

соотношение выступает вариантом оптимальной комплементарности отмеченных стратегий художественного перевода.

Литература

1. Рехме, И. Н. К вопросу о когнитивной сущности понимания как этапа переводческого процесса / И. Н. Рехме // *Филологические науки. Вопросы теории и практики.* — Тамбов : Грамота, 2013. — № 1 (19). — С. 148–151.
2. Уланович, О. И. Реалии как единицы художественного перевода в контексте теории реноминации / О. И. Уланович // *Актуальные проблемы гуманитарного образования : материалы междунар. науч.-практ. конф., 22–23 октября 2015 г.* — Минск, 2015. — С. 150–156.
3. Фененко, Н. А. Переводоведение: проблемы и решения [Электронный ресурс] / Н. А. Фененко, А. А. Кретов. — Режим доступа : <http://www.km.ru/referats/163D618B51DE4C108EE5F64D33E3D975>.
4. Фоллетт, К. Столпы земли / К. Фоллетт ; перевод с англ. В. Тетевин, С. Морозов. — М, 2010.
5. Follett, K. *The pillars of the earth* / K. Follett. — NAL Trade, 2002.

Н. Ю. Фролова

Минск, Белорусский государственный университет

Социокультурная сущность дизайна

Роль и значение дизайна в современной культуре позволяет нам ставить вопрос о необходимости определения сущностных характеристик дизайна как одной из форм культуры. Для этого необходимо выявить основания для его типологии, и исследовать феномен дизайна, определить его культурное значение на разных этапах развития, а также обнаружить его социально-культурные и функциональные свойства в контексте историко-культурной динамики. Здесь надо выделить два уровня условий, которые позволяют обратиться к изучению социально-культурной сущности дизайна.

К первому уровню условий можно отнести глобальные факторы, которые характеризуются противоречивыми трансформациями, в которых возникает главная проблема — проблема красоты и пользы, эстетической и утилитарной ценности вещи. Благодаря росту и развитию производства, сегодня нельзя рассматривать утилитарную полезность вещи в качестве основной ценности. Вещь, выполняющая определенную функцию, в современном об-

ществе обретает символическое значение. В век высоких технологий полезные свойства вещи и ее эстетические свойства достигли высокого уровня.

К другому уровню условий можно отнести возможности теоретически-практического обоснования, которые актуализируют проблему социально-культурного значения дизайна. Здесь особая роль отводится советскому дизайну, так как он с начала своего возникновения шел своим путем. Отвергая концепции дизайна западного мира и не имея возможности активно участвовать в процессе массового производства, советский дизайн нашел свое воплощение в теоретико-методологической актуализации. Несмотря на это, у западного и советского дизайнера возникла одна общая проблема — проблема интеграции искусства и техники и проблема отношения дизайнера и искусства.

Однако в конце XX в. на постсоветском пространстве возникла объективная потребность в восполнении утраченных возможностей дизайна. В современном дизайне уже созрели теоретические предпосылки для воссоздания дизайна и превращения его в форму активного воспроизводства культуры и социальной коммуникации человека с миром вещей. Можно считать обоснованными мнения некоторых теоретиков и практиков дизайна (Т. Мальдонадо, Ф. Старк, К. Экуан, Р. Вентури, Э. Соттсасс и др.) в том, что дизайн будет не только способствовать развитию экономики, но и являться основанием возникновения нового типа социальных и эстетических отношений. Кроме того, дизайн в сегодняшнем мире может формировать новый тип эстетических отношений и массового сознания, которые в свою очередь влияют на такие ценностные суждения как экология, быт, коммуникации. Дизайн регулирует принципы восприятия окружающего пространства, что приводит к более совершенной организации предметно-пространственной среды, к повышению коммуникативных возможностей, к повышению культуры потребления, к более развитой способности эстетического суждения и оценки людей и к их большей интеграции.

Современные возможности производства, интерпретации, тиражирования артефактов, придание символических свойств организации различных мероприятий, создание фирменного стиля всех и вся и безоговорочное принятие сознания потребительской идеологии создают тот социальный фон, в котором существенно расширяется социальная значимость дизайна.

Оба уровня условий свидетельствуют, что дизайн динамически развивается и его социокультурная значимость в современном обществе возрастает. Сущность самого феномена «социокультурное» заложено в диалектическом единстве и взаимодействии социальных и культурных факторов, заполняющих наше современное пространство.

В постиндустриальную эпоху в структуру социальных потребностей вошло эстетическое качество как способ соразмерить продукт массового производства с человеком, сделать его сомаштабным. При этом значимость эстетического качества продукта дизайна возрастала вместе с повышением общего уровня культуры и запросов общества. Этот процесс является взаимообусловленным и показывает, что дизайн является неким стимулом массового потребления, а также и объектом потребления. Современный дизайн, развиваясь в условиях глобализации культуры, не может быть изолирован от влияния различных институтов, нивелирующих некоторые национальные нормы и ценности, обычаи и культуру.

Ответная социокультурная реакция дизайнера на процессы глобализации культуры строятся на основе единого многообразия и вариативности.

Во-первых, дизайн пересматривает исходную концепцию модели собственной культуры и выявляет компоненты, которые надо сохранять и обогащать за счет других культур.

Во-вторых, современный дизайн сопоставляет традиционные проектные дизайнерские технологии с быстро развивающимися новыми технологиями.

В-третьих, это быстрота реакций дизайнера и способов его приспособления к изменяющимся условиям процесса мировой глобализации культуры.

Все это говорит о том, что современный дизайнер, как и любой другой проектировщик, прежде чем действовать, должен обдумать, как и что он будет творить. Дизайнер, создавая мир «искусственной природы» из естественного окружения и формируя артефакты, входит в контакт с людьми и тем самым обогащает себя и воздействует на общество в целом.

Особенно это заметно в контексте рассмотрения проблем и изменений в пространстве отечественного дизайна. Некоторая задержка в развитии, или точнее сказать, не планомерное и последовательное изменение в отечественном дизайне, дают воз-

возможность его аутентичному звучанию и отличным взглядом на данный феномен. Этому способствовало и то, что в нашей стране развивалась теоретическая и методология направленность разработки проблем дизайна. Вместе с тем нельзя не видеть, что сегодня развивается тенденция осмысления дизайна в его концептуальном значении. В основе этого движения лежит стремление найти пути решения человеческих проблем, что важно для разработки теоретических и структурных компонентов дизайна, процессуального становления дизайна и его культурной обусловленности. Отечественный дизайн осознал, что в предметах заключены не только функции и пространственные свойства, но и их ценностные свойства, которые абстрагируются уже в понятии «аксиология». Созданный дизайнером продукт выступает, с одной стороны, как «объект», имеющее свою морфологическую, пространственную организацию, а с другой стороны — как общественно-человеческая «полезность», значимость, ценность. Таким образом, можно прийти к заключению, что множество элементов, относящихся к материально-вещественной культуре, образуют своеобразное морфологическое поле, множество общественно-ценностных элементов — аксиологическое поле.

Аксиоморфологическая трактовка предметного мира приводит к пониманию системной модели «человек–объект», что не равнозначно системе «человек–машина». Речь идет не столько о взаимодействии дизайнера с предметом, сколько, прежде всего, о комплексе социально-культурных взаимоотношений между предметом и человеком. Можно добавить, что и сам процесс создания объекта направлен на обозначение его культурной значимости и выявлении его сущностных качеств как субъекта культурной деятельности.

В этом контексте важно раскрыть методологически определяющее положение, показывающее, что дизайн и дизайн-творчество выступают самостоятельной и самодостаточной социально-культурной формой лишь после того, как материально-вещественный объект превращается в феномен — пространственной среды, символов и предметов. Иначе говоря, после того, как внешние формы обретают смысл, во внутреннем содержании многомерность приобретает широкое поле интерпретаций.

Подтверждением этого положения может выступить концепция «проектной культуры», воспроизводящей культурно-смысловое

пространство целостной и ценностной жизни человека. Теоретическая мысль в дизайне получила теперь реальный исторический материал для анализа социокультурного опыта дизайна, притом материал такого объема и насыщенности, который позволяет базироваться на осмыслении и обобщении разнообразных особенностей дизайна и определить его статус в современной культуре.

Сегодня можно с уверенностью сказать, что в каждой временной стадии развития мира вещественный мир выступает как результат деятельности прошлых поколений. Продукты дизайна связаны невидимой, но прочной связью с общими закономерностями развития общества, характером его социально-культурных отношений. Сложная конфигурация объективных процессов трансформации разнообразных форм и видов материальной и духовной деятельности порождает достаточно острые проблемы взаимодействия человека с окружающим миром.

Таким образом, ценностные отношения человека с предметной средой обусловлены, прежде всего, продуктами социальной практики. Они проявляются в предметной деятельности дизайна, которая включает в себя как создание предметов материально-духовной культуры, так и теоретическое осмысление процессов, проходящих в современной культуре.

Литература

1. Лола, Г. Н. Опыт метафизической транскрипции / Г. Н. Лола. — М., 1998.
2. Рунге, В. В. Основы теории и методологии дизайна / В. В. Рунге, В. В. Сеньковский. — М., 2001.
3. Флиер, А. Я. Культурология для культурологов / А. Я. Флиер. — М., 2000.

Л. П. Фукс-Шаманская
Москва, Государственный университет управления

Образ «Чужого» в творчестве Фридриха Шиллера (на примере стихотворений «Изречение Конфуция»)

Конец XVIII в. в Европе ознаменовался принципиально новым подходом к проблематике взаимодействия «своего» и «чужого». Если эпоха религиозных войн побуждала видеть в иных