

Современный дизайн и его философия

Сергеева Н. В.

Черкасский государственный технологический университет, Черкассы

В данной статье представлен анализ общих трансформационных тенденций индустриального дизайна в условиях формирования новой постиндустриальной общественной идеологии. Это период кризиса технократизма и нарастающей актуальности гуманитарных мировоззрений, который начал развиваться со второй половины XX века и продолжается по настоящее время.

Выявлено, что новое концептуальное наполнение современной дизайнерской деятельности связано с пониманием гармонии как воссозданием согласованных взаимосвязей индивида с его природной и культурно-духовной средой. Его основной отличительной особенностью является ориентация на потребителя как на индивидуальность. На практике это выражается в отказе от крупносерийного производства готовых проектных предложений с обобщенными пользовательскими характеристиками. Появляется более внимательное отношение к эмоциональным, психологическим, эргономическим и технологическим характеристикам объектов дизайна. Существенное место в содержательном наполнении проектного процесса отводится вопросам экологии, социологии, этнической, национальной и культурной идентификации. В целом мы можем обозначить состоявшееся явление современного дизайна со своей сложившейся философией, которое заключается в производстве предметов потребления за пределами индустриального направления проектного мышления в новых условиях устремлений гармоничного общественного развития.

Ключевые слова: философия дизайна, индустриальный дизайн, постиндустриальное общество, современный дизайн.

(Искусство и культура. – 2018. – № 3 (31). – С. 35–39)

Modern Design and Its Philosophy

Sergeieva N. V.

Cherkassy State Technological University, Cherkassy

The article deals with the analysis of general transformational tendencies of industrial design in the context of formation of a new postindustrial public ideology. It is the age of technocratic crisis and increasing urgency of humanitarian ideologies which originated in the second half of the XX century and continue to the present time.

It was found out that a new conceptual content of the contemporary design activity is connected with the harmony understanding as a kind of recreation of the coordinated interrelations of an individual with his natural and cultural-spiritual environment. Its main distinctive feature is the orientation to a customer as a personality. In practice it is manifested in the freedom from the mass serial production of ready-made project proposals with the generalized user characteristics. Emotional, psychological, ergonomic and technological properties of design objects attain a more scrupulous care. Ecological, sociological, ethnic, national issues as well as cultural identification play an important role in the details of the project process. In general, we can identify the phenomenon of contemporary design with its existing philosophy, which is to produce consumer goods outside the industrial direction of project thinking in new circumstances, aspirations of a harmonious social development.

Key words: philosophy of design, industrial design, postindustrial society, contemporary design.

(Art and Cultur. – 2018. – № 3 (31). – P. 35–39)

Инновационность, информатизация и медиатизация, трансформационные процессы и всеобщая глобализация – уже давно стали обычными признаками современного общества, которое переросло период увлеченности тотальными индустриальными идеями и перешло в состояние постиндустриального. Смещение акцентов доминирования сферы производства товаров в сторону производства услуг и знаний придало информации как таковой особенности значения, что, безусловно, не могло не отразиться на ее репрезентации. Только за последние полтора десятилетия появились такие новые виды проектно-художественного творчества, как дизайн рекламы, дизайн виртуального пространства, веб-дизайн, медиа-дизайн, дизайн

визуальных коммуникаций и т. д. Предметное же формообразование, весь спектр которого раньше охватывало направление промышленного дизайна, также стремится к нарастающей градации как разветвлению деятельности по принципу группирования объектов проектирования: автомобильный дизайн (дизайн транспортных средств), дизайн мебели, дизайн экспозиций (дизайн выставочного оборудования) и т. д. С другой стороны, «классический» промышленный дизайн, особенно на фоне ослабления внутреннего промышленного производства, демонстрирует определенную растерянность векторов дальнейшего развития, которая, местами, граничит с полным отсутствием заинтересованности в специалистах данного направления.

Адрес для корреспонденции: e-mail: sn_design@ukr.net – Н. В. Сергеева

Анализ последних исследований и публикаций показывает, что осознание нарастающего кризиса технократизма, как доминирующего стиля мышления индустриального общества, начало происходить со второй половины XX века. Актуализация гуманитарных проблем в дизайне была связана с именами Дж. Нельсона, М. Маклюэна, А. Пулоса, О. Генисаретского, В. Сидоренко, К. Кондратьевой и многими другими. Идеи поиска нетрадиционных и жизненно важных проектных решений легли в основу движения нового антиглобалистического дизайна. Как толчок для пробуждения и развития самобытного, тесно связанного с собственными культурными корнями мировоззрения они в начале 1970-х гг., максимально ярко отобразились в книге известного теоретика и практика дизайна В. Папанека «Дизайн для реального мира». Выступая за новую философию дизайна, ее автор пытался убедить человечество в необходимости целостного восприятия проектных задач и их связей с реальной жизнью. К сожалению, больше тридцати лет подобное «бунтарское» мышление ни только не приобрело широкой поддержки, но и не было поддержано большинством коллег по цеху. Так, в предисловии к последнему переизданию книги, известный российский искусствовед В. Аронов отмечает, что, «выявляя свое недовольство современным дизайном, Папанек не вписывался ни в один из вариантов его критики – ни с позиций чистой науки (отстраненные системные исследования производства и потребления), ни с позиций коммерческих интересов, а ни со стороны стилистических предпочтений всепобеждающего постмодернизма» [1, с. 8].

Сегодняшние последствия глобализации, к которым должен адаптироваться современный человек, многочисленные экологические, экономические и социальные проблемы человечества в целом привели к формированию новой дискуссии о дизайне как одном из основных инструментов создания гармоничного предметно-духовного пространства жизнедеятельности личности. Таковыми можно считать последние исследования доктора философских наук И. С. Рыжовой «Дизайн как фактор гармонизации отношений общества и личности: методологические основы» [2], кандидата искусствоведения М. Ю. Демидова «Теоретическая модель проектирования гармоничной предметной среды средствами индустриального дизайна» [3], доктора искусствоведения В. Я. Даниленко «Дизайн Украины в мировом контексте художественно-проектной культуры XX века» [4] и др.

Изучая индустриальный дизайн как разновидность проектно-художественной деятельности в условиях развитого промышленного производства XX века (1920–1980), кандидат искусствоведения А. С. Михайлова [5], отмечает, что именно переход индустриального общества в стадию информационного способствовал изменениям приоритетов в предметном формообразовании. В результате, мы можем говорить о признанном и сформированном явлении – *производстве предметов потребления за пределами индустриального направления в новых условиях устремлений гармоничного общественного развития*. Однако проблема поиска возможностей дальнейшей реализации постиндустриального концепта гораздо сложнее, чем определение содержания понятия «гармоничного», его практического рассмотрения или разработка соответствующей методики его внедрения. На глобальном уровне она проявляется в отсутствии общего системообразующего фактора организации общественных процессов. Так, если для аграрного общества этим фактором была религия, для индустриального – наука, то данный аспект постиндустриального пути еще остается открытым. Яркой иллюстрацией подобных утверждений можно считать всеобщее признание нестабильности и динамизма как основных признаков нашего времени. Исходя из этого, остается актуальной и необходимость в дальнейших углубленных и комплексных исследованиях постиндустриальных характеристик дизайна продукции в системе реальных или желаемых ценностных ориентаций.

Цель представленной работы – анализ общих трансформационных процессов индустриального (промышленного) дизайна в контексте тенденций формирования постиндустриальной философии.

Развитие постиндустриального типа мышления. Впервые в научный обиход понятие «постиндустриальное общество» было введено американским социологом Д. Беллом в 1959 году для определения общества, в котором индустриальный сектор начинает терять свои доминирующие позиции. С конца 60-х годов прошлого века начинает развиваться теория постиндустриального общества, отличительными чертами которого становятся массовое распространение творческого, интеллектуального труда, стремительный рост объема и ценности научных знаний и информации, развитие средств коммуникации; в структуре экономики начинает превалировать сфера услуг, науки, образования и культуры. Постиндустриальное общество рассматривается как качественно новый уровень развития

не только Запада, но и всего человечества, где определяющим значением становится формирование нового социального устройства, которое опирается на телекоммуникации. Компьютер становится символом и материальным носителем технологической революции, мощным катализатором трансформации общества во второй половине двадцатого века.

Разработка саморегулирующейся системы рыночной экономики, широкий доступ к информации, определенные демократические процессы, которые начали развиваться в мировом сообществе, способствовали формированию многогранности человеческого восприятия и плюрализма эстетических взглядов. Для искусства и дизайна началась эпоха нового оппозиционного художественного движения, которое получило название «постмодерн». Не останавливаясь на детальной характеристике этого, достаточно известного явления, обратим внимание на то, что его заслугой перед предметным формообразованием является разрушение строгого оценочного распределения на «высокую» и «обыденную» культуру, «правильную» форму и «китч», «хороший» или «плохой» дизайн, что означало окончательное освобождение от исключительности постулата «форма следует за функцией». Представители постмодернизма 1970-80-х годов обращались к яркому и декоративному шику индивидуальности и образной семантики элементов, ироничности и цитирования исторических стилей. Новый взгляд на эклектику соединял в себе желание удовлетворить нарастающие тенденции «ностальгии по прошлому» с новыми проектными устремлениями и технологическими возможностями времени.

В конце 1980-х годов волна ориентированной для продажи продукции постмодерна переполнила западный рынок. Зародившись в архитектуре теоретическими предпосылками, постмодерн развился в дизайне до всеобъемлющей концепции коммерческой культуры и, в конечном счете, стал только одной из ее компонентов. Несмотря на это, предметное формообразование постмодерна как своеобразная реакция на «слабые места» выверенного классического индустриального дизайна характеризовалось еще одним положительным качеством – созданием предпосылок для осознания важности проектирования, которое ориентируется на индивидуальность потребителя. Так, «без постмодерна в конце двадцатого века не были возможными следующие поиски яркого и значимого дизайна с новым содержанием и экологической моралью» [6, с. 239].

Тенденции эволюции индустриального дизайна. Российский искусствовед О. Михайлова, изучая механизмы появления «иконичных объектов в дизайне» («дизайн-икона» – материализованный результат дизайнерского творчества, который есть определенным новаторством в области художественно-пластического формообразования и стал общепризнанным шедевром с собственным влиятельным местом в истории дизайна), выявляет ряд факторов, которые определяют этот процесс: экономические и научно-технические достижения, общественно-политические и социально-культурные события, феноменальные явления в художественной культуре. Безусловно, возможна дискуссия по поводу формулировки и количества указанных факторов, но применение определенного уровня экстраполяции позволяет не только осознать место явления постмодерна в системе влияния на особенности формообразования, но и в дальнейшем исследовать взаимозависимости между теми или иными факторами и формированием содержательных соответствий этапов эволюции индустриального дизайна. Так, среди выявленных тенденций развития современного проектирования предметных форм есть:

- стремление к индивидуализации внешнего вида, отказ от массового тиража в пользу ограниченных серий; расширение модельного ряда продукции; привлечение рестайлинга и тюнинга, использование принципов мобильности и вариативности, девиза «форма следует за эмоцией потребителя»;
- миниатюризация вещей, которая проявляется в компактности, ультрамобильности, многофункциональности формы; зарождение так называемого «бестелесного дизайна», где форма объекта является все менее зависимой от его основной функции;
- развитие дизайна виртуальной среды, что привело к массовому использованию виртуального пространства, распространению кибердизайна и проектированию объектов внутри глобальной информационной сети;
- возрастание роли эргономики, инженерной и психологической составляющих в современном дизайне продукции [5].

Вместе с тем рассмотрение последних тенденций формообразования будет не полным без осмысления следующего. Со второй половины двадцатого века роль науки по отношению к практике существенно изменилась. За сравнительно короткий период времени она, избавившись собственного триумфа великих открытий, за которыми следовало их воплощение в общественном производстве,

переключилась на технологическое совершенствование практики. Понятие «научно-технологическая революция» трансформировалось в понятие «технологическая революция», которое позже переросло в словосочетание «технологическая эпоха». Обоснованное в свое время утверждение выдающегося теоретика и практика дизайна В. Ф. Сидоренко о технологии промышленного производства как основы формирования проектной деятельности – дизайн укрепляет убеждения и в качественно новой позиции технологического аспекта относительно создания дизайн-объекта новой постиндустриальной эпохи. Особенно актуальными становятся вопросы взаимного влияния процессов технологий производства и технологий проектирования. Для сегодняшней реальности это означает, что наиболее технологически могущественные страны владеют не только возможностью доминировать в области производства широкого спектра предметного окружения человека, а и определяющей способностью формировать его новые вкусы, эстетические и жизненные взгляды. Это заявление легко проиллюстрировать примерами большинства постсоветских стран, рынки которых просто переполнены созданной на основе высоких технологий различной импортной продукцией. Соответственно, собственный промышленный дизайн, лишенный такого технологического стержня, находится в состоянии застоя. Относительная же доступность овладением компьютерных технологий, напротив, не только демонстрирует устойчивое развитие сферы современного графического дизайна, но также позволяет говорить о высоком уровне его конкурентоспособности как в пределах своего государства, так и на мировом уровне.

Формирование новой философии дизайна. Можно утверждать без сомнений, что постиндустриальная эпоха – это также период столкновения человечества с многочисленными последствиями предыдущих ошибок: кризисом идеологий и ценностей, глобальными экономическими и социальными проблемами, серьезными экологическими катастрофами. Для всей большей части общества становится понятной истина, что основой для прогрессивного развития каждой страны и человеческого сообщества в целом является сам Человек, его моральность, многоплановая природосоответствующая деятельность, культура, образованность и профессиональная компетентность. Поиски стабилизирующих решений постепенно трансформируют и дизайнерское мышление. Дизайн начинает рассматриваться как мощный инструмент

реализации утерянной связи с природой, внешней и внутренней конгруэнтности человека. Именно такое новое видение адекватности человеческих потребностей легли в основу уточненного определения дизайна – *разновидности художественной деятельности, целью которой является проектирование гармоничной с природной искусственной среды.* «С учетом процессов глобализации актуализируется и проблема национальной идентичности в дизайнерской деятельности, что требует не только сравнения развития дизайна в различных странах мира, но и изобретения приемов анализа дизайн-объектов с точки зрения определения национальной составляющей» [4, с. 8]. Известный украинский искусствовед В. Я. Даниленко убежден, что современный дизайн следует рассматривать как двуединое явление, в котором тесно переплетаются глубинные этнонациональные культурные сущности с обезоруженными интернационализацией сущностями художественно-проектного создания эпохи высоких технологий западного образца. Исследованные им примеры Японии, Италии, Финляндии указывают на значительные преимущества национально ориентированного дизайна на пути гармонизации, к которому имеет шанс присоединиться и Украина.

Заключение. Таким образом, индустриальный дизайн как разновидность художественно-проектной деятельности в условиях развитого промышленного производства с развитием общества нового постиндустриального типа начал также приобретать определенные черты трансформации. Прежде всего, это изменение содержательных парадигм и ориентация на потребителя как индивидуальность. Отсюда, более заинтересованное отношение к эмоциям, которые вызывает объект дизайна, психологии, эргономики и другим ориентированным на человека дисциплинам в процессе проектирования. Постиндустриальная направленность на развитие высоких технологий и создание всеохватывающего экономического пространства, способствуя многочисленным процессам глобализации, вызвала необходимость осмысления и формирования также новой философии функционирования дизайна – художественной деятельности, которая основывается на проектом мышлении в определенной технологической области. Современное концептуальное видение его основной функции неотделимо от создания гармоничных взаимосвязей личности как с природным окружением, так и относительно традиционной (национальной, этнической) культурной среды.

Перспективы дальнейших исследований заключаются в углубленном изучении исторических этапов практики индустриального дизайна указанного периода; рассмотрении образовательного аспекта, его соответствии представленным концептуальным формулировкам и возможностям дальнейшего развития дизайна в современных условиях развития постиндустриальных обществ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Папанек, В. Дизайн для реального мира / пер. с англ.: [Текст] / В. Папанек. — М.: Издатель Д. Аронов, 2004. — 416 с.: ил.
2. Рижова, І. С. Дизайн як фактор гармонізації відносин суспільства і особистості: методологічні засади: автореф. дис. ... д. філос. наук: 09.00.03 — соціальна філософія та філософія історії. — Інститут вищої освіти АПН України: [Текст] / І. С. Рижова. — К., 2008. — 34 с.

3. Демидов, Н. Ю. Теоретическая модель проектирования гармоничной предметной среды средствами индустриального дизайна: дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.04 — изобразительное и прикладное искусство и архитектура. — Уральская государственная архитектурно-художественная академия: [Текст] / Н. Ю. Демидов. — Екатеринбург, 2005. — 122 с.

4. Даниленко, В. Я. Дизайн України у світовому контексті художньо-проектної культури ХХ ст. (національний та глобалізаційний аспекти): автореф. дис. ... д. мистецтвознавства: 05.01.03 — технічна естетика. — Львівська національна академія мистецтв: [Текст] / В. Я. Даниленко. — Львів, 2006. — 36 с.

5. Михайлова, А. С. Индустриальный дизайн как вид проектно-художественной деятельности в условиях развитого промышленного производства XX века (1920–1980-е гг.): автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.06 — техническая эстетика и дизайн. — ВНИИТЭ: [Текст] / А. С. Михайлова. — М., 2009. — 26 с.

6. Sparke, P. Design in 20. Jahrhundert: [Текст] / Penny Sparke. — Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt, 2001. — 272 s., ill.

Поступила в редакцию 24.04.2018 г.

УДК [7.05+7.067+7.012]:316.77

Современные тенденции формирования объектов коммуникации в общественном интерьере

Бараган И. С.

Учреждение образования «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова», Витебск

В статье рассматривается такой важный для формирования информационной среды показатель, как виды объектов коммуникации. Этот показатель связан как с назначением общественной среды, так и со стилем и размером общественного интерьера. Он обозначает степень функциональности общественного интерьера, его коммуникационные свойства и эффективность взаимодействия с потребителем.

Анализируются виды объектов коммуникации, их функции, роль в брендинге общественной среды, а также современные тенденции формирования объектов коммуникации. Материалы исследования могут быть использованы как в практической деятельности белорусских брендинговых компаний для проектирования объектов коммуникации в общественном интерьере и повышения узнаваемости белорусского облика информационной среды в общественных местах, так и в деятельности учреждений образования для обучения студентов специальностей «Коммуникативный дизайн и маркетинг», так как базируются на актуальных данных.

Ключевые слова: коммуникация, общественный интерьер, брендинг, навигация, паттерн.

(Искусство и культура. — 2018. — № 3 (31). — С. 39–45)

Адрес для корреспонденции: e-mail: rerahuhup@gmail.com — И. С. Бараган