайн роботів – причому навіть людиноподібних.

– *Трансформація сутності й ролей дизайну та дизайнерів.* Вірогідно, що дизайн у майбутньому набуде більш гібридних характеристик, ніж ті, які притаманні йому на даний час. Ще більшою мірою отримують поширення професії, які поєднуюватимуть різні спеціалізації (наприклад дизайн і програмування). Водночас дизайнери-професіонали ймовірно вийдуть за межі своєї компетентності, зокрема зможуть переглядати те, як функціонує компанія, і формувати нову стратегію її розвитку. Крім того, дизайн постійно орієнтуватиметься на потреби ринку, тобто буде зростати його комерціалізація.

– *Розширення меж різновидів дизайну та їх синтез.* Наразі існують досить чіткі межі між графічним і промисловим дизайном. Водночас вже сьогодні дизайн і творчість переносяться в інші індустрії, зокрема формується «організаційний» дизайн, коли фахівець аналізує все, що стосується культури й бренду компанії, а також її внутрішню ієрархію й те, як структура фірми відповідає її бренду. Крім того, поширюватиметься т.зв. «діловий» або «бізнес»

дизайн, який передбачатиме наповнення креативністю фінансово-економічні моделі компаній.

На цьому фоні відбуватиметься створення креативних груп дизайнерів, які будуть працювати над певними мегапроектами від початку до кінця. Завданнями керівництва групи при цьому буде налагодження взаємодії між фахівцями різних сегментів дизайну. Зі свого боку дизайнери почнуть також ставати менеджерами у своїй галузі, оскільки чим краще вони будуть розуміти як влаштований бізнес, тим оптимальнішою буде їхня творча діяльність.

– *Зростання цінності й вартості роботи дизайнера.* У зв'язку з ускладненням технічних об'єктів керівники усе більшою мірою розумітимуть цінність ідей, які висуватимуть дизайнери. Фахівці з дизайну будуть брати участь у розробці проекту ще до його початку і їм буде віддаватися перевага при розподілі ресурсів і повноважень. Таким чином по-справжньому успішний проект у майбутньому обов'язково ґрунтуватиметься на трьох основах: креативна ідея, відмінна реалізація й ефективний дизайн. Вказана тенденція звісно супроводжуватиметься зростанням рівня оплати праці дизайнерів-професіоналів.

– *Формування зусиллями дизайнерів унікального середовища.* Дизайнери почнуть опрацьовувати оформлення величезних громадських середовищ у містах, тобто їхня праця виходитиме на істотно вищий рівень, ніж проектування і художнє оформлення окремих товарів. Таким чином, до завдань дизайну додасться забезпечення естетичної й креативної привабливості громадських середовищ для численних відвідувачів. Створення по-справжньому унікального середовища є неможливим без дизайнерських об'єктів. При цьому їх оформлення може бути динамічним, тобто змінюватися у залежності від пори року, погоди, певних подій суспільного значення тощо.

– *Розробка дизайну віртуальних реальностей.* Широке розповсюдження віртуальних «світів» звичайно буде технологічним викликом для багатьох дизайнерських професій. Завданнями дизайнерів у цьому контексті будуть: забезпечення якісної навігації у віртуальному середовищі; формування зображень, які будуть або нагадувати реальний людський світ або кардинально відрізнятися від нього (у залежності від мети віртуального середовища).

До того ж розробка дизайну віртуальної реальності вимагатиме від спеціаліста деталізованого проектування візуального, звукового й сенсорного відчуття. У віддаленій перспективі до цього переліку може також додатися й смакове відчуття. Однак щороку зростатиме роль безпосередньої і остійної взаємодії дизайнера віртуальних світів його користувачами, тобто «мешканцями».

– *Запуск безперервного інноваційного циклу в дизайні.* З урахуванням все більшого ускладнення і диференціації праці дизайнерів, зростає і роль відповідних нововведень. Формуватимуться ефекти «роздробленості творчого світу дизайнера», а також «створення речі чи концепту, яким поки що немає визначення й найменування». Зазначені процеси спричинять розроблений характер оплати праці дизайнера, коли кожен його крок оцінюватиметься й винагороджуватиметься окремо.

– *Збільшення ваги маркетингового компоненту в дизайні.* Навіть бездоганний дизайн у майбутньому буде виглядати недостатньо виграно, якщо він не буде вміло поданий великій аудиторії. І навпаки, якщо розробник спромігся на ефективну і «смайт» рекламу, остання буде компенсувати певні незначні технологічні огріхи дизайнерського рішення. Звісно, що дизайнер має чітко знати відповідь на такі засадничі питання: Що ми проектуємо? Чому це важливо? І який внесок у розвиток світу / країни / міста / району / окремої людини ми вносимо? Таким чином створюватиметься комунікаційна стратегія дизайну, коли буде необхідним пояснити чому саме цій групі користувачів буде потрібною саме ця у певний спосіб спроектована і оформлена річ.

– *Перетворення дизайну на бренд.* Прогнозується формування великих творчих колективів дизайнерів, які просуватимуть свої ідеї й продукцію на ринок. Не виключеною є створення цілих національних і регіональних шкіл дизайну із характерними художніми особливостями.

– *Поєднання у дизайні постмодерного й архаїчного.* Оскільки людина має схильність до всього нетривіального, можна висловити припущення, що у дизайні майбутнього можуть бути присутні і поєднуватися здавалося б несумісні тематики: українська вишиванка і рух планет у космосі, релігійні мотиви і елементи масової культури, архетипи психології людини й робототехніка та ін.

Крім вищезазначених особливостей, художнє конструювання й оформлення продукції у майбутньому імовірно характеризуватиметься такими тенденціями: поширення стилів, пов'язаних із технологізмом і футуризмом, розповсюдження еко-дизайну, підвищення естетичних вимог до веб-дизайну.

Зрештою, можна сказати, що на дизайні майбутнього обов'язково позначиться зростання впливу штучного інтелекту, який, не можна виключати, колись цілком окремо від людини зможе власноруч конструювати унікальний дизайн і розробляти досконалі речі, «яким поки що немає імені».

Список використаних джерел:

1. Алексеева С. В. Дослідницька діяльність з дизайну: теорія і практика / С. В. Алексеева; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т проф.-техн. освіти. – Луганськ: Ноулідж, 2014. – 179 с.
2. Дизайнерська діяльність: стан і перспективи / В. О. Свірко. – Київ: УкрНДІ ДЕ, 2014. – 171 с.
3. Иванова Л. А. Промышленное проектирование в дизайне: монография / Л. А. Иванова, С. В. Котлик; Одес. нац. акад. пищевых технологий. – Одесса: Астропринт, 2015. – 317 с.
4. Мигаль С. П. Біоніка в дизайні просторово-предметного середовища / С. П. Мигаль, І. А. Дида, Т. С. Казанцева. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2014. – 225 с.
5. Мовчан В. І. Тлумачний словник-довідник з основ дизайну / Мовчан Валентина Іванівна; Черкас. нац. ун-т ім. Богдана Хмельницького. – Черкаси: Чабаненко Ю. А. [вид.], 2015. – 47 с.
6. Сбітнева Н. Ф. Історія графічного дизайну / Н. Ф. Сбітнева. – Харків: ХДАДМ, 2014. – 221 с.
7. Харитон Х. Оцінка креативності інженерного дизайну (ОКІД): основи, вказівки та методика оцінки / Христина Харитон, Ph.D.; [пер. з англ.: М. Шинкарик та ін.]. – Тернопіль: Паляниця В. А., 2015. – 63 с.