

6. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕСТЕТИКИ, ДИЗАЙНУ ТА ФІЛОСОФІЇ КУЛЬТУРИ

Олена Поліщук,

доктор філософських наук, професор;

Олександр Кравчук,

студент,

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ЕСТЕТИКА ТА ЕКСПРЕСІЯ ПРОДУКЦІЇ ЩОДЕННИКА ДІЛОВОЇ ЛЮДИНИ НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ «MINDJOURNAL»

Постановка питання. При створенні будь-якого виробу дизайнером ним розробляється концепція майбутньої розробки, в якій враховується естетика та експресія продукції. Це є важливим, оскільки споживач має завжди емоції, почуття, відчуття, коли розглядає товари. Тому є важливим враховувати естетичну складову будь-якої творчої ідеї майбутнього дизайнерського рішення.

Метою дослідження є аналіз основних естетичних ідей та експресія дизайну розробок компанії «MindJournal», в яких використовується скетчінг.

Результати дослідження. Бренд MindJournal використовує оригінальний дизайн при створенні різноманітної продукції. MindJournal створений був у 2016 році Оллі Епліном, нині він є розробником журналів, бізнес-щоденників, скетчбуків та ін. Виробник застосовує програму Sketch у дизайнах продукції.

Першим об'єктом аналізу, є естетичні ідеї при оформленні продукції відомого виробника, а саме: компанії «MindJournal». Скетчбук «MindJournal» [2] має так званий маскулінний стиль, коли мова йде про використанні кольори, типографіку: тут ужито ахроматичні кольори, прямокутний силует. Коли мова йде про загальне враження у споживача від такої продукції, то варто вказати, що білий колір людиною сприймається як невизначений, легкий, прохолодний; чорний як завмерлий, важкий, холодний, далекий; сірий – статичний, холодний і віддаляючий за експресією, коли мова іде про естетичне враження від дизайну розробок [1, с. 131]. Це відповідає креативній ідеї створення піднесеного явища, втіленого у дизайнерському продукті. Тобто, у споживача має скластись враження, що це продукція для респектабельного бізнесмена чи «хазяїна життя». Така людина не є пересічною.

Об'єкт аналізу 2: Естетика та прогнозована експресія щоденника ділової людини, в якому використано ахроматичні кольори [3]. Такий дизайн цього предмета привертає увагу чоловіків, але може зацікавити і жінку (домінує світло-сірий колір на великій площі виробу). Це так званий стиль унісекс для

бізнес товарів. Загальне враження від цього предмета викликає думку граційності, легкості, приємності, що є ознакою естетичної ідеї прекрасного.

Висновки. При розробці концепції виробу дизайнеру завжди треба враховувати естетику виробу та його експресію у цільової аудиторії.

Література

1. Білодід Ю.М., Поліщук О.П. Основи дизайну: навч. посіб. [2-ге видання]. Київ: Вид. ПАРАПАН, 2021. 240 с.

2. Дизайн продукції «MindJournal». URL: <https://mindjournals.com/products/mindjournal-pro>.

3. Дизайн продукції «MindJornal». URL: <https://shopify.com/retail/mind-journal-case-study>.

Олена Поліщук,

доктор філософських наук, професор;

Марина Крижова,

студентка,

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ПРОФЕСІЯ ДИЗАЙНЕРА ТА ВИКЛИКИ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

Постановка проблеми. У сучасному динамічному періоді буття українського суспільства, зумовленого соціальними викликами та діджиталізацією, модернізація як освітньої, так і професійної діяльності в багатьох сферах вимагає швидкого адаптування до нових потреб і стандартів. Тож спостерігається посилення вимог до якості знань, умінь та креативності працівника, а ще все більш затребуваними стають професії, пов'язані із цифровими технологіями, цифровим живописом, креативними індустріями та творчістю. Однією з таких професій є графічний дизайнер, чие завдання полягає у створенні знакових об'єктів чи систем для візуалізації інформаційних матеріалів, зокрема особливих знаків та образів, а також у художньому проектуванні поліграфічної продукції та арт-дизайні.

Мета дослідження: аналіз сучасних трансформацій дизайну як професії, перспективної для молоді, виявлення тенденцій і викликів, які визначають його контекст існування. Особлива увага приділяється осмисленню ролі графічного дизайну в сучасному українському суспільстві в умовах діджиталізації.

Виклад основного матеріалу. В нашому суспільстві відбуваються значні зміни як в професійній, так і в освітній діяльності. Кожен рік фіксує зростання вимог до фахівців, вводяться нові стандарти для спеціалістів різних галузей, зокрема тих, де присутня творча і мистецька складова. Серед них важливе місце займає професія дизайнера. Останній повинен володіти одночасно: 1) технічними навичками, використовуючи програми для створення креативного продукту, 2) знаннями художнього плану: законів композиції, типографікою, розвитком