

новая практика», «Дизайн как политика» и «Становление человека посредством дизайна» – является важным вкладом не только в развитие теории устойчивого развития, но и в теорию дизайна как таковую. Все три работы направлены на осмысление ведущей темы его творчества – взаимосвязи теории и практики дизайна, политического активизма дизайнеров и роли дизайна в эволюции человеческого рода. Согласно Фраю, мир является продуктом дизайнерской деятельности. Города и инфраструктура, социальные и политические институты, символический и предметный мир созданы людьми и не являются естественными явлениями.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Design Philosophy Papers [Electronic resource]. Mode of access: <https://www.thestudioattheedgeoftheworld.com/archive1.html/> (date of access: 08.10.2023).
2. Fry T. A New Design Philosophy: An Introduction to Defuturing. Sydney: UNSW Press, 1999.
3. Fry T. Defuturing: A New Design Philosophy. London: Bloomsbury Publishing, 2020.
4. Fry T. Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice. Oxford: Berg Publishers, 2009.
5. Fry T. Design as Politics. Oxford: Berg Publishers, 2011.
6. Fry T. Becoming Human By Design. Oxford: Berg Publishers, 2012.
7. Fry T. Remaking Cities: An Introduction to Urban Metrofitting. London: Bloomsbury Publishing, 2017.
8. Fry T. Writing Design Fiction: Relocating a City in Crisis. London: Bloomsbury Publishing, 2021.
9. Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future [Electronic resource]. Mode of access: <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf> (date of access: 08.10.2023).

ПОСЛЕ ДИЗАЙНА: ТРАНСФОРМАЦИЯ МЕДИУМА

AFTER DESIGN: TRANSFORMATION OF THE MEDIUM

В.В. Голубев

Uladzimir Holubeu

Белорусский государственный университет,
Минск, Беларусь, HolubeuUU@bsu.by
Belarusian State University,
Minsk, Belarus, HolubeuUU@bsu.by

В статье анализируются теоретические предпосылки формирования нарратива дизайн-деятельности в контексте мета/постмодернизма и постгуманизма. Системно рассматриваются проблемы включения дискурса о трансформации медиума, в теорию дизайна и исследований культурной парадигмы «капиталистического реализма». Предлагается систематизация факторов, определяющих

связь дизайна с науками об постиндустриальной экономике и философии культуры постчеловека.

Ключевые слова: культура; дизайн-деятельность; постгуманизм; постчеловек; антропоцентризм; медиум.

The article analyzes the theoretical background for the formation of a narrative of design-activity in the context of meta/postmodernism and posthumanism. The problems of incorporating discourse about the transformation of the medium into the design theory and research into the cultural paradigm of “capitalist realism” are systematically considered. A systematization of the factors that determine the connection between design and the sciences of post-industrial economics and the philosophy of posthuman culture is proposed.

Keywords: culture; design-activity; posthumanism; posthuman; anthropocentrism; medium.

Сегодня, когда важно осмыслить сложнейшие концепции и конфигурации человека как медиума современного мира, мира, сформированного трансформацией традиционных культурных коммуникаций и опрокидываемых культурных дискурсов, проблематика отношения Дизайна и Человека нуждается в переосмыслении этих двух понятий. Начнем с дизайна. Пытаясь описать различие между классическим пониманием дизайна и современной его трактовкой, приходится обобщать разнообразие подходов до двух практик: первая практика обращена к изначальной объективности форм взаимодействия «человек-предмет-общество» и соответствует нарративу когнитивной отвлеченности дизайнера от проблем дизайн-деятельности. Вторая практика, наоборот, обращена к невозможности рассмотрения «внеположенности» дизайнера к процессу творчества по созданию «идеального дизайн-продукта» [1] как культурного капитала человека, без учета самого дизайнера, его этической и эмоциональной вовлеченности в систему духовных ценностей. Традиционно практические формы дизайн-деятельности требуют от мыслящего проектанта максимальной дистанции от всего, что составляет эмоциональный фон его мысли и психологии творчества, а также включения в свой инструментарий классических проектных методов. Такой подход требует отказаться от эпичности или лиричности окружающего мысль дизайнера речевого контекста среды, от нереализованной телесности автора и его гендерного статуса, от цикличности ритмов исторического времени, «тщетной страсти к жизни» и экзистенциальности дизайнера, как человека, как субъекта вечно «незавершенного проекта». Поэтому современная дизайн-мысль, напротив, вовлекает дизайнера и все его «полные страсти», жизненные практики и акты в содержание проекта. Она институализирует в свободной и гибкой форме главную интенцию постмодерна, а именно – феномен «инакомыслящего» человека, интуитивно «самодостойного» и

«самостоящего» в утверждении своей человечности. «Сдвиг к ценностям постмодерна», – пишет видный американский социолог Рональда Инглхарт, – «не первый в истории случай крупного культурного сдвига. Так, переход от аграрного общества к индустриальному был облегчен сдвигом, означавшим отход от мироотношения, формируемого неподвижно-устойчивой экономикой. Такое мироотношение характеризовалось неприятием социальной мобильности, и упор в нем делался на традиции, наследуемом статусе и обязательствах перед общиной, подкрепляемых абсолютными религиозными нормами; его сменило мироотношение, поощрявшее экономические достижения, индивидуализм и инновации, при социальных нормах все более становившихся светскими. Некоторые из этих тенденций, связанных с переходом от "традиционного" общества к "современному", в настоящее время достигли своих пределов в передовом индустриальном обществе, где перемены принимают новое направление» [2]. В такой взаимосвязи человек в дизайне разворачивается, как субстанция проектной деятельности, «не как существо, но как глагол, как действие, как процесс», где «понятие «человека» и историческая формация «гуманизма» поддерживались постоянно транслируемыми описаниями символических «других», которые работали в качестве маркеров подвижных границ, определяющих, кто и что может считаться «человеком» [3, с. 31], – о чем пишет Франческа Феррандо в книге «Философский постгуманизм». И сегодня очевидно, что в контексте теоретической рефлексии о ценностях дизайн-деятельности и смысле предметной практики, теряя дихотомическое различие внутреннего смысла и внешнего решения, уникального опыта и общего правила, единичности акта и множественности репродукций дизайнер встречается с первым и ключевым противоречием – с самим собой, с дизайном в себе, но не как с состоявшимся субъектом, наделенным необходимыми профессиональными компетенциями, а с собой, как с «процессом» вопрошания о себе. Означает ли сегодня такая смена парадигмы в конструировании сущности/внешности дизайнера, уход от рационально-утилитарного дискурса в субъективный «постгуманизм», в дискуссию о «заброшенности» индивида в мир и случайности анонимного набора социально значимых свойств и качеств, его формирующих? Допустима ли замена в дизайн-деятельности (или, может, она уже идет или произошла) концепции антропоцентризма как проблемы человеческой эволюции на концепт «антропоферации» как культурной деконструкции и рандомной селекции? Причем в такой постановке вопроса формируется новое проблемное поле для дискуссии о случайности формирования материальной памяти, о избирательности созидания того или иного культурного опыта, но обязательности и тотальности

процесса разрушения как утверждающей себя практики «человекостановления». Применительно к нашему случаю можно сказать, что стать дизайнером можно лишь разрушая сложившиеся представления о массовом дизайне, особенно если сфера предметной среды и пространства жизнедеятельности человека становится эгоистичной в поиске своей идентичности, а ценностная ориентация персоны на самолюбование – антигуманной парадигмой принятия человеколюбия. В дискуссии о «ктойности» (по аналогии с «чтойностью» М. Хайдегера) человека, актуализируется вопрос, остается ли мышление универсальным маркером человека, или превращается в одну из форм «схватывания» себя в бытие? Поэтому, если точнее очертить заявленное проблемное поле человекоцентричного дизайна в условиях пермакризиса капитализма, встает вопрос о возможности трансформации границ мышления человека неклассического дизайна, или «постдизайна», и структурирования его формы деятельности через сеть маркеров, фиксирующих связи с социально-философскими теориями, инновационными технологиями производства и новыми культурными практиками. Через эту сеть можно увидеть формирующийся дискурс новых основ дизайн-деятельности, набросок возможных конфигураций дизайн-исследований, включающих в себя гуманитарные науки, направленные на постколониальный, гендерный, этологический и семантический анализ человека как медиума культуры, критику классической эстетики через оптику поликультурного эстетизиса. Безусловной становится и важность творческого процесса, направленного на формирование «нового языка» для дискуссии о постгуманизме и постчеловеке как «философии актуальности», как о ключевых понятиях уже постпостмодернизма, где постпостмодернизм рассматривается как этап усиления интенсификации деконструкции культурного нарратива и дальнейшая мутация капиталистического модернизма. Следовательно, постчеловек в постпостмодернизме выступает как отражение своевременного культурного аутизма и разнообразия структуры чувств, которые меняют интенцию от искренности к сарказму, от сарказма к иронии, от иронии к романтической сентиментальности человеколюбия. Начиная построение новой модели взаимодействия дизайнера и человека, необходимо переосмыслить определенное современное понятие «гуманизм», отобрать у человека его «мерность» всего и всегда, вернуть критичность по отношению к самому себе. Ведь именно эта истина об отсутствии другого мира в отсутствие человека способствовала превращению гуманизма в тотальный антропоцентризм, при котором отношение и к природному миру, и к миру вещей превращается в форму экстенсивной власти над объектом и реализуется в разнообразных практиках подчинения и насилия над «нечелове-

ческим, но человекоподобным» [3]. Это отсутствие сдерживающих принципов как раз и привело традиционного медиума дизайна – «витрувианского» человека, вписанного в «квадратуру круга» традиционного гуманизма к разрушительным в начале XXI в. (война, варварство, ложь) итогам антропогенеза. Поэтому постмодернистский медиум, который инициирует это переосмысление, демонстрирует один из путей современной критической мысли, на котором исчезает доминанта «антропоцентризма», «субъекта», «персоны» и даже коррелируется категория «сознания», которая, генеалогически увязана с историей и эволюцией самого критического разума и предметности действия. Теперь критика автономности сферы сознания, доминанты производственных отношений, глобалистской *realpolitik*, рациональной социальности выступают как необходимый акт для избавления от засилья утилитарного гуманизма, служит инструментом герменевтической апробации «случайности» человека, как медиума, который может утверждать себя только через трансформацию своей самости и установление новых границ поля взаимодействия людей, идей и предметных условий. Внутренняя свобода постчеловека становится тотальной инсталляцией, где мы больше не учреждаем себя, а мы есть кем-то заявленное, в чем-то упомянутое, о ком-то сказанное, но не действительное. И значит, внешняя свобода рассматривается всего лишь как популистский лозунг для потребителя традиционного социокультурного нарратива.

Второй тезис в нашей проблемной ситуации связан с амбивалентностью понятийного аппарата и семантической гибкостью формирующегося языка «постдизайна», его релятивистских определений, романтических интонаций и эпических модальностей. Пролиферация дизайна в мире общественно-социальных общностей как форма культурного присутствия на планете Земля, как способа интерактивной коммуникации и синкретичного мышления, идущего на смену традиционному оперированию дуальностями и оппозициями, создает новую картину совместного проживания человеческого, человекоподобного и нечеловеческого. И в этой полифонии, в которой слышен голос не только дихотомических пар мира людей, присутствует на равных и речь мира взаимообусловленных вещей и знаков, которые исчезающая биосфера транслирует безотносительно медиума. Сегодня и сам человек как медиум очень быстро меняется, и парадигма личности уже не служит целостной моделью для идентификации себя в мире и истории. Процесс тотальной трансформации массовых и сетевых коммуникаций в калейдоскопе фрагментарных сообщений и симулякров затронул и морфологию мышления человека, оно разрушается в следствие упрощения системы информационно-речевых узлов, десенсуализации сознания,

хаотичности в отборе фактов, явлений и данных, о чем мы напишем ниже, перечисляя факторы культурогенеза. Медитум, панически пытаюсь не пропустить как бы важную для него информацию, в потоке случайных фактов, специфического бесконечного текста, данных, не встроены в контекст миросозерцательного мифа, мемориальной культуры и коллективной идентичности, впадает в глубокое состояние хронического стресса, ведущее к сложнейшей нейромедиативной редукции высшей нервной деятельности. Огромную роль в этом сыграл факт «потери памяти» как следствие ухода от коммеморационной практики культивирования прошлого. Традиционно считается, что память нужна для формирования проекта будущего, но на самом деле именно картина будущего определяет содержание памяти как психологического процесса собирания личности из множества экзистенциальных сигналов. И ныне, когда «свет будущего ... тускнеет», а «...надежды на будущее стали скромнее», как пишет А. Ассман в своей книге о темпоральности модерна, «будущее утратило для нас притягательную силу, оно перестало быть той перспективной точкой схода, к которой устремлены наши чаяния, цели и планы. Как свидетельствуют историки, у каждой эпохи есть свой горизонт будущего; эти горизонты могут трансформироваться, тут нет ничего нового. Но в данном случае не просто обнаружилась несостоятельность определенных прогнозов – коренным образом изменилась сама концепция будущего. Она подверглась глубокому пересмотру и переоценке» [5], это утверждение справедливо и для дизайна. Такой поворот к фрагментарности и апофатичности будущего особенно заметен на генеалогическом анализе тех поворотов в истории дизайн-деятельности, которые приводили к сменам парадигмы дизайна. Классические взгляды дизайнеров на связь формы и функции базировались на возможности создания нового языка формообразования (понимаемого в предельно широком смысле качественного скачка), и этот язык не мог быть ориентирован в прошлое, он должен был быть направлен в будущее, поскольку именно оно служит основой революционной проективности, в которой, чтобы уяснить новое содержание дизайна, надо было «манифестировать» новую парадигму, в которой содержание на 100 лет стало выше формы.

Третьим тезисом в дискуссии о новой модели взаимодействия идеи постчеловека и формирующихся практик постдизайна может стать базовое утверждение о допустимости генерализации категории «метантроп», о введении туда не только традиционного сообщества разнополых биологических существ с развитой социокультурной жизнью, но и явления в нем мира трансгендерных партнеров, клонированных и геномодифицированных особей, сторонников квир-практик,

представителей течения трансгуманизма, которые провозгласили своей целью радикальное усовершенствование человека имплантатами до состояния биоробота, манипуляторами до стадии киборга, а при использовании искусственного интеллекта и до сетевой аватары. Эти трансформации медиума уже сегодня возможны с помощью достижений передовой науки и виртуальных технологий, а в будущем, возможно, превратятся в форму повседневной рациональности и, говоря термином Марка Фишера, «капиталистического реализма» [4], если, конечно, дискурс научного прогресса и модерна, как основа идеологии технофутуризма, не будет практически переосмыслен в рамках спекулятивных форм дизайн-практик и Science-Art деятельности, направленной на критику вседозволенности научного опыта и способов получения прибыли.

Неклассическая модель дизайн-действия разворачивается как контрреволюционный процесс, где три фазы агентности дизайнера: 1) духовная спекуляция как возгонка и перепродажа искаженной философии модерна; 2) псевдоинновационная фальсификация как подмена идеи новой формы идей интерпретации смысла; 3) консьюмеристская монетизация как беспринципная эксплуатация культурного капитала и творческого труда – превращаются в либеральных институциях в толерантный и политкорректный дизайн-мейнстрим, манифестом которого становится многообразие активностей и практик, где когнитивность проектной мысли как методика создания действительно нового и субстанциональная данность человека-субъекта – знаковые отличительные признаки «хорошего дизайна» – больше не доминируют, а включаются на правах плюралистического разнообразия в временные коммуникации между «человеческим» и «нечеловеческим», между опредмеченной самостью дизайнера и обобществленной идентичностью дизайнера. Способствуют подмене объективных, духовно возвышенных основ дизайна и превращению его в «постдизайн» четыре важнейших фактора духовного культурогенеза и изменения предметных условий существования социума. Повсеместно происходит фрагментация медиума как обязательное условие его монетизации. Сами аудиовизуальные сообщения, тексты, нарративы становятся все короче и короче, а потребитель этих высказываний все чаще меняет сферу деятельности, систему ценностей и формы производства: актеры переходят из одного маргинального сообщества в другое, профессиональный ремесленник становится прекариатом, независимый проектант – наемным стаф-дизайнером. Ускоряясь, идет процесс темпорального прессинга личности, разрушающий как телесную целостность, так и духовное разнообразие человека. Усиливается деконтекстуализация медиума, в обществе нет понимания логики и закономерности процесса культурогенеза и условий его

сингулярности, доминирует «широко распространенное ощущение не только того, что капитализм является единственной жизнеспособной политической и экономической системой, но и того, что теперь невозможно даже вообразить непротиворечивую альтернативу ему» [4]. Ре-контекстуализация медиума, как манипуляция его явлением и событием, позволяет усилить «недоверие к метанарративам», говоря термином Лиотара, формируя устойчивое отрицание всего символического, что структурирует наш опыт реальности. Сегодня медиум трансформирует факты как оценочные суждения, поддаваясь давлению агрессивных меньшинств, где сетевые инфлюэнсеры и лидеры анонимного общественного мнения провоцируют конфликт экстерриториальной морали и авторитетной двусмысленности.

Возможно, чтобы остановить в среде дизайнеров эти разрушающие проектно-творческое мировоззрение тенденции и разрастание количества «антропаутов», людей, выпавших из динамичной и критической культуры, надо смиренно и безвозвратно отречься от идей личного капитала и неограниченного «благополучания», комфорта «безмыслия», внекультурного релакса и прочих фетишей массового человека, запечатлённых в требованиях к дизайну «капиталистического реализма», и вернуть постулат о том, что подлинное сознание в личности есть страдание от незавершенности, от случайности и заброшенности, а осознание этого страдания как экзистенциального проекта есть фундамент культуры постдизайна. Главной интригой должно стать стремление к введению проблематики экзистенциальности бытия и времени (М. Хайдеггер) в проектную плоскость. И пусть еще идеи «романтического» дизайна, дизайна, призванного искать сложные смыслы, а не простые утилиты, дизайна, где поиск «меры середины» (*Verlust der Mitte*) есть важнейшее условия развития внутреннего мира дизайнера, его «ландшафта души», не стали новым манифестом, можно отметить, что даже рассуждения в этой интенции уже приводят к «избыточности человека», человека-метантропа, который никогда не одинок со своим «другим Я». Этот исчезающий и в то же время самопроектирующийся человек всегда больше некоей «человекомерной единицы гуманных свойств и качеств», встроенной в систему общественно-полезной деятельности, властных иерархий и моральных привилегий. У «постчеловека» открытый финал, как бы только нарисованный мимолетным эскизом, который не проясняет будущее, а оставляет многое покрытым сумерками и полутонами. «Мерцающий» как галлюцинация сущего новый человек в постдизайне – это контрверсия человека Хозяина, с его высокомерной идеологией «надзирать и наказывать» (М. Фуко) младших братьев по природе, девиантных сородичей и диссидентствующих

современников. Он способен понять логику «антропокосмического пути», эмоционально реагировать на разнообразие гуманитарных активностей и научно-технических практик, открывать перспективы революционной художественной формы. В такой оптике творческого зрения не потеря стабильной индивидуальности проектанта, как его хорошо продающаяся профессиональная компетенция в дизайне, становится внутренней мотивацией, а вечный и страстный спор, фатальный диалог сердца и мозга, которые то обманывают нас, не отличая воображаемое от реального, выдавая «кажимость» за действительное, то озаряются осознанием новой картины мироздания как бесконечного проекта о пост/сверх/человекостоянии к смерти, но без духовной патологии и культурного снобизма.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Чернышев О.В.* Дизайн-образование: новая модель профессиональной подготовки дизайнеров. Минск: Пропилеи, 2006.
2. *Инглегарт Р.* Модернизация и постмодернизация // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. М.: Academia, 1999.
3. *Феррандо Ф.* Философский постгуманизм. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2022.
4. *Фишер М.* Капиталистический реализм [Электронный ресурс]. URL: https://royallib.com/read/fisher_mark/kapitalisticheskiy_realizm.html#20480 (дата обращения 20.09.2023).
5. *Ассман А.* Распалась связь времен? Взлет и падение темпорального режима Модерна. М.: «НЛЮ», 2013.

ИССЛЕДОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПО ПРОБЛЕМЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА КАФЕДРЕ КОММУНИКАТИВНОГО ДИЗАЙНА

RESEARCH AND DEVELOPMENT OF VISUAL COMMUNICATIONS ON THE ISSUE OF INFORMATION SECURITY AT THE DEPARTMENT OF COMMUNICATION DESIGN

О.Е. Гопиенко

В. Наріуенка

Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь, *gopienko@bsu.by*

Belarusian State University,
Minsk, Republic of Belarus, *gopienko@bsu.by*

В статье анализируются изменения, которые привнесли в профессиональную и повседневную жизнь цифровые технологии. Систематизируются способы повышения информационной грамотности. На примере выпускной работы