

НЕКЛАССИЧЕСКИЙ ПЕРИОД РАЗВИТИЯ ДИЗАЙНА И ПРОЦЕССЫ КУЛЬТУРНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ

**(от ригидной методики конструирования
к мобильной компетенции трансверсальности)**

NON-CLASSICAL PERIOD OF DESIGN DEVELOPMENT AND CULTURAL MODERNIZATION PROCESSES

**(from the rigid constructing method
to the mobile competence of transversality)**

В. В. ГОЛУБЕВ

U. U. HOLUBEU

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: HolubeuUU@bsu.by

В статье рассматриваются транскультурные причины становления неклассического периода развития дизайна. Анализируются компетенции дизайн-деятельности и дизайнера в условиях кризиса мировой культуры. Предлагается использование концепции персональной творческой подвижности и жизнеспособной личности в качестве теоретической модели для организации проектной деятельности и развития нового типа профессионального дизайнера.

Ключевые слова: мировой культурный процесс; гибкая социальная идентичность; персональная творческая подвижность; компетенции дизайна

The article reveals the transcultural reasons for the non-classical period of design development. It analyzes the competence of the design activity and the designer in the conditions of world culture crisis. It proposes to use the concept of personal creative mobility and a viable personality as a theoretical model for organizing project activities and developing a new type of professional designer.

Key words: world cultural process; flexible social identity; personal creative mobility; design competences.

Современная «неклассическая» действительность, зафиксированная в многообразных формах культуры от постиндустриального западного либерализма до авторитарного восточного фундаментализма, переживает глубокий системный кризис. Многие исследователи находят общие для всех культур характеристики этого кризиса, что позволяет им гово-

речь о мировом «транскультурном» процессе как о процессе деформации ценностей, структуры и состояния всего культурного пространства, экономической модели социума и конкретной жизнеспособной личности. Мировой культурный процесс идет невероятно быстро и крайне противоречиво. На наших глазах «...он развивается по разным направлениям. Его внутреннее содержание состоит в диалоге прошлого и будущего, в отрицании культуры прошлого и в возникновении новой интегральной культуры, контуры которой еще только намечаются» [4, с. 251]. С другой стороны, постиндустриальное общество в своей культурной трансформации зафиксировало масштабный кризис идентификации, отразивший факт разрушения классических условий и традиционных возможностей становления человека. Целостно и динамично формировать свою персонификацию, социально-образовательную модель и всю систему предметной среды в проекции общественных, производственных и гендерных отношений для индивидуума стало крайне сложной задачей. На такую противоречивую ситуацию обратили внимание еще в середине XX века философы Франкфуртской школы. «Социологическое воззрение, в соответствии с которым утрата точки опоры в объективной религии, разложении последних резидиумов докапиталистической эпохи, а также техническая и социальная дифференциация и специализация приводят к культурному хаосу, ежедневно уличается в несостоятельности. Сегодня культура на все накладывает печать единообразия. Вся массовая культура в условиях господства монополий является идентичной, а её скелет, сфабрикованный последними, понятийный костяк, становится отчётливо очерченным» [6]. Это констатация не теряет актуальности и сегодня, в условиях глобализации и информатизации. Турбулентный и ресентитментный характер развития имеет, прежде всего, культура в традиционной ресурсной экономике, кризисы которой обуславливают радикализацию всех остальных сфер деятельности от политического противостояния в форме гибридной войны и экономического геноцида до разрушения социального консенсуса традиционных культур. Это особенно актуально для транзитивных экономических и культурных сообществ, которые во многом утратили вековые нормы, регулирующие внутренний мир и морально-нравственное поведение индивида. Ситуация теоретической эклектики и эгалитарной фазы в культуре XXI в., практическое нахождение в некой «нулевой точке» общего вектора развития культуры, вторичность философской парадигмы, поливариантная аксиологическая модель смыслов и деятельности сегодня выпукло отражается в микст-коллажных принципах «самостроительства» экономической и культурной модели такого переходного общества. На наших гла-

зах переплетаются радикально различные, но абсолютно равноправные мировоззренческие парадигмы, в рамках взаимодействия которых нет ничего общего. Национальная и социальная идентификация в таких геополитических конструктах сегодня предполагает не только собственно идентификацию в классических терминах и традиционных формах, но и механизмы радикального противопоставления «другим», «чужим, «инаковым». Главной функцией этой «сверхмашины» (Л. Мамфорд), становится работа по подавлению воли индивидуума к свободе гендерной самоидентичности, к поиску экзистенциального начала в душе и трансверсального в национальной культуре. Компилятивный и агрессивный характер типового для транзитивной культуры способа самоидентификации личности приводит к тому, что конструирование «биографии автохтона» как целостного и содержательного повествования ставит под вопрос содержание «многих» смыслов и универсальных ценностей, которое личность пытается осмыслить и применить по отношению к себе в коммуникации и диалоге с «другими». Такая ситуация создает диссонансные социально-психологические условия, в которых человек не может определить и актуализировать свою позицию по отношению к плюральным аксиологиям, гендерным нормам, альтернативным культурным ценностям, вследствие чего он не может отразить уникальность своего сознания и спроектировать себя как самодостаточную и деятельностную персону. Эта неотрефлексированность самоидентичности обостряет проблему поиска новых требований к процессу формирования социально значимых свойств и качеств современного человека (в том числе и в дизайн-образовании), к актуализации целостной личности и ее деятельному статусу в нестабильных условиях достаточно хаотического развития мирового сообщества. Первичная цель этого поиска – очерчивание динамичного круга *ценностей и компетенций*, которые должны помочь стабилизировать и развить современную личность. Поэтому насущная потребность в категоризации и поиске смыслов сегодня является важным фактором социокультурной динамики общества, становления поливариантной предметной среды и гармонизации многогранной личности. «Традиционное формирование ментальных матриц: научных, религиозно-мифических, стереотипных, этаких клише-образов, которые в коммуникации позволяют обрести чувство социальной идентичности и обустроить свой предметный мир, не является продуктивным решением. Только *гибкая социальная идентичность* становится элементом самовосприятия человека, обеспечивая его осознанием принадлежности к определенной социальной среде» [5, с. 276], среде, которая мобильно, гибко и динамично изменяет свою ментальную конфигурацию.

Одним из главных вопросов этого процесса по усилению гибкости и волатильности индивида, общественных групп и экономических классов становится роль дизайнера как эффективной модели формирования конкурентной и жизнеспособной личности, ускорения социокультурного строительства и «опредмечивания» экономической коммуникации.

«Сегодня дизайн признан неотъемлемой частью двух ключевых аспектов деятельности большинства организаций и коммерческих предприятий: инновации и идентичности. Компании признают, что в условиях конкуренции внутри страны и в международных масштабах они должны постоянно внедрять инновации, разрабатывать новые продукты и услуги, а также акцентировать внимание на отличии своей деятельности от конкурентов, завоевывая новых и удерживая старых клиентов» [3, с. 70]. Чтобы оставаться конкурентоспособными и востребованными, этим тенденциям должны соответствовать и сами институты дизайна.

В современном мире многое меняется, «если недавно казалось бесспорным, что такое понятие философии, как разум является абсолютным и самодостаточным, то в настоящее время идея целостного разума буквально на глазах распадается на автономное множество типов рациональностей. Это было выражено в постулате об окончательной *дифференцированности* разума на различные рациональности» [1]. Следуя этому постулату, констатируем, что и дизайн-деятельность как пример абсолютного и строгого иерархического мышления, мышления, которое, безусловно, предусматривает бинарность, дуальность и диалектичность, мышления, которое пронизывает всю проектную деятельность от исследовательского концепта до материального дизайн-продукта, от частного проблемного случая до глобального дизайн-проекта в неклассической фазе также претерпевает трансформационную модернизацию.

Среди традиционно и бесспорно значимых характеристик «классического» дизайна доминировали принципы коллективной анонимности, крупносерийности тиражных объектов, инженерной функциональности и финансовой прагматичности, экономической технологичности и материалоемкости, роста объема продаж и валового показателя. Компетентность дизайнера измерялась глубиной его практического владения этими понятиями и умением находить меру органичного соединения часто противоречивых требований. Однако безальтернативная опора на индустриальные механизмы массового производства привела к масштабному кризису компетентности дизайнеров. Моральный кризис «индустриаль-

ной машины» дизайна и «отчужденного» от личности прогресса, потеря человеческого ориентира при проектировании, нравственный релятивизм в проектных целях, творческое двоедушие и авторское двоемыслие сделали конформизм иногда единственно возможным средством межкультурной и профессиональной коммуникации и социализации личности как в границах дизайн-деятельности, так и в масштабах всей культурной парадигмы. Манипуляторное сознание массы узких дизайн-специалистов, возвращённых в таких условиях деятельности, стало основой их встроенности в ригидные экономические модели и репрессивные культурные системы. Умение услужить авторитарному заказчику, а не критически осмыслить результат своего и коллег проектного решения через многообразие и универсальную совокупность гуманитарных ориентиров на основе синтетичного знания и ценностей мировой культуры подорвало веру в «классический» дизайн как высшую форму теории и практики гуманизации мира искусственных систем.

«Неклассическая» фаза развития дизайна – это дизайн-деятельность, инспирированная расширением новых рациональностей в условиях социокультурных кризисов. Быстрое и масштабное развитие новой экономики, экономики «знаний и впечатлений» – когда «потребителем движут как рациональное, так и эмоциональное начала человеческой натуры. Эмоциональное начало влияет на выбор потребителя так же часто, как и рациональное, поскольку потребители ждут возбуждения фантазии и чувств и хотят, чтобы их развлекали, стимулировали, эмоционально возбуждали и искусно провоцировали [5, с. 50с]. Для обеспечения полноты культурной коннотации необходимо переосмысление форм и содержания дизайна: от функционального модернизма до неутилитарного трансмодерна.

Очевидно, что процессы такой культурной модернизации должны добавить к традиционным принципам организации дизайна новые подходы и компетенции. В списке главных достоинств профессионального дизайнера традиционно главную позицию занимает логическое умение методически решать комплексные задачи в рамках устойчивой парадигмы научно-технического прогресса и культурной эволюции, а само критическое мышление, эмпирическая актуализация и врожденные творческие способности рассматриваются как дополнительные инструменты для решения задачи. Но так ли это? Как использовать творческий потенциал, «эмоциональную конституцию» дизайнера и его нравственно-этическую позицию в решении культурных противоречий, в понимании проектных задач? И как делать это эффективно? Возможно ли уже сейчас реформировать концепцию взаимодействия экономики и дизайна, сферу

научно-исследовательской дизайн-деятельности, уйти от классического сугубо функционально-утилитарного мышления и предметно ориентированного индустриального «технофетишизма» в практике дизайна? Реально ли максимально развивать конвергентные технологии проектирования, синергетические (мапинг, формсторминг и тд.) проекции и образовательные методики, которые ориентированы на многоцелевой результат и эмоциональный стресс, где сопереживание и выход из «зоны комфорта» – обязательное условие общения и получения практического навыка? Очевидно, надо дать положительный ответ. Период, в который вступает дизайн в совокупности своих устоявшихся институциональных структур, промышленных, научных и образовательных сообществ демонстрирует решительный разрыв с консервативными и ригидными правилами организации стафф-дизайна прошлого века. Трансформация и модернизация дизайна в процессе адаптации к креативным секторам экономики и киберкультуре становится целевым приоритетом и временной границей его конкурентных компетенций. Перестройка концептуальной модели дизайна приводит к необходимости *персональной творческой подвижности* дизайнера и его переключаемости на разные формы и типы проектной и исследовательской деятельности, тренировке свойств эвристического мышления и личностной интегрированности в культуру. Эти творческие мотивы, убеждения и духовные ценности должны получить достойное развитие на всех уровнях профессиональной деятельности. Гибкость мышления, гендерный динамизм, открытость к социальным изменениям, готовность к новому – основные свойства «неклассического» дизайнера. Его компетентность направлена на овладение совокупностью характеристик, необходимых для профессионального развития: мобильность и интернациональность сфер деятельности, обладание оперативными и фундаментальными знаниями из мира науки, техники и искусства, вариативность методологии как умение применять тот или иной проектный метод, наиболее подходящий к проблемным условиям и типу проектирования. Отдельным качеством нужно рассматривать и самокритичность мышления – способность выбирать среди множества авторских решений наиболее радикальное и аргументированно опровергать стереотипные модели и оптимальные новации, «подвергать сомнению эффективные решения» [2]. Немаловажной становится в процессе модернизации знаний, умений и навыков и компетенция, связанная с «нематериальным активом» самого дизайнера. Уход от анонимности к концепции селф-брендинга как ключевого инструмента для повышения ценности дизайнера на рынке труда и перевода «профессионального я» в материальный капитал и информационный актив для бизнес-среды – актуальный тренд инфор-

мационной экономики. Понимание дизайнером своей профессиональной *незаменимости и уникальности* будет способствовать формированию новой активной единицы проектной деятельности, ведь такой персональный брендинг сегодня – основа для построения самодостаточной и грамотной стратегии личностного лидерства. К по-новому осмысляемым компетенциям дизайнера нового времени можно отнести и умение провести авторскую индивидуализацию дизайн-продукта за счет инклюзивного расширения эргономических удобств и операционных механизмов эксплуатации устройства; способность организовать радикализацию дизайн-продукта за счет возрождения символической образности вещи или деконструкции и симулякризации оригинала, превращении его в реплику; активное участие в деиндустриализации процессов изготовления дизайн-продукта за счет использования 3D печати, автоматизированных устройств, кастомайзинга, аутсорсинга и сетевых форм фриланса; менеджмент, связанный с декапитализацией источников финансирования; создание дизайн-продуктов, таких как краудфандинг, фандрайзинг, донорство и спонсорство.

Рассмотренные выше векторы модернизации проектного мышления и профессиональных ценностей в дизайне в контексте мировой культуры способствуют осознанию нового понимание самого дизайнера как некой трансверсальной культурной компетенции, дающей право на философское, художественное и личностно-эмоциональное осмысление жизненных вызовов и мобильных реалий. Пространство неклассического дизайнера «...предполагает многомерность, сферичность неправильной формы, в которой радиус-вектор постоянно меняет свое направление в длину. В зависимости от того, в каком направлении и насколько далеко осознается субъектом окружающий мир, зависит форма пространства. Условно его можно разделить на несколько координатных плоскостей таких сфер, как духовная, социальная, биологическая, коммуникативная, религиозная, научная и т. п., что объясняется современным пониманием единства человека, природы и общества. Эти пространства взаимодействуют трансверсально – пересекаются и ищут единства и обобщения, интеграции» [1].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Колесников, А. Постмодерн и новое постметафизическое мышление: от трансмодернизма к трансверсальности /А. Колесников [Электронный ресурс] / Научная библиотека КиберЛенинка. – 2013. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/postmodern-i-novoe-ostmetafizicheskoe-myshlenie-ot-transmodernizma-k-transversalnosti> /– Дата доступа: 16.03.2018.
2. Кондурар, М. Понятия компетенция и компетентность в образовании /М. Кондурар [Электронный ресурс] / Научная библиотека КиберЛенинка. – 2012. –

- Режим доступа: <http://cyberleninka2012.ru/article/n/ponyatiya-kompetentsiya-i-kompetentnost-v-obrazovanii#ixzz43iqkh280/> – Дата доступа: 27.02.2018.
3. Пресс, М. Власть дизайна: ключ к сердцу потребителя/ М. Пресс, Р. Купер. – Минск: Гревцов Паблишер, 2008. – 352с.
 4. Философия. Краткий тематический словарь. – Ростов н/Д: «Феникс», 2001. – 416 с.
 5. Шмитт, Б. Эмпирический маркетинг: как заставить клиента чувствовать, думать, действовать .../ Б. Шмитт. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2011. – 400 с.
 6. Horkheimer, M., Theodor W. Adorno Dialektik der Aufklarung Philosophische Fragmente / М. Horkheimer, Т. Adorno [Электронный ресурс]. – СПб., 1997 // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 21.03.2011. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5521>. – Дата доступа: 12.02.2018.

ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН – СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ

INDUSTRIAL DESIGN: THE STRATEGIC COMPONENT

А.Г. Длотовский, Н.В. Длотовская
A.G. DLOTOVSKIY, N.V. DLOTOVSKAYA

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Belarus
e-mail: dlotovskaya@tut.by

В статье проводится анализ мирового опыта развития дизайна как неотъемлемой части процесса производства материальных ценностей, экономики в целом и дизайн-образования в частности. Анализируется промышленный и технологический форсайт Российской Федерации на долгосрочную перспективу. Рассматриваются возможные варианты развития государственной поддержки дизайна и системы дизайна в целом, включая дизайн-образование в РБ.

Ключевые слова: промышленный дизайн; промышленность; образование; структура; господдержка; экономика; квалификация; условия; развитие; форсайт.

The article analyzes the international experience of design development as an integral part of the material values' production process, the economy in general and design education in particular. It also regards the industrial and technological foresight of the Russian Federation for the long term. The arti-