

УДК 130.2

ФИЛОСОФСКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДИЗАЙНА

Положенкова Е.Ю.

Доктор философских наук, доцент, профессор

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ФГБОУ
ВО "Донской государственный технический университет" в г. Шахты
Ростовской области*

г. Шахты, Россия.

Чернова А.В.

Студент

*Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) ФГБОУ
ВО "Донской государственный технический университет" в г. Шахты
Ростовской области*

г. Шахты, Россия

Аннотация

В статье обосновывается актуальность рассматриваемой темы, анализируется специфика философско-методологического подхода к исследованию феномена дизайна. Данный феномен рассматривается с точки зрения социальной философии, так как продукты последнего отражают жизнь человека в обществе и напрямую влияют на его комфорт и деятельность в среде. При этом социокультурные аспекты дизайна исследуются в контексте его истории.

Ключевые слова: графический дизайн, дизайн, искусство, метод, система, системный подход, культура, общество, социальная наука, психология, предпринимательство, философия.

***PHILOSOPHICAL AND METHODOLOGICAL ANALYSIS OF
DESIGN***

Polozhenkova E.Y.

Doctor of Philosophy, Associate Professor, Professor

*Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of the Don State Technical
University in Shakhty*

Shakhty, Russia.

Chernova A.V.

Student

*Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of the Don State Technical
University in Shakhty*

Shakhty, Russia

Abstract

The article substantiates the relevance of the topic under consideration, analyzes the specifics of the philosophical and methodological approach to the study of the phenomenon of design. This phenomenon is considered from the point of view of social philosophy, since the products of the latter reflect a person's life in society and directly affect his comfort and activity in the environment. At the same time, the socio-cultural aspects of design are explored in the context of its history.

Keywords: graphic design, design, art, method, system, system approach, culture, society, social science, psychology, entrepreneurship, philosophy.

Дизайн — это проектно-художественная деятельность, которая опирается на естественно-научные, технические, гуманитарные знания, соединяет в себе техническое и художественное мышление. В современном мире труд дизайнеров сложно недооценить, поскольку масштаб их работы поистине огромен, так как от дизайна сегодня зависит все — начиная от вида шариковой ручки и заканчивая моделями машин и мебели. Такое влияние

дизайна на жизнь современного человека, предполагает обращение к дизайну в рамках философской рефлексии [7].

Философский подход заставляет целостно, в социокультурном контексте рассматривать любые предметы и их детали, а также формальные характеристики, историю и направления дизайна [1]. Человек и создаваемые им вещи относятся к общему миру, образуют одну систему. В то же время деятельность дизайнера подчиняется единым законам, которые определяют любые виды человеческой творческой активности. Изучение истоков и работы самого дизайна требует серьезной философской работы. Для этого существует область, которую мы называем «философией дизайна». Являясь результатом союза философии и исследования дизайна, философия дизайна является детищем зрелых родителей [3]. Тем не менее, как поле оно само по себе достаточно молодо, что является открытой и новой площадкой для исследования. Философско-методологический подход больше склоняется к личностному поиску, к попытке определить место человека в профессии — узнать о качествах и необходимых навыках для создания дизайна. Такой подход помогает увидеть в отдельном продукте дизайна союз технологии и предметов ушедших эпох и культур, а также оценить собственные креативные силы, связать внешнюю дизайнерскую форму и содержание с применением последних знаний из антропологии и социальных наук [10].

Еще одной важной особенностью применения этого метода является выведение новых качеств дизайна, как быстро меняющейся деятельности. В дизайне каждое десятилетие появляются новые инструменты и практики создания объектов. Также дизайн находит новые области своего применения, так в 2000-е годы появились веб-дизайнеры, а после бума продажи смартфонов и различных смарт-устройств в отдельную группу выделились дизайнеры интерфейсов, работающие в современных IT-компаниях [2].

Такие постоянные трансформации заставляют дизайнера задумываться о том, какими приемами и инструментами он владеет, какие из них эффективнее приведут его к результату и что будет актуально в будущем. То, чем сейчас владеет дизайнер необходимо рационализировать, переосмыслить, чтобы быть готовым использовать это в будущем. В результате, могут появиться четкие предписания и инструкции, даже правила и законы дизайна. Такое уже происходило в истории дизайна XX века, например, в школе Баухауза или ВХУТЕМАСе. Их методики равносильны по уровню влияния на последующие поколения дизайна, а интерес к ним непрерывно возрастает [5]. Многие современные дизайнеры, используя ретроспективу, внедряют техники швейцарской типографики, которая была актуальна 60 лет назад.

Сейчас можно выделить два подхода к дизайну, прочно связанные между собой — это философско-методологический анализ с использованием культурологического знания и практическая область дизайна [14]. Философско-методологический анализ дизайна позволяет специалисту мыслить системно, последовательно и гуманно. Но важнее то, что философия помогает при формировании системы ценностей, оценок, принципов, вкусов и жизненной позиции. Вбирая в себя способность анализировать прошлое истории, абстрактно мыслить, предвидеть события, она позволяет дизайнеру выйти из стереотипного мышления и анализировать настоящее с разных точек зрения, не отрываясь при этом от реальности. Данная наука определяет характер деятельности и поступков специалиста. Философия как методология позволяет дать основания процессу мышления и сформировать набор мыслительных приемов, отсылая к той или иной области знания, в том числе используя науку. Одновременно методологические функции выполняет вся система философского знания. В этой роли философия помогает дизайнеру мыслить последовательно, аргументировано и связно, по-разному работать со знаниями из разных наук - как технических, так и гуманитарных, осознанно

подходить к самостоятельному процессу и разрабатывать универсальные концепты продуктов [16].

Дизайн часто сравнивают с искусством, поэтому большую роль играет теория Юрия Лотмана, который рассматривает последнее одним из средств коммуникации. Как и дизайн, оно имеет много общего, например, визуальное влияние на человека. Искусство связывает передающего и принимающего объекта, а дизайн в то же время — дизайнера и потребителя с помощью разных средств.

По мнению Лотмана, любая система для коммуникаций может быть рассмотрена как язык любой разновидности — естественный, искусственный, метаязык или же культурный и т.д. [17]. Существует также определенный язык театра, кино, живописи, музыки и, соответственно, язык дизайна. Однако, если мы говорим о дизайне, как о структуре, схожей с языковой, то обязаны учитывать основные принципы, касающиеся его самобытных особенностей. Благодаря своей уникальной структуре язык оказывает воздействие на психику людей и многие стороны быденной жизни общества. Основные системы, через которые дизайнер доносит до потребителя свои смыслы, строятся по типу языковой структуры [11]. Однако, это вовсе не означает, что дизайн воспроизводит все стороны естественных языков. Например, живопись резко отличается отсутствием, обязательно присутствующих в языке, семантических и грамматических связей. Но, в то же время, наблюдается особая закономерность описания картин как некоторых языковых построений.

В отличие от словесного языка, где фонетические признаки поддаются точному учету и на их основе происходит установление различий и сходств, на уровне визуального представления имеется большое количество вариантов создания арт-объекта и прочтения его смысла. Необходимо учесть и тот факт, как знаковые объекты дизайна конструируются в процессе становления

социальных отношений, поэтому, включенные в социальную среду, они начинают функционировать как коды, придавая вещам дополнительную символическую ценность.

Любой товар превращается в знак, признак хорошего вкуса, а знак, торговая марка, определяя престиж и уровень, превращается в реальную вещь, имеющую стоимость. Тем самым, полностью исчезают внутренние качества вещей: их функциональное назначение и полезность [12]. Большинство сфер современного производства создает уже не столько материальные вещи, сколько их символическое значение. Любой продукт дизайнера покупается не только из-за его функциональности и полезности, ведь он еще является признаком статуса, престижа и показывает, какое место человек занимает в обществе. Например, вещь, облагороженная стайлингом, не просто доставляет удовольствие, а повышает социальную позицию потребителя. Дизайнер должен составить свое послание к покупателю, чтобы тот мог правильно его понять, для чего учитываются психологические, культурные, национальные возможности восприятия и интерпретации цвета, изображения, формы, композиции, пластики. Способы трансляции и трансформации информации меняются не только от эпохи к эпохе, от культуры к культуре, от поколения к поколению, но и от дизайнера к дизайнеру.

В сравнении с дизайном, знаки, используемые в искусстве, имеют разную степень условности по критерию произвольности их употребления вне контекста и тому содержанию, которое они имеют внутри художественной системы. В искусстве же можно работать с уже выработанными в общественном сознании знаками и мифологическими символами, а также использовать литературные образы, метафоры и специально создавать новые. В знаки могут вводиться и первичные по отношению к нему элементы, например, документ в литературе и кино.

Лотман считал, что при анализе подобных языковых структурных систем, к которым можно отнести дизайн, нужно учитывать условность языка, с помощью которой можно выражать одно и то же содержание разными средствами и методами. Из истории искусства мы знаем, что в искусстве имеется система отображения, которая обладает своеобразной произвольностью по отношению к изображаемому объекту, и в этом плане мы можем говорить о ее условности. Так, в картинах кубистов или сюрреалистов можно рассмотреть реально существующие предметы или ситуации, а также лица людей и животных.

В разные времена в разных культурах всегда имели место быть нормы творчества и восприятия, представления для расшифровки и понимания художественного произведения. При этом одна или другая художественная культура часто трактовала предметы искусства, исходя из представления о какой-либо единственно возможной правильной норме искусства, всегда ощущаемой субъективно. Однако, в отличие от искусства, эксперименты в дизайне нарушают принятые коммуникативные нормы только с той целью, чтобы заручиться одобрительной оценкой потенциального покупателя. Эстетическая значимость оригинального дизайнерского проекта вызывает не только социальное принятие и одобрение, но и повышает самооценку потребителей, способных правильно интерпретировать и оценить подобную изобретательность [15]. Идеи «чистого» дизайна и морального нейтралитета дизайнера являются несбыточными, вводящими общество в заблуждение. Экономические, общественные и нравственные обязательства, налагаемые на дизайнеров, ограничивают свободу их творческой деятельности по преобразованию внешнего облика мира.

В методологии дизайна большую роль играет концепция знаковой коммуникации, которая была разработана в XX веке Жаном Бодрийаром. Мыслитель ввел понятие симулякров, то есть таких знаков, которые отсылают

субъекта к другим объектам, процессам, социальным институтам или знакам. В этом плане они имеют симулятивное значение [4]. В теории Бодрийера имеют место быть три типа симулякров - копии, функциональные аналоги и соответственно сами симулякры. Дизайн использует симулякры в коммуникации с потребителем, создавая сигналы и послы через отсылки к брендам, образам и мифам общественного сознания.

В качестве одной из философских методологий в дизайне часто используют системный подход, который исследует продукт дизайна и деятельность дизайнера в границах социальной системы. Такой подход имеет множество разных направлений, так как сама дизайнерская деятельность имеет много аспектов, то и системные принципы, используемые в этом методе неоднозначны [13]. Системный подход в дизайне создавался специально на основе дизайнерской практики. Создаваемый дизайнером предмет — элемент открытой системы, ведь дизайнер не может полностью предугадать дальнейшую судьбу товара в обществе, это всегда зависит от потребителей, рекламы, характера взаимосвязей продавцов и покупателей и множества других факторов. Оценка предмета может меняться в процессе исторического развития общества, с изменением технологий, появления новой информации.

Отдельные части создаваемого предмета могут быть использованы вне зависимости друг от друга, что обусловлено относительной самодостаточностью их содержания и формы, в том числе и в функциональном отношении. Разработав один многосоставный предмет, дизайнер получает как целый объект, так и его самостоятельные модули, также способные к независимому использованию [9].

Системный подход, который используется в дизайне, создается с применением различных дисциплин, например, таких как эстетика, искусствоведение, социальная философия, теория дизайна, психология,

эргономика. Однако, есть теория, в которой системообразующими началами в дизайне считают именно принципы искусства. Она не преуменьшает утилитарные свойства продукта дизайна, но говорит о том, что дизайн должен брать свои истоки от искусства, а не от производственных сил. Такое сочетание формальных, эмоциональных и интуитивно понятных частей в создании предметов искусства является вспомогательным средством, дающее возможность вводить в систему полезные в быту предметы. Качества, которые связаны с практическим применением предмета в жизни человека, воспринимаются чувством прекрасного как объект абстрактного искусства.

В работах Джона Глоага системный подход к дизайну пытается уйти от его односторонности в силу необходимости отличия дизайна от прикладного искусства, а также выделить связь первого с промышленным производством. Как бы не была важна художественная деятельность для дизайна, но она практически не влияет на утилитарность продукта. В системном подходе самое главное значение имеет создание внешней формы, конструкции, материала, которые действительно могут дать потребителю максимальный комфорт в использовании. Всегда необходимо рассматривать дизайн в тесной связи с торговлей, так как его успех всегда тесно связан с коммерческими продажами.

Дизайн может объединяться в единую систему как художественная и конструктивная деятельность, а также как ориентация на торговлю. Дизайнер имеет художественный метод, являющийся творческим по своей сути, и поэтому продукт дизайнерского проектирования не поддается какой-то объективной научной оценке. Системообразующим признаком в такой концепции является функция предмета, но она не сводится к одному только потреблению.

Если посмотреть на дизайнерскую работу через призму художественных ориентиров, то окажется, что главным системообразующим принципом будет

творчество. Ведь основная функция дизайнера — это преобразование культурной и окружающей среды, в которой живет общество. В таком случае залогом успешности профессионала будет положительная обратная связь от потребителей. Хотя также хочется подчеркнуть, что важной задачей такого творческого подхода все равно остается умение быть коммерчески востребованным. Дизайнеру необходимо интерпретировать богатство мира с помощью средств художественного проектирования. Произведенный продукт должен привлекать внимание и приносить что-то новое.

Трудно отрицать взаимосвязь работы дизайнера с потребностью создания комфорта для общества. Здесь опять-таки можно говорить о тесных взаимоотношениях дизайна с потребностями бизнеса. В наше время дизайнер, который имеет высокие художественно-конструктивные принципы, все равно должен работать на задачи бизнеса. В таком случае главным системообразующим принципом в дизайне является компромисс всех участников задачи по созданию продукта.

Вопросы методов дизайна занимают большое место в работах Томаса Мальдонадо — итальянского дизайнера, художника и преподавателя. В его теории рассматриваются проблемы роли и места дизайнера в обществе, а также функции профессии дизайнера.

В системном подходе, который развивается в современном дизайне, в качестве главных критериев системы и функций предметов преобладают: максимально полное исполнение любых заказов потребителей, удовлетворение потребностей предпринимателей, самореализация креативных способностей дизайнера, достижение коммерческих целей дизайна, создание и транслирование культурных ценностей [6].

Вышеперечисленные критерии системного подхода изучают большинство авторов, заинтересованных в развитии дизайна. Они по-разному

определяют иерархию приоритетов среди разных системообразующих принципов, которые являются основами в дизайне.

Для дизайнеров также имеет значение системный подход к качеству создаваемого ими продукта, который развивается в таких дисциплинах как эргономика, психология, маркетинг. Продукт дизайна можно рассмотреть в системе разных потребностей человека: потребительских, познавательных, коммуникативных, потребностей в самореализации и духовном развитии [8].

Также эффективной считается философская методология качественного анализа, которая помогает создавать систему характеристик продукта, а также определяет его функции с точки зрения социальных отношений.

Метод качественного анализа дает возможность рассмотреть признаки дизайна в соподчиненности, что также дает новые возможности создания стратегий дизайна на практике. Художественная ценность продуктов дизайна обязана соответствовать социокультурным нормам, а нововведения — критериям качества, принятым в обществе.

Философия дизайна проявляется в наборе принципов, которые устанавливают нашу систему ценностей, то есть то, что общество считает хорошим дизайном, и почему оно в это верит. Именно по этой причине высока актуальность применения философско-методологического анализа дизайна, ведь он имеет много подходов и методов, и это та область, которая по сей день развивается современными мыслителями, а также имеет большое значение в сфере дизайна.

Библиографический список:

1. Design. — URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Design>
2. Galle, P.. Philosophy of design: an editorial introduction. Centre for Design Research, Danmarks Designskole: Denmark, Copenhagen 2007. 346 с.
3. International Council of Societies of Industrial Design (Icsid) — URL: <http://www.icsid.org>.
4. Philosophy of Design: An Introduction. — URL: <https://royaldanishacademy.com/cephad/philosophy-design-introduction>
5. Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие. — М.: Архитектура-С, 2007. — 392 с.
6. Бердяев, Н. А. Творчество и объективация. - Минск, Т8, 2000. — 300 с.
7. Борев Ю.Б. Эстетика. - М.: Высшая школа, 2002.— 512 с.
8. Быстрова, Т.Ю. Философия дизайна. Учебно-методическое пособие. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2015. — 130 с.
9. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник. —М.: Архитектура, 2004. — 228 с.
10. Дизайн : очерки теории системного проектирования. Н. П. Валькова. — Ленинград: ЛГУ, 1983. — 185 с.
11. Ковешникова, Н. А. Дизайн : история и теория : учебное пособие (для архитектурных и дизайнерских специальностей). — М.: Омега-л, 2009. — 223 с.
12. Лебедев, А.Т. Ководство. — М. ИЗДАЛ, 20021. — 560 с.
13. Михайлов, С. Основы дизайна / С. Михайлов, Л. Кулеева. — Москва, 2002.
14. Мосорова, Н. Н. Философия дизайна: учебное пособие. Екатеринбург: Архитектон, 1999. — 173 с.

15. Папанек, В. Дизайн для реального мира. – М.: Д. Аронов, 2004. — 432 с.
16. Росситер, Д. Р. Реклама и продвижение товаров. – Санкт - Петербург: Питер, 2000. – 651 с.
17. Рунге, В. Ф. Эргономика в дизайне среды. - М.: Архитектура, 2005. – 328 с.

Оригинальность 76%