

Мунтян О. О.

Київський національний університет технологій та дизайну

УКРАЇНСЬКИЙ ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ ДИСКУРС: ПИТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Стаття присвячена дослідженню термінології в українському дизайнерському дискурсі. У сучасному світі дизайн відіграє значущу роль у формуванні та сприйнятті різноманітних продуктів та сервісів. Однак у дизайнерському дискурсі часто виникає проблема неоднозначного розуміння термінології, що може впливати на якість комунікації між фахівцями та клієнтами. Мета статті полягає у дослідженні проблеми неоднозначного використання термінології у дизайнерському дискурсі та розробці рекомендацій для уніфікації та уточнення значень термінів з метою покращення комунікації. В статті розглядається сучасний стан використання термінології у галузі дизайну, а також ідентифікуються важливі проблеми, пов'язані з її розумінням та використанням. На основі аналізу досліджень та прикладів з практики формулюються рекомендації для уніфікації термінології та покращення комунікації у сфері дизайну. Автор статті досліджує термінологію в галузі дизайну, ідентифікацію важливих проблем і пропонує шляхи подальшого розвитку та удосконалення професійного спілкування у цій сфері. Дослідження враховує різноманітність чинників, які впливають на формування і розуміння термінології у дизайнерському дискурсі та ставить перед собою завдання зробити внесок у створення єдиної та зрозумілої лексики для спілкування в цій професійній галузі. Стаття може бути корисною для широкого кола аудиторії. Студентам і викладачам дизайну вона може слугувати джерелом інформації для вивчення та обговорення проблем термінології у галузі дизайну. Для науковців, що займаються вивченням термінології та комунікації в галузі дизайну, ця стаття може стати основою для подальших досліджень та аналізу. Отже, ця стаття має потенціал бути корисною для всіх, хто цікавиться проблемами термінології та комунікації у сфері дизайну та прагне покращити якість спілкування в цій галузі.

Ключові слова: дизайнерський дискурс, комунікація, неоднозначність термінів, професійне спілкування, термінологія.

Постановка проблеми. Український дизайнерський дискурс – це сукупність ідей, концепцій, термінології та спільних цінностей, які визначають спосіб мислення, обговорення та розвитку дизайну в Україні. Цей дискурс охоплює широкий спектр галузей дизайну, таких як графічний дизайн, промисловий дизайн, вебдизайн, модний дизайн, інтер'єрний дизайн та багато інших. Український дизайнерський дискурс призначений для обговорення та вивчення таких аспектів, як історія дизайну в Україні, сучасні тенденції та напрями, вплив культури та традицій на дизайнерську практику, а також питання етики та соціальної відповідальності у дизайні.

Аналізований дискурс активно розвивається та змінюється під впливом локальних та глобальних чинників, таких як технологічні інновації, культурні та соціальні зміни, економічні умови та інші чинники. Українські дизайнери активно співпрацюють як з місцевими, так і з міжнародними колегами, що сприяє обміну ідеями та розвитку

нових підходів до дизайну. Важливою частиною українського дизайнерського дискурсу є його роль у формуванні культурної ідентичності та національного образу України через створення унікальних дизайнерських рішень, які відображають та відтворюють українські цінності та традиції.

Як вже зазначалося, українська дизайнерська спільнота нині перебуває на етапі інтенсивного розвитку та розширення своєї діяльності як в місцевому, так і в глобальному контексті. Однак поряд з цим набуває актуальності питання професійної ідентичності та термінологічної уніфікації в українському дизайнерському середовищі. Попри значний прогрес у сфері дизайну в Україні, існує відчутна неоднозначність та розбіжність в тлумаченні та використанні термінів, що характеризують його професійні аспекти, що може створювати перешкоди для ефективного спілкування в межах спільноти, а також ускладнювати взаєморозуміння між українськими дизайнерами та їхніми закордонними колегами.

Отже, основною проблемою, яку потрібно дослідити, є потреба в уніфікації та стандартизації термінології в українському дизайнерському дискурсі. Це вимагає аналізу сучасного стану використання термінів у дизайні, визначення важливих понять та їхніх взаємозв'язків, а також розробки рекомендацій щодо їхнього використання в майбутньому. Такий аналіз допоможе збільшити чіткість та консистентність комунікації в українському дизайнерському середовищі, сприятиме взаєморозумінню між фахівцями та подальшому розвитку дизайну в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведено аналіз найновіших наукових досліджень та публікацій, які вказують на стрімкий розвиток термінознавства та теорії терміна протягом другої половини минулого століття. Цей розвиток створив підґрунтя для формування і розширення логістичного [2], економічного [5], військового [8], дорожньо-будівельного [3] термінознавства, а також тлумачно-перекладної термінографії [7]. В межах цих галузей було проведено лінгвістичний аналіз та розроблено теоретичні засади для упорядкування і кодифікації термінів [4], концепції створення термінологічних словників та вирішення проблем їхнього функціонування [1]. Деякі аспекти термінологічної лексики та її функціонування детально досліджені в монографії «Історія української мови. Лексика і фразеологія» [6].

Аналіз останніх розвідок засвідчує, що вчені активно досліджують різноманітні аспекти термінологічного апарату, що допомагає розкрити їхню роль у процесах спілкування та передачі знань. Однак, попри досягнуті успіхи, існують ще багато невирішених питань у галузі термінознавства та термінології. Наприклад, виникають нові терміни та концепції у різних галузях, що потребують аналізу та визначення їхнього значення. Крім того, зі стрімким розвитком технологій та зміною соціокультурного контексту з'являються нові виклики для термінології, такі як адаптація та стандартизація термінів у цифровому середовищі чи в глобалізованому світі. Тому дослідження в галузі термінології та термінознавства залишається актуальним і вимагає подальшого наукового обґрунтування та досліджень. Вирішення цих проблем сприятиме не тільки розвитку науки, але й поліпшить комунікацію в різних сферах людської діяльності, що важливо в сучасному інформаційному суспільстві.

Постановка завдання. Мета статті полягає в дослідженні проблеми неоднозначного використання термінології у дизайнерському дискурсі та розробці рекомендацій для уніфікації та уточ-

нення значень термінів з метою покращення комунікації між фахівцями та клієнтами.

Виклад основного матеріалу. В аспекті дослідження українського дизайнерського дискурсу постає питання термінології. У сучасному науковому дискурсі існує різноманітність поглядів про те, що власне означає термінологія [1]. З одного боку, сприйняття цього поняття може бути обмеженим суто лінгвістичними рамками, де термінологія розглядається як галузь лінгвістики. Однак, з іншого боку, можна спостерігати відкритий плюралізм поглядів, за якого термінологія вважається багатовимірною науковою дисципліною, що походить від взаємодії практик різних галузей знань [4].

Варіативність у розумінні комплексності термінології зумовлена великим масштабом її походження та використання. Структура цього поняття охоплює вплив майже десятка наукових галузей, серед яких можна відзначити інформатику, документознавство, психологію та теорію знань. Ці науки, зі свого боку, взаємодіють із термінологією, що відбивається у формуванні та розвитку самої термінологічної системи. Однак, варто зауважити, що вони виявляються не тільки безпосередніми компонентами становлення термінології, але й активно впливають на її розвиток. У цьому контексті можна визначити чотири основні наукові дисципліни, які сприяють розумінню та аналізу термінологічних систем: лінгвістика, логіка, загальна теорія систем та семіотика. Варто також враховувати, що на етапі дослідження конкретної термінологічної системи необхідно включити вивчення мови як додаткову дисципліну або галузь, що допомагає зрозуміти та аналізувати використання термінів у специфічному контексті [5], зокрема в українському дизайнерському дискурсі.

Термінологія українського дизайнерського дискурсу може бути складною з кількох причин. По-перше, через мультикультурний вплив. Україна має багатий культурний контекст, що охоплює різноманітні національні традиції, мови та культури, що може призводити до різноманітності термінології, оскільки існує велика кількість слів та понять, які можуть мати різне значення в різних культурних контекстах.

По-друге, дизайн є динамічною галуззю, яка постійно змінюється та розвивається, тому з'являються нові технології, методи та концепції, які потребують нової термінології для їхнього опису.

По-третє, український дизайнерський дискурс часто використовує терміни, запозичені з інших мов, таких як англійська, французька, німецька

тощо, а тому виникає плутанина в тлумаченні та використанні цих термінів в різних контекстах.

По-четверте, дизайн часто є суб'єктивним та практичним процесом, що може призводити до різноманітності тлумачень та використання термінів залежно від конкретної ситуації чи вимог. Крім того, кожен дизайнер може мати своє унікальне розуміння та використання термінології, що сприяє різноманітності підходів та концепцій у цій галузі.

Дискурс дизайну – це специфічний тип дискурсу, який характеризується унікальними особливостями у семантиці лексем, змісті концептів та методах їхньої експлікації. На основі аналізу текстів статей про дизайн виділено лексеми, що вербалізують концепти, важливі для розуміння дизайну. Система важливих концептів визначає основні принципи дизайнерської діяльності, її сенс і сутність, взаємозв'язок з суміжними видами творчості та їх відмінність.

Дизайнерський дискурс варто розглядати з погляду вербально вираженої ментальності, світосприйняття, що створює особливий світ. У контексті дослідження дизайну, важливим аспектом є розширення аналізу лексичного складу та дискурсивної структури статей, зокрема, ідентифікація та систематизація концептів, що відображають основні принципи, ідеї та цінності, що лежать в основі дизайнерської діяльності. Дослідження дискурсу дизайну може відкрити нові глибини розуміння процесів та явищ, що характеризують цю творчу сферу, сприяючи подальшому розвитку та удосконаленню дизайнерської практики.

Український дизайнерський дискурс охоплює широкий спектр термінології, яка використовується для опису та аналізу різноманітних аспектів дизайну:

Дизайн, розглянутий з лінгвістичної перспективи, виявляє важливість мовних засобів у створенні та сприйнятті візуальних елементів. Один з основних термінів у цій галузі – «естетика», яка відображає сприйняття краси та гармонії через мову форм, кольору, текстури та композиції. Іншим важливим терміном є «контекст», який визначає спосіб, яким відбувається сприйняття дизайну залежно від соціокультурного, історичного та індивідуального контексту. У цьому відношенні, «семіотика» досліджує мовні та немовні знаки та їхній вплив на сприйняття дизайну. Водночас «стилістика» вивчає мовні та графічні засоби, які використовуються для вираження концепцій та емоцій через дизайн. Крім того, «синтаксис» відображає правила організації візуальних елементів

у просторі з метою досягнення специфічних ефектів, «графіка» та «типографіка» визначають мовні та візуальні засоби, що використовуються для подання інформації через дизайн. Таким чином, лінгвістичний аспект дизайну розкриває значення мовних засобів у сприйнятті, комунікації та вираженні ідеї через візуальні елементи. Це дозволяє краще розуміти процеси сприйняття дизайну та розвивати ефективні комунікаційні стратегії для досягнення конкретних цілей дизайну.

Графічний дизайн є важливою галуззю, що спеціалізується на розробці та створенні візуально-естетичних рішень у медійних форматах, що охоплює не лише створення графічних елементів, таких як логотипи, постери, брошури, упаковки тощо, але й вивчення та застосування принципів графіки, колористики, композиції та інших аспектів візуального мистецтва з метою створення ефективних та естетично вишуканих виробів. Розвідки у галузі графічного дизайну спрямовані на вивчення ефективних стратегій використання візуальних елементів для досягнення конкретних цілей, а також на розвиток новаторських підходів до створення та інтерпретації графічних робіт.

Лінгвістичні дослідження графічного дизайну потребують аналізу та розуміння взаємозв'язку між візуальними елементами та їхнім впливом на сприйняття мовних повідомлень. Також варто вивчити, які елементи дизайну можуть викликати різні асоціації та реакції у різних культурних та мовних контекстах. Такий підхід дозволяє глибше розуміти роль графічного дизайну у формуванні та поширенні мовних та культурних знаків у сучасному світі.

Промисловий дизайн (індустріальний дизайн) в межах лінгвістичного аспекту можна розглядати як систему мовно-виразних засобів, що спрямована на конструювання та інтерпретацію специфічного лексико-семантичного поля, пов'язаного зі сферою промислового виробництва. У цьому контексті, промисловий дизайн виконує роль комунікаційного інструмента, що передає інформацію про функціональні, ергономічні та естетичні аспекти виробу через візуальні та символічні засоби. З лінгвістичного погляду, промисловий дизайн формує специфічний «мовний код» у виробничій сфері, що складається з термінів, термінологічних конструкцій, символів та знаків, що використовуються для передачі конкретної інформації про властивості та характеристики виробів. Наприклад, термін «ергономіка» може відображати універсальність та зручність використання виробу, тоді як вибір певного кольору

або форми може виражати його естетичні якості та стиль. Дослідження у лінгвістичному аспекті промислового дизайну можуть бути спрямовані на аналіз структури та функціональних властивостей мовних одиниць, які використовуються у цій сфері, а також на те, як ці мовні засоби взаємодіють зі сприйняттям та інтерпретацією виробів споживачами з різних культурних та мовних контекстів. Такий аналіз дозволяє краще розуміти роль мови у формуванні та сприйнятті промислового дизайну як засобу комунікації у виробничому середовищі.

Вебдизайн постає як складний процес, спрямований на творення вебсайтів або вебдодатків, який охоплює вивчення, аналіз та втілення лінгвістичних засобів комунікації з метою досягнення оптимального сприйняття та взаєморозуміння між користувачем і вебресурсом. Основним завданням вебдизайнера є не лише створення естетично привабливого візуального інтерфейсу, але й забезпечення зручності та легкості сприйняття мовних засобів та візуальних елементів вебсторінок.

У процесі вебдизайну велика увага приділяється вибору та розміщенню текстового контенту, який має бути легко читабельним та зрозумілим для користувача, що включає вибір шрифтів, розмірів та кольорів тексту, а також правильне розташування блоків тексту на сторінці з урахуванням принципів організації інформації та ієрархії змісту. Окрім того, важливим елементом вебдизайну є використання мовних засобів для створення навігаційних елементів, які допомагають користувачеві орієнтуватися на сайті та швидко знаходити необхідну інформацію.

Дизайн інтерфейсу користувача (UI) – це сфера дизайну, що фокусується на розробці та впровадженні інтерфейсів, які забезпечують ефективну та зручну взаємодію між користувачем і продуктом. У лінгвістичному контексті дизайну інтерфейсу користувача важливо розуміти не лише технічні аспекти впровадження візуальних елементів та функціональних можливостей, але й лінгвістичні принципи, які впливають на сприйняття та розуміння інтерфейсу користувачем.

Дизайн інтерфейсу користувача враховує такі лінгвістичні аспекти, як вибір та розміщення тексту, зрозумілість та доступність мовленнєвих елементів, адаптивність мовних інтерфейсів до різних мовних груп користувачів, а також естетичні аспекти мовної презентації, що включає вибір шрифтів, розмірів, колірної палітри та структуру тексту, щоб забезпечити оптимальну зручність та зрозумілість для користувача. Такий підхід дозво-

ляє створювати інтерфейси, які ефективно комунікують з користувачем та сприяють позитивному враженню від взаємодії з продуктом.

Дизайн користувача (UX) – є галуззю дизайну, що зосереджена на оптимізації взаємодії між користувачем та певним продуктом або сервісом з метою забезпечення максимального рівня задоволення та ефективності користування. У лінгвістичному аспекті дизайн користувача спрямований на впровадження мовних засобів комунікації для покращення сприйняття, зрозуміння та взаємодії користувача з продуктом чи сервісом. Основними аспектами лінгвістичного дизайну користувача є вибір та використання мовних елементів, які відображаються на інтерфейсі продукту чи сервісу: текстові елементи, такі як заголовки, кнопки, посилання, інструкції та повідомлення, а також вибір мовленнєвих стилів, тону та способу подання інформації, що сприяє оптимальному сприйняттю та взаєморозумінню. Такий підхід дозволяє створювати продукти та сервіси, які відповідають потребам та очікуванням користувачів у найкращий спосіб.

Інтерактивний дизайн постає важливою галуззю дизайну, яка вивчається з лінгвістичного погляду з огляду на його специфічність у створенні взаємодії між користувачем та електронними пристроями чи програмними засобами. У цьому контексті, важливим аспектом є розуміння мови, яку використовується для спілкування з користувачем через інтерфейс, а також аналізу мовних елементів, які використовуються для стимулювання взаємодії та сприйняття інформації.

Лінгвістичний аспект інтерактивного дизайну включає вибір та організацію текстуального та мультимедійного контенту з метою максимальної зрозумілості та зручності для користувача. Це охоплює вибір та розташування мовленнєвих елементів, таких як кнопки, мітки, повідомлення та інструкції, а також визначення тону та стилю мовлення, що використовується на екрані.

Дизайн простору зосереджений на організації простору в інтер'єрі або на вулиці з метою створення комфортного та функціонального середовища. У цьому контексті, важливим аспектом є аналіз мовних засобів, що використовуються для комунікації через простір, а також розуміння їхнього впливу на взаємодію людини з оточенням. Лінгвістичний аспект дизайну простору охоплює мовленнєві елементи на позначення архітектурних деталей, планування простору, зонування та матеріалів, які використовуються для створення сприятливого та функціонального середовища.

Для дизайну простору є важливим вибір та розташування текстових елементів, таких як знаки, підписи та інші мовленнєві засоби, які спрямовані на орієнтацію та навігацію у просторі. Все це потребує аналізу впливу мовних елементів на сприйняття та реакцію людей на простір, а також на розробку оптимальних стратегій використання мовленнєвих засобів для досягнення максимального комфорту та функціональності простору.

Екодизайн – це галузь дизайну, яка досліджується з лінгвістичного погляду з урахуванням його специфічності у створенні продуктів, що мають мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище. У цьому контексті важливим є розуміння мови та мовних засобів, які використовуються для комунікації екологічних принципів та цінностей через дизайн продукту. Лінгвістичний аспект екодизайну охоплює аналіз мовних елементів, таких як назви, описи, інструкції та маркування, які використовуються для підвищення усвідомлення та розуміння користувачами екологічних продуктів, а також вибір та використання термінів та термінології, що відображають екологічні поняття та принципи, для стимулювання сталого споживання та просування збереження навколишнього середовища.

Технічний дизайн розглядається з лінгвістичної перспективи з урахуванням аналізу мовних засобів, що використовуються для спілкування та опису функціональних характеристик технічних засобів, а також їхніх властивостей та технічних параметрів. Лінгвістичний аспект технічного дизайну охоплює дослідження термінології, що використовується для опису технічних процесів, елементів та конструкцій, а також вибір та використання спеціалізованих термінів, технічних термінів та скорочень, які передають конкретні технічні концепції та ідеї. Крім того, лінгвістичний аналіз у цій галузі включає розгляд мовних засобів, які використовуються для документування технічних специфікацій, інструкцій з експлуатації, технічних креслень та інших технічних матеріалів.

Це лише деякі з термінів, які використовуються в українському дизайнерському дискурсі. Термінологія постійно розвивається, оскільки дизайн є живим і змінюваним видом діяльності. Як вже зазначалося, складність термінології в українському дизайнерському дискурсі може виникати через різноманітність культурних, технічних та індивідуальних чинників, які впливають на сприйняття та використання термінів у цій галузі.

Зважаючи на природу дизайну як глобальної діяльності, де спілкування та обмін ідеями від-

буваються на міжнародному рівні, український дизайнерський дискурс часто використовує терміни, запозичені з інших мов, наприклад, запозичення з англійської мови стосуються здебільшого дизайну, пов'язаного з ІТ:

Брендування ("Branding"): термін часто використовується в українському дизайнерському середовищі для позначення процесу створення та розвитку брендів.

Макет ("Mockup"): українські дизайнери часто використовують цей термін для позначення візуального представлення дизайну, зазвичай у вигляді шаблону чи зразка.

Сітка ("Grid"): термін використовується для позначення системи сітки, яка використовується в дизайні для організації контенту на сторінці чи екрані.

Досвід користувача ("User Experience"): термін широко використовується в українському дизайнерському дискурсі для опису взаємодії користувачів з продуктом або сервісом.

Адаптивний дизайн ("Responsive Design"): термін використовується для позначення дизайну, який автоматично адаптується до різних розмірів екранів та пристроїв.

Наведені приклади демонструють, що використання термінів інших мов українськими дизайнерами може призводити до різниці в тлумаченні та використанні цих термінів в різних контекстах, оскільки вони можуть інтерпретуватися по-різному залежно від мовної та культурної спадщини.

Плутанина в термінології дизайнерського дискурсу може виникати також з причини використання синонімів або тлумачення термінів по-різному в різних контекстах:

UI та UX дизайн: поняття UI (інтерфейс користувача) та UX (досвід користувача) дуже часто використовуються разом, але їх значення можуть бути неправильно інтерпретовані. UI зазвичай описує дизайн інтерфейсу, тоді як UX охоплює ширший спектр від взаємодії користувача з продуктом до його загального задоволення від цього досвіду.

Макет та прототип: ці терміни часто використовуються як синоніми, але вони мають різне значення. Макет (wireframe) – це скелет або структура дизайну без деталей, тоді як прототип – це інтерактивний зразок, який демонструє функціональні можливості продукту.

Графічний дизайн та вебдизайн: ці терміни часто плутаються, оскільки обидва охоплюють елементи візуального дизайну. Графічний дизайн зазвичай стосується створення графічних елемен-

тів для друкованих або цифрових медіа, тоді як вебдизайн спеціалізується на створенні вебсайтів та їхніх елементів.

Брендування та маркетинг: терміни часто використовуються разом, але мають різне значення. Брендування описує створення унікальної ідентичності та сприйняття продукту чи компанії, тоді як маркетинг включає стратегії та дії, спрямовані на просування цього бренду на ринку.

Проаналізовані приклади свідчать про те, як певні терміни можуть використовуватися неоднозначно у дизайнерському дискурсі, що може призводити до розбіжностей у розумінні та сприйнятті інформації між фахівцями та клієнтами. З метою уникнення таких ситуацій та поліпшення якості комунікації у сфері дизайну необхідно розробити та впровадити рекомендації щодо використання термінології, що сприятиме уніфікації та уточненню значень термінів у дизайнерському середовищі. Враховуючи цей контекст, пропонується низка порад, які можуть бути корисними у практиці дизайну:

1. Стандартизація термінології: розроблення і впровадження загальноприйнятих визначень для основних термінів у дизайні, які будуть використовуватися у всіх сферах дизайну.

2. Чіткість та консистентність: використовувати терміни згідно з їхніми визначеннями та у стабільних концептуальних рамках, уникати множинних тлумачень та відхилень у їхньому використанні.

3. Освіта та навчання: забезпечення доступу до інформації про визначення термінів у дизайні та їхнє коректне використання шляхом навчання в університетах, на курсах та майстер-класах тощо.

4. Активна комунікація: забезпечення відкритого діалогу між фахівцями з дизайну для обговорення використання термінів та вироблення єдиної позиції щодо їхнього значення.

5. Співпраця з міжнародними організаціями: активна участь у міжнародних форумах, конференціях та проектах, що спрямовані на стандартизацію та уніфікацію термінології в глобальному дизайнерському середовищі.

Також потребують визначення важливі поняття та їхні взаємозв'язки, тому необхідно враховувати:

1. Аналіз сучасного використання термінів у дизайні: визначення основних термінів та їх взаємозв'язків на основі аналізу літератури, використання в професійних спільнотах та на практиці.

2. Розробка термінологічних карт: створення візуальних схем, які відображають взаємозв'язки між основними поняттями у дизайні та їхнім контекстом використання.

3. Експертне обговорення та затвердження: проведення консультацій з фахівцями з дизайну для обговорення та узгодження визначень основних понять та їхніх взаємозв'язків.

4. Публікація та поширення: розповсюдження результатів дослідження основних понять у дизайні через наукові статті, конференції, вебінари та інші форми комунікації.

Рекомендації щодо роботи з дизайнерською термінологією в у перспективі:

1. Збереження та постійне оновлення бази термінології: забезпечення актуальності та відповідності термінів змінам у сфері дизайну.

2. Проведення регулярних оглядів та рецензій: періодична перевірка та оновлення визначень основних термінів залежно від нових тенденцій та відкриттів у галузі дизайну.

3. Сприяння міжнародній співпраці: взаємодія з міжнародними організаціями та ініціативами щодо стандартизації та уніфікації термінології в глобальному масштабі.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Розглянуті приклади засвідчують необхідність глибокого аналізу дизайнерської термінології, а рекомендації підкреслюють необхідність систематизації та уніфікації термінології у дизайнерському дискурсі. Неоднозначне використання термінів може призводити до непорозумінь та ускладнювати ефективну комунікацію між фахівцями та клієнтами в галузі дизайну. Запропоновані рекомендації можуть стати важливим кроком у розв'язанні цієї проблеми та покращенні професійного спілкування у дизайнерському середовищі.

Подальші дослідження в галузі термінології в дизайні можуть розширити знання про структуру та динаміку цього дискурсу. Можливі напрями досліджень включають дослідження впливу культурних, соціальних та технологічних чинників на формування та розвиток термінології у дизайні, а також вивчення використання та розуміння термінів у різних контекстах та культурних середовищах. Крім того, можна провести подальші дослідження з метою розробки інноваційних методик стандартизації термінології та вдосконалення комунікаційних практик у дизайні.

Список літератури:

1. Іваницька Н. Л. Змістова й формальна складові інтерпретаційного поля термінів у галузевих словниках сучасної української літературної мови. *Наукові записки Вінницького державного педаго-*

гічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Філологія (мовознавство): зб. наук. праць. 2016. Вип. 23. С. 20-28.

2. Карпенко Г. Особливості формування логістичних термінів. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Філологічні науки. Мовознавство*. 2013. № 22. С. 53-58.

3. Книщенко Н. П. Наукова рецепція понять «термінологія» і «термінологічна система» (на матеріалі термінології дорожньо-будівельної галузі). *Вісник національного університету «Львівська політехніка»: зб. наук. праць 13 міжн. наук. конференції «Проблеми української термінології Слово Світ 2014»*. Львів: видавництво Львівської політехніки. 2014. № 791. С. 57-61.

4. Томіленко Л. М. Термінологічна лексика в сучасній тлумачній лексикографії української літературної мови: монографія. Івано-Франківськ: Фоліант, 2015. 160 с.

5. Шелепкова І. М. Основні способи термінотворення у нових терміносистемах ринкової економіки української мови. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. 2020. № 2(78). С. 175-178.

6. Ярошевич Ірина Арнольдівна. Українська морфологічна термінологія XX – початку XXI ст. URL: <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/341547.html>

7. Baumann K. D. The interdisciplinary concept of translational ntertextuality, illustrated on the basis of LSP text networks. *SYNAPS*. 2013. № 29. Pp. 7-17.

8. Mohammad Faleh Hanaqta. Translating military slang terms from English. *Research on Humanities and Social sciences*. 2016. № 6(24). Pp. 52-62.

Muntian O. O. UKRAINIAN DESIGN DISCOURSE: THE ISSUE OF TERMINOLOGY

The article is devoted to the study of terminology in Ukrainian design discourse. In the modern world, design plays a significant role in the formation and perception of various products and services. However, design discourse often faces the problem of ambiguous understanding of terminology, which can affect the quality of communication between professionals and clients. The purpose of the article is to study the problem of ambiguous use of terminology in design discourse and to develop recommendations for unifying and clarifying the meanings of terms in order to improve communication between professionals and clients. The article examines the current state of terminology use in the field of design and identifies the key issues related to its understanding and use. Based on the analysis of research and case studies, recommendations for unifying terminology and improving communication in the field of design are formulated. The author of the article studies the current state of terminology use in the field of design, identifies key problems, and suggests ways to further develop and improve professional communication in this area. The study takes into account the variety of factors that influence the formation and understanding of terminology in design and aims to contribute to the creation of a unified and understandable vocabulary for communication in this professional field. The article can be useful for a wide range of audiences. For design students and teachers, it can serve as a source of information for studying and discussing the problems of terminology in the field of design. For researchers studying terminology and communication in the field of design, this article can serve as a basis for further research and analysis. Thus, this article has the potential to be useful for anyone interested in the problems of terminology and communication in the field of design and seeking to improve the quality of communication in this area.

Key words: design discourse, communication, ambiguity of terms, professional communication, terminology.