ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЕЛОРУССКОГО СОЮЗА ДИЗАЙНЕРОВ

Особенности развития и становления проекта Белорусского союза дизайнеров «Дизайн-биржа».

В.В. Голубев г. Минск

1. Сегодня одним из этапных событий в области дизайна, архитектуры и искусства на территории республики является проект «Дизайн-биржа» который реализуется с 2003 года. Проект результат совместной работы общественного объединения и творческого союза «Белорусский союз дизайнеров» и Национального выставочного центра «Белэкспо». Трудности с которыми столкнулись организаторы проекта (члены ОО БСД -Д. Сурский, В.Голубев, В. Ереська, М. Борозна. , сотрудники НВЦ -М. Зайцева. Л.Титенкова) в период его становления, и новые проблемные факторы на этапах его дальнейшего развития показали, что требуется радикальное переосмысление роли и функции процесса презентации достижений дизайна в современных условиях. Эта смена парадигмы вызвана тем, что «специфика современного развития общества требует поиска новых подходов к осмыслению проблем в различных сферах социальной практики, в том числе и в дизайне»- а, в основе этого явления лежит «противоречивый, интенсивный и широкомасштабный процесс трансформации культурного наследия Беларуси»[1]

2.«Дизайн биржа» это гуманистически ориентированный социо-культурный и коммуникативный проект полифункциональным стержнем которого, является ежегодная специализированная выставка, в которой участвуют как широкие слои творческой интеллигенции – от свободных дизайнеров, архитекторов, проектировщиков, художников, фотографов, так и реально функционирующие в сфере дизайн-производства и образования структуры - дизайн-студии, архитектурные бюро, строительные фирм, арт-галереи, рекламные агентства, высшие и средне-специальные профильные учебные заведения.

3. Вместе с тем, анализ процесса взаимодействия с государственными структурами ведающими материальным производством и художественной культурой в процессе подготовки очередного этапа проекта «Дизайн биржа» - выставки продуктов дизайн-деятельности, выставки агитационного плакат и научно-практических мероприятий показал что, наряду с традиционными формами кооперации –(информационная поддержка, обмен базами данных, и т.д.) необходимо срочное расширение этого взаимодействия за счет формирование системы интенсивной интеграции в структуру «межинституциональных» коммуникаций. Открытие таких новых коммуникационных связей на общественно-гражданском и профессионально-корпоративном уровне будет способствовать формированию новых содержательных сегментов и информационных срезов, как в самом проекте, так и позволят принципиально расширить содержание социо-культурных характеристик проекта в издательско-публицистическом, критическо-искусствоведческом, агитационно-пропагандистском, научно-популяризаторском направлениях.

4. Цель проекта вообще, и выставки в частности – продемонстрировать социальную и культурную значимость дизайна в процессе строительства белорусской государственности. Идеологи акции, позиционируют проект как: «*выставку дизайна для всех,* *выставку дизайнеров о себе*, *выставку для себя*» [3] Такой подход, презентующий дизайн –деятельность, как культуротворчество, безусловно шире чем традиционные приемы по формированию содержания выставки как выставки товаров народного потребления или средств производства, чем приемы ориентированные на узкие рамки ведомственных или отраслевых товарных программ и продуктов. Культуротворческий подход позволяет получить объективный срез кризисных явлений в современном белорусском дизайне, способствует формированию целостной и системной картины о взаимодействии двух основных факторов влияющих на дизайн-деятельность, о которых мы скажем ниже.

5. Одним из таких факторов стал процесс дезинтеграции дизайна, как государственного инструмента направленного на повышение качества жизни общества и создание конкурентноспособной продукции. Отсутствие такого интегрирующего стержня в административно-экономическом звене (переживающий нелегкие времена “Национальный дизайн-центр” сегодня лишь частично востанавливает свое влияние на промышленность) очередной раз убедило заинтересованных лиц, что “ в силу обстаятельств разного рода промышленный дизайн сегодня отделен от практики” [4] . В силу этого, “раздел “промышленный дизайн”, к сожалению, был наполнен весьма скромно. Широкий диалог промышленности и дизайна в Беларуси сегодня во многом ограничен отсутствием инновационного капитала, законадательной базы и, самое главное, стереотипом производствеников “о приоритете вала” над ассортиментным разнообразием и качественным эталоном. Хотя мировой практикой дизайна уже давно доказано, что “обогнать, не догоняя” ведущих производителей, можно только формируя собственную безаналоговую товарную нишу, спрос на уникальные функции и оригинальное формообразование [2].

6. Другим важным фактором, определяющим сегодня «лицо дизайна» стал экстенсивный процесс усиления роли «неиндустриальной», так сказать – «станковой» составляющей в идеологии и соответственно реальной практике дизайна. Поэтому наиболее коммуникативной частью экспозиции стали стенды творческих мастерских, частнопрактикующих дизайнеров и художников, работающих на индивидуального заказчика в рамках мелкой серии или даже уникального продукта. Яркая и мозаичная фактура этого пространства включала разные жанры и направления от графического дизайна и рекламного «послания», до аrt-дизайна и станковой живописи, от прикладного батика и функциональной керамики до NETarts и масс-медиа, еще раз на практике доказав что сегодня в Белоруссии наиболее востребован и жизнестоек вопреки экономической ситуации *дизайн олицетворяющий в своей идеологии и практике новое проектное единство культурного многообразия постиндустриальной эпохи и традиционных художественных технологии и ремесленных приемов.*

6. Сегодня «Дизайн-Биржа» была и остается одним из самых сложных презентационных проектов в области дизайна, проекта который определяет основные направления развития выставочной деятельности БСД. В самом деле, подтверждая интеграционную функцию дизайна в современном мире, тематика выставки практически всеобъемлюща и постоянно вызывает расширение границ ее предметного содержания. Поэтому одним из направлений должен стать процесс выдвижения на первый план наиболее востребованные в настоящее время сегменты рынка дизайн-деятельности, и это требует корректировки экспозиционной структуры. Необходимо чтобы, специализированные аспекты дизайна, рассматривающиеся в рамках проекта, и не находящие достаточной поддержки у широкой целевой аудитории, несли в себе более «образный характер», трансформировались в *культуротворческую, имиджевую* акцию, направленную на реализацию интересных дизайнерских решений, поиска собственного стиля в экспо-дизайне, демонстрацию «красивых и полезных» вещей» [2].

Литература:

1. О.В. Чернышев, Проблемы дизайна в контексте трансформации культурного наследия Беларуси/ В сб. «Беларускi дызайн: вопыт i перспектывы адукацыi» – Мн., 2004.
2. В.В. Голубев, Дизайн как зеркало белоруской действительности/ Сборник «ПРОдизайн» Мн., 2005
3. Д.О. Сурский, О белорусском дизайне/ Каталог «Дизайн-биржа 2005». Мн., 2005
4. В.С Моисеев, О некоторых проблемах белорусского дизайна/ В сб. «Беларускi дызайн: вопыт i перспектывы адукацыi» – Мн., 2004.