

*each individual page contains a logically completed piece of text that is independent and independent of other pages.*

*Lilik O. O. investigates the specifics of the usage of the various kinds of the creolized texts (the comic book, the booklet, the logotype, the doodle, the cardmaking) in the professional training of the future teachers of Ukrainian literature.*

*The author concludes that the creolized texts are a powerful means of psychic influence on the students. Therefore, the tutors of the universities should consciously approach the selection and creation of such texts.*

**Key words:** *the creolized text, the future teachers of Ukrainian literature, the professional training, the institutions of higher education.*

**УДК 7.012.23**

## **ДИЗАЙН – КУЛЬТУРА НАРОДІВ**

**Євген Гула,**

*професор кафедри рисунка та живопису Київського національного університету технологій та дизайну*  
ORCID: 0000-0002-3559-2179

**Алла Осадча,**

*старший викладач кафедри рисунка та живопису Київського національного університету технологій та дизайну*  
ORCID: 0000-0001-5153-8028

**Оксана Мазніченко,**

*доцент, професор кафедри рисунка та живопису Київського національного університету технологій та дизайну*  
ORCID: 0000-0001-8517-4955

**Анотація.** *У публікації проведено аналіз особливостей співвідношення дизайну й культури (національної, глобальної). Запропоновані визначення понять «дизайн» і*

«культура». Виявлено, що дизайн як самостійна проектно-художня культура, має власну професійну мову – систему наукових принципів і проектних методів, що забезпечує весь творчий процес створення дизайнерського твору. Розглянуті сфери дизайну, які пов'язані з культурою та інноваціями у ній. Проаналізовані провідні зарубіжні концепції із зазначеного питання («культурні індустрії», «креативна економіка»). Доведено, що безпосередньо стосується сфери дизайну така надбудова над науками культурологічного циклу як культуроніка. Розглянуті культурологічні аспекти окремих стилів дизайну (хай-тек, фірмовий стиль).

**Ключові слова:** дизайн, культура, культурологія, культуроніка, мистецтво, креативна економіка, креативний клас, культурні індустрії, твір, тренди, тенденції, концепт, технософія.

**Постановка проблеми.** Безсумнівно, що дизайн безпосередньо пов'язаний із численними трендами розвитку сучасної культури. Саме явище культури певного народу, нації, країни є настільки широким, що включає в себе усі специфікації дизайну.

Дефініції культури у сучасній науці нараховується понад чотирьох сотень. Сучасний, діяльнісний підхід до розуміння культури розглядає її як прояв суспільного життя, що налаштоване на інновації, які й визначають особливість діяльнісного ставлення до світу нині (А. Ахієзер, М. Каган, В. Гусєв, І. Панова та ін.) та враховує особистісну сутність становлення культури. У процесі діяльності та взаємодії її суб'єктів зразки культури (діяльності) транслюються, зберігаються, сприймаються і використовуються [11, с. 190].

Діалоговий підхід до тлумачення сутності культури передбачає поєднання діяльнісного й аксіологічного підходів (В. Біблер, Ю. Верстакова, В. Воронін та ін.). Так,

відповідно до концепції діалогового підходу, щоби бути інноваційно-культурною людиною, треба піднятися над своїм сьогоденням із метою пошуку інакшого на базі поновому почутого досвіду минулого [15, с. 235]. Цьому власне і сприяє дизайнерська справа – діяльність із проектування естетичних властивостей різних виробів (художнє конструювання), а також результат цієї діяльності. Центральною проблемою дизайну є створення культурно- і антропоузджененого предметного світу, що естетично оцінюється як гармонічний і цілісний.

*Взаємопов'язаність даної дослідницької проблеми із важливими питаннями інших наук* полягає у тому, що вивчення дизайну в контексті розвитку національних культур знаходиться на перетині сфер компетентності двох великих наукових дисциплін – дизайно- й культурознавства. Крім того, важливим є звернення до наукового інструментарію інших дисциплін, об'єктом вивчення яких є сфера культури. Особливою важливістю для дизайну є використання поряд з інженерно-технічними й природничо-науковими знаннями методології гуманітарних наук – філософії, культурології, соціології, психології, семіотики тощо.

*Аналіз результатів останніх досліджень, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.* Попри те, що власне дизайну й національним культурам в окремішності присвячені сотні і тисячі праць, поєднання цих визначних концептів сучасності стало об'єктом дослідження лише в окремих роботах вітчизняних і зарубіжних науковців. Зокрема, дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ґрунтовно досліджував В. Даниленко [2]. Взаємодія дизайну, культурології й естетики стала предметом аналізу для Ю. Легенького [6]. Культурологічні аспекти етнічних мотивів у сучасних дизайнерських практиках українських модельєрів вивчала О. Наумкіна [8]. Монографія Н. Барна присвячена дизайну в контексті

художньої культури ХХ-ХХІ століть [1]. Зрештою, дизайн у контексті таких культурних практик сучасності, як мода, реклама, шоу-бізнес, естрада, туристична діяльність, розглядався у збірнику матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Київ, 25-26 березня 2015 р.) [7].

**Метою** цієї статті є виявлення особливостей співвідношення дизайну й національної культури. Відповідним чином *об'єктом* дослідження є місце дизайнерських розробок у культурі певного народу.

**Виклад основного матеріалу.** Як відомо, у широкому сенсі метою дизайну є не лише художнє конструювання, але й вирішення більш широких соціально-технічних проблем функціонування виробництва, споживання, існування людей у предметному середовищі шляхом раціональної побудови її візуальних і функціональних властивостей [3]. Дизайн зароджувався на перехресті кількох галузей розвитку проектно-культури: художніх проектних програм, масової промисловості, інженерного проектування, науки [9, с. 62]. Формування естетичних теорій матеріальної культури на межі ХІХ – ХХ століть відбувається у період зародження дизайну як нового виду художньої й супроводжується підвищенням інтересу в певних художніх колах до загальної теорії художніх форм.

У подальшому дизайн як самостійна проектно-художня культура, отримує власну професійну мову – систему наукових принципів і проектних методів, що забезпечує весь творчий процес створення дизайнерського твору, починаючи від ескізного представлення першопочаткового задуму окремого об'єкта й завершуючи робочими кресленнями й діючими моделями [9, с. 229].

Як стверджує П. Ренд, значення дизайну можна зрозуміти, лише простеживши сполучну нитку, що проходить через живопис, архітектуру, промисловий і графічний дизайн, лише побачивши, яку роль у заплутаному процесі створення дизайну відіграють зміст і

форма, і усвідомивши, що в дизайні виражаються думка, точка зору й соціальна відповідальність [10, с. 14]. Робота дизайнера не обмежується створенням якоїсь ідеї або форми. Графічний дизайн охоплює будь-який вид візуальної комунікації, чи-то оголошення у газеті, чи-то рекламний щит [10, с. 27].

Розглядаючи сфери дизайну, які пов'язані з культурою та інноваціями у культурі, варто звернутися до наукових праць таких дослідників як Д. Хезмондалш («Культурні індустрії») [12] і Д. Хокінс («Креативна економіка») [13].

Так, Д. Хезмондалш стверджує, що культурні індустрії упродовж останніх 30-35 років зазнали значних змін, зрушившись ближче до центру економічної активності у багатьох країнах і в цілому майже по усьому світу. Дослідник переконаний, що компанії, які працюють у цій сфері, більше не можуть розглядатися як вторинні стосовно «реальної» економіки, в якій виробляються довгострокові, «корисні» товари. Деякі із цих компаній перетворилися на великі глобальні корпорації й широко обговорюються по всьому світові [12, с. 14]. Вказане безпосередньо пов'язане із дизайнерською справою, оскільки саме до сфери компетенції дизайнерів відноситься зовнішній вигляд цих товарів.

У культурних індустріях виникає все більше й більше малих і середніх компаній, і відносини між ними й великими компаніями даної сфери стають усе складнішими. Розширюється розповсюдження культурних продуктів, які перетинають кордони. Зображення, звуки й наративи у безпрецедентних масштабах беруться з одних місць і впроваджуються в інші, формуючи нові гібриди, а також у деяких випадках заново затверджуючи цінність культурної дійсності. Стосовно дизайну це може знаходити свій вияв у динамічному поширенні передових розробок, створених дизайнером у певній країні, практично по всьому світу.

Д. Хокінс, увівши у науковий обіг поняття «креативна економіка» (серпень 2000 р., журнал «Business Week»), зараховує до неї й дизайн. Пізніше автор у своїй книзі «Креативна економіка. Як перетворити ідеї в гроші» спробував простежити роль і визначити місце креативної індустрії у світовому масштабі. Британський учений виділяє у креативній економіці різні галузі, в тому числі, програмування, дослідницькі практики й конструкторські розробки, а також індустрії креативного змісту, такі як кіно й музика. Ці індустрії формують інтелектуальну власність у вигляді патентів, авторських прав, торговельних марок і оригінальних розробок [13, с. 60-61].

Закономірно, що креативну економіку формує креативний клас, ядро якого становлять люди, зайняті у науковій і технічній сферах, дизайні, архітектурі, освіті, мистецтві, музиці й індустрії розваг, чия економічна функція полягає у створенні нових ідей, нових технологій і нового креативного змісту.

При цьому дизайнери як представники креативного класу мають не лише власні атрибутивні особливості, але й свій стиль професійної діяльності або культуру підприємництва. Сучасним дизайнерам властиві такі якості як прихильність новаціям, амбіційність, мобільність, індивідуальна свобода, ліберальні цінності, прагматизм, мультикультурність, комунікабельність, космополітизм, уміння швидко ухвалювати рішення й адекватно відповідати на виклики часу. За Д. Хокінсом, вони розділяють загальний творчий етнос, для якого важливі креативність, індивідуальні особливості й особисті заслуги. Для тих, хто входить до креативного класу, всі аспекти й усі прояви креативності – технологічні, культурні й економічні – взаємозалежні й нероздільні [13, с. 23-24, 90-91].

Розвиток дизайну в загальнокультурному контексті безпосередньо пов'язаний з інноваціями у культурі та

гуманітарній сфері в цілому. Зокрема, розглядаючи інновації у сфері гуманітарних наук, дослідник М.Епштейн закономірно ставить запитання: як складеться доля гуманітарних дисциплін у ХХІ столітті – «чи будуть вони поглинені технічними й соціальними дисциплінами або, навпаки, розширять сферу свого впливу слідом за олюдненням і розумнішенням самої техніки? Який зміст одержують у новому контексті такі традиційні гуманітарні поняття, як час, доля, слово, знак, текст, тіло, бажання, творчість, мудрість? І якими новими поняттями слід збагатити гуманістику (комплекс гуманітарних дисциплін, the humanities), щоби вона гідно відповіла на виклик часу, на метаморфози самої людини?» [14, с. 5].

У сфері існування інновацій, які одночасно пов'язані з технікою та гуманітарними галузями знання, тобто сферою функціонування дизайну, М. Епштейн виділяє техносфію. Техносфія розкриває зв'язок техніки з іншими сенсами буття, які трактуються метафізикою, теологією, софіологією. Техносфія не є просто філософія техніки, як один з тематичних розділів філософії; це теоретична й практична спроба з'єднати «техно» і «софію», суму теології із сумою технології. Техносфія вивчає, як техніка, у т.ч. розроблена згідно з дизайнерськими канонами, відповідає на духовні потреби людини, і одночасно створює нові духовні устремління, відкриває шляхи до створення колективного розуму, нейрокосмосу й нейросоціуму, які безпосередньо управлялися б мозковими процесами [14, с. 774-775].

Закордоном ідеї М. Епштейна щодо значення інновацій для культури, у т.ч. для дизайну, розвиває американський антрополог Л. Уайт. Здійснюючи історико-культурний аналіз фактологічного матеріалу, він демонструє, що культура є континуальним (гомогенним, неперервним) полем, унаслідок чого притаманні їй технології (пристрої, машини, сконструйовані за участю

дизайнерів), соціальні системи (звичаї, інститути), уявлення (знання, філософія, наука) і види мистецтва детермінують соціальну поведінку, визначають соціальну структуру, інституують усі форми суспільного буття [11, с. 362-363].

Новаторство – це основа якісного дизайну й успішного бізнесу. Водночас культурні інновації далеко не завжди передбачають радикальні зміни. Якщо переносити це твердження на дизайн, то можливість неординарної й цікавої інтерпретації вже є приводом назвати дизайн інноваційним. Адже свіжі рішення частіше народжуються не завдяки абсолютній свободі творчості, але за умов певних обмежень (культурних табу, обмеженості засобів чи матеріалів, недосконалості технологій або специфічних запитів ринку). При цьому інноваційність у дизайні не передбачає тенденційності, претензійності й нерішучості, воно відокремлює сьогодення від підробленого. Натомість культурне новаторство в дизайні мотивує глядача, збуджує його розум та інтерес і стимулює пошук змістів [10, с. 164].

Розглядаючи культуру як вельми широку сферу оточуючої дійсності, слід вказати на потребі виокремлення саме того певного сегменту, який би стосувався дизайну. Такою прикладною сферою культури й культурології могла б стати культуроніка, що має відмінності, з одного боку, від власне культурології як теоретичної й історичної дисципліни, а з іншого боку – від техніки як практичної надбудови над природними й суспільними науками.

Відповідно до найпоширенішого визначення, культуроніка представляє собою гуманітарну технологію, винахідницьку й конструкторську діяльність у галузі культури; активне перетворення культури як наслідок або передумову її теоретичних досліджень [14, с. 614].

Культуроніка – це практична надбудова над науками про культуру, спроба втілити трансформативний потенціал гуманітарного мислення, не втрачаючи його специфіки, не



технологізуючи й не політизуючи феномена культури. Культуроніка – це конструювання нових форм дії в культурі, нових технік спілкування й пізнання, нових моделей сприйняття й творчості. Якщо культурологія – це наука про культуру, то культуроніка – сукупність технологій, заснованих на цій науці [14, с. 615]. Саме культуроніка як надбудова над науками культурологічного циклу безпосередньо стосується сфери дизайну. Якщо культурологія мислить проєкціями – переломленнями предметів у знакових системах різних культур, то культуроніка мислить проєктами, тобто знаковими системами, які ще не стали практиками й інституціями якої-небудь культури й утворюють план можливих трансформацій усього культурного поля. До згаданих проєктів зокрема відносяться дизайнерські проєкти.

Серед інноваційних напрямків дизайну – стиль «хай-тек» (буквально – «високі технології»). Попри «модерну» назву, він з'явився на Заході ще у 1970-х роках. В основі цього стилю знаходиться своєрідна гра у підкреслено технологічні й технічні форми, а типовим прикладом упровадження цього напрямку в дизайні архітектури є Центр мистецтв ім. Ж. Помпиду в Парижі.

Діяльність Центру присвячена вивченню й підтримці сучасного мистецтва й мистецтва ХХ століття у різних його проявах (образотворче мистецтво, танець, музика тощо). Під час відкриття (1977 р.) оригінальне архітектурне рішення у стилі «хай-тек» викликало неоднозначні оцінки сучасників, адже екстравагантний будинок критикам видався схожим на нафтоперегінний завод. Однак незабаром Центр Помпиду став однією з візитних карток Парижа й увійшов до числа найбільш відвідуваних французьких і світових визначних пам'яток.



*Рис. 1. Високотехнологічний дизайн Центру мистецтв ім. Ж.Помпіду (Париж)*

Будинок представляє собою скляний паралелепіпед дуже великих для центру Парижа розмірів: він має довжину 166 м, ширину 60 м і висоту 42 м. Оригінальна ідея архітекторів полягала у розташуванні всіх технічних конструкцій (арматурні з'єднання, усі трубопроводи, ліфти й ескалатори) зовні будинку, що дозволило визволити максимум корисної площі у 40 тис. м<sup>2</sup>. Арматурні з'єднання пофарбовані білим кольором, вентиляційні труби – синім, водопровідні – зеленим, електропроводка – жовтим, а ескалатори й ліфти – червоним.

Під приводом забезпечення максимальної гнучкості функціонування несучі конструкції будинку винесені за межі зовнішнього огороження й утворюють подобу будівельних конструкцій. Мережі інженерного устаткування винесені на фасади й вертикальні комунікації. Їх яскраво пофарбовані елементи визначають те, що сприймається як будинок [9, с. 161].

Крім стилю «хай-тек», дизайн приніс із собою у проектно-художню культуру цілий ряд нових понять. Одним з них є «фірмовий стиль», під яким розуміється стильова єдність змістовних форм усіх елементів промислової фірми – від середовища до продукції [9, с. 201]. Фірмовий стиль являє собою сукупність графічних, колірних, стилістичних і композиційних прийомів і елементів, спеціально й комплексно спроектованих для фірми з метою створення певного й постійного зорового образу, який запам'ятовується, усього, що пов'язане із певним виробничим підприємством, його діяльністю й продукцією.

Отже, для багатьох дизайнерів мистецтво й дизайн є культурною місією, при цьому життя й творчість нероздільна. Символи віри для них – це рівні поверхні, прості матеріали й стриманість виразних засобів. У дусі ідеалів модерністів початку ХХ століття їх більше надихає аскетизм, ніж «гарне життя», а також тези, сформульовані Е. Кауфманом: «Гарний дизайн – це ретельне сполучення форми й функції, розуміння загальнолюдських цінностей, яке реалізується в промисловому виробництві для потреб демократичного суспільства» [10, с. 38].

Таким чином, дослідивши окремі аспекти співвідношення дизайну й культури народів, ми прийшли до наступних **висновків**:

1. Дизайн є феноменом художньої культури ХХ століття. Виникнувши багато десятиліть тому назад, на хвилі промислової й науково-технічної революції, дизайн, стрімко розвиваючись, перетворився в один із найбільш впливових видів проектно-художньої діяльності. Сучасний дизайн характеризує орієнтація на передові технології й матеріали, найсучасніші технічні досягнення й тренди моди, високі споживчі характеристики виробів, що випускаються й розраховані на найрізноманітніші уподобання людей. Дизайн у процесі свого розвитку не

лише перетворився в самостійну проектно-художню культуру, але й сам став впливати на формоутворення в архітектурі, скульптурі, декоративно-прикладному мистецтві тощо – як на рівні окремих національних культур, так і у глобальному змісті.

2. Для сучасного розуміння культури важливим є сприйняття та інтеріоризація особистістю культурних цінностей, пошук універсальних смислових цінностей і критеріїв в оцінці і засвоєнні нового знання шляхом багатомірного і цілісного осмислення. При цьому аналіз культурологічного досвіду минулого також здійснюється з позицій його сьогодення у зв'язку з новостворенням за умови розуміння. Відповідно до оцінок сучасних культурологів, дизайн доцільно розглядати як складову т.зв. «креативної економіки», а дизайнерів – як одних із найважливіших систем утворюючих професій т.зв. «креативного класу». При цьому в дизайнерській творчості розширюється розповсюдження культурних продуктів, які динамічно перетинають кордони.

3. Розвиток дизайну в загальнокультурному контексті безпосередньо пов'язаний із інноваціями у гуманітарній сфері в цілому. Оскільки культура є вельми широким поняттям, постає потреба у виокремленні саме того певного сегменту культури, який би стосувався дизайну. Такою прикладною сферою культури й культурології могла б стати культуроніка – гуманітарна технологія, винахідницька й конструкторська діяльність у галузі культури; активне перетворення культури як наслідок або передумова її теоретичних досліджень. На відміну від культурології, яка вивчає відомі культури, культуроніка проектує, моделює й продукує можливі культурні об'єкти й форми діяльності, включаючи нові дизайнерські знакові коди.

Оскільки роль дизайну у національній культурі є надзвичайно широким питанням, кожен зацікавлений

науковець може знайти власні об'єкти зацікавленості у цій проблематиці, що зумовлює значні *перспективи для подальших досліджень*, у т.ч.:

- роль архаїчних форм традиційної культури (пов'язаних з етнографією) у сучасному дизайні;
- можливості застосування здобутків постмодерного художнього мистецтва у промисловому дизайні;
- взаємодія мотивів народної культури із біотехнологіями у сучасному еко-дизайні;
- національні культурно-художні особливості дизайну міських громадських просторів у різних країнах світу тощо.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Барна Н. В. Дизайн у контексті художньої культури ХХ-ХХІ століть : монографія ; Відкритий міжнар. ун-т розвитку людини «Україна». Київ : Університет «Україна», 2015. 352 с.
2. Даниленко В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури : [монографія] Харків : ХДАДМ : Колорит, 2005. 243 с.
3. Дизайн [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Дизайн> (Дата звернення: 15.05.2018)
4. Дизайн. История, современность, перспективы / Под ред. И. В. Голубятникова. Москва : Мир энциклопедий Аванта+; Астрель, 2011. 224 с.
5. Культурологія / За ред. А. Є. Конверського. Харків : Фоліо, 2013. 863 с.
6. Легенький Ю. Г. Дизайн: культурологія та естетика; Київський держ. ун-т технологій та дизайну. Київ : КДУТД, 2000. 272 с.
7. Людина у просторі сучасної культури. Дизайн в контексті культурних практик сучасності (мода, реклама,

шоу-бізнес, естрада, туристична діяльність) : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 25-26 берез. 2015 р. / Нац. спілка художників України [та ін.] ; [редкол.: Абизов В. А. та ін.]. Київ : Ун-т «Україна», 2015. 252 с.

8. Наумкіна О. С. Етнічні мотиви в сучасних дизайнерських практиках українських модельєрів: культурологічні аспекти : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.04 / Наумкіна Ольга Сергіївна ; Харків. держ. акад. культури. Харків, 2015. 18 с.

9. Основы дизайна / Под ред. С.М. Михайлова. Казань: «Новое Знание», 1999. 240 с.

10. Рэнд П. Дизайн: форма и хаос / Пол Рэнд; [пер. с англ. И. Форонова]. Москва : Изд-во Студии Артемия Лебедева, 2013. 244 с.

11. Уайт Л. Наука о культуре / Пер. с англ. / Л. Уайт. Москва : РОССПЭН, 2004. 960 с.

12. Хезмондалш Д. Культурные индустрии / пер. с англ. И. Кушнаревой. Москва : Высшая школа экономики Министерства науки, выс. школы и технич. политики Росс.Фед, 2014. 454 с.

13. Хокинс Д. Креативная экономика. Москва : Классика-XXI. 2011. 256 с.

14. Эпштейн М. Н. Знак пробела: О будущем гуманитарных наук. Москва : Новое литературное обозрение, 2004. 864 с.

15. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века Москва : Экономика, 2004. 444 с.

## REFERENCES

1. Barna N. V. Dizayn u kontekstI hudozhnoYi kulturi XX-XXI stolIt : monografIya ; VIdkritiy mIzhnar. un-t rozvitku lyudini «UkraYina». KiYiv : UnIversitet «UkraYina», 2015. 352 s.

2. Danilenko V. Ya. Dizayn UkraYini u svItovomu kontekstI hudozhno-proektnoYi kulturi : [monografiya] HarkIv : HDADM : Kolorit, 2005. 243 s.

3. Dizayn [Elektronnyiy resurs]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Dizayn> (Data zvernennya: 15.05.2018)

4. Dizayn. Istoriya, sovremennost, perspektivy / Pod red. I. V. Golubyatnikova. Moskva : Mir entsiklopediy Avanta ; Astrel, 2011. 224 s.

5. KulturologIya / Za red. A. E. Konverskogo. HarkIv : Folio, 2013. 863 s.

6. Legenkiy Yu. G. Dizayn: kulturologIya ta estetika; KiYivskiy derzh. un-t tehnologiy ta dizaynu. KiYiv : KDUTD, 2000. 272 s.

7. Lyudina u prostorI suchasnoYi kulturi. Dizayn v kontekstI kulturnih praktik suchasnosti (moda, reklama, shoubiznes, estrada, turistichna dlyalnIst) : materIali Vseukr. nauk.-prakt. konf., m. KiYiv, 25-26 berez. 2015 r. / Nats. spIlka hudozhnikIv UkraYini [ta In.] ; [redkol.: Abizov V. A. ta In.]. KiYiv : Un-t «UkraYina», 2015. 252 s.

8. Naumkina O. S. EtnIchnI motivi v suchasnihi dizaynerskihi praktikah ukraYinskihi modelErIv: kulturologIchnI aspekti : avtoref. dis. ... kand. kulturologIyi : 26.00.04 / Naumkina Olga Sergiyivna ; HarkIv. derzh. akad. kulturi. HarkIv, 2015. 18 s.

9. Osnovyi dizayna / Pod red. S. M. Mihaylova. Kazan : «Novoe Znanie», 1999. 240 s.

10. Rend P. Dizayn: forma i haos / Pol Rend; [per. s angl. I. Foronova]. Moskva : Izd-vo Studii Artemiya Lebedeva, 2013. 244 s.

11. Uayt L. Nauka o kulture / Per. s angl. / L. Uayt. Moskva : ROSSPEN, 2004. 960 s.

12. Hezmondalsh D. Kulturnyie industrii / per. s angl. I. Kushnarevov. Moskva : Vyisshaya shkola ekonomiki

Ministerstva nauki, vyis.shkolyi i tehnic.politiki Ross.Fed, 2014. 454 s.

13. Hokins D. Kreativnaya ekonomika. Moskva : Klassika-XXI.2011 256 s.

14. Epshtey M. N. Znak probela: O buduschem gumanitarnyih nauk. Moskva : Novoe literaturnoe obozrenie, 2004. 864 s.

15. Yakovets Yu. V. Epohalnyie innovatsii HHI veka Moskva : Ekonomika, 2004. 444 s.

***Abstract.** The analysis of features of a ratio of design and culture is carried out to publications (national, global). Definitions of the concepts «design» and «culture» are offered. It is revealed that the design as independent design and art culture, has own vernacular – the system of the scientific principles and design methods which provides all creative process of creation of the design work. Are considered the sphere of design which are connected with culture and innovations in it. The leading foreign concepts on the specified question («the cultural industries», «creative economy») are analyzed. It is proved that such superstructure over sciences of a culturological cycle as culturonik directly belongs to the sphere of design. Culturological aspects of separate styles of design (hi-tech, the corporate style) are considered.*

***Key words:** design, culture, cultural science, culturonik, art, creative economy, creative class, cultural industries, work, trends, tendencies, concept, tekhnosofiya.*