

**ДИЗАЙН КАК МЕТОД:  
ЛОГИКА УЧЕБНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ»**  
**MARKETING AND DESIGN: POINTS OF GROWTH**

В. В. ГОЛУБЕВ

U. HOLUBEV

Белорусский государственный университет  
Минск, Республика Беларусь  
Belarusian State University  
Minsk, Republic of Belarus,  
*e-mail: zbzdhj@gmail.com*

---

В статье рассматривается роль социо-гуманитарной методологии в учебной дисциплине «Дизайн-проектирование», как основы системной и профессиональной подготовки дизайнера в сфере коммуникаций и рекламы. Постулируется важность проектного мышления при организации учебных заданий и работы с визуальными материалами. Определяется роль и ответственность дизайнера в процессе проектирования материального дизайн-продукта. Подчёркивается необходимость внимательного изучения гуманитарного аспекта в социо-гуманитарных исследованиях, важность постоянной модернизации приемов анализа и синтеза в предпроектной деятельности, встраивание этапа ориентации в проектной проблеме в контекст глобальных социальных и культурных процессов.

*Ключевые слова:* социо-гуманитарные методы; учебное проектирование; идеальный дизайн-продукт; проектный образ; предпроектное исследование; визуальное исследование.

The article discusses the role of socio-humanitarian methodology in the discipline “Educational design” as the basis for systemic and professional training of a designer in the field of communications and advertising. The importance of project thinking in the organization of educational tasks and work with visual materials is postulated. The role and responsibility of the designer in the process of designing a material design product is determined. It emphasizes the need for a careful study of the humanitarian aspect in socio-humanitarian research, the importance of constantly modernizing the methods of analysis and synthesis in for-project activities, embedding the orientation stage in the project problem into the context of global social and cultural processes.

*Keywords:* socio-humanitarian methods; educational design; ideal design product; project image; for-project research; visual research.

---

*Modus vivendi* широкого понимания определения дизайна, как антропоцентричного (социального) феномена промышленной культуры и формы проектно-художественной деятельности, в условиях индустриального и постиндустриального экономико-технологических укладов, сегодня претерпевает активную критику и ревизию. И это вызвано тем, что в сфере теории дизайна на протяжении двух столетий нет единой точки зрения, на специфику природы опережающих способов отражения действительности, как основы социального творчества. Дизайн объективируется и как метод познания и преобразования природы, в «...особом образом организованные искусственные системы, составляющие предметные условия жизнедеятельности людей» [1, с. 43], и как форма проектной интерпретации образно-логических характеристик мира, без разрушения единства связей формы и функции. Дизайн, последние десятилетия трактуется в самом широком смысле, как закономерный процесс, объединяющий сферы творческой деятельности, как с явно целесообразным (природно-объективным) началом, так и сферы духовного производства с доминантой субъективной компоненты (индивидуально-экзистенциальное целеполагание).

Рассмотрение сути дизайна, как специфического (во многом субъективного) уникально-образного исследования, т.е. «проектного познания», ориентированного на исторический анализ динамики развитие процессов трансформации проблемных полей общественных явлений, во всем структурном и типологическом богатстве причин и источников, включает его в сферу социо-гуманитарных наук, где функционируют достаточно вариативные методы познания. Уникальность и единичность данного дизайн-исследования в том, что в него все время включен сам проектирующий субъект, как творческая личность, так и объективный по своей природе «другой», проектируемый человек со своим субъектно-деятельностным началом. Проблема проектирование чужого «Я», через социо-гуманитарные методы, это всегда проблема «изображение» противоречивой личности в предметной форме, в разнообразии ценностно-смысловых характеристик. И эту задачу не выполнить без ревизии форм культуру, как сферы взаимодействия для нахождения персональной точки опоры «Я» и постижение «глубины» чувств «Другого».

С другой стороны, суть дизайна, это и проектный синтез этих субъективных противоречий, в форме продукта объективной художественно-образной деятельности. Такой «материальный дизайн-продукт»

[1, с. 2], реализовав в себе рациональные формообразующие факторы из материальной культуры и технологий производства, демонстрирует свою научную целостность и техническую сложность, что позволяет говорить о важности естественно-научного, подхода к выбору метода дизайн-проектирования.

Очевидно, что в сфере дизайна, как синкретичного целенаправленного опережающего действия, по качественному «опредмечиванию» мира человека, как человека созидателя культуры, существуют объективные законы, а их выявление и познание есть важнейшая парадигма, которая и должна определять цели, задачи и структуру методики дизайн-проектирования вообще, и стать нормативной основой учебного дизайна в частности. Но так ли это? Метод «историзма» при анализе методологического обеспечения дизайна, требует очередной ретроспекции, хотя бы основных теоретических положений, выдвинутых общепризнанными деятелями профессии. Напомним, опираясь на справочник издательства *Dorling Kindersli* 2015 года под названием «*The definitive visual history design*», что среди основных взглядов на сущностные характеристики этого явления, наиболее популярными по мере развития исследований о дизайне и его культурного генезиса становились следующие тезисы: Г. Рид определял дизайн как высшую форму искусства, и это определение крайне популярно у современных арт-дизайнеров и дизайн-гуру; Дж. Глоаг напротив считал дизайн, особенно индустриальный, только фазой общего цикла промышленного производства, и встраивал его в систему экономических параметров, и именно этот взгляд, попрежнему доминирует в понимании дизайна в среде технических работников и IT-специалистов; Ф.-Ч. Эшворд в книге «Дизайнерское проектирование для промышленности» как сущностную особенность, выделял потребительскую функцию, как процесс установлению меры гармонии производителя и потребителя, на основе коммерциализации «эстетического качества», как обязательного условия промышленного продукта.

Такой подход по извлечению капитала из «визуального», сегодня рассматривается как основа успешных оптовых и розничных торговых стратегий; Дж. Нельсон обращал внимание на возможность через проектную деятельность создать условия, для максимально удобного приобретения «украшенного существования»; Т. Мальдонадо сосредоточил внимание на возможностях дизайна индустриальным способом обеспечить связи формальных качеств внутреннего содержания и внешней формы; Дж. Понти, отдавал в сферу дизайна, мир новых и прекрасных форм

будущих цивилизаций. Как видим даже беглый обзор, позволяет еще раз подтвердить тезис о дизайне, как деятельности, где цели, задачи и границы формируются, уникальным авторским концептом и субъективным выбором контекстуальных связей. Такое отсутствие общепризнанных дизайнерским сообществом парадигм проектирования, есть главная особенность дизайн-деятельности, как таковой. Именно этот, культивируемый в течении всей истории институционального дизайна теоретический плюрализм, привел к «параллельности» профессиональных понятий и определений, способствовал аморфности научного пространства и спонтанности в выборе инструментария знания. Множественность конкурирующих между собой моделей организации фаз проектирования дизайн-продукта и концептуальных схем анализа реальных связей, дизайнеров привели в теории и методологии дизайна к отрицанию самой возможности реального построения «единственно истинной модели» взаимодействия проектной триады: «субъект-объект-сфера». А семантическая линия в теории дизайна и герменевтическая проблематика трактовки «антропофеномена», к самой «неклассической фазе» развития профессии, когда свобода выбора любой теоретическо-методологической модели для описания, апробации и преобразования дизайн-деятельности, есть не маргинальная форма творческой девиантности, а норма креативной самореализации.

Особенно очевидно это стало в начале двадцать первого века, когда, акцентировать внимание на фундаментальном противоречии «логического и эмоционального» в сфере дизайн-деятельности, стало не актуально, и «атомизация» профессиональных определений дефиниций «дизайн», «человек», «культура», и прочих обязательных для исследования терминов достигло максимального уровня «постмодернистского» разнообразия. И это закономерный этап где, глобализм как идеология, а глобализация, как процесс, способствовали очередной смены вектора в развитии дизайна. Поэтому, тезис о том что «...основной принцип модернизма состоит в том, что архитектор или дизайнер обязан заниматься образованием масс с высоты своего развитого вкуса, то постмодернистский архитектор или дизайнер учитывает разнородность своей аудитории классовую половую, возрастную и расовую» [2, с. 220], стал самым действенным маркером для теоретического обоснования методик коммерческого дизайн-проектирования, выхолащивая гуманитарную, прогрессивную роль дизайнера, как специалиста в высоком уровне социальной ответственности.

Такой плюрализм в понимании и толковании дефиниции «дизайн», был вызван устойчивым ростом толерантного оптимизма, характерным для дизайнерского сообщества начала 2000 г. Времени когда, по словам Бивеса Хиллера, признанного английского дизайн-критика, главной дилеммой стало понимание культуры как формы потребления, или потребления, как содержания культуры. В своей книге «Стили XX века», после ретроспективного анализа он делает вывод: «или мы получаем удовольствие в потреблении и строим наши отношения с потребительскими товарами как позитивную возможность подчеркнуть собственную уникальность в водовороте перемен...или принимаем противоположную точку зрения, что как потребители мы всего лишь пассивные жертвы в продолжающемся капиталистическом заговоре», и добавляет, что: «последние годы тысячелетия выглядят яркими, не чувствуется беспокойства из-за порожденного спадом мрачного ощущения «конца света»... и у многих есть надежда, что моральные уроки полученные во время спада, не рассеются в лучах зари новой эры процветания» [2, с. 234].

Однако события последних лет и дней, а именно, когда «...все мы оказались перед лицом наступающего варварства, насилия и лжи» и далее, когда «...в этой ситуации чрезвычайно важно сохранить хотя бы остатки культуры и поддержать ценности гуманизма» [3], развеяли эти радужные, и столь многообещающие для развития дизайна ожидания. Именно ориентация на ценности гуманизма, актуализирует, казалось оставшуюся в «многовекторном» прошлом дизайна дискуссию, о содержании традиционных учебных дисциплин и методических клаузур по пропедевтике и проектированию. Ведь, при анализе учебно-методического дискурса в сфере учебного дизайн-проектирования, по-прежнему для многих преподавателей, отвечающих за эту дисциплину, в научно-гуманитарном обосновании, как минимум, открытым остается вопрос, какие законы, принципы и приемы оставить, как фундаментальную основу универсальной методики учебного дизайн-проектирования? И как максимум, на какую философскую картину мира и научную теорию социального знания опираться при формировании характеристик учебного дизайна, как специфического метода познания и созидания.

Кафедра коммуникативного дизайна ФСК БГУ в новой учебной программе по дизайн-проектированию для всех курсов, с 2-го по 5-ый [4], и построенной на теоретических и практических разработках видного теоретика отечественного дизайна, к. ф. н О. В. Чернышева, постаралась, ответить на этот вызов. Модернизированная и дополненная новыми

заданиями программа, ориентирована на синтез научно-философского подхода на основе диалектической концепции теории взаимодействия, и антропологических методов социо-гуманитарных исследований и компаративистских практик. По сравнению с типовыми программами других вузов, большее внимание в ней уделено дискурсу личного опыта и моральной ответственности преподавателя, за эмоциональную «нагруженность» заданий, их нравственное содержание, которое должно раскрыть творческий потенциал студента, не разрушая его личную автономию, сохраняя необходимый «эмоциональный комфорт», для возможности высказывания собственной позиции. Такая вариативность заданий по содержанию исследуемого проблемного поля, четкая форма презентации учебного проекта, создают терапевтическую атмосферу, где образовательный процесс, организуется как специфический «сервис», для творческой саморефлексии и анализа студентом своих креативных способностей и универсальных знаний, полученных в разной информационной среде. «Визуальная конкретность» и «семантическая неповторимость» учебных заданий, позволяет студенту при последовательном освоении практических материалов дисциплины, выработать главное умение для «безналогового проектирования», умение раскрывать «отличное, от само собой разумеющегося». Такой процесс, алгоритм которого четко структурирован по блокам (предпроектный и проектный), по фазам анализа-синтеза и конкретными по предмету исследования или презентации продукта этапами, способствует расширению культурного кругозора студента.

Важнейшим, задающим весь методический дискурс в этом процессе, становится первый этап, фазы предпроектного анализа. Этап «Ориентация в проблемной ситуации», который открывает для исследователя-дизайнера новые темы в диалоге с «миром вещей и людей», в том числе и травматического диалога о самых сложных морально-этических проблемах, на решении которых и концентрируется учебная практика. Этот диалог, явленный в наглядно-графической форме, охватывает последовательно все уровни объективного взаимодействия, от потенциальных возможностей и свойств знаков в сфере абстрактных отношения языка и сознания человека, до максимально развернутого «к миру» снятию действительных свойств вещи, предмета, объекта, события, явления процесса. Такая экспликация проблемы, позволяет последовательно проходя по иерархической структуре уровней взаимодействия, от предметно-личностного, через коллективно-профессиональный, к социально-общественному,

использовать для анализа противоречий, весь комплекс междисциплинарных компетенций и общеобразовательных знаний, сформированный в процессе обучения и воспитания. Схема ориентации увязывает в органическое целое, как объективные материальные носители, так и субъекта, уникального актора отношений и связей, а также учитывает изменения условий прохождения процесса – сферу взаимодействия. Анализ последовательность влияния языка, речи, мифа, метатекста, нарратива, на сущностные характеристики сферы взаимодействия формирует новое содержание противоречия, как «неявленной» противоположности в объеме понятии, как не раскрытого семантического горизонта. Ведь при поверхностном анализе проектной проблемы, который традиционно используется в методиках проектирования, как правило, не учитывается предельная важность «метафоричности» и «образности» значений гендерного языка, повседневного мема, форм анонимного кодирования смысла. Последующие этапы этой фазы, предпроектного анализа, в качестве исходных данных для исследования уже базируются, на выводах полученных при «распредмечивание» очерченных кризисных явлений, границ возможностей и горизонтов цивилизационных вызовов. Поэтому и выбор типа проектирования, и формулировка профессиональной задачи и определение принципа организации «материального дизайн-продукта» в зависимости от потребительской и рабочей функции, и исторический анализ способов решения противоречий, обуславливаются глубиной и системностью проведения ориентации в проблеме.

Поэтому, сегодня, когда дизайн, как метод, направлен на критическое переосмысление традиционных стереотипов понимания связи формы и функции, как утилитарно-рациональной пары, с позиций феноменологической перформативности, этоса постколониальности и критики архетипа и психоанализа телестности, учебный дизайн должен рассматриваться как концептуальное моделирование форм социальной инженерии и проекций современности в вещную форму. Это системное разрушение семантического стереотипа и визуального аналога, как символа чужого «мыслеобраза», есть самый верный путь к человеку-ориентированному и научно-философскому дизайну.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Чернышев О. В.* Дизайн-образование: новая модель профессиональной подготовки дизайнера. Мн. : Прописи, 2006.
2. *Хиллер Б.* Стиль XX века. М. : СЛОВО, 2004.

3. Электронный журнал «Горький». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gorky.media/reviews/filellinskaya-karta-opyta-i-oshhushhenij/>. – Дата доступа: 05.12.2021
4. Голубев В. В., Фролова Н. Ю. Дизайн-проектирование № УД-9081/уч. Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности: 1-19 01 01 Дизайн (по направлениям) направления специальности: 1-19 01 01-04 Дизайн (коммуникативный) / В. В. Голубев, Н. Ю. Фролова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibr.bsu.by/handle/123456789/255235>. – Дата доступа: 12.01.2022.

**ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИЯ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ  
2-го КУРСА КАФЕДРЫ КОММУНИКАТИВНОГО  
ДИЗАЙНА**

**FEATURES OF TEACHING THE DISCIPLINE  
“DESIGN ENGINEERING” FOR 2nd YEAR STUDENTS  
OF THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION DESIGN**

О. Е. ГОПИЕНКО  
O. GORPIENKO

Белорусский государственный университет,  
Минск, Республика Беларусь  
Belarusian State University  
Minsk, Republic of Belarus  
*e-mail: gopienko@bsy.by*

---

В статье автор ставит своей задачей показать связь профессионального обучения в университете с уровнем подготовки выпускников школ и, соответственно, с уровнем подготовки выпускающихся специалистов.

*Ключевые слова:* дизайн-проектирование; практические навыки; профессиональное мировоззрение; системно-деятельностный подход; принципы опережающего проблемно-методологического проектирования; общеобразовательная культура.

In the article, the author aims to show the connection of vocational training at the university with the level of training of school graduates and, accordingly, with the level of training of graduates.