

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ДИЗАЙНЕРА С РЕАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ

П.В. Коляжнова, А.Г. Сергеев (Витебск)

В последние годы мы наблюдаем тенденцию к размежеванию творчества дизайнеров и реального сектора экономики. Особенно явным этот процесс становится в области промышленности. Это явление имеет целый спектр причин и следствий, которое влияет как на самих дизайнеров и их произведения, так и на индустрию в целом.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей конкуренцией среди производителей, что влияет на повышение спроса услуг дизайнеров. Так как аналогичная продукция по своим функциональным свойствам практически неотличима, именно работа в области эргономики и технической эстетики делает товар более предпочтительным среди покупателей. Однако, наблюдаемый разрыв технологической цепи «дизайнер-производство» ставит вопрос об эффективности данного подхода, вследствие непонимания дизайнером реальных возможностей на мощностях конкретного завода либо компании.

Целью работы является анализ процесса размежевания труда дизайнера с реальным сектором экономики и определение возможного подхода к решению данной проблемы.

Материалом исследования являются белорусских и российских дизайнеров, а также научная литература по теме исследования. В работе использовались описательно-аналитический, исторический метод, метод сравнительного анализа, а также общенаучный подход синтеза и анализа.

С ростом промышленности у целого ряда отраслей возникает потребность в организации художественных отделов для повышения эстетических качеств своих изделий, что является отправной точкой в формировании тесной связи искусства и технологий [2]. Такое сближение впоследствии сформирует целую отрасль среди художников сегодня обозначаемой как дизайн. Данное понятие невозможно обособить не только от технологического процесса создания товаров и услуг, но также от технических мощностей и потребностей рынка, на котором будет реализован дизайн-продукт. Что связывает деятельность дизайнера как с внутренними процессами создания товара, так и внепроизводственным внешним процессом реализации. Многоуровневая организация данной структуры должна не только учитываться, но и постоянно уточняться на разных уровнях создания продукта. Так как именно конечное дизайн-решение будет формировать покупательский спрос, при аналогичных функциональных возможностях. Здесь дизайнер выступает флагманом процесса конкурентного преимущества.

В целом же дизайн следует определять как деятельность по проектированию эстетических свойств промышленных изделий, то есть художественного конструирования на основе технологического производства, а также результат этой деятельности [4].

Распространение этого термина в СМИ ко второй половине XX века привело к тому, что дизайн стали олицетворять с массовой культурой предметного мира. Появилась внутренняя дифференциация направлений, возникли новые понятия: дизайн интерьера, дизайн среды (ландшафтный дизайн), дизайн костюма, графический дизайн [3] и т.д. Однако, стали проявляться и негативные факторы, выражаемые в паразитирующем использовании данного направления искусства. Сегодня мы наблюдаем как все вокруг начинает называться дизайном, что приводит к тенденции недопонимания молодых дизайнеров о базовых аспектах деятельности, выражаемое массовым созданием нефункциональных предметов, стремлении к декоративности, отсутствию понимания конкретных задач и возможностей [1]. Сам процесс начинает смещаться в сторону философствования и теоретизирования, что ставит под удар будущее отрасли.

Возникает недопонимание, связанное с тем, что дизайн – это не просто создание красивых объектов; это сложный процесс, который требует знаний и практических навыков в конкретной области применения. Основной задачей в этом становится понимание специалистом того, что его труд и творческие усилия должны улучшать не только внешний быт конкретного человека, но и окружающий мир в целом. Попытка же сформировать псевдореальный нереализуемый на практике проект, или заявить, что любой объект становится объектом дизайна, если на него посмотреть с необычной стороны приводит лишь к тому, что понятие дизайн-деятельности обесценивается. Дизайн, как термин, сегодня настолько широко употребим, что по мнению общественности дизайнером теперь может стать каждый нереализованный творческий человек.

В силу этих обстоятельств наблюдается тенденция, приводящая к отрыву молодых специалистов от реального сектора. Возможности конкретного производства, подменяются процессом выдавать желаемое за действительное.

С развитием же технологий, программного обеспечения и глобального рынка ситуация усугубилась. Многие дизайнеры, работающие преимущественно в виртуальной среде, создают 3D-модели и прототипы, совсем не обращая внимание на условия, при которых их творческая идея может быть реализована. Крупные компании и компании среднего звена все чаще передают производство сторонним подрядчикам, усугубляя тем самым обособленность дизайнера от фактического производства. Таким образом, не имея прямого контакта с промышленностью, автор сосредотачивается на концептуальном решении, акцентируя внимание на визуальной привлекательности и инновационности своей работы, что не всегда соответствует требованиям заказчика и возможностям производства.

Отрыв дизайнеров от реального производства – это сложная проблема, требующая внимательного анализа и решения.

В данном исследовании мы поставили цель изучить и обозначить проблему. Решение же ее ставит задачи не только перед нами, но и перед всем сообществом творческих людей, решивших посвятить себя данному направлению.

Нам видится, что одним из них может стать формирование цепи наука-образование-производство, где важным условием будет тесное взаимодействие всех звеньев при подготовке молодых специалистов. В том числе это может включать совместные рабочие сессии, обучение производственным процессам и внедрение обратной связи на всех этапах разработки продукта. Организация данной коллаборации будет способствовать развитию коммуникационных связей и повышению уровня компетенций дизайнера как специалиста.

Источники и литература:

1. Историография белорусского дизайна: методические рекомендации / сост. И.В. Горбунов. – Витебск: ВГУ имени П.М. Машерова, 2023. – 28 с. – URL: <https://rep.vsu.by/handle/123456789/36666> (дата обращения: 29.09.2024).
2. Ермолаева, М.И. Развитие дизайна: от промышленности к искусству / М.И. Ермолаева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. - 2007. - С. 254-259.
3. Замшин, В.И. Проблемы оптимизации структуры инновационной деятельности с учетом фактора дизайна / В.И. Замшин, Е.А. Нырков // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Технические науки. - 2004. – С. 117-120.
4. Курносова, С.А. Непрерывное образование и проблема подготовки студентов вузов к проектированию педагогического дизайна / С.А. Курносова // Современная наука. - 2010. – С. 122-126.