

польскім уладам, а пасля далучаецца да камуністычнага руху: з 1923 г. становіцца членам ЦК КПЗБ, з 1929 г. – членам Бюро ЦК КПЗБ. Ідэалагічнае раздарожжа, якое напаткала сям’ю Канчэўскіх, можна параўнаць хіба што з вядомым прыкладам братоў Іваноўскіх, адзін з якіх стаў палякам, другі – літоўцам, трэці – беларусам. У той жа час ёсць звесткі, што ў перакідцы і ўладкаванні ў Вільні савецкай агентуры апасродкаваны ўдзел прымала ўся сям’я Канчэўскіх [3, с. 17–18].

Магчыма, астатнія творы Канчэўскага і не адзначаны той глыбінёй і размахам думкі, як гэты «Адвечным шляхам», але відавочна, што менавіта яны складаюць той непасрэдны кантэкст, які дапаможа нам глыбей зразумець знакаміты твор. Знаёмства з гэтым кантэкстам дапамагло б пазбегнуць некаторых памылак у інтэрпрэтацыі гэтай, напрыклад, погляду, што тут мае месца «містыфікацыя», быццам сам І. Канчэўскі не мог напісаць такі твор [3, с. 18].

Літаратура

1. Абдзіраловіч, І. Адвечным шляхам: даследзіны беларускага сьветагляду / І. Абдзіраловіч. – Мінск : Навука і тэхніка, 1993. – 44 с.
2. Калеснік, У. Фантазмы Ігната Канчэўскага / У. Калеснік // Зорны спеў: літаратурныя партрэты, нарысы, эцюды / У. Калеснік. – Мінск, 1975. – С. 139–146.
3. Новік, І. М. Апроч Абдзіраловіча: характарыстыка жыцця і творчасці Ігната Канчэўскага / І. М. Новік // Журн. Беларус. гос. ун-та. Філасофія. Псіхалогія. – 2019. – № 2. – С. 15–22.

УДК 1(091)(476)

ЭСТЕТИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДИЗАЙНА

К. А. Лавренова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель А. Ю. Савенко

Идея дизайн-проекта определяется тем, для кого он создается. Объект проектирования наделяется эстетическими и функциональными свойствами. Важнейшая миссия дизайнера – воспитание эстетического вкуса потребителя. Элементами эстетической составляющей дизайна являются цветовые палитры, текстуры, композиции и формы. Они повышают привлекательность объектов и увеличивают вероятность их продаж.

Ключевые слова: эстетическая составляющая, дизайн, особая атмосфера, влияние цвета, эмоциональное состояние.

AESTHETIC COMPONENT OF DESIGN

K. A. Laurenova

Sukhoi State Technical University of Gomel, the Republic of Belarus

Science supervisor A. Yu. Savenko

The idea of a design project is determined by who it is created for. The design object is endowed with aesthetic and functional properties. The most important mission of the designer is to foster the aesthetic taste of the consumer. The elements of the aesthetic component of the design are color palettes, textures, compositions and shapes. They increase the attractiveness of objects and increase the likelihood of their sale.

Keywords: aesthetic component, design, special atmosphere, the effect of color, emotional state.

Традиционно дизайн определяли как «техническую эстетику». Однако в постиндустриальную эпоху он из инструмента «технической эстетики» промышленного проектирования, призванного осуществлять связь между производством и потреблением, перерастает в культурную универсалию, интегрированную во все сферы жизнедеятельности. Современный человек уже не может воспринимать мир вне его эстетической составляющей, создаваемой дизайном. Дизайн превращается в своеобразную «эстетику повседневности», а сама повседневность приобретает все более эстетизированные черты [1, с. 4].

Следует отметить, что дизайн является неотъемлемой частью духовной жизни человека. В любой сфере деятельности человек проектирует, создает и формирует что-либо согласно законам красоты. Это указывает на его стремление к эстетическому совершенству. И, конечно, важнейшей миссией дизайнера является воспитание эстетического вкуса потребителя. При разработке объект проектирования наделяется определенными свойствами: функциональными и эстетическими. Задача дизайна – это поиск баланса и гармонии между красотой и безопасностью, изящностью и утилитарной функциональностью. Для придания будущему дизайн-объекту особой атмосферы дизайнер разрабатывает цветовые палитры, текстуры, композиции и формы. Эти элементы и формируют эстетическую составляющую дизайна. В настоящее время в условиях огромного предложения на рынке качественной и высокотехнологичной продукции основными характеристиками при выборе товара для потребителя являются именно эстетические [2].

Также обратим внимание на то, что эстетическая составляющая дизайн-объекта может оказывать влияние на эмоциональное состояние потребителя. Рассмотрим подробнее влияние цвета объекта на психику человека. Белый цвет может вызывать чувство радости, но не всегда: у некоторых людей данный цвет может спровоцировать ощущение пустоты и молчания. Люди, которые предпочитают белый цвет, чаще всего бывают весьма скромными. Если рассматривать желтый оттенок со стороны психологии, он стимулирует мозговую деятельность и нервную систему. Этот тон хорошо действует на мозговые центры, отвечающие за память, следовательно, запоминание какой-то информации может значительно упроститься. Он также может вызывать чувства радости и теплоты. Красный цвет очень агрессивный и активный. Если иметь долгий контакт с ним, то он достаточно быстро начинает угнетать психику. Его также ассоциируют с властью и страстью. Зеленый – цвет природы, исцеления. Люди, которые любят данный цвет, рациональные, приземленные и точные. Этот тон способен успокаивать или действовать угнетающе в зависимости от восприятия человека. Синий цвет означает уверенность, поэтому политические деятели и предпочитают этот оттенок в одежде, также он символизирует вечность, устойчивость, стабильность, верность. Фиолетовый может давить на психику и срабатывать как сигнал опасности. В больших количествах он угнетает, но при этом может повышать самооценку. Симпатия к данному оттенку в некоторых случаях свидетельствует об инфантильности и внушаемости. Серый цвет символизирует дружелюбие и надежность. Люди, которые выбирают его, предпочитают жить разумом, а не эмоциями. Коричневый тон, как и синий, может свидетельствовать о внутренней уверенности и любви к деловому образу жизни. Люди, которые выбирают этот цвет, являются «трудоголиками» и «правдурубами». Черный ассоциируется с несчастьем, опасностью, завистью, трауром, создает атмосферу власти. Люди, выбирая этот цвет, жаждут внимания, но на деле это попытка скрыться от действительности. Оранжевый цвет любят творческие, креативные, свободолюбивые люди, обладающие хорошей интуицией [3].

В процессе разработки проекта дизайнер учитывает целевую аудиторию, для которой предназначается изделие. По различным признакам выделяют возрастные группы, социально-имущественные, культурно-региональные и др. Для каждой группы требуются свои эстетические характеристики. Так, продукция, предназначенная для молодежи, чаще всего яркая и современная; для пожилого потребителя продукцию обычно делают более консервативной, традиционной и привычной по своим визуальным характеристикам [2]. В то же время, по мнению психологов, людям в возрасте и детям лучше сохранять яркие и светлые оттенки в пространстве, где они обитают. Яркий цвет нужен детям в обязательном порядке, так как это стимулирует их ментальное, интеллектуальное развитие [3].

Эстетическая задача дизайнерской деятельности сводится к гедонической функции – функции получения наслаждения. При этом она не подразумевает сведения всех потребностей человека к телесно-чувственным наслаждениям. В данном контексте она выражается в том впечатлении, которое изделие оказывает на человека. Эстетическое удовольствие приходит к субъекту независимо от того, получает он пользу от продукции или нет. Гедоническая функция характеризует те приятные чувства и эмоции, которые испытывает человек при контакте с предметом [2].

Поэтому очень важно помимо функциональной поддерживать развитие эстетической составляющей в дизайне, в конечном итоге благоприятно влияющей как на отдельного человека, так и на страну в целом.

Литература

1. Чижиков, В. В. Дизайн в системе культурных ценностей : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / В. В. Чижиков ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. – М., 2006. – 36 с.
2. Дадаян, Е. А. Эстетический контекст дизайна / Е. А. Дадаян, Т. О. Бердник // Студенческий научный форум : материалы X Междунар. студ. науч. конф. – Режим доступа: <https://scienceforum.ru/2018/article/2018000543> . – Дата доступа: 25.04.2023.
3. Милай, Д. Как цвета влияют на психику человека / Д. Милай. – Режим доступа: <https://dni.ru/lifestyle/2019/9/13/432001.html>. – Дата доступа: 25.04.2023.

УДК 304.2+177.3

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ ДИЛЕММЫ РОБОТОТЕХНИКИ

И. Ю. Тимошенко

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель В. Н. Яхно

Рассмотрены аксиологические затруднения, связанные с развитием робототехники и автоматизации производства. Проанализированы положительные и отрицательные стороны процесса производства робототехники, включая достижения в этой области в Республике Беларусь.

Ключевые слова: информационные технологии, аксиологические дилеммы, робототехника, кибернетика, автоматизация производства, искусственный интеллект.

AXIOLOGICAL DILEMMAS OF ROBOTICS

I. Y. Timoshenko

Sukhoi State Technical University of Gomel, the Republic of Belarus

Science supervisor V. N. Yakhno