

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ДИЗАЙНЕРОВ: КОНЦЕПЦИЯ НАЙДЖЕЛА КРОССА

DESIGN THINKING OF INNOVATIVE DESIGNERS: THE CONCEPT OF NIGEL CROSS

Д.В. Дьячкова

D.V. Dzyachkova

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: dzyana.dzyachkova@gmail.com

Статья посвящена дизайн-мышлению инновационных дизайнеров. В четвёртой главе книги «Дизайн-мышление: осознание того, как мыслят и работают дизайнеры» британского теоретика дизайна Найджела Кросса особое мышление дизайн-специалистов раскрывается в описании черт характера, стиля работы и дизайн-стратегий, используемых инновационными дизайнерами в проектной деятельности.

This paper introduces the design thinking of innovative designers. In the fourth chapter of *Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*, by British design theorist Nigel Cross, the special thinking of design professionals is revealed in their inherent character traits, work style and design strategies used by innovative designers in their activities.

Ключевые слова: дизайн-мышление; инновационный дизайн; Найджел Кросс; дизайн-стратегии.

Keywords: design thinking; innovative design; Nigel Cross; design strategies.

Введение

В современном мире наблюдается актуализация и пролиферация дизайна. Следовательно, возрастает интерес к теории дизайна, в том числе к одной из составляющих этой теории – дизайн-мышлению.

Изучением мышления дизайнеров и разработкой концепции дизайн-мышления занимался британский теоретик дизайна и сотрудник Общества исследований дизайна (*Design Research Society*) Найджел Кросс (*Nigel Cross*). В своей книге «Дизайн-мышление: осознание того, как мыслят и работают дизайнеры» (*Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work*) Н. Кросс пытается раскрыть сущность «дизайн-способности» (*design ability*) и прояснить процессы мышления и работы дизайнеров. Учёный исследует деятельность дизайн-специалистов, описывает свои исследования (*case studies*) и на этом основании делает выводы о специфике дизайн-мышления и особенностях деятельности в сфере дизайна.

В своей работе я обращусь к четвёртой главе данной Н. Кросса – «Как мыслят дизайнеры» (*How Designers Think*), посвященной дизайн-мышлению инновационных дизайнеров. Базируясь на исследованиях дизайн-творчества, автор показывает, что особенность мышления инновационных дизайнеров проявляется в некоторых чертах их характеров, стиле их работы и подходах этих дизайнеров к собственной деятельности [1].

Дизайн-мышление инновационных дизайнеров

Выдающиеся дизайнеры обладают рядом личностных особенностей. Н. Кросс выделяет следующие особенности: мотивация, уверенность в своих силах, физическая выносливость, интерес к данной сфере деятельности (часто возникающий уже в детстве или юности) и готовность к проблемам и рискам.

Дизайнеры также имеют отличный от других специалистов стиль деятельности. Его характеризует погруженность в сферу деятельности, чередование периодов интенсивной активности и отдыха и командный характер работы. Кросс приводит примеры того, как мотивация успешных дизайнеров обуславливает углубленное изучение ими той области, в которой они специализируются. Кроме того, у инновационных дизайнеров напряжённая работа (часто с использованием скетчей, схем и макетов) сменяется отдыхом и отличными от дизайн-деятельности занятиями. Такое чередование полезно для специалистов, так как во время фазы ментальной расслабленности ко многим из них приходит решение дизайн-проблемы. Наконец, дизайнер нуждается в команде, готовой работать с такой же отдачей, как и он сам. Таким образом, стремление дизайнеров-специалистов погрузиться в область собственной деятельности, сочетание напряжённой умственной активности и ментального отдыха, а также работа с командой формируют характерный для дизайнеров стиль работы.

Беспрецедентность разработок креативных дизайнеров определяет подходы этих дизайнеров к своей деятельности. Таких дизайн-стратегий три: (1) системный подход, (2) особое определение проблемы и (3) принцип первоначал (*first principles*).

Во-первых, выявляя дизайн-проблему и стремясь найти её решение, инновационные дизайнеры мыслят системно и учитывают все факторы.

Во-вторых, дизайнеры ставят целью не только удовлетворение требований заказчика, но и решение самостоятельно определённой проблемы, которая значительнее этих требований. Такая проблема, выявленная специалистом, обуславливается не только конкретной дизайн-ситуацией, но и собственными побуждениями дизайнера и его взглядами на область своей деятельности.

В-третьих, специалиста в сфере дизайна отличает применение принципа первоначал как при определении проблемы, так и в поиске инновационного решения. Первоначала – это наиболее важные причины, которые лежат в основе какой-либо деятельности [2]. Выявление первоначал позволяет дизайнерам генерировать прорывные идеи. По мнению автора книги, описанные выше дизайн-стратегии особенно актуальны тогда, когда возникает конфликт между побуждениями дизайнера и требованиями, выполнение которых удовлетворит заказчика. Такая конфронтация стимулирует креативность дизайнера и увеличивает вероятность того, что у него возникнет креативная идея.

Итак, автор выделяет три дизайн-стратегии (системное мышление, особое определение проблемы и принцип первоначал), которые при наличии конфликта между значимой целью дизайнера и посредственными требованиями заказчика позволяют дизайн-специалисту разработать инновационную идею.

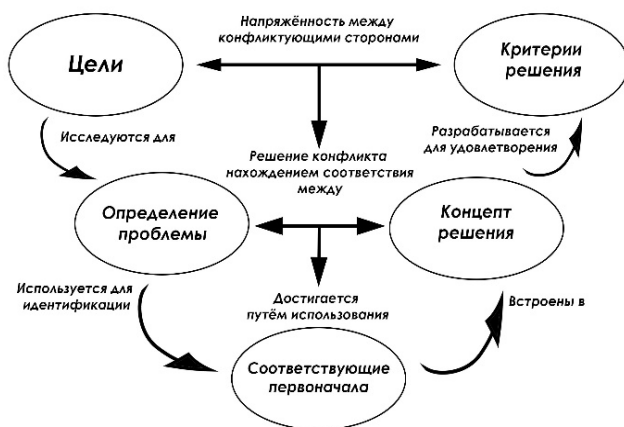


Схема дизайн-стратегии, используемая креативными дизайнерами

Для обобщения своей работы Кросс моделирует схему используемой креативными дизайнерами дизайн-стратегии (рис. 1). В этой схеме есть три уровня. На первом уровне определяется цель дизайнера в конкретной дизайн-ситуации; между этой целью и заданными заказчиком критериями решения проектной проблемы возникает конфликт, стимулирующий креативность. Для устранения этого конфликта специалист, определив проблему дизайн-проекта, стремится привести её в соответствие с концептом решения. Нахождение решения, которое устранил проектную проблему, происходит с применением соответствующих

данной ситуации первоначал. Концепт решения базируется на этих первоначалах и в итоге разрабатывается для удовлетворения критериев заказчика. Таким образом, созданная Кроссом схема показывает, как дизайнеры мыслят и действуют для решения проектной проблемы.

Заключение

В четвёртой главе книги Н. Кросса «Дизайн-мышление: осознание того, как мыслят и работают дизайнеры» развивается тема дизайн-мышления креативных дизайнеров. Автор приходит к выводу о том, что особое мышление дизайн-специалистов раскрывается в присущих им чертах характера, стиле работы и дизайн-стратегиях, используемых инновационными дизайнерами в проектной деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Cross N. Design Thinking: Understanding How Designers Think and Work. Oxford: Bloomsbury, Berg, 2011. P. 63-72.
2. Meaning of First Principles in English [Electronic resource]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/first-principles> (date of access: 01.09.2022).

КОММУНИКАТИВНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В МЕТОДИКЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИЗАЙНА КОСТЮМА И ТКАНЕЙ

COMMUNICATIVE COMPETENCIES IN TEACHING METHODS OF COSTUME AND FABRIC DESIGN

В.С. Крыса

V. Krysa

Белорусский государственный университет
Минск, Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Belarus
e-mail: kafedramoda@mail.ru

Статья описывает проблемы коммуникативного образования студентов по специальности «дизайн костюма и тканей». Рассматриваются коммуникативные аспекты в дизайне одежды.

The article describes the problems of communicative education of students majoring in costume and fabric design. Communicative aspects in fashion design are considered.

Ключевые слова: дизайн одежды; дизайнеры костюма и тканей; легкая промышленность, мода.

Keywords: clothing design; costume and fabric designers; light industry, fashion.

Повышение уровня качества образования является одной из актуальных проблем для всего мирового сообщества. Решением данной проблемы является модернизация содержания образования, оптимиза-