

ТВОРЧІ АСПЕКТИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПРОЕКТНИХ ОБРАЗІВ У ДИЗАЙН-СЕРЕДОВИЩІ

Костюченко О. В. Творчі аспекти репрезентації проектних образів у дизайн-середовищі. Мета роботи полягає у розкритті творчих аспектів репрезентації багатомірних і багатофункціональних проектних образів в актуальному дизайн-середовищі як системи структуризації дизайн-продуктів. Методологія дослідження заснована на системному підході, зокрема на таких теоретичних методах, як аналіз, синтез, систематизація, що надало змоги з'ясувати понятійне поле проблеми формування дизайн-середовища на творчій основі. Наукова новизна роботи полягає: 1) у з'ясуванні творчих аспектів й інтегративних компонентів, прямих і опосередкованих чинників репрезентації образів у дизайн-продуктах, які структуровані у дизайн-середовищі; 2) у розширенні й поглибленні уявлення про творчі властивості відображення образів як одного з механізмів дизайну у формуванні дизайн-середовища; 3) у визначенні змісту поняття «репрезентація проектного образу» у дизайні; 4) у встановленні зв'язку між творчими детермінантами сприймання, особливостями образотворення та системою виразних універсально-конструктивних засобів дизайну. Доведено, що на формування актуального дизайн-простору засобами структуризації дизайн-продуктів впливає багатомірність і багатофункціональність репрезентованих проектних образів, які з'являються у ході активного здобуття й обробки інформації, є специфічним сплавом внутрішнього відображення дійсності та попереднього досвіду сприймання подібних об'єктів і взаємодії з ними.

Ключові слова: образ, проектний образ, репрезентація образу, сприймання, творчі аспекти репрезентації, дизайн, дизайн-продукт, дизайн-середовище.

Костюченко Е. В. Творческие аспекты репрезентации проектных образов в дизайн-среде. Цель работы заключается в исследовании творческих аспектов репрезентации многомерных и многофункциональных проектных образов в основе формирования актуальной дизайн-среды как системы структурирования дизайн-продуктов. Методология исследования основана на системном подходе, в частности на таких теоретических методах, как анализ, синтез, систематизация, что способствовало определению понятийного поля проблемы формирования дизайн-среды на творческой основе. Научная новизна работы заключается: 1) в раскрытии творческих аспектов и интегративных компонентов, прямых и косвенных факторов репрезентации образов в дизайн-продуктах, структурированных в дизайн-среде; 2) в расширении и углублении представления о творческих свойствах проектирования образов как механизма дизайна, задействованного в формировании дизайн-среды; 3) в определении содержания понятия «репрезентация проектного образа» в дизайне; 4) в установлении связи между творческими детерминантами восприятия, особенностями отображения образов и системой выразительных универсально-конструктивных средств дизайна. Доказано, что на формирование актуального дизайн-пространства на основе структурирования дизайн-продуктов влияет многомерность и многофункциональность репрезентованных проектных образов, возникающих в ходе активного получения и обработки информации, являющихся специфическим сплавом внутреннего отражения действительности и предыдущего опыта восприятия подобных объектов и взаимодействия с ними.

Ключевые слова: образ, проектный образ, репрезентация образа, восприятие, творческие аспекты репрезентации, дизайн, дизайн-продукт, дизайн-среда.

Вступ. Динамічність сучасних перетворень навколишньої дійсності в усіх сферах життєдіяльності особистості, спричинена візуальним кодуванням інформації у сфері виробництва, науки й освіти, дозвілля, високими інформаційними технологіями, зумовлює активність у змінах як у мистецтві, так і дизайні, зокрема у формуванні актуального дизайн-середовища. Залежно від історичної епохи і сфери реалізації дизайну, трансформуються і змінюються форми наочності, на основі яких можна розрізнити особливості репрезентованих проектних образів у дизайн-середовищі. Дизайн-середовище слід розглядати в широкому соціокультурному контексті як формування цілісних соціокультурних ситуацій, а саме гармонійна структуризація предметного і процесуального аспектів системи «людина-предмет-середовище».

Вихідні передумови. Дизайн-середовище формується засобами технологічної проектно-діяльності в якості універсальної соціокультурної практики, зорієнтованої на людину. Також зміни відбуваються і в таких ознаках-критеріях дизайн-середовища, як масштабність; чіткість; емоційна забарвленість, що передається у колірному домінуванні; світло і темрява; присутність минулого, сьогодення і майбутнього; аналітизм і синтетизм; виділене суб'єкта із зовнішнього середовища; активність-пасивність; знаковість (символічність); рефлексивність; насиченість міжлюдськими стосунками; конформність; ступінь загальної розвиненості; особливості розвитку репрезентативної системи тощо [6].

У процесі візуальної комунікації інформація передається через образи, знаки, символи, просторово-часові моделі і схеми, що надає можливості пізнавати особливості дизайн-продукту, зокрема його художньо-стилістичні, функціональні, естетичні, перцептивні властивості. Індивідуальна інтерпретація тих чи інших аспектів дизайн-середовища, їхнього внутрішньої суті в образах є творчим процесом, процесом репрезентації індивідуальної картини світу дизайнера в наочних проектних образах його дизайн-продуктів. Постійне зростання кількості дизайнерських напрямів і спеціалізацій засвідчує творчі аспекти розвитку дизайну. Так, у короткому курсі Томаса Хауффе «Дизайн», популярного німецького видавництва «Дюмонт», нараховано близько 30 видів дизайнерської діяльності, включаючи автомобільний, комп'ютерний, предметний, іміджевий, дизайн комунікацій, апаратури, продуктів харчування, фільму, дизайн звуку, альтернативний і навіть анти-дизайн [18, с. 38-40]. Дизайн у процесі свого розвитку не лише перетворився в самостійну проектно-художню культуру, але і сам став впливати на формування в архітектурі, скульптурі, декоративно-прикладному мистецтві. У дизайні, таким чином, з'явився цілий ряд творчих течій, спрямованих на синтез з художнім і архітектурним формуванням, під загальною назвою «арт-дизайн».

Наразі існує значна кількість трактувань поняття «дизайн» як наукової категорії (Н. Валькова, В. Глазичев, О. Голікова, Ю. Грабовенко, В. Даниленко, А. Дмитрук, Є. Зенкевич, Л. Кулеєва, Є. Лазарев, Т. Малдонадо, С. Михайлов, В. Михайленко, А. Москаєва, Л. Солов'йов, Ю. Солов'йов,

Т. Шевчук та ін.), де його визначено: як феномен художньої культури ХХ століття, як сферу з найпрогресивнішими явищами та найсучаснішими технічними досягненнями; як один з найвпливовіших видів проектно-художньої діяльності у будь-якій сфері; як потужне джерело забезпечення якості товарів та послуг; ефективний засіб суттєвого підвищення конкурентоспроможності промислової продукції, всього середовища життєдіяльності; як творча діяльність, метою якої є формування гармонійного предметного середовища, яке найбільш повно задовольнятиме матеріальні та духовні потреби людини [21, с. 22]; як інноваційна діяльність не через свій проблемний характер, а через постійну новизну завдання, вирішення якого вимагає інтеграції різноманітних видів діяльності [9, с. 18].

Разом з тим, на формування дизайн-середовища, зокрема засобами структурування створених дизайнером дизайн-продуктів, впливають особливості його світосприймання, яке слід розуміти як сприймання та відображення реальної дійсності через призму індивідуальної свідомості в образах світу в залежності від його сенситивної обдарованості, вразливості, культури почуттів, ситуативного настрою, рівня його духовної культури; впливу досвіду (додаткова мистецька освіта, спілкування з мистецтвом (творами живопису)).

Багатомірність і багатофункціональність образів репрезентованих у дизайн-середовищі, викликає все більший інтерес як вчених, так і практиків, оскільки очікується, що розуміння структури образів, шляхів їх утворення і способів трансформації дозволить виявити нові механізми підвищення ефективності дизайн-діяльності. Це пов'язано насамперед з неоднорідністю самого змісту образу, який є специфічним сплавом відображення реального об'єкта, сприйнятого дизайнером і його попереднього досвіду щодо сприймання подібних об'єктів і взаємодії з ними, а також образом актуального дизайн-продукту.

Дизайнерську діяльність, в основі якої полягає репрезентація¹ системи образів засобами художнього конструювання та композиційного формотворення, визначаємо як специфічний засіб пізнання реального світу (Р. Арнхейм, В. Зінченко, М. Мамардашвілі, Я. Пастернак, Г. Рід, П. Флоренський та ін.), коли не тільки активно проектується сприйманий досвід у відображенні, усвідомленні й інтерпретуванні образів світосприймання, а й реалізується у дизайн-середовищі. У сучасній науці образ розглядається як складне явище психіки, що не лише визначає окремий акт пізнання навколишньої дійсності, а й зумовлює зміст діяльності суб'єкта в цілому (О. Артем'єва, Б. Величковський, В. Зінченко, О. Леонт'єв, В. Петухов, С. Смирнов та ін.), а також зосереджено увагу на особливостях функціонування образу світу в індивідуальній психіці (Ю. Аксьонова, Є. Артем'єва, Н. Корольова, В. Сьоркін, Ю. Стрелков та ін.).

У контексті означеної проблеми дослідження, ми приймаємо визначення дизайну як творчої (А. Дмитрук) проектно-художньої діяльності (С. Михайлов

¹ Поняття «репрезентація» (фр. representation — відтворення, показ) охоплює три основних значення: уявлення або образ, репродукція презентації, або повторення, заміщення (С.А. Радіонова, 2003), позначає: представництво від когось, чогось; кодування і накопичення сенсорної інформації в мозку; представлення одного в іншому і за допомогою іншого [12, с. 122].

та Л. Кулеєва), що пов'язана з проектуванням предметного світу (В. Даниленко, О. Голікова, Н. Глухіх, Т. Шевчук), дизайн-середовища як засобу репрезентації не лише проектних образів, а й цілісного образу світу дизайнера.

У публікаціях, які присвячені дослідженням теорії і практики дизайну, розкриваються основні поняття дизайну, виявляються історико-культурні, економічні, соціально-психологічні аспекти його становлення та розвитку, визначаються основні складові дизайнерської проектно-художньої діяльності, обґрунтовується роль дизайну в сучасній проектно-художній культурі в цілому. Наразі відчувається нестача в літературі, де визначаються особливості дизайну у формуванні дизайн-середовища, у якому репрезентовано не лише проектні образи, а й світобачення дизайнера.

Актуальність досліджуваного питання полягає в тому, що саме на сучасному етапі набувають соціально-культурного значення відповіді на питання про те, як формується дизайн-середовище (тут, зараз та певним чином), яким має бути поєднання об'єктивних та суб'єктивних умов для цього; як регулюється та детермінується активність образотворення у дизайні, що виявляється у формуванні адекватного дійсності дизайн-продукту.

Мета дослідження. Розкрити творчі аспекти репрезентації багатомірних і багатофункціональних проектних образів в актуальному дизайн-середовищі як системи структуризації дизайн-продуктів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Життєдіяльність індивіда відбувається у раціонально сформованому естетичному та функціональному навколишньому середовищі, насиченому різними продуктами дизайнерської діяльності: речами, сукупністю речей, предметно-просторовим середовищем² або будь-яким інформаційним повідомленням, які сприймаються їх споживачами по-різному. Це обумовлене тим, що матеріальний і ідеальний світ представлено у свідомості індивіда в просторових, емоційно забарвлених образах. Так, сучасний український вчений В. Личковах простежує зв'язок нефігуративного мистецтва ХХ століття з естетичними ідеями Канта, відповідно до яких – простір і час – дві «чисті» форми чуттєвості та апріорного споглядання. Простором Кант називає «чисте споглядання», чуттєву форму сприйняття предметів поза ними. Саме ці ідеї «матеріалізувалися» в практиці нефігуративного мистецтва, наприклад, у роботах К. Малевича та його вченні про «чисті» форми або елементи живопису. Інший напрямок, кубізм, як зауважує В. Личковах, є експериментом з простором та його художніми складовими. Діапазон сприйняття простору коливається «від двовимірної площини картини до багатовимірності кубістичних побудов, які виражають не тільки зовнішні аспекти речей-для-нас, але й їхні глибинні образні сенси, архітектоніку сприйняття гіпотетичної речі-у-собі» [14; с. 142]. Естетичний суб'єкт сприй-

² Визначаючи характерні особливості феномену і поняття «простір», В. Клочко [10] зауважує, що «простір» відрізняється від «середовища», від дійсності «об'єктивної реальності» тим, що для опису останніх достатньо чотирьох координат - трьох просторових і часу. Соціально-психологічний простір включає в себе, як мінімум, ще три суб'єктивні координати - значення, смисл, цінність, завдяки яким предмети, носії цих надчуттєвих якостей, стають доступними свідомості.

няття та творчості кубізму накладає на світ свої власні чуттєві форми, виміри та перспективу, створює нові пластичні простори та об'єми.

Аналіз останніх досліджень та публікацій проблематики дизайнерського формування середовища в контексті соціосистемного підходу та концепції сталого розвитку (В. Абизов, М. Габрель, М. Голубець, С. Мигаль, О. Орлова, В. Шимко та ін.) здебільшого є фрагментарними [17], зокрема розроблені системи ієрархічних рівнів організованого простору у концепції п'яти-вимірного (людина, функція, умова, геометрія та час простору) (М. Габрель, 1987) та п'ятнадцятирівневого простору (І. Середюк, В. Курт-Умеров, 1987).

Системний підхід до проектування заснований на нових уявленнях про закономірності сприйняття навколишнього середовища, як абсолютно домінуючого психофізіологічного процесу людського пізнання, що визначає повноцінність засвоєння простору засобами візуалізації та ідентифікації середовища під час створення гармонійного збалансованого середовища.

У формуванні дизайн-середовища у всі часи і у всіх народів засновувались такими категоріями, як час, простір, зміна, число, відношення чуттєвого до зверхчуттєвого, частини і цілого тощо. Вихідними для побудови, конструювання дизайн-середовища є просторово-часові відносини, його системна організація, впорядкованість та структурованість дизайн-продуктів. Таким чином, наочно-просторові та метричні характеристики візуалізованого дизайн-середовища завжди співвідносяться з культурно-духовними категоріями світосприймання тієї чи іншої культурно-історичної картини світу. Різний рівень індивідуалізованості світосприймання, що є характерним для різних історико-культурних періодів, супроводжується певним рівнем самоусвідомлення і світорозуміння, що відображає також рівень розвитку інтелектуальної сфери представників даного суспільства. Так, високий рівень наочності, домінування наочно-дійового та наочно-образного мислення, переважання перцептивних образів притаманні картині світу первісного суспільства. Кожна з конкретно-історичних картин світу вміщує попередні картини світу як свої компоненти [19].

У свідомості дизайнера світосприймання опосередковується, трансформується через власну систему життєвих смислів, цінностей і ідеалів, норм і правил. Так, сформоване дизайн-середовище, яке по суті є соціально-психологічним, Г. Ковальова визначає як «суб'єктивоване», що представлено у свідомості, засвоєне і доповнене, а точніше: «народжене», створене, сформоване самим суб'єктом відповідно до його життєвих принципів, цінностей і цілей [11]. Свобода, спонтанність, сприйнятливність до нових викликів знаходять підтримку в певній структурі та одночасно породжують такі структури, зокрема дизайнерське сприймання та мислення, яке здатне продукувати те, що раніше не існувало, «бачити сутність речей», здатність до «єдності поглядів» як «взаєморозуміння».

Важливою для розуміння дизайну як творчого процесу є думка про те, що проектні образи є відображенням, але не дзеркальним, не пасивним відбитком зовнішніх впливів на людину, вони з'являються у ході активного здо-

буття й обробки інформації, творчій реконструкції предмета (об'єкта) у свідомості дизайнера. Про це засвідчують думки про те, що сприймати речі інакше означає в той же час отримувати інакші можливості дії стосовно них (Л. Виготський), а також, що завдяки циклічним процесам обробки та перетворення інформації на різних рівнях нервової системи людина має змогу відчувати якість та інтенсивність подразника, його тривалість, місцезнаходження в просторі, тобто відобразити всю повноту його властивостей (П. Анохін) [12].

Розкриваючи природу такого творчого явища, як дизайн, слід звернути увагу на його основоположний компонент – формування проектного образу, зокрема його творчі і репродуктивні ознаки, які слід розглядатися через загальне уявлення про творчу природу психіки, сутність творчості як: властивість живої та неживої природи, механізму продуктивного розвитку (Г. Костюк, В. Кудрявцев, Я. Пономарьов, В. Моляко, В. Роменець й ін.); необхідна умова розвитку матерії й утворення її нових форм (Г. Батищев); всезагальна характеристика людини, у якій виражається суспільно перетворююча сутність людського ставлення до світу (Г. Давидов); активна взаємодія суб'єкта з об'єктом (А. Коршунов); всезагальний спосіб розв'язання фундаментальних суперечностей предметної діяльності людини (Т. Кудрявцев); діяльність, результатом якої є створення продукту, що відрізняється новизною, оригінальністю й унікальністю (А. Єрмола); через зіставлення параметрів творчої діяльності (суб'єкт, продукт та умови) з параметрами перцептивної діяльності: суб'єкт, продукт – образ сприймання, умови, об'єкт перцепції.

Наразі, ставлення людини до дизайн-середовища, насиченого різномодальними образами³, штучними формами, а також до можливості зануритися у штучні візуальні, аудіальні, нюхові, смакові, дотикові світи, змінюється поступово і не завжди у бажаному напрямі. Зокрема, феномен повсюдної візуалізації зовнішнього світу, медіапростору, інтернету тощо вимагає і від дизайнера, і від споживача свідомого, адекватного ставлення до цього культурного, а точніше медіакультурного явища. Особливостями сприйняття зовнішніх об'єктів, що «нав'язані ззовні», є: свідомий вибір або уникнення об'єктів, тобто свобода вибору і відповідальність за їх споживання; опосередковане спілкування, «зворотній зв'язок» з автором чи авторами, ознайомлення з їх відкритими чи прихованими ідеями, репрезентованою реальністю, а не об'єктивно «віддзеркаленою».

Постає питання про особливості репрезентації образів у дизайн-продуктах та їх структуруванні у дизайн-середовищі. Природним у цьому контексті є розуміння сутності образу як: виявленої структури внутрішнього відображення дійсності та медіаперцептивних текстів, процесів мислення або уяви; як продукту розумових процесів і результату взаємодії багатьох внут-

³ Поняття образу (від англ. - "image") в психології є одним з центральних, оскільки саме образи, відображаючи об'єктивну реальність, становлять зміст психіки об'єкта. Поняття «Образ» (англ. «image») у психологічному словнику трактується як «... суб'єктивна картина світу і його фрагментів, що включає самого суб'єкта, інших людей, просторове оточення і часову послідовність подій» [20, с. 240]. Проаналізувавши різні підходи до вивчення образів, можна стверджувати, що усі вони мають право на існування, тому що відображають різні аспекти проблеми організації та механізмів образів [12].

рішних функцій, емоцій, почуттів, орієнтацій, поведінки, очікувань тощо; а також зовнішньої форми внутрішнього образу. Виходячи з цього, образ слід вважати однією з форм відображення об'єктивної реальності, причому, не дзеркальну, а своєрідну творчу реконструкцією об'єкта.

Визнаючи дизайн як систему репрезентації проектних образів, де виявляється ставлення дизайнера до світу, слід виокремити одночасно два його стани – те, що в ньому вже є, і те, що в ньому ще тільки може стати. Дизайн є і діяльністю, і продуктом, і результатом, і процесом облаштування в суцшому через те, що філософ М. Хайдеггер назвав «уміння-бути-в-світі», на відміну від впливу «високого мистецтва» через потрясіння, окриленість. Проте існує інша думка Р. Лоли про «метафізичну транскрипцію» дизайну, тобто перекладу його з приземленого, суто побутово-облаштувальної функції існування – до ризикованого зусилля створювати людині наджиттєву опору в світі, спочатку позбавленому для нього будь-якої опори.

Такі вчені, як В. Ганзен та О. Гостев започаткували спроби систематизації образів: виходячи з принципів гармонічного цілого, базуючись на ознаках подібності, спорідненості істотних ознак [3]. При цьому автори вважають, що всі види психічних образів відображають простір, тому не виділяють просторові образи в особливий клас. Чимало типів образних явищ розрізняють у зарубіжній психології на сьогодні, наприклад, Р. Хольт [1; с. 197] виокремлює: уявні образи як неясне суб'єктивне відтворення сприймання будь-якої модальності за умови відсутності адекватного сенсорного впливу; фосфени, що виступають зазвичай у вигляді плям ненасиченого кольору або ж стійких візерункових зображень; синестезію – стани, за яких сприймання одного типу регулярно супроводжується образами інших сенсорних модальностей; образ власного тіла, що знаходиться в стані спокою або руху в кожен з моментів часу; ейдетичний образ – зоровий образ, настільки чіткий, яскравий, барвистий та диференційований за формою, що здається суб'єкту в активному стані перцептом; усілякі види галюцинацій тощо. Відображення може відбуватися на різних рівнях психіки, виходячи з чого виокремлюють різні види образів: сенсорний, перцептивний, уявленнєвий, мисленнєвий, уявний тощо, які полягають в основі проектного образу.

Розглядаючи «образ» як регулятор дизайнерської діяльності і як дизайн-продукт, доречним є пояснення В. Зінченко механізмів образотворення через формування наочного образу «шляхом подолання надлишкових і неадекватних варіантів» [8], де відбувається не збігання предметності з образністю, цілісністю, конкретністю. Як правило, образ розглядається як носій інформації, у зв'язку з чим досліджується його гносеологічна функція, в першу чергу – роль образів у зоровому сприйнятті, образній пам'яті, образному мисленні, уяві, відчутті.

Слід зазначити, що в гештальттеорії вперше були описані принципи розпізнавання візуальної інформації: принципи «знизу – догори» та «згоридонизу»; принцип «порівняння з еталоном»; принцип «подетального аналізу»; принцип «упізнання за прототипом» [5]. Експерименти, які проводили

гештальтпсихологи, показали, що сприймання будь-якого елемента залежить від його місця і функції в моделі цілого. Отже, сприймання не є механічною реєстрацією сенсорних елементів, воно є істинно творчою здатністю миттєвого сприймання дійсності – здатністю образного винахідництва. Тепер вже стало очевидним, що якості, які характеризують мислителя і художника, притаманні будь-якому когнітивному прояву дизайнера.

Відтворювальна сутність перелічених процесів і виявлення їх основних особливостей розкривалась в експериментальних і теоретичних дослідженнях Б. Ананьєва, С. Кракова, О. Леонтєва, С. Рубінштейна, А. Смирнова [7].

Такі трактуванні різними теоретиками і практиками поняття «дизайн»:

- як вищої форми мистецтва (об'єкти дизайну прирівнюються до продуктів абстрактного мистецтва в графіці і пластиці), як незалежної зверх-професії, вільної від вузькоспеціалізованого професіоналізму (Герберт Рід);
- як результату «ефективного поєднання тренуваної уяви і практичної майстерності» (Джон Глоаг);
- як способу реалізації художніх потенцій – створення світу нових і прекрасних речей (Джіо Понті);
- як внутрішньо вільної творчої діяльності, способу професійного самовираження художника в сучасному світі, особливою формою масового мистецтва (Джорж Нельсон);
- як специфічної художньої творчості, естетичний і етичний ідеал якої полягає в створенні програми «очищеного» дизайну, що заснований на суворій науковій методології (Томас Мальдонадо);
- як особливого засобу, визначеного способу передачі впорядкованої інформації (Джило Дорфлес і Абрам Моль) [4], дає підстави стверджувати про існування творчого компоненту у структурі дизайнерської діяльності.

Кінцевим продуктом дизайну є творчий, перетворений (через їхнє посередництво) характер самої дійсності, самобутньої культури, стилю і способу життя в її сприйнятті адресатами проектування.

Спрямована контекстуалізація як семіотична практика наділення значенням дизайн-продукту здійснюється за допомогою технологій фреймінгу і рефреймінгу⁴ (використовувані в НЛП методи переосмислення і перетворення механізмів, на яких засновані сприймання, мислення і поведінка людини, для того, щоб запобігти виникненню певних психічних шаблонів). Так, фреймінг зорієнтований на повернення споживача до коду дизайнера за допомогою пропонованих контекстів; рефреймінг покликаний передбачати, визначати можливі коди користувача. Фреймінг передбачає внесення певних смислових рамок, а рефреймінг – маніпуляції з такими рамками. У першому випадку дизайнер веде користувача «за ручку» до враження, у

⁴ Головне припущення Теорії фреймінгу (Ірвін Гофман, 1974) полягає у тому, що контекст зумовлює наші дії, поведінку і розуміння. Фреймами є когнітивні структури, схеми інтерпретації, відрізки інформації як підґрунтя для подібної класифікації наступного досвіду, які скеровують сприймання та уявлення соціальної реальності, дозволяють «вирізняти, сприймати, ідентифікувати й іменувати» [23, с. 21]. Автор теорії наголошував, що ми активно класифікуємо, організуємо та інтерпретуємо наш життєвий досвід, щоб надати йому певного значення. ., які він називає фреймами. Аналогічно у ранніх працях Тода Гітліна (1980) зазначалося, що фрейми дають можливість опрацювати великі масиви інформації й надалі ретельно добирати, відокремлювати та ідентифікувати все, що існує, відбувається й має певне значення, з метою презентації цих подій у новинному дискурсі в найбільш ефективному для сприйняття форматі [22, с. 6–7].

другому – надає йому можливості для самостійного «прориву» до враження [16, с. 77-81].

Отже, технологія фреймінгу передбачає функціональну реалізацію контекстів як «підказки», що сприяє стандартному сприйманню та інтерпретації споживачем образу-коду, максимально полегшуючи його зчитування, при цьому забезпечуючи планомірну, контрольовану смислову індукцію, зберігаючи для користувача певну свободу і надаючи йому впевненості у власній самостійності. Натомість технологія рефреймінгу забезпечує введення контекстів, які повинні не «підказувати», а, навпаки, інтригувати, будити фантазію, навіть збивати з пантелику.

Певна річ, практики контекстуалізації вимагають і аналітичної, і креативної активності: контексти вводяться частково навмисно, частково ситуативно, відображаючи те, що відбувається. Відповідно практики контекстуалізації слід розглядати, з одного боку, як стереотипізацію, шаблонність, організовані способи дії, з іншого – як форми прояву особливостей ситуативної креативності.

Дискурсивне моделювання дозволяє закласти у семіотичну модель програму саморозвитку. Якщо семіотична модель створюється за допомогою введення заздалегідь визначеного коду, який забезпечує її стабільність, то дискурсивна модель створюється введенням додаткових напрямних кодів, що як би «підказуються» можливою ситуацією сприйняття образу. Такий код може бути тут же змінений іншим, сприяючи «дестабілізації» семіотичної моделі, але тільки так образ отримує дискурсивну енергію – коли те, що хотілося сказати, сприймається так, ніби воно «позначилося саме» (Р. Барт) [2].

Наукова новизна. Розкрито творчі основи репрезентації образів у дизайн-продуктах, які структуровані у дизайн-середовищі; розширено й поглиблено уявлення про творчі властивості відображення образів як одного з механізмів дизайну у формуванні дизайн-середовища, про зміст поняття «репрезентація проектного образу» у дизайні; про інтегративні компоненти, прямі й опосередковані чинники репрезентації образів у дизайн-продуктах як структурній складовій дизайн-середовища; встановлено зв'язок між творчими детермінантами сприймання, особливостями образотворення та системою виразних універсально-конструктивних засобів дизайну.

Висновки. Таким чином, дизайн є масштабним явищем культури, де реалізується функціональне призначення та певна культурна цінність дизайн-середовища, а саме цілісність і естетичність. Разом з тим, на формування актуального дизайн-простору засобами структурування дизайн-продуктів впливає багатомірність і багатофункціональність репрезентованих образів, які з'являються у ході активного здобуття й обробки інформації, є специфічним синтезом внутрішнього відображення дійсності та попереднього досвіду сприйняття подібних об'єктів і взаємодії з ними. Основною формою та продуктом дизайну як творчої діяльності, є проектний образ, який є цілісним, інтегральним відображенням дійсності, від якої надходить тільки частина візуальної інформації, інша ж привноситься самим дизайнером, що зумовлює

зміст, побудову і протікання дизайнерської діяльності в цілому та формування дизайн-середовища, зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Арнхейм Р.* Визуальное мышление / Зрительные образы: феноменология и эксперимент / Р. Арнхейм. – Душанбе: Тадж. гос. ун-т, 1971. – С. 197.
2. *Барт Р.* Система Моды. Статьи по семиотике культуры / Р. Барт // пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. – Москва: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
3. *Ганзен В. А.* Систематика мысленных образов / В. А. Ганзен, А. А. Гостев // Психол. журнал. – Т.10. – 1989. – №2. – С. 23-37.
4. *Глазычев В. Л.* Дизайн как он есть / В. Глазычев. – Москва : Европа, 2011. – 320 с.
5. *Дункер К.* Психология продуктивного творческого мышления / К. Дункер // Психология мышления / Под ред. А. М. Матюшкина. – Москва: Прогресс, 1965. – С 86-234.
6. *Жидков В. С.* Искусство и общество / В. С. Жидков, К. Б. Соколов. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2005. – 592 с.
7. *Завалова Н. Д.* Образ в системе психической регуляции деятельности / Н. Д. Завалова, Б. Ф. Ломов, В.А. Пономаренко. – Москва : «Наука», 1986. – 172 с.
8. *Зинченко В. П.* Живое знание / В.П. Зинченко. – Самара: Изд-во Самар. гос. пед. ун-та, 1998. – Ч. 1. – 248 с.
9. *Каган М. С.* Новое слово в теории дизайна / М. С. Каган. – Москва : Техническая эстетика, 1991. – 48 с.
10. *Клочко В. Е.* Ментальное пространство как предмет профессионально-психологического осмысления // Личность в парадигмах и метафорах: ментальность – коммуникация – толерантность. – Томск: Томский ун-т, 2002. – С. 30-44.
11. *Ковалёв Г. А.* Три парадигмы в психологии - три стратегии психологического воздействия // Вопросы психологии. – 1987. – №3. – С. 41-49.
12. *Костюченко О. В.* Перцептивні основи образу світу у студентів: монографія / О. В. Костюченко. – Київ : ТОВ. «НПП «Інтерсервіс», 2013. – 444 с.
13. *Лаврентьев А. Н.* История дизайна / А. Н. Лаврентьев. – Москва : Гардарики, 2007. – 303 с.
14. *Личкова В.* Естетичні ідеї Канта в проекції на мистецтво авангарду // Філософська думка. – 2004. – №5– 160 с.
15. *Лола Г. Н.* Дизайн-код: культура креатива. – Санкт-Петербург : Элмор, 2012. – 140 с.
16. *Лола Г. Н.* Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования / дизайн: Александрова Т. – Санкт-Петербург, 2016. – 264 с.
17. *Мигаль С. П.* Дизайн середовища: проблеми та перспективи [Електрон. ресурс] // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012 –№ 728 (2012) – С. 197-202. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua>.
18. *Михайлов С. М. Кулеева Л. М.* Основы дизайна: Учебник для студ спец «Дизайн» / С. М. Михайлов, Л. М. Кулеева. – Казань: Новое Знание, 1999 – 240 с.
19. *Праздников Г.* Направленность художественной формы // Художник и публика. – Ленинград: ЛГИТМиК, 1981. – С. 42-52.
20. Психологический словарь / [под ред. В. П. Зинченко, Б. Г. Мещерякова). – 2-е изд. – Москва : ООО «Изд-во Астрель»: ООО «Изд-во АСТ»: ООО «Транзит книга», 2004. – 479 с.
21. *Шпара П. Е.* Техническая эстетика и основы художественного конструирования / П. Е. Шпара. – Киев : Вища школа, 1984. – 200 с.
22. *Gitlin T.* The Whole World Is Watching : Mass Media in the making and unmaking of the new Left / Todd Gitlin. – Los Angeles and London : University of California Press, 1980. – P. 6–7.
23. *Goffman E.* Frame Analysis : An Essay on the Organization of Experience / Erving Goffman. – Boston : Northern University Press, 1974. – 585 p.

REFERENCES TRANSLITERATED

1. *Arnhejm, R.* (1971), *Vizual'noe myshlenie. Zritel'nye obrazy: fenomenologija i jeksperiment*, Tadz. gos. un-t, Dushanbe, 197 [in Russian].
2. *Bart, R.* (2003), *Sistema Mody. Stat'i po semiotike kul'tury* [Fashion System. Articles about semiotics of culture], Izdatel'stvo im. Sabashnikovyh, Moscow [in Russian].
3. *Ganzen, V.A., Gostev, A. A.* (1989), "Sistematika myslennyh obrazov", *Psihol. zhurnal*. [Psychological journal], vol.10, no. 2, 23-37 [in Russian].
4. *Glazycheva, V.L.* (2011), *Dizajn kak on est*, 'Evropa, Moscow [in Russian].
5. *Dunker, K.* (1965), "Psihologija produktivnogo tvorcheskogo myshlenija", *Psihologija myshlenija* [Psychology of thinking], Progress, Moscow, 86-234 [in Russian].
6. *Zhidkov, V.S., Sokolov K. B.* (2005), *Iskusstvo i obshhestvo*, Aletejja, Sankt-Peterburh [in Russian].
7. *Zavalova, N.D., Lomov, B.F., Ponomarenko, V.A.* (1986), *Obraz v sisteme psihicheskoi reguljicii dejatel'nosti*, Nauka, Moscow [in Russian].
8. *Zinchenko, V.P.* (1998), *Zhivoe znanie*, Izd-vo Samar. gos. ped. un-ta, Samara, Ch. 1 [in Russian].
9. *Kagan, M.S.* (1991). *Novoe slovo v teorii dizajna*, Tehnicheskaja jestetika, Moscow [in Russian].
10. *Klochko, V.E.* (2002), "Mental'noe prostranstvo kak predmet professional'no-psihologicheskogo osmyslenija", *Lichnost' v paradigmah i metaforah: mental'nost' – kommunikacija – tolerantnost'*, [Personality in paradigms and metaphors: mentality - communication – tolerance], Tomskij un-t, Tomsk, 30-44 [in Russian].
11. *Kostiuchenko, O.V.* (2013), *Pertseptivni osnovy obrazu svitu u studentiv*, Kyiv [in Ukrainian].
12. *Kovaljov, G.A.* (1987), "Tri paradigmy v psihologii - tri strategii psihologicheskogo vozdeystvija", *Voprosy psihologii*. [Questions of psychology], vol. 3, 41-49 [in Russian].
13. *Lavrent'ev, A.N.* (2007), *Istorija dizajna : ucheb. Posobie*, Gardariki, Moscow [in Russian].
14. *Lichkovah, V.* (2004), "Estetichni ideї Kanta v proekcii na mistectvo avangardu", *Filosofs'ka dumka*. [Philosophical thought], no. 5 [in Ukrainian].
15. *Lola, G.N.* (2012), *Dizajn-kod: kul'tura kreativa*. Jelmor, Sankt-Peterburh [in Russian].
16. *Lola, G.N.* (2016), *Dizajn-kod: metodologija semioticheskogo diskursivnogo modelirovanija / dizajn: Aleksandrova T.*, Sankt-Peterburh, 264 [in Russian].
17. *Myhal, S.P.* (2012) *Dyzain seredovyshcha: problemy ta perspektyvy* . Lviv Polytechnic National University Institutional Repository, no. 728, 197-202 [in Ukrainian].
18. *Mihajlov, S.M. Kuleeva, L. M.* (1999), *Osnovy dizajna: Uchebnik dlja stud spec «Dizajn»*, *Novoe Znanie*, Kazan' [in Russian].
19. *Prazdnikov, G.* (1981), "Napravlennost' hudozhestvennoj formy", *Hudozhnik i publika*. [Artist and public], LGITMiK, Leningrad, 42-52 [in Russian].
20. *Psihologicheskij slovar'* (2004), Astrel', AST, Tranzit kniga, Moscow [in Russian].
21. *Shpara, P.E.* (1984), *Tehnicheskaja jestetika i osnovy hudozhestvennogo konstruirovanija*, Vishha shkola, Kyiv [in Russian].
22. *Gitlin, T.* (1980), *The Whole World Is Watching : Mass Media in the making and unmaking of the new Left*. University of California Press, Los Angeles and London, 6–7.
23. *Goffman, E.* (1974), *Frame Analysis : An Essay on the Organization of Experience*, Northern University Press, Boston.

Kostyuchenko O. V. Creative aspects of representation of drawing equipment in design environment. The purpose of the article is to determine the creative aspects representation of design images at the basis of forming a design environment as a system for structuring design products. Methodology of investigation is based on a systematic approach, in particular

theoretical methods such as analysis, synthesis, and systematization, which made it possible to find out the conceptual field of the problem of design environment design as a consequence of the representation of design images in design products. Scientific novelty of work consists in: 1) in elucidating creative determinants and integrative components, direct and indirect factors of the representation of images in design products structured in the design environment; 2) in the expansion and deepening of the idea of creative properties of the image as a design mechanism in the design environment; 3) in defining the content of the concept of "representation of the design image" in the design; 4) in establishing the connection between the creative determinants of perception, the peculiarities of fiction and a number of expressive universal design tools. It is proved that the formation of the actual design space by means of structuring design products is influenced by the multidimensionality and multifunctionality of the represented design images that appear during the active acquisition and processing of information, is a specific alloy of the internal reflection of reality and the previous experience of perceiving similar objects and interactions with them.

Key words: image, design image, representation of image, perception, creative aspects of representation, design, design product, design environment.

Отримано 29.03.2019

УДК 159. 9

Латиш Наталія Михайлівна

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ТВОРЧОГО МИСЛЕННЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

Латиш Н. М. Теоретичні аспекти вивчення творчого мислення молодших школярів. В рамках процесуального підходу до творчості, коли мислення розглядається як творчий процес, на відміну від інших психічних процесів, дослідники дійшли висновку, що для процесу розв'язування творчої задачі головним є не стільки знаходження розв'язку, скільки самостійне формулювання проблеми, задачі. Визнано, що центральною ланкою творчості є дивергентне, нешаблонне мислення, здатне виходити за межі стандарту, спрямоване на пошук і знаходить декілька варіантів рішення проблеми, намагається по-новому «поглянути» на вже давно відоме. Розвиток пізнавальних психічних процесів в молодшому шкільному віці характеризується тим, вони стають більш самостійними видами психічної діяльності, які мають свою мету, мотив та способи виконання: запам'ятовування – в діяльність цілеспрямованого, довільного заучування; сприймання – в діяльність спостереження, мислення – в діяльність розмірковування і т. ін.

Ключові слова: творче мислення, творча задача, етапи розв'язування задачі, обдарованість, молодший шкільний вік

Латыш Н. М. Теоретические аспекты изучения творческого мышления младших школьников. В пределах процессуального подхода к творчеству, когда мышление рассматривается как творческий процесс, в отличие от других психических процессов, исследователи пришли к выводу, что для решения творческой задачи главным есть не столько нахождение решения, сколько самостоятельная постановка проблемы, задачи. Признано, что главным звеном творчества является дивергентное, нестандартное мышление, способное выходить за пределы стандарта, устремленное на поиск и может находить несколько вариантов решения проблемы, пытается по-новому «посмотреть» на давно известное. Развитие познавательных психических процессов в младшем школьном возрасте