

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Омский государственный технический университет»

*На правах рукописи*

БАЛЮТА ПОЛИНА АНДРЕЕВНА

**ДИЗАЙН В КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Специальность 09.00.13 –  
философская антропология, философия культуры  
(философские науки)

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата философских наук

Научный руководитель:  
доктор философских наук, профессор  
Дмитриева Лариса Михайловна

Омск – 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА I. Дизайн в культуре.....</b>	<b>10</b>
1.1 Дизайн как социокультурный феномен.....	10
1.2 Специфика дизайна как компонента культурного пространства.....	36
<b>ГЛАВА II. Роль дизайна в развертывании культурного пространства...70</b>	
2.1 Конструирование и конституирование культурного пространства средствами дизайна .....	70
2.2 Ценностная направленность современного дизайна.....	91
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>	<b>110</b>
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....</b>	<b>115</b>

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы исследования** обусловлена тем, что в современной культуре дизайн приобретает всеобщий характер. Как часть повседневности, он не только оформляет пространство вокруг человека, но и является способом освоения человеком пространства. Дизайнеры транслируют новые нормы и ценности, стандарты поведения и потребления, и в целом жизненные модели, всегда оказывающие влияние на человека. Характер этого влияния к началу XXI века имеет двойственную оценку: с одной стороны, дизайн является источником роста комфорта и материального благополучия, постепенно достигающего самых отдаленных уголков мира, с другой стороны становится причиной становления технократической цивилизации, критика «антигуманного» характера которой стала доминантой философского дискурса.

Возрастающее внимание к дизайну со стороны различных гуманитарных дисциплин отражает процессы проникновения практик дизайна в публичный дискурс, фиксирует достижение им уровня тотальности, при котором любые взаимодействия в культурном пространстве включают, опосредованно или напрямую, «следы» и продукты дизайна. Несмотря на многочисленность появившихся в последние годы работ, рассматривающих различные аспекты взаимодействия людей и дизайна, в современной науке пока не выработано единого подхода к его анализу.

Отправной точкой для изучения дизайна в данной работе послужила гипотеза о том, что исследование роли дизайна в культурном пространстве прояснит особенности и способы его трансформации в условиях глобальных интеграционных процессов современности. Формирование глобального человеческого сообщества сопровождается двумя противоборствующими процессами: сохранением культурной идентичности и глобализацией социально-экономических отношений. В условиях все шире распространяющихся интеграционных процессов многочисленные

локальные цивилизации должны находить адекватные способы взаимодействия, сосуществования и приспособления друг другу. Одним из таких способов может стать наличие объединяющей, общезначимой для всего человечества единой идеи.

Данное исследование строится на предположении, что именно дизайн может стать способом транслирования этой и других идей в культурное пространство на уровне глобального распространения, в чем проявляется его социокультурное значение. В настоящее время дизайна проявляет себя не просто как деятельность по проектированию каких-либо предметов или изображений, но как важный элемент культурной жизни общества, способный направлять развитие культуры и преобразовывать существующие пространства в сторону их улучшения для жизни человека.

Дизайн затрагивает совершенно различные сферы деятельности и реализуется в объектах различного масштаба, отсюда возникает ряд внутренних противоречий, связанных с определением его миссии, целей и задач, что наряду с его растущей социальной значимостью и необходимостью установления социокультурной миссии, определило актуальность диссертационного исследования.

**Степень научной разработанности проблемы.** Теоретическое исследование феномена дизайна гуманитарным знанием имеет сравнительно небольшую историю, однако образовался определенный пласт литературы, раскрывающий дизайн с различных точек зрения.

Исследование дизайна как социокультурного феномена реализуется в нескольких направлениях.

С культурно-исторической точки зрения дизайн рассматривают: Н. Воронов, В. Л. Глазычев, Дж. Глоаг, К. Кантор, А. Лаврентьев, Г. Маркузе, С. М. Михайлов, У. Моррис, Н. Певзнер, Ф. Райт, Дж. Раскин, Х. Ратцка, Г. Рид, Э. Форест, Ч. Эшфорд и др. Данные исследователи подробно останавливаются на рассмотрении аспектов истории дизайна, однако не

дается четкого представления о взаимной зависимости культурно-исторического развития общества и развития дизайна.

Взаимодействию существующих теорий дизайна и созданию целостной теории посвящены работы В. Р. Аронов, М. Коськова, С. Михайлова, Н. Нестеренко. Данные исследователи раскрывают многообразие представлений о дизайне, рассматривают первые теории дизайна и соотносят их с современной теорией, анализируют существующие определения дизайна и соотносят их с реальной практикой. Однако в результате своих исследований сообщают о не существовании на данный момент целостной теории дизайна, как и общепринятого его определения.

Широкую трактовку и комплексный подход к феномену дизайна предлагают следующие исследователи: В. Р. Аронов, Т. Ю. Быстрова, Л. М. Дмитриева, Ю. А. Жданов, Ю. С. Кондаков, М. С. Кухта, С. А. Лебедев, Г. Лола, В. Е. Матяш, Н. Н. Мосорова, Л. Мэмфорд, Е. Е. Несмеянов, С. В. Норенков, А. А. Оганов, Э. А. Орлова, В. О. Пигулевский, В. И. Пузанов, В. Ф. Сидоренко, В. П. Яковлев. В работах указанных авторов рассматривается большое количество вопросов в диапазоне от проблем философской антропологии и теории культуры, до изучения черт постмодерна, общества потребления и культурных изменений, происходящих в связи с развитием дизайна и связанных с ним областей. Однако не показано развитие дизайна в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм, а также не показывается взаимосвязь с различными философскими концепциями как основами и истоками дизайна.

Критическое осмысление коммерческого дизайна приводится в работах Т. Мальдонадо, Дж. Нельсона и др. Современные исследователи также рассматривают дизайн как деятельность, имеющую социокультурное и гуманистическое начало: Р. Бучанан, Дж. Джонс, В. Марголин, В. Папенек. Данные исследователи указывают на важную и ответственную роль дизайнера в современном мире, с практической точки зрения показывают возможности участия дизайнера в решении социальных проблем, но

теоретически не формулируют ценностную направленность дизайна и механизм ее осуществления.

Пространственным характеристикам дизайна посвящены работы ряда отечественных исследователей: методы формирования предметного пространства в социологическом аспекте рассматриваются В. Глазычевым, К. Кантором, В. Тасаловой; эстетический аспект предметного пространства отражен в работах М. Бархина, А. Бутова, Н. Воронова, А. Гутнова, А. Иконникова, М. Кагана, К. Кантора, М. Федорова, С. Хан-Магомедова; проблемы преобразования предметно-пространственной среды человека освещаются такими исследователями, как О. Генисаретский, В. Глазычев, В. Дубровский, К. Кантор, В. Розин, В. Сидоренко, С. Хан-Магомедов, Г. Щедровицкий. Данные исследования косвенно затрагивают вопросы формирования культурного пространства средствами дизайна, однако не выявляется его специфика, и не показывается механизм формирования культурного пространства.

Несмотря на существующий интерес ученых к осмыслению дизайна в широком контексте философии культуры, остаются недостаточно изученными философские и антропологические проблемы дизайна, практически не исследуется дизайн как деятельность, направленная на формирование социокультурных тенденций и способная на осуществление трансформации культурного пространства.

**Проблема** заключается в необходимости философского осмысления феномена дизайна в контексте социальной и культурной жизни человека и может быть выражена в виде вопросов. Какова роль дизайна в развертывании культурного пространства и осуществлении его трансформации? В чем заключаются особенности конструирования, конституирования и трансформации культурного пространства?

**Целью диссертационного исследования** является выявление роли дизайна в формировании культурного пространства.

**Данная цель предполагает решение следующих задач:**

- рассмотреть дизайн в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм;
- исследовать механизм конструирования культурного пространства;
- выделить конституирующую функцию дизайна;
- раскрыть ценностную направленность дизайна и способы ее реализации на различных уровнях культурного пространства.

**Методологическая и теоретическая основа диссертации**

В диссертационном исследовании использованы следующие подходы и методы: диалектический метод позволяет найти взаимосвязь и определить закономерности между культурой, пространством и дизайном, а также рассмотреть их в развитии; культурологический подход раскрывает дизайн как часть общечеловеческой культуры; сравнительно-исторический метод показывает дизайн в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм; аксиологический подход выявляет ценностную составляющую дизайна; системный подход позволяет рассмотреть культурное пространство как систему, в единстве и целостности его элементов.

Кроме того используется «иммерсионный» метод, с помощью которого изучается роль дизайна в формировании культурного пространства не только с помощью теоретического анализа, но и изнутри, с позиции участника этого процесса, для выявления реального воздействия дизайна.

**Научная новизна работы**

1. Предложена философская версия развития дизайна в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм.
2. Выявлен механизм конструирования культурного пространства, реализующийся в четырех формах: опривычивание; типизация, воплощение и транслирование новых идей и ценностей; легитимация.
3. Разработана авторская трактовка понятия «культурный ориентир», выявлены его существенные признаки.

4. Выявлена конституирующая функция дизайна, раскрывающая его ценностную направленность.

#### **Положения, выносимые на защиту**

1. Осмысление дизайна в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм обнаруживает его в качестве фактора ориентации, трансформации и редактирования многообразия вещей и совокупности отношений между человеком и предметным миром, что ведет к формированию культурных идеалов и ценностей.

2. Механизм конструирования культурного пространства средствами дизайна реализуется в цикле четырех форм: опривычивании, формирующей привлекательность новых товаров и упрощении внедрения инноваций; типизации, способствующей взаимодействию человека с объектами в процессе освоения им культурного пространства; транслировании новых идей и ценностей с помощью культурных ориентиров, определяющих трансформацию культурного пространства; легитимации новых ориентиров развития культурного пространства.

3. Под культурным ориентиром понимается выдающийся дизайн-объект, имеющий заданные отличительные признаки, создаваемые для определения новых направлений, параметров, поправок и векторов развития культурного пространства, способный его преобразовывать.

4. Конституирующая функция дизайна заключается в активном транслировании актуальных социокультурных установок, что ведет к оформлению социального дизайна, который понимается не только как способ решения социальных проблем, но как средство формирования новых ценностей, норм и значений. Дизайн как конституирование культурного пространства способен обнаруживать и систематизировать интенции культуры и далее транслировать их в качестве доминирующих социокультурных установок.

**Теоретическая и практическая значимость исследования** заключается в обосновании философской версии развития дизайна



в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм, выявлении механизма конструирования культурного пространства и конституирующей функции дизайна, раскрытии его ценностной направленности.

Материал, полученный в рамках данного исследования, может быть использован для преподавания философии культуры, при подготовке спецкурсов по различным аспектам исследуемой в диссертации проблематики, в рамках смежных дисциплин, прежде всего, теории и истории дизайна.

**Апробация** основных результатов работы проводилась на международных и всероссийских конференциях: «Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии» (Омск, 2013, 2014, 2015, 2016), «Визуальная культура: дизайн, реклама, информационные технологии» (Омск, 2013, 2014, 2015, 2016), «Друкарство молодежи» (Киев, 2014, 2016), «Реальность. Человек. Культура: трансформации бытия человека в обществе потребления» (Омск, 2014).

Результаты исследования представлены в 25 статьях, 8 из которых опубликованы в журнале «Омский научный вестник», входящий в перечень изданий, рекомендованных ВАК.

**Объем и структура работы.** Диссертация состоит из введения, двух глав, содержащих пять параграфов, заключения и библиографического списка, включающего 187 наименований, в том числе на иностранном языке. Общий объем диссертации 129 страниц машинописного текста.

## ГЛАВА I. ДИЗАЙН В КУЛЬТУРЕ

Современный мир и все актуальные достижения в организации жизни и пространства обитания человека все чаще связывают с понятием дизайна. Беспрецедентное расширение вещественного мира, появление многочисленных коммуникационных гаджетов и пользовательских интерфейсов – объектов, аналогов которым ранее просто не существовало, характерно для начала XXI века, введшего термин «дизайн» в общий дискурс. Категория дизайна проникает в самые разные сферы жизни: графический дизайн, промышленный дизайн, дизайн навигации, дизайн коммуникации, дизайн еды и т.д. Возрастание дизайн-составляющей культурных процессов подразумевает необходимость переосмысления принципов функционирования, конструирования и конституирования современного культурного пространства, а вместе с этим необходимость пересмотра и адекватной рефлексии самого термина «дизайн» как маркера нового общественного состояния и одновременно порождающего его фактора.

### 1.1 Дизайн как социокультурный феномен

Исследование феномена дизайна в системе современного социокультурного пространства вызвано необходимостью осмысления его интенсивного развития в постмодернистскую эпоху фундаментального изменения смыслов, значений, ценностей и мировоззрения. Дизайн интенсивно внедряется во все сферы жизни общества, преобразовывая культуру, экономику, политику, изменяя образ жизни человека, его отношение к миру, предметному окружению, к себе и другим людям. Зависимость дизайна от общих тенденций развития культуры обоснованно считается несомненной. Однако вопрос «Создала ли Америка кока-колу?»

Или же кока-кола создала Америку?»<sup>1</sup>, который ставит дизайнер Брюс Мау, выполняя заказ на разработку проекта частного музея компании Coca-Cola, заставляет задуматься и об обратной зависимости: дизайн не просто проектирует эстетические свойства изделий, он превращается в социально-культурный способ общественного взаимодействия.

В современной культуре дизайн приобретает всеобщий характер. Являясь частью повседневности, он постоянно преобразовывает пространство, не в смысле его художественного оформления, но его конструирования и определения основных направлений осуществления жизнедеятельности человека. Через созданное пространство, дизайнеры транслируют новые нормы и ценности, стандарты поведения и потребления, и в целом жизненные модели, всегда оказывающие влияние на находящегося в системе спроектированного пространства человека, но не всегда это осознающего. Такое стремительное и всеохватывающее развитие дизайна нашло свое отражение в осуществлении большого количества попыток осмысления дизайна как вида деятельности, процесса и результата и, соответственно, в разнообразии его определений.

Существует популярное мнение, что первым дизайнером был Леонардо да Винчи, который помимо исследований в области оптики, анатомии и искусства, изобрел ряд практически ориентированных объектов, машин и аппаратов. Конечно, с точки зрения научного исследования, называть Леонардо да Винчи дизайнером является большим преувеличением, но достаточно уверенно можно сказать, что его деятельность повлияла на формирование важной для дизайна идеи, что дизайнер – это в первую очередь изобретатель.

Другой деятель эпохи Ренессанса, живописец, архитектор и теоретик искусства Джорджо Вазари, впервые в своих трудах определяет автономный характер искусства. Он обозначает общий принцип, согласно которому искусство обретает свою сущность в слове *designo*, которое имеет прямой

---

<sup>1</sup> Фостер, Х. Дизайн и преступление. М., 2014. С. 87.

перевод как «рисунок» или «эскиз», а также обозначает художественную идею. В то же время он определяет различие между *disegno interno*, концепцией, формирующей произведение искусства (эскиз, проект или план) и *disegno esterno*, завершённым произведением искусства (графика, живопись или скульптура). Кроме того Вазари называет *disegno* основой трех искусств: живописи, скульптуры и архитектуры.

Согласно Оксфордскому словарю слово «design» впервые используется в 1588 году и в нем приводятся следующие значения:

- план или схема;
- эскиз произведения искусства;
- объект прикладного искусства.

Однако явление дизайна значительно шире и составляет важную часть социальной, экономической и культурной жизни, затрагивающую проблемы удовлетворения нужд общества и отдельного человека. Поэтому одной из задач данного параграфа является осмысление дизайна в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм, проясняющее его генезис и сущность. Также в рамках данного параграфа рассмотрим дизайн как явление культуры во взаимосвязи, во-первых, с различными философскими концепциями как основами и истоками дизайна, и, во-вторых, с меняющимися требованиями к культурному пространству.

В целях выявления закономерностей развития и специфических черт дизайна обратимся к историко-генетическому подходу. В настоящее время существуют разные ответы на вопрос о времени появления дизайна. Присоединимся к версии Т. Ю. Быстровой «дизайн всегда»<sup>1</sup>, поскольку она обращает внимание на предпосылки и тенденции возникновения и развития дизайна и исследует вопрос о его границах. При этом необходимо понимать, что эта версия приводит к достаточно общему пониманию дизайна, поэтому важно выделять его специфические черты и тем самым не смешивать с другими видами предметного формообразования.

---

<sup>1</sup> См. Быстрова Т. Ю. Вещь, форма, стиль : Введение в философию дизайна. Екатеринбург, 2001.

В соответствии с выбранной версией происхождения дизайна «дизайн всегда» начнем рассматривать этап *протодизайна* с первобытной эпохи. Создание вещей обуславливалось необходимостью выживания, а потому следовало принципу: единство функции и формы. Формы предметов определялись простой и лаконичностью, были не случайны не только с технологической стороны, но и имели определенную мифологическую обусловленность. Все это делало возможным выживание человека в природе, вещи защищали человека от внешней среды, помогали с ней эффективно взаимодействовать. Преобразование природного вещества происходило в соответствии с замыслом и потребностями человека, поэтому производство вещей всегда происходило внутри культуры, во взаимодействии с ней. Кроме того, пользование вещами подкреплялось соответствующими ритуалами, в связи с чем, функции вещей переставали быть самодостаточными и органично вплетались в представления о мире.

В генетическом и логическом отношении современный дизайн наиболее близок античному проектному мышлению, которое выражается в греческом *технэ*, основывающемся на идее тождества утилитарного и эстетического. Древнеримский художник, архитектор и военный инженер Витрувий среди прочего создал одну из самых древних, сохранившихся до наших дней, работу об архитектуре *De architectura libri decem* (Трактат «Десять книг об архитектуре»), которая стала первым руководством по планированию и проектированию. В этой работе Витрувий отписывает тесную связь между теорией и практикой, говоря, что архитектор должен интересоваться искусством, наукой и риторикой, а также иметь хорошие знания в области истории и философии. В третьей главе первой книги Витрувий называет руководящий принцип архитектуры, который вполне можно отнести и к дизайну: все здания должны удовлетворять трем критериям: прочность, функциональность и красота. Именно в эпоху античности происходит осознание единства целесообразности

и выразительности, а форма понимается как выражение идеи и назначения предмета.

О дизайне в смысле близком к современному пониманию можно говорить только с конца XVIII века, времени начала промышленной революции. Появляются первые массовые изделия, выполненные промышленным способом, соответственно вычленяется в качестве самостоятельного проектный этап создания продукции. Подробная характеристика этого периода развития дизайна изложена в книге А. Форти «Объекты желания»<sup>1</sup>. Кратко лишь обозначим, что именно в это время формируется профессиональное сознание и утверждается отличная от художественной и производственной проектная деятельность, как ответ на кризис предметного пространства и общий стилевой кризис.

В связи с этим появляется необходимость в осмыслении проблем, связанных с переходом от ремесленного к машинному производству предметного пространства человека. В 1849 году крупным инвестором Генри Коулом выпускается первый журнал, посвященный дизайну, *The Journal of Design and Manufactures*. Журнал продвигал практические и функциональные аспекты дизайна и указывал на вторичность декоративного оформления продукции. Кроме того он стал площадкой для анализа и критики эстетических и функциональных качеств выпускающихся промышленных изделий, тем самым формируя профессиональное дизайн-сообщество.

Г. Коул также предложил проведение в 1851 году первой всемирной промышленной выставки в Лондоне. Вместе с возведенным для выставки Хрустальным дворцом Пэкстона приходит критическое осознание эклектики, и предвосхищаются идеи функционализма, на основе которого в XX веке будут строиться основные принципы формообразования в дизайне. В ходе работы выставки появляются формулировки «промышленное искусство», «прикладное искусство», следовательно, зарождается интеграция искусства и техники. Традиция проведения Всемирных промышленных выставок

---

<sup>1</sup> См. Форти А. Объекты желания. М., 2013.

продолжилась в 1873 году в Вене, в 1876 году в Филадельфии, но особенным прорывом стала выставка 1889 года в Париже, где была представлена башня Гюстава Эйфеля. Экспозиции выставок предлагали гигантские коллекции продуктов дизайна, отражающих техническое и культурное развитие участвующих стран. Выставочная деятельность продолжалась и позже, особенно в Англии, важным было и то, что сами участники этих выставок видели, насколько сильно они меняют предметный мир.

Наступила эра новых материалов и технологий: чугун, сталь и цемент производились механизированными промышленными предприятиями. Автоматизированные ткацкие станки, паровые двигатели, промышленные столярные изделия и сборные методы строительства совершенно преобразовали условия жизни и работы. Социальные последствия индустриализации были очевидны: значительная часть населения, так называемый пролетариат, оказалась на грани нищеты, окружающая среда была преобразована появлением массовых жилых и обширных промышленных зон.

Современниками этой промышленной революции были общепризнанные родоначальники дизайна Готфрид Земпер, Джон Раскин и Уильям Моррис, которые также как и Генри Коул были против поверхностного украшения новых промышленных изделий. Основанное при их участии Движение искусств и ремесел находилось под сильным влиянием *философии утилитаризма* Джона Стюарта Милля, который считал, что нравственное качество человеческих действий зависит исключительно от их полезности или вредности для общества. Полезным, по мнению классиков утилитаризма, может быть признано то действие или явление, которое способствует достижению счастья, а вредным – то, которое достижению счастья препятствует. Принцип полезности является единственным принципом, которому необходимо следовать, поскольку только он обладает объективной принудительной силой. Согласно философии утилитаризма принцип пользы – это принцип наибольшего счастья наибольшего

количества людей. Этот критерий качества формирует главный принцип дизайна: форма всегда определяется функцией, который поэтически сформулировал представитель чикагской архитектурной школы Л. Салливен: «Как след орла в небе, как след рыбы в воде ... так и форма следует за функцией. Таков закон!»<sup>1</sup>.

Этот же принцип лег в основу двухтомного труда немецкого архитектора Готфрида Земпер «Стиль в технических и тектонических искусствах, или Практическая эстетика»: «форма следует функции, материал – процессу производства»<sup>2</sup>. Рассматривая причины, определяющие характер формы объектов, он пришел к выводу, что форма вещи определяется целью. На рубеже XIX–XX веков идеи Земпера оказали сильное влияние на Движение искусств и ремесел в Германии, которое также помещало чистую функцию объекта на передний план. Джон Раскин, искусствовед и философ, выступал с критикой активно развивающейся современной ему промышленности и призывал возродить средневековые методы производства, когда не было разницы между производственником, ремесленником и художником, отсутствовала иерархия искусств, не было серийного производства. Кустарное производство, по его мнению, могло бы улучшить условия жизни рабочих и стать альтернативой эстетически бедному миру машин. Против эстетики машинного производства выступал и Уильям Моррис, который с целью возрождения декоративно-прикладного искусства основал компанию «Моррис, Маршалл, Фолкнер и Ко». Они отказались от разделения труда и пытались воссоединить дизайн с производством, но бурное развитие промышленного производства второй половины XIX века не позволило им развить свои идеи.

Кратко представленный начальный этап развития дизайна принято называть протодизайном, подробнее он рассматривается крупным

---

<sup>1</sup> Дмитриева Л. М. Феномен дизайна: философско-методологический анализ // Омский научный вестник. Омск, 2009. № 3 (78). С. 100.

<sup>2</sup> Земпер Г. Практическая эстетика. М. 1970. С. 38.



отечественным исследователем В. Л. Глазычевым<sup>1</sup>. Это этап декоративно-художественного оформления (но еще не художественного конструирования) вещей. Главной производственной задачей протодизайна было объемное конструирование массы новых (до этого не существовавших) вещей, появившихся вследствие промышленных революций.

Поскольку основное развитие дизайна происходит с начала XX века, остановимся подробнее на современном периоде и попытаемся проследить развитие дизайна не изолированно, но в тесном взаимоотношении с развитием культуры и осмысляющей ее многочисленные противоречия философией. В рамках различных направлений формулируется целый ряд проблем, связанных с дизайном: техника и человек, человек и природа, глобальное моделирование. Поэтому необходимо проследить связь тенденций развития дизайна, во-первых, с эволюцией философских направлений и концепций, во-вторых, с меняющимися требованиями к культурному пространству.

*Первый этап развития дизайна датируется 1900–1930-ми годами* и связан с революционными открытиями в области естествознания конца XIX – начала XX века. Так открытие Дж. Томсоном делимости атома, разработка в рамках теории относительности А. Эйнштейна принципов взаимосвязи материи, движения, пространства и времени сформировали новую научную картину мира и последовавшие ее философские интерпретации. Этот период характеризуется прорывом в развитии технических наук: осуществляется переход к массовому конвейерному производству, широко используется алюминий, нержавеющая сталь, массово выпускается пластмасса и осуществляется повсеместная электрификация. Все это создало новые функциональные и эстетические возможности для художественного конструирования, а также послужило причиной резкого роста сложности производимой продукции и понимания необходимости ее специальной эстетической и символической (смысловой) поддержки.

---

<sup>1</sup> Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. М., 2006. С. 41–86.

Новая научно-философская картина мира становится основой для разного рода конструктивистских модернистских течений в искусстве и появления в них новых принципов формообразования. Например, рождается идея разложения целостности предмета сначала в живописи: «Одна из самых важных преград на моем пути сама рушилась благодаря чисто научному событию. Это было разложение атома»<sup>1</sup>, а затем в архитектуре: выделение программ ВХУТЕМАСа, исследующих отдельные элементы архитектурной формы: пространства, объема, цвета. В живописи также реализуются новые представления о пространстве и времени, которые затем транслируются и в дизайн. В отличие от замкнутого пространства Ренессанса, формируется понимание безграничного и открытого, изменчивого и относительного пространства. Открывается возможность одновременного восприятия и изображения объекта с разных сторон, следовательно, пространство понимается четырехмерным. Кубизм становится началом геометрической революции, определившей развитие дизайна в первую половину XX века. В промышленном проектировании также главенствуют геометрические формы и фигуры, провозглашается эстетика машиноподобных форм, как обеспечивающая максимальную устойчивость конструкции. Внешний вид вещей должен был излучать технологический оптимизм и модернизационный порыв, а их объемное конструирование из сферы художественного декорирования переместилось в зону расчетного выбора формы, ее жесткой привязки к функциям этих вещей.

В это время формируется ряд объединений художников, ремесленников, промышленников, которые ставят перед собой цель улучшения массового производства товаров с помощью объединения промышленности, искусства и ремесел. В Мюнхене в 1907 году основывается Германский промышленный союз – Веркбунд, который должен был объединить художников и промышленников для повышения

---

<sup>1</sup> Кандинский В. Ступени. М., 1918. С. 13.

конкурентоспособности немецкой продукции «облагородить промышленность через искусство»<sup>1</sup>. Так формируется моральное и эстетическое значение дизайна, как деятельности выявляющей эстетическую сущность технических изделий. Важным достижением Немецкого Веркбунда стало проведение ряда выставок, среди которых особенно известной стала выставка 1914 года в Кельне, на которой произошел спор двух теоретиков Германа Мутезиуса и Анри Ван Де Вельде. Доклад Г. Мутезиуса содержал следующий тезис: для того, чтобы образцы хорошего вкуса, представленные на выставке, распространить широко и тем самым преобразовать предметный мир человечества, надо сделать так, чтобы эти образцы стали серийными, типовыми. Против этого заявления выступил А. Ван Де Вельде, который считал, что любая типизация ведет к ограничению свободы художника, а это не допустимо, так как художник может быть свободен только абсолютно, иначе невозможно его творчество. Если А. Ван Де Вельде стоял на позиции архитектора и художника и защищал свою свободу творчества, то Г. Мутезиус отстаивал интересы германской промышленности, которая, с его точки зрения, может быть конкурентоспособна только в том случае, если она будет производить художественные вещи, для чего необходим компромисс между промышленниками и художниками, необходим их союз.

Этот союз осуществил архитектор Петер Беренс, который с 1907 года работал художественным консультантом компании AEG и создал для нее фирменный стиль, задав дизайнерские требования к проектированию целой системы производимых товаров и услуг, рабочих мест и взаимодействия с потребителем. Причем эти требования были тотальными, охватывали всю производственную деятельность AEG в целом. Создание фирменного стиля для AEG и включенность архитектора П. Беренса в процесс промышленного производства изменили политику многих компаний на рынках, создало запрос на новую и самостоятельную профессию. Сотрудничество П. Беренса

---

<sup>1</sup> Лаврентьев А. Н. История дизайна. М., 2007. С. 82.

и компании AEG продлилось семь лет и может считаться первым эпизодом именно дизайна, в результате которого был создан целостный стиль компании. П. Беренс делал упор не на качество отдельных вещей, а на «превосходную организацию целого»<sup>1</sup>, соответственно впервые применяется комплексный подход в дизайне. Хотя слово «дизайн» на тот момент еще не звучало и профессии «дизайнер» не существовало, но впервые состоялся союз художественного и промышленного: художник встроился в процесс промышленного производства предметов быта.

В 1917 году в Нидерландах сформировалась группа Де Стейл, которая выдвигала уже не ретроспективные, а футуристические эстетические и социальные тенденции. Концепция «механической эстетики» группы была идентична технической эстетике конструктивизма и основывалась на простых геометрических фигурах. Специфическое использование формальных элементов создало бессмертные категории дизайна, которые впоследствии были использованы Баухаузом и Ульмской школой дизайна и остаются актуальны и сейчас. Часто цитируемая фраза Дитера Рамса: «меньше дизайна – больше дизайна» восходит к этим же истокам.

В России в это же время формируется группа конструктивистов, которые сделали своими высшими приоритетами социальную эстетику и удовлетворение основных потребностей населения. Деятельность конструктивистов раскрывает проективно-конструктивную позицию человека по отношению к реальности, а потому затрагивает более широкий контекст, чем только искусство или эстетика. С философской точки зрения интересно значение конструктивизма как нового теоретико-методологического подхода, основывающегося на смене самих методов осмысления реальности, которая больше не воспринимается как данность. Формируется проективно-конструктивное отношение к реальности, которое реализуется в новых репрезентирующих ее моделях, конструкциях, проектах, в том числе социальных.

---

<sup>1</sup> Рунге В. Ф. История дизайна, науки и техники. М., 2006. С. 169.

Появление и развитие конструктивизма в полной мере обусловлено социально-историческими предпосылками, социально-культурным и идеологическим контекстом начала XX века. Он становится выразителем новых веяний, катализатором революционных идей и преобразований в России, затрагивающих все сферы жизни общества. Идеологи конструктивизма через активное развитие новых форм предлагали разрушить все предыдущие социальные формы и радикально отстраниться от традиций во всех областях культуры. Это привело к созданию стилевых направлений, предлагающих новый визуальный язык и новые формы, что стало основной для конструирования новой предметности и не существовавших ранее композиций и ракурсов.

Транслирование идей конструктивизма в дизайн проявилось в разработке новых форм пространственного конструирования, в становлении главенства линии и геометричности, практическом применении новейших достижений науки и техники, использовании новых строительных материалов и конструкций. Такие идеи конструктивизма как простота, лаконичность и целесообразность форм, четкость линий и рациональность стали основой для новой социально-культурной практики – «жизнеустроительства». Новые формы, экспериментаторство передавали пафос обновления общества, революционного преобразования во всех общественных сферах, что стало основой для развития идеи конструирования нового человека, а через него – и нового мира. В этом заключается широта и масштабность художественного видения конструктивистов. В целом такое проявление конструктивизма можно характеризовать как эвристичное, воплощающее идейные искания новых форм духовно-практической деятельности.

Идеи конструктивизма в полной мере проявились в деятельности Высших художественно-технических мастерских (ВХУТЕМАС), созданных в 1920 году. Здесь формируется универсальный подход к проектированию, включающий несколько этапов: от идеи до образцов в натуральную

величину. Художественная идея дизайнерского проекта выражается через конструкцию. Кроме того провозглашается «гуманный» (человеко-ориентированный) дизайн, направленный на создание многофункциональных недорогих вещей, удобных для потребителя.

Те же рациональные конструктивистские подходы применяются и в высшей школе строительства и художественного конструирования Баухауз, которая была основана в 1919 году и была призвана стать флагманом для дальнейшего развития дизайна. Руководящая идея школы заключалась в объединении искусства и технологии в новое современное единство. Девизом школы стала фраза: искусству, возможно, не нужна технология, но искусство определено необходимо технологии, что согласуется с фундаментальной социальной целью школы, объединить общество и искусство. Представители Баухауза особенно интересовались вопросами жилищного строительства, поскольку считали, что человек XX столетия должен жить в ясных светлых помещениях и тогда он сможет создать новые способы жизни. Деятельность Баухауза преследовала две главные цели: во-первых, достижение нового эстетического синтеза путем интеграции всех художественных жанров и ремесел под главенством архитектуры; во-вторых, достижение социального синтеза с помощью соотнесения эстетического производства с учетом потребностей населения. Эти цели сформировали центральные направления проектной деятельности школы. Деятельность Баухауза, подчиненная идее одного из его директоров Вальтера Гропиуса «искусство и технология – новое единство», была направлена на формирование новых специалистов в области промышленности, которые разбирались бы в современных технологиях и могли общаться на языке форм. Таким образом, В. Гропиус заложил основу для преобразования в профессиональной практике, которая превратила ремесленников в современных дизайнеров.

Методы эйдетического исследования и функционального анализа использовались для выявления объективных условий проектирования. В 1925

году В. Гропиус сформулировал это следующим образом: «Вещь определяется своей природой. Для того чтобы спроектировать ее так, чтобы она функционировала должным образом, будь то судно, стул или дом, ее природа сначала должна быть исследована, поскольку вещь должна служить своей цели, то есть выполнять свою функцию и при этом быть долговечной, недорогой и привлекательной»<sup>1</sup>. Поиск именно сущности вещи в некоторой степени созвучен идеям Мартина Хайдеггера, который видел свою задачу как философа в том, чтобы по-новому обосновать учение о сущности бытия. И здесь мы видим связь дизайна с философским Dasein (букв. – «здесь-бытие»). Хайдеггер определяет Dasein как особое сущее, а способ его бытия называет экзистенцией. Таким образом, экзистенция наполняет бытие Dasein личностным содержанием, придавая ему индивидуальный и неповторимый смысл. Экзистенция окрашивает и просветляет человеческие феномены, наделяя их субъективным смыслом. Наличное бытие человека – этого его тело и предметное окружение (что-бытие). Оно всегда нам дано, и мы застаем его в готовом виде. Экзистенция как уникальный способ бытия и модус присутствия предполагает несколько личностных проекций: обнаружение – открытие, прояснение смысложизненных оснований текущего бытия; вопрошание – обращение человека к миру от своего собственного имени; смыслообразование – производство смыслов возможного существования; просветление – наполнение присутствия новым личностным смыслом.

Фонетическую аналогию дизайна с Dasein Хайдеггера предложил Бруно Латур: «У Dasein нет одежды, нет места жительства, нет биологии, гормонов, атмосферы вокруг, медикаментов, транспортной системы, пригодной хотя бы для того, чтобы добраться до его Хижины [Hütte] в Черном Лесу. Dasein заброшено в мир, но оно нагое, и у него вряд ли есть шанс выжить в нем!»<sup>2</sup>. Dasein как непосредственное бытие не в состоянии

---

<sup>1</sup> Gropius W. Grundsätze der Bauhaus produktion. In Neue Arbeiten der Bauhauswerk statt, Bauhausbücher. Munich, 1925. P. 25.

<sup>2</sup> Латур Б. Сферы и сет и: два способа понимания глобального. М., 2013. С. 6.

создать условия для комфортного «проживания» человека, поскольку в абстрактном представлении о пространстве отсутствуют важные «мелочи», необходимую локализацию которых производит дизайн. Здесь особенно уместно звучит название книги Томаса Вендта «Design for Dasein: Understanding the Design of Experiences»<sup>1</sup>, в которой автор рассматривает дизайн через призму феноменологии, обращение к которой напрямую связано с её направленностью на конструирование человеческой реальности через создание феноменов и образование концептов. Если философы заняты мысленным конструированием бытия, то дизайн как компонент культурного пространства определяет форму бытия объектов, характеризующую их протяженность, структурность, сосуществование и взаимное расположение.

Таким образом, в 1900–1930 годы формируется понимание дизайна как важной социальной практики, направленной на создание уютного мира приспособленных к человеческим надобностям вещей. Такое представление о дизайне становится основанием для дальнейшего выделения дизайна в сферу специфической профессиональной деятельности, являющейся организующим фактором производства объектов, процессов, услуг и их систем в течение всего их жизненного цикла, а также способом конструирования и интерпретации культурного пространства.

*Второй этап развития дизайна (1940–1970-е годы)* связан с окончанием Второй мировой войны и победой над фашистской Германией, символом тотального принуждения к порядку. Восставшему из руин миру нужны были просто хорошие вещи: функциональные, экономичные и скромные. Именно к этим характеристикам стремились представители Ульмской школы дизайна. Подобно тому, как Баухауз повлиял на архитектуру, дизайн и искусство 1920-х годов, Ульмская школа дизайна оказала многообразное влияние на теорию, практику и преподавание дизайна и визуальной коммуникации. Первым директором школы стал выпускник Баухауза Макс Билл, в качестве приглашенных лекторов преподавали

---

<sup>1</sup> Wendt T. Design for Dasein: Understanding the Design of Experiences. New York, 2015.



бывшие сотрудники Баухауза, учебный план школы придерживается учебной модели Баухауза. Преемственность также была обозначена на открытии учебного заведения в 1955 году в речи Вальтера Гропиуса. Он говорил о важной роли художника в продвижении демократии и отверг обвинение, что Баухауз пропагандировал односторонний рационализм. Также он утверждал, что функционализм в дизайне необходимо понимать, как создание таких продуктов, которые бы удовлетворяли как физические, так и психологические потребности населения. Он считал, что задача школы не только развивать интеллект путем обучения и приобретения знаний, но и воспитывать чувства.

Также как и Баухауз Ульмская школа оказала большое влияние, как на дизайн, так и на культуру в целом. В частности методология проектирования во многом сформировалась благодаря деятельности этой школы. Понимание дизайна как средства решения проблем, использование методов анализа и синтеза, выбор и утверждение проектных альтернатив, все то, что сейчас является обычно практикой дизайна, впервые стало применяться в этой школе.

Принципы дизайна, разработанные в Ульмской школе, быстро и эффективно внедрялись в промышленное производства 1960-х годов, благодаря сотрудничеству школы с компанией Braun, оказавшей решающее влияние на развитие дизайна в Германии. На протяжении многих десятилетий Braun являлась образцом для других компаний, и не только в Германии, так, например, дизайнеры компании Apple явно вдохновлялись идеальными пропорциями и предельно ясной функциональностью продуктов Braun. Продукция Braun обладала следующими характеристиками: максимальное удобство использования; следование эргономическим и физиологическим требованиям; функциональность; внимание к деталям; гармоничный дизайн, достигаемый с помощью простых средств; интеллектуальный дизайн, основывающийся на инновационных технологиях и учитывающий потребности и поведение пользователей.

Если 1950-е годы были временем торжества так называемого «современного стиля» в дизайне как отражения послевоенного оптимизма, увлечения всем новым, использования инновационных синтетических материалов, первой еще весьма примитивной электроники, модернистскими формами, функциями, технологиями и т.п., то в 1960-е годы появляются первые признаки кризиса. Длительный экономический подъем послевоенных лет подошел к концу, одновременно усложнялась политическая обстановка: затянувшаяся война во Вьетнаме породила протестное студенческое движение сначала в США, а потом и в Европе. Возникает критическое осмысление роли и сущности дизайна в обществе: так в работах теоретиков Франкфуртской школы (Т. Адорно, Г. Маркузе, М. Хоркхаймер, Ю. Хабермас) в рамках критики технической рациональности и модернистского проекта покорения природы, акцентируется и деструктивное влияние дизайна, творящего враждебный существующему технологический универсум. Т. Адорно пугает все больший утилитаризм и функционализм настоящего, насилие прогресса над природой, которое приводит к «дискомфарту в культуре»<sup>1</sup>. С другой, также критической, точки зрения выступает Г. Маркузе, который критикует проектную деятельность, как причину бурного экономического и технического роста массового производства и массового потребления. Формируется общество потребления, которое охватывает не только и не столько экономическую сферу, оно проникает в сознание общества, формирует систему ценностей и установок. В начале 1960-х г. Г. Маркузе провозгласил торжество «одномерного человека», ставшего пленником навязанных массовым производством потребностей и мышления: «Если рабочий и его босс наслаждаются одной и той же телепрограммой и посещают одни и те же курорты, если макияж секретарши не менее эффектен, чем у дочери ее начальника, если негр водит «Кадиллак» и все они читают одни и те же газеты, то это уподобление указывает не на исчезновение классов, а на степень усвоения основным

---

<sup>1</sup> Адорно Т. Эстетическая теория. М., 2001. С. 103.

населением тех потребностей и способов их удовлетворения, которые служат сохранению Истеблишмента»<sup>1</sup>.

В связи с этим возникает необходимость поиска новых оснований дизайна, для чего в 1960-е годы проводится ряд международных семинаров по дизайну. Так Американская ассоциация промышленного дизайна проводит в 1964 году Международный семинар дизайнеров в Брюгге, где было принято до сих пор достаточно распространенное определение дизайна: «дизайн – это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделий, но главным образом структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое, как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя»<sup>2</sup>. Дизайн как средство создания функциональных и эстетичных вещей всегда был связан с серийным производством предметов потребления и находился на границе искусства и техники. Подобные представления свойственны для ранних определений дизайна как «художественного производства», «промышленной эстетики», «художественного проектирования» и т. д., подробно исследованных в ряде научных трудов В.Л. Глазычева<sup>3</sup>. Как ни странно, во многих современных интернет-источниках и в некоторых учебных пособиях по теории и практике дизайна, именно это определение считается основным, а дальнейшие рассуждения строятся на его основе. Однако данное определение сложно сопоставить с действительной практикой, которая показывает, что нет оснований считать продуктами дизайна только вещи и промышленные изделия. Кроме того, помимо простого удовлетворения интересов производителей и покупателей и бездумного умножения вещей, определение должно отражать социальную составляющую и более осмысленный подход к дизайну как к самостоятельной культурной практике.

---

<sup>1</sup> Маркузе Г. Одномерный человек. М., 2003. С. 11.

<sup>2</sup> Краткая стенограмма семинара в Брюгге ВНИИТЭ. М., 1964. С. 8.

<sup>3</sup> Глазычев В. Л. Дизайн как он есть. М., 2006. С. 41–86.

В 1970 году на заседании Римского клуба прозвучал доклад, затрагивающий проблемы роста потребления и производства, под названием «Пределы роста»<sup>1</sup>. Авторы утверждали, что продолжение экспоненциального роста производства приведет промышленно развитые страны к потере основ своего существования в обозримом будущем. Быстрое истощение природных ресурсов, рост плотности населения, а также увеличение загрязнения приведет к дестабилизации или полному краху индустриальных обществ. И хотя экологические требования для дизайна были разработаны, большинством дизайнеров и производителей они игнорируются. В ответ на озвученные проблемы возникают первые попытки проектирования с учетом стадии утилизации или повторной переработки. Эти идеи не были поддержаны бизнесом, так как не способствовали прибыли, но в будущем стали основой для альтернативной экологически и социально ориентированной практики дизайна.

Параллельно идею социально ориентированного дизайна затрагивает Герберт Саймон. Основываясь на проведенных исследованиях в области искусственного интеллекта, автор по-новому рассматривает вопросы теории инженерного проектирования, в результате чего тематические области общественных наук попадают в центр внимания теории дизайна. В отличие от активно выраженного рационализма информатики, который лежит в основе большей части работ Г. Саймона, его понимание дизайна выходит за рамки чисто технического. Он утверждает, что деятельность, связанная с дизайном, является ядром профессиональной подготовки во всех областях. Кроме того он считает, что «дизайном занимается каждый, кто разрабатывает порядок действий, направленный на изменение существующих ситуаций в сторону более предпочтительных.... так понятый дизайн есть ядро любой профессиональной деятельности – это то, что отличает профессии от наук»<sup>2</sup>. Данное Г. Саймоном определение указывает на сдвиг в понимании дизайна,

---

<sup>1</sup> См. Meadows D. The Limits of Growth, New York, 1972.

<sup>2</sup> Саймон Г. Науки об искусственном. Москва, 2004. С. 70–73.

закрывающийся в выделении его из сфер производства, распределения и потребления и в создании предпосылок для его рассмотрения в социокультурном аспекте. Кроме того, наблюдается радикальный разрыв с традицией связывать дизайн с вещью: для Г. Саймона дизайн – это методология практического действия, специфическая «интеллектуальная активность», сфера приложения которой не ограничена, а результатом является не артефакт, а предпочтительное.

В начале 1970-х годов Г. Саймон разрабатывает свое окончательное определение дизайна, приходит к выводу, что дизайн является средством изменения искусственных характеристик мира, и на этой основе разрабатывает свое окончательное определение дизайна: «Эффект проектирования заключается в инициировании изменений в окружающей человека искусственной среде»<sup>1</sup>. Данное определение отражает пространственные характеристики дизайна и утверждает дизайн как конструирование культурного пространства.

Принимая во внимание это определение, Дж. К. Джонс изучает вопрос о наличии в нем дополнительных смыслов и утверждает, что многие дисциплины включают в себя исследования в области дизайна. Он приходит к выводу, «что это достаточно общее определение охватывает деятельность не только конструкторов, архитекторов и дизайнеров, но также экономистов, законодателей, менеджеров, специалистов по рекламе и связям с общественностью, специалистов прикладных наук, участников движений протеста, политиков – всех тех, кто стремится осуществить изменения в форме и содержании изделий, рынков сбыта, городов, систем бытового обслуживания, общественного мнения, законов и т.п.»<sup>2</sup>. Также как и Г. Саймон, Дж. К. Джонс определяет дизайн не с точки зрения конкретных профессиональных действий, но с точки зрения более широкого принципа создания искусственного и управления им. Таким образом, определения

---

<sup>1</sup> Там же. С. 12.

<sup>2</sup> Джонс Д. Методы проектирования. М., 1986. С. 45.

Дж. К. Джонса и Г. Саймона помещают дизайн в более широкий контекст человеческой деятельности.

Осмысление дизайна в отечественной теории 1970-х годов также имело достаточно широкий контекст и включало в себя проблемы проектирования совершенно различных по функциональному признаку вещей и предметных комплексов. Некоторые теоретики идут еще дальше, так, например, Н. Воронов выводит дизайн за пределы предметной среды: «Дизайн возможен в любой области. Если говорить о дизайне в целом – это особый метод..., это особая комбинаторная направленность мышления, а не область деятельности...»<sup>1</sup>. По его мнению, история понимаемого таким образом дизайна начинается в первобытное время, а области его распространения практически безграничны. Кроме того, автор отмечает, что дизайн определяет не только уровень развития промышленности, но и национальную самобытность.

Таким образом, в период развития дизайна в 1940-1970-е оформляются следующие важные аспекты:

– дизайн не является просто техникой создания внешнего вида продукции;

– дизайн должен выражать индивидуальность продукта через выявление наиболее подходящей формы, ясно показывающей пользователю его функцию и применение;

– дизайн должен делать прозрачными и понятными пользователю последние достижения технического развития, в этом заключается его функция как средства гуманизации инновационных технологий;

– дизайн не ограничивается только продуктом, он затрагивает вопросы экологии, энергосбережения, переработки, долговечности и эргономики;

– дизайн должен учитывать отношения между людьми и объектами и считать их основой для выбора форм и конструкций.

---

<sup>1</sup> Воронов Н. В. Эстетика техники (очерки истории и теории). М., 1972. С. 133.

Такое понимание дизайна учитывает не только его функциональный аспект, но также семантический и экологический аспекты проектирования.

*Третий этап развития дизайна (1980–2000-е годы)* оформляется в период резкой социальной трансформации всех современных обществ и их подсистем. Радикальным образом изменяются сфера труда, экономическая система, культура и нормативно-ролевой комплекс. Многообразные социальные трансформации сопровождаются масштабными изменениями в пространстве обитания человека. Изменения затрагивают также индивидуальное сознание, они имеют макросоциальное значение и обозначают новый этап развития общества, кардинально отличный от всех предшествующих этапов. Наиболее радикальным образом эти перемены были охвачены дискурсом «культуры эндизма». Вовсе не случайно широкое распространение многообразных версий «метафоры конца» – «конец индивида», «конец прогресса», «конец истории», «конец интеллектуалов» – обозначающей качественно новое состояние социальной системы. Как отмечает Э. Гидденс, тот уровень развития и тотальности, которого достиг дизайн сегодня, ознаменовал «конец природы». «Наше общество существует в эпоху, когда природе пришел конец... «Конец природы» означает, что лишь немногие аспекты окружающей нас материальной среды еще не подверглись в той или иной форме вмешательству человека. Многое из того, что прежде носило естественный, природный характер, стало искусственным...»<sup>1</sup>.

Окончательный разрыв естественного и искусственного формулирует Ж. Бодрийяр, рассматривая пластмассу как вневременной материал, знаменующий торжество культуры: «...чудесным человеческим изобретением стала и пластмасса – вещество, не знающее износу, прерывающее цикл взаимоперехода мировых субстанций через процессы гниения и смерти. Это внециклическое вещество, даже в огне оставляющее не-разрушимый остаток, – нечто небывалое, этот симулякр воплощает

---

<sup>1</sup> Гидденс Э. Ускользящий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004. С. 43.

в себе в концентрированном виде всю семиотику мироздания. Это не имеет ничего общего с «прогрессом» технологии или же рациональными устремлениями науки. Это проект господства над политической и душевной жизнью, фантазм самозамкнутой умственной субстанции...»<sup>1</sup>.

Конец природы означает, что под действием проектного мышления в принципах функционирования окружающей материальной среды и тела человека произошли настолько значительные перемены, что сама суть и логика этих процессов меняется. То, что раньше носило естественный характер и имело органическую связь и представленность в мире природы, теперь становится искусственным, конструктом – продуктом проективной деятельности, причем как на уровне формирования и обоснования потребностей, так и на уровне путей их удовлетворения. Мы не просто живем в искусственном пространстве, это пространство само вступает с нами в контакт. Язык дизайна объективируется в вещах, а пользование вещами ведет к его усвоению, дизайн буквально становится важнейшим социокультурным фактором социализации, транслирующим и определяющим всю систему ценностно-смыслового отношения к действительности, принуждая индивида думать в определенных категориях, замечать и оценивать лишь те аспекты реальности, которые эта сетка признает в качестве значимых.

Вместе с осознанием конца природы, происходит и осознание необходимости формирования моделей ответственного потребления, подразумевающих все возрастающую социальную ответственность дизайна. Она отражается, прежде всего, в экологической и социокультурной областях общества. Девизом этого периода становится фраза: «производить только то, что необходимо», что знаменует переход от «эстетики вещей» к «эстетике чувств» потребителя и даже «этике вещей». Отсюда истоки «экодизайна», проектов, подобных «Вечно ваш», направленных на задание специальных требований к проектированию вещей, позволяющих не менять их слишком

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. С. 119.



быстро и эксплуатировать на протяжении длительного времени (искусственное старение поверхностей, выбор материалов, ценность внешнего вида которых не снижается при использовании, сокращение времени и затрат на ремонты за счет модульной конструкции и удобного интерфейса, возможность «развития» вещей за счет их постоянной модернизации при переходе к открытым модульным платформам и т.д.<sup>1</sup>

Так происходит перенос акцента с внешнего оформления вещи на то, что с ней потребитель делает, как он ее использует. Поэтому, например, произошла замена «визуального» дизайна на «сенсорный», учитывающий требования к поверхности, запахам, теплопроводности и пр. Моник Дежен использовала в отношении дизайна городов термин «Sensing Cities». Это означает, что для жителей и посетителей городов важными становятся не только визуальные ландшафтные и фасадные линии, но и все чувственно воспринимаемые характеристики города, а также этические чувства, рождающиеся в сформированном городом коммуникативном пространстве. Дежен считает, что это обусловлено тремя обстоятельствами: 1) «эстетической рефлексивностью» людей, вызванной все возрастающим давлением на них символов и знаков, на которое горожане отреагировали эстетизацией всех и всего, привязыванием всех городских объектов к определенному стилю; 2) окончательным стиранием границы между искусством и повседневностью, что позволяет эстетически оценивать любой функциональный объект; 3) мульти-сенсорным характером культурного опыта людей<sup>2</sup>.

Таким образом, основными задачами третьего этапа в развитии дизайна стали задачи достижения предельно рациональных (с одной стороны, «ответственных», «умных», «устойчивых», а с другой – «расчетных», «цифровых») моделей объемно-функционального и художественного

---

<sup>1</sup> Verbeek P. What Things Do: philosophical reflections on technology, agency, and design. Pennsylvania, 2005. P. 210–227.

<sup>2</sup> Degen M. Sensing Cities: Regenerating public life in Barcelona and Manchester. New York, 2008. P. 48–56.

конструирования вещей. В целом этот этап может быть назван этапом дизайна рациональных моделей.

Умножение техник, средств и технологий, различных концепций и описаний дизайна 1980–2000-х совершенно соответствовало наступившей ситуации постмодерна, которая формирует новые задачи дизайна:

- визуализация технологического прогресса;
- упрощение или создание возможности использования и оперирования аппаратными или программными продуктами;
- построение связей между производством, потреблением и переработкой;
- продвижение продуктов или услуг, формирование коммуникации с пользователем;
- предотвращение бессмысленного умножения продукции.

С начала 2000-х годов по настоящее время дизайн находится на стадии перехода к следующему этапу, во многом определяющемуся глобализацией. В связи с этим появляются попытки осмысления дизайна внутри этого процесса во взаимодействии с экономикой, экологией, техникой, политикой, социологией, культурологией и философией. Чтобы отделить дизайн XXI века от предшествующих периодов, его называют дизайном цифровой эпохи, постиндустриальным дизайном или просто современным дизайном (*contemporary design*) с очень широкой амплитудой проявлений – от функционального до подчеркнуто зрелищного. А потому требовалось разработать универсальное определение дизайна, раскрывающее цели, задачи и роль дизайна в современной культуре и обществе. Попытка дать такое определение дизайна была произведена в 2001 году в Сеуле на конференции Международной организации дизайнеров (ICSID). Данное определение создавалось совместно дизайнерами, архитекторами, философами, социологами, учеными и представителями деловых кругов, в результате чего появилось развернутое определение дизайна: «Дизайн является творческой деятельностью, направленной на создание многогранных качеств объектов,

процессов, услуг и их систем в течение всего их жизненного цикла. Поэтому дизайн является центральным фактором гуманизации инновационных технологий и решающим фактором культурного и экономического обмена»<sup>1</sup>.

Также на конференции в 2001 года в Сеуле были определены основные задачи дизайна: «Дизайн стремится раскрыть и оценить структурные, организационные, функциональные, выразительные и экономические отношения, обеспечивая:

- укрепление глобальной устойчивости и охраны окружающей среды (глобальная этика);
- предоставление индивидуальных и коллективных льгот и свобод для всего человеческого сообщества;
- учет интересов конечных потребителей, производителей и представителей рыночных отношений (социальная этика);
- поддержку культурного разнообразия, несмотря на глобализацию мира (культурная этика);
- придание товарам, услугам и системам таких форм, которые наиболее выразительны (семиология) и согласованы (эстетика) со степенью их сложности»<sup>2</sup>.

Как всякое определение, претендующее на универсальность, оно сформулировано достаточно сухо и учитывает разнообразие более крупных контекстов, в которые встроен дизайн.

Уже давно замечено, что чем ближе мы подходим к сфере производства, тем больше дизайн кажется инженерно-конструкторской деятельностью, а чем ближе мы подходим к сфере искусства, тем больше в нем проявляется художественно-творческое начало. В рамках данной работы, не теряя инженерно-конструкторские и художественно творческие аспекты, следует рассмотреть дизайн как важный социокультурный феномен, осмысление которого в контексте смены научных, культурных и проектных

---

<sup>1</sup> ICSID Papers. 2002. № 4. С. 8–14.

<sup>2</sup> Там же.

парадигм обнаруживает его в качестве фактора ориентации, трансформации и редактирования многообразия вещей и совокупности отношений между человеком и предметным миром, что ведет к формированию культурных идеалов и ценностей. Дальнейшее рассуждение о роли дизайна в формировании культурного пространства будет строиться на основе данного понимания дизайна.

## **1.2 Специфика дизайна как компонента культурного пространства**

Культура воплощается в жизни в реальных носителях: предметах, текстах, действиях, поступках, намерениях, чувствах и т. д., и имеет особое пространственное и временное бытие. Пространственный параметр культуры находится в тесном взаимодействии с различными практиками дизайна, о чем свидетельствует наличие примеров связи культуры и предметно-пространственной организации. Так У. Эко в книге «Отсутствующая структура. Введение в семиологию», пересказывая наблюдение американского антрополога и кросс-культурного исследователя Эдварда Холла, приводит следующий пример: «Холл рассказывает об одном строительном замысле с целью обеспечения более комфортабельным жильем некоторых этнических групп – негров и пуэрториканцев – проживающих в Америке. Предприятие провалилось, поскольку их предполагалось поселить в прямолинейном пространстве, между тем как общественная жизнь этих групп всегда ориентировалась на центростремительное пространство и «тепло», исходящее центром»<sup>1</sup>. Таким образом, культурные традиции и дизайн как средство организации пространства обнаруживают свою связь.

Пространство является важнейшим атрибутом бытия, а такие его характеристики как объёмы, размеры, границы полностью определяют условия жизни человека, который заполняет его объёмы, определяет

---

<sup>1</sup> Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию». М., 1998. С. 247.

размеры, преодолевает границы, то есть взаимодействует с пространством. В концепциях пространства и времени воплощается рефлексия эпохи и деятельности, интерпретация сложившейся культуры, ритмы социальных трансформаций и эффективность прогностического сознания. Кроме того представления о пространстве всегда выражались в искусстве: «Мы видим вещи такими, какими нас учит их видеть искусство. Мы воспринимаем пространство через те формы, какие придает ему архитектор, мы переживаем ландшафт так, как он организован религиозной архитектурой... Мы воспринимаем природу и человека так, как нам раскрывает их сущность пластика, рисунок, живопись»<sup>1</sup>. Поскольку дизайн тесно связан с искусством, раскроем аспект реализации представлений о пространстве через архитектуру и другие виды искусства в их историческом развитии.

*Античные представления* о пространстве находят яркое отражение в архитектуре, в которой к VII в. до н. э. формируется система основных композиционных и конструктивных элементов, как закономерно организованная целостность, отражающая понимание космоса как равновесного единства богов, природы и человека. Античное осмысление космоса соотносится с такими характеристиками архитектуры как подчинение числу, логичная не противоречивость, лаконизм реализации в соответствии с принципами гармонии и пропорциональности, сомасштабность человеку.

В это время Пифагором оформляется представлений о числе как сущности и законе мира. Отсюда формируется идея математического выражения архитектурной формы, в архитектуру привносятся принципы строгих количественных соотношений, количественно обосновывается гармония, ритм, мера и пропорции. Геометрическое выражение числа реализуется в концептуальных замыслах городов города, типологии храмов, организации театрального пространства. Пифагорейский статичный образ Вселенной заменяется Гераклитом представлением о текучести,

---

<sup>1</sup> Философия культуры. Становление и развитие. СПб., 1998. С. 185.

изменчивости мира. Соответственно в архитектуру привносится динамизм, обогащается пластическое решение. Открывается необходимость применения оптических иллюзий для коррекции специфики человеческого зрения.

Наиболее оформленное выражение категория пространства получила в учении Демокрита, который считал, что в мире все состоит из пространства. Он понимал под ним бесконечную, абсолютную пустоту, существующую независимо от материи и наполненную непроницаемыми бесчисленными атомами, находящимися в непрерывном движении. Форма, величина, положение, порядок, мера, объем являются сущностные особенности атомов и всех образованных из них предметов. Такой взгляд на пространство уже не просто постулировался Демокритом, а обосновывался логически развернутой системой аргументов, например, тем, что без пустоты было бы невозможно движение, поскольку атомы сами по себе не проницаемы. Кроме того, исходя из признания того, что атомы, мельчайшие, непроницаемы материальные частицы, Демокрит считал, что они обладают свойством протяженности, как бы малы ни были. Следовательно, атомы обладают определенной пространственной характеристикой – величиной и формой. Пространство в этом случае выступает уже не просто как пустоеместилище, а как форма существования материальных тел. В связи с этим само универсальное пустое пространство в трактовке Демокрита выступает как место, занимаемое материальным телом. Учение Демокрита и важнейшие архитектурные понятия Витрувия соотносит Б. П. Михайлов в книге «Витрувий и Эллада»<sup>1</sup>. Человек – «микрокосм», творец культуры, в том числе искусства, отсюда ориентированность архитектуры на человека и окружающую среду, и следование идее мимезиса: искусство и архитектура как отражение и подражание природе. Эту идею оспаривает Платон, который рассматривает искусство не как отражение мира, а как прорыв в идеальный мир вечной и абсолютной красоты. Отсюда противопоставление мира идей

---

<sup>1</sup> Михайлов Б. П. Витрувий и Эллада : Основы античной теории архитектуры. М., 1967. 280 с.

и мира вещей, при котором земная вещь является воплощенной в материи копией своего идеального прообраза.

В отличие от Демокрита, для которого возможность движения объяснялась наличием пустого пространства, Аристотель, наоборот, считал, что в пустом пространстве движение невозможно. С точки зрения Аристотеля, пространство представляет собой проявление протяженности тел и тела в нем соприкасаются в общей границе. Размерами могут обладать только реальные тела, а не «ничто», и тела могут двигаться не относительно пустоты, а относительно друг друга. Мир предстает как единство материи, формы, движения и цели и эти же четыре причины выступают основой для организации архитектурного пространства.

Таким образом, античные мыслители, не избежав противоречий, следовали в направлении научного понимания связи пространства с материей и движением.

*Средневековое представление* о пространстве, сохраняя основные характеристики античной модели, заменяет языческую мифологию на христианскую. Геоцентричный взгляд на мир основывается на библейских образах, которые также выполняли функции ориентирования в пространстве, формировали представления о места и расстояниях. Для описания пространства использовались религиозные и моральные характеристики, связанные с его божественным творением (например, низ – ад, верх – обитель бога). Архитектурное пространство строится на принципах вертикализма, трехчастности, иерархизм, основывается на божественных числах и образах сакральной геометрии. Храм становится главным видом архитектуры.

*В эпоху Возрождения* происходит секуляризация различных областей жизни обществ, кардинально перестраиваются представления о пространстве. В научной и общественной мысли устанавливается главенство рациональности, что меняет представления о земле, географии, пространстве. Главным изменением стало то, что миф перестал быть

единственным способом структурирования пространства и ориентации в нём. Д.Н. Замятин назвал этот процесс освобождением «от тотальных (политических, сакральных) взглядов на мировое развитие»<sup>1</sup>. Кроме того географическое пространство виртуализируется, на одно и то же пространство накладываются различные географические образы. М. Фуко отмечал, что с научными переворотом Галилея в XVII в. пространство окончательно превращается в абстрактную научную категорию, оно отделяется от физической территории и от мифа<sup>2</sup>.

В культуре итальянского Возрождения зарождаются гуманистическая и натурфилософская ветви, а с ними и ряд важных идей: антропоцентризм, защита свободы и достоинства человека, гуманизм. Гуманистическим идеалом Возрождения становится человек не как единый обобщенный тип, а как индивид, уникальная личность. Формируется новое философское учение – пантеизм, согласно которому Бог растворен в мире, во всех вещах, что формирует горизонтальную картину мира и культ земных ценностей.

Идеи пантеизма и антропоцентризма формируют новое понимание искусства, согласно которому человек не только подражает природе, но подобно Богу творит новую реальность – мир искусства. Готический вертикализм заменяется на горизонтальные линии, архитектура обращается к фундаментальным принципам античности: сомасштабность человеку, применение ордерных систем, симметричность относительно центра, пропорциональные отношения частей и целого и т.д.

*В Новое время* продолжается процесс новой интерпретации пространства. В целом философская мысль Нового времени наукоцентрична и складывается под влиянием двух целостных систем теоретико-познавательных воззрений: эмпиризма (Ф. Бэкон, Т. Гоббс, Дж. Локк, Дж. Беркли, Д. Юм) и рационализма (Р. Декарт, Б. Спиноза, Г. В. Лейбниц). Формируется механистическая картина мира (Т. Гоббс, Р. Декарт): мир как

<sup>1</sup> См. Замятин Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов. М., 2006. С. 58.

<sup>2</sup> Фуко М. Другие пространства // Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью М. Фуко. М., 2006. С. 193–207.



машина (Декарт) и как часовой механизм (Ньютон). В эту эпоху формируются новые системы ценностей, такие как свободолобие, здравомыслие, познание и преобразование природы, польза, «разумный эгоизм». А также формируется представление о естественных правах человека на жизнь, свободу, частную собственность, социальное, национальное и религиозное равноправие.

Философия этого времени в лице Вольтера, Ж.-Ж. Руссо, Д. Дидро, П. Гольбаха и др. естественно влияет на формирование новых тенденций в искусстве и архитектуре, а именно, развитие стилей Барокко и Классицизма, а также закладывает эстетические и теоретические предпосылки европейского градостроительства. Философскими истоками стиля Барокко становятся пантеистическое миропонимание, сенсуализм, идеи контрреформации, которые ориентируют на чувственное восприятие, переживание человека, его эмоции. Архитектура характеризуется динамичностью, сложностью, многообразием деталей и пышности, стремится к величию, асимметрии, нарушению границ. Под влиянием философских идей рационализма XVII–XVIII веков Барокко сменяется классицизмом. Вера в способность разума изменить мир и человека, заставляет соотносить искусство не с конкретной действительностью, а с законами разума: логичностью, строгой организованностью, нормативностью. Классицизм превращается в единый художественно-архитектурный стиль Европы.

Начало современным представлениям о пространстве было положено *немецкой классической философией*. Понимание субъективного, априорного характера пространства и времени формируется в «критической философии» И. Канта. Согласно Канту «время есть абсолютно первый формальный принцип чувственно воспринимаемого мира»<sup>1</sup>. Также он формулирует понятие пространства: «возможность внешних восприятий как таковых

---

<sup>1</sup> Кант И. О форме и причинах чувственно воспринимаемого и умопостигаемого мира. Соч. в 6 т. М., 1964. Т. 2. С. 402.

предполагает понятие пространства, а не создает его», «понятие пространства есть чистое созерцание, так как это понятие единичное, не составленное из ощущений; пространство – основная форма всякого внешнего ощущения»<sup>1</sup>. Понимание пространства субъективным и идеальным сочетается у Канта с признанием его объективности и эмпирической реальности. Пространство представляется совокупностью реальных условий человеческой жизнедеятельности: «Хотя понятие пространства как некоторого объективного и реального сущего или свойства есть продукт воображения, тем не менее по отношению ко всему чувственно воспринимаемому оно не только в высшей степени истинно, но и есть основание всякой истины в области внешних чувств»<sup>2</sup>. Дальнейшее развитие понимания пространства у Канта происходит в «Критике чистого разума», где он объясняет, что с помощью «внешнего чувства» (внешний опыт) предметы представляются находящимися в пространстве; «внутреннее чувство» (внутренний опыт) помогает представлять явления, находящиеся во временных отношениях. «Пространство есть необходимое априорное представление, лежащее в основе всех внешних созерцаний... пространство следует рассматривать как условие возможности явлений, а не как зависящее от них определение»<sup>3</sup>. Заложена здесь идея существования эмпирических пространства и времени развивается в «Метафизических началах естествознания». Исследуя «материальное» пространство, Кант показывает его объективный характер: «пространство должно быть обозначено посредством того, что может быть предметом ощущения; такое пространство, как совокупность всех предметов опыта, называется эмпирическим пространством»<sup>4</sup>.

Представления Канта о пространстве и времени – сложная противоречивая система, соединяющая внешнее и внутреннее созерцание,

---

<sup>1</sup> Там же. С. 403.

<sup>2</sup> Там же. С. 406.

<sup>3</sup> Кант И. Критика чистого разума. Соч. в 6 т. М., 1966. Т. 3. С. 130.

<sup>4</sup> Кант И. Метафизические начала естествознания. Соч. в 6 т. М., 1966. Т. 6. С. 70.

конкретной чувственности и «чистых» понятий. Эти противоречия пытается разьяснить в «Кантианских вариациях» М. Мамардашвили. Он считает, что, согласно Канту, пространство и время идеальны, поскольку «человечны, то есть относятся к человеческому существу»<sup>1</sup>. Также он приводит такое определение пространства: «пространство – это всеобщее, это такое целое, которое само не является частью никакого другого целого»<sup>2</sup>. Если исходить из этого определения, то пространство представляется некой целостностью, охватывающей весь человеческий мир, его познание, мышление, воображение и созерцание.

Если Кант идеалистически интерпретировал пространство и время, то материалистический аспект развивается в философии Л. Фейербаха. Характеризуя бытие в целом, Фейербах утверждает следующее: «Пространство и время составляют формы бытия всего сущего. Только существование в пространстве и времени есть существование. Отрицание пространства и времени есть только отрицание их границ, а не их сущности»<sup>3</sup>. Поскольку Фейербах связывает пространство и время с жизнедеятельностью людей, то: «Пространство и время – первые критерии практики»<sup>4</sup>.

Идеи немецкой классической философии, прежде всего разработанные в ней фундаментальные проблемы свободы воли, выбора и действий индивида, стали основой для искусства и архитектуры свободного выбора, эклектики, а вместе с ней и нового культурного пространства. Развитие экономики, усложнение социальной структуры общества и необходимостью создания новых архитектурных сооружений: банков, вокзалов, торговых пассажей, доходных домов и т.д., к которым не применима классицистическая традиция стали причиной отрицания классического канона. Философскими истоками поисков новых вариаций исторических стилей становятся идеи Канта о продуктивном воображении и природе гения,

---

<sup>1</sup> Мамардашвили М. К. Кантианские вариации. М., 2002. С. 8.

<sup>2</sup> Там же. С. 129.

<sup>3</sup> Л. Фейербах Избранные философские произведения в 2 т. М., 1955. С. 122.

<sup>4</sup> Там же.

Фихте о духовно-творческом воздействии субъекта на мир, Гегеля об исторической природе мышления и культуры и невозможности существования вечных идеалов красоты и канонов, Шеллинга о равноценности всех культур человечества. Также эклектика поддерживается идеями позитивизма первой половины XIX века, которые ориентируют на описательный, а не сущностный подход. Отсюда отождествление системы с простой механической суммой единичных элементов и идеи приоритета пользы над красотой.

Причиной развития русской эклектики в 1830-е гг. становится подъем национального самосознания в стране: активно строятся храмы, художественные галереи, учебные заведения, театры, создаются общественные парки. Кроме того русская эклектика совпадает со временем активного поиска русским обществом своего собственного пути развития. Представители течений славянофилов 1840–1850-е и русского традиционализма 1970–1980-х годов видят в архитектуре средство самоидентификации русского национального сознания. В результате желания вернуться к национальной традиции возникает интерес к допетровской эпохе, древнерусским образцам культуры.

Рассмотренные выше представления о пространстве в классической философии оформляются в субстанциональную концепцию, в соответствии с которой пространство – это то, в чем все находится. Оно является внешним по отношению к находящимся в нем объектам, а движение и взаимодействие тел никак не сказывается на его характеристиках. То есть пространство как самостоятельная сущность не зависит от материи и движения, как и от характера протекающих в них материальных процессов. Однако уже Гегель писал: «Мы не можем обнаружить никакого пространства, которое было бы самостоятельным пространством, оно всегда

есть наполненное пространство и нигде не отличается от своего наполнения»<sup>1</sup>.

Возникновение в середине XIX века философской системы марксизма, создание неевклидовой геометрии Лобачевским и Римановым, открытие Эйнштейном общей и специальной теории относительности и другие открытия стали катализатором для формирования неклассического понимания пространства как формы связи объектов. Обозначается идея различения внутреннего и внешнего пространства биологических и физических систем и их характеристик, отсюда, зависимость пространства от природы объектов и различение разных видов пространственности. В связи с этим появляется множество философских школ и направлений: сциентистских (позитивизм, прагматизм, операционализм) и антисциентистских, ориентированных на сферу культурно-исторического существования человека.

Также неклассическое мышление в полной мере проявляется в искусстве через множество авангардных течений, активно проявившихся в 1910-е годы в живописи, в 1920-е – в архитектуре и в 1930-е – в кинематографе. Философскими истоками авангарда стал ряд направлений, исследующих помимо прочего социальные и культурные проблемы пространства. Среди них философия жизни, в рамках которой А. Бергсон рассматривает пространство как «представление, символизирующее тенденцию человеческого интеллекта к фабрикации»<sup>2</sup>. Для дальнейшего осмысления дизайна здесь интересно понятие фабрикации, которое характеризует работу интеллекта, покоряющего мертвую материю и придающего ей форму: «интеллект является способностью фабриковать искусственные предметы, в частности – орудия для создания орудия, и бесконечно разнообразить их изготовление»<sup>3</sup>. Таким образом, А. Бергсон предлагает взгляд на мир изнутри сознания человека, который затем

---

<sup>1</sup> Гегель Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук. Т. 2. Философия природы. Разделы: «Механика», «Физика». М.; Л., 1934. С. 374.

<sup>2</sup> Бергсон А. Творческая эволюция. Материя и память. Харвест, 2001. С. 168.

<sup>3</sup> Там же. С. 153.

продолжается в феноменологии, рассматривающей пространство в опыте отношения человека и мира.

В рамках феноменологии можно выделить два взаимодополнительных направления исследования пространства: парадигму телесности (Э. Гуссерль, М. Мерло-Понти) и парадигму значимости (М. Хайдеггер). Рассматривая в курсе лекций «Вещь и пространство» (1907) проблему восприятия вещи в пространстве, Э. Гуссерль обращается к вопросу конституции пространства и рассматривает взаимосвязь вещи и способов ее данности. Он утверждает, что любое восприятие является перспективно-односторонним, поскольку мы воспринимаем вещь не полностью, а только в некоторых ее аспектах. Однако это не мешает формированию целостного представления о вещи, благодаря способности человека соотносить актуальные и потенциальные, выходящие за пределы актуального созерцания, аспекты восприятия. Согласно Гуссерлю каждый аспект вещи определенным образом расположен в пространстве относительно воспринимающего его субъекта. Помимо актуальных визуального и тактильного аспектов восприятия вещи, недостаточных для конституции пространства, раскрываются потенциальные аспекты, реализуемые в движении и задающие другие пространственные ориентации. Для постижения пространственной вещи в движении необходимо кинестетическое сознание, объединяющее между собой различные чувственные впечатления и воплощающееся в теле, которое является ориентиром для всех пространственных отношений: «В этой функции – быть точкой ориентации для пространственно-перспективного упорядочения – становится отчетливой конститутивная продуктивность тела относительно пространственного восприятия и пространственного мышления»<sup>1</sup>.

Концепции кинестетического сознания и телесности Гуссерля повлияли на дальнейшее развитие феноменологии пространства, в частности на феноменологию восприятия Мориса Мерло-Понти, для которого сознание (тело) – это исходная точка для анализа пространства, слитая с ним и не

---

<sup>1</sup> Претхель П. Введение в феноменологию Гуссерля. Томск, 1999. С. 51.

существующая вне его. Концепция Мерло-Понти заключается в определении связи между субъектом и миром, которую он называет восприятием и описывает как «нашу соприродность вещам»<sup>1</sup>. «Восприятие не есть знание о мире, это даже не акт, не обдуманное занятие позиции, восприятие – это основа, на которой разворачиваются все наши акты, и оно предполагается ими. Мир не есть объект, закон конституирования которого я держу в своих руках, мир – это естественная среда и поле всех моих мыслей и всех моих отчетливых восприятий»<sup>2</sup>. В основе восприятия (ориентации в пространстве) лежит опыт, описываемый как отношение воспринимающего и воспринимаемого. Согласно Мерло-Понти, пространство необходимо предполагать как уже данное: «Тело не только открывает пространства возможного и невозможного, но и сталкивает нас с действительностью, которая никогда не дается и не оказывается данной, а всегда только предана, начиная с момента рождения как изначального прошлого, которое никогда не было настоящим»<sup>3</sup>.

Пространство как пред-данное рассматривается и М. Хайдеггером, поскольку человек всегда рождается включенным в уже структурированное и оформленное пространство. Согласно М. Хайдеггеру смысл предзаданной пространственности может быть постигнут с помощью анализа такого комплексного феномена, как «фактичная жизнь», «вот-бытие» или «бытие-в-мире». То есть пространственные возможности конституируются прагматическими возможностями той или иной ситуации жизненного мира. Кроме того благодаря М. Хайдеггеру в канву культурных ориентаций вплетаются первые экзистенциалистские рефлексии о мире и человеке.

Таким образом, феноменологическое познание мира формирует интерес к способам интеллектуального постижения мира, временному фактору бытия общества, человека и культуры. Как следствие в науке зарождается традиция понимания пространства как определенной

---

<sup>1</sup> Мерло-Понти М. Феноменология восприятия. СПб, 1999. С. 448.

<sup>2</sup> Там же. С. 7.

<sup>3</sup> Там же. С. 311.

субстанции, в которой отражаются многообразные свойства бытия человека и окружающего мира.

В настоящее время исследователи категории пространства рассматривают различные его свойства, условно разделяя их на основные и специфические. Основные пространственные характеристики обнаруживаются на всех уровнях материи и неразрывно связаны с другими её атрибутами, специфические – проявляются только на определенных уровнях и свойственны лишь некоторым классам материальных систем.

Р. А. Аронов к основным свойствам пространства причисляет метрические (количественные) и топологические (качественные) свойства<sup>1</sup>. Кратко представим топологические свойства пространства (трехмерность, непрерывность, протяженность, структурированность, бесконечность, единство со временем и движением), поскольку они относятся к когнитивным признакам изучаемой категории.

*Трехмерность* связывает пространство и тело, поскольку соответствует трем основным координатам тела. Три измерения – это тот необходимый и достаточный минимум для осуществления всех возможных взаимодействий материальных объектов, в которых проявляется бесконечность и неисчерпаемость пространства.

*Непрерывность* проявляется в способе перемещения тел и распространении физических действий через различные поля и означает отсутствие в пространстве каких-либо «разрывов». Вместе с тем «пространству свойственна относительная прерывность, проявляющаяся в раздельном существовании материальных объектов и систем, имеющих определенные размеры и границы, в существовании многообразных структурных уровней материи с различными пространственными отношениями»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> См. Аронов Р. А. Физическая реальность и гносеологическая патология познания. М., 2001.

<sup>2</sup> Аронов Р. А. Непрерывность и дискретность пространства и времени. М., 1971. С. 80–106.



*Протяженность* связана со структурностью материальных объектов и вызвана их взаимодействием: один объект существует рядом с другим. Поскольку протяженность определяет ту долю пространства, которую занимает объект, непротяженные объекты не могут иметь структуру, внутренние связи и возможности изменяться.

*Структурированность* пространства предполагает координацию различных пространственных предметов и форм посредством таких топологических понятий как «окружение», «соседство», «разграничение» и «последовательность».

*Бесконечно* пространство с точки зрения науки, но поскольку человек не может воспринимать и мысленно представлять себе бесконечную, ничем не ограниченную величину, бытовое его осознание требует некоторых пределов. Поэтому человеком создаются необходимые психологические опоры, границы, позволяющие ему очерчивать, отделять и замыкать пространство вокруг себя.

К специфическим свойствам пространства М. П. Титова относит следующие: «конкретные пространственные формы и размеры тел, их положение в пространстве по отношению друг к другу, наличие у тел внутренней симметрии или асимметрии (молекула живого вещества обладает свойством пространственной асимметрии, которое характерно живому веществу), изотропность (равноправие всех направлений) и неоднородность (неравноправие всех точек, наличие выделенных точек) пространства»<sup>1</sup>. Кроме того пространство обладает свойствами объективности, поскольку его существование не зависит от сознания, и всеобщности, так как формы пространства присущи любым воплощениям материи на всех уровнях её существования.

В современной науке в связи с все большим разграничением видов деятельности возникает тенденция к дифференциации пространства: «разные

---

<sup>1</sup> Титова, М. П. Основные и специфические свойства пространства // Новости передовой науки. Польша, 2012. С. 41–45.

виды деятельности человека формируют свои пространства, а сама человеческая деятельность формирует жизненное пространство как основу человеческого существования»<sup>1</sup>. Человек становится объектом и субъектом различных пространств, в том числе и культурного.

В целях выделения именно специфики дизайна в формировании культурного пространства, необходимо рассмотреть, чем еще, помимо дизайна, строится культурное пространство. Для этого рассмотрим различные подходы к пониманию культурного пространства и покажем с точки зрения каждого подхода, чем оно строится, и какая конфигурация взаимно расположенных друг относительно друга культурных элементов в пространстве образовывается.

Выделим следующие подходы:

- аксиологическая концепция культурного пространства С. Н. Иконниковой;
- деятельностный подход М. С. Кагана;
- семиотическая модель культурного пространства Ю. М. Лотмана;
- информационный подход А. Моля;
- структурный подход А. Н. Быстровой.

Раскроем каждый подход в рамках соответствующей концепции культуры и выделим специфику дизайна.

*Аксиологическая концепция культурного пространства* развивается из понимания культуры как совокупности артефактов, материальных и духовных явлений, созданных человеком. Определение конструируется на противопоставлении естественного и искусственного, что предполагает разграничение вещей и явлений природного происхождения («натура») и связанных с человеческой активностью и деятельностью (культура).

Реалистическое понимание культуры как совокупности артефактов позволяет структурировать культурное пространство как конфигурацию материальных и идеальных продуктов человеческой деятельности в их

---

<sup>1</sup> Husserl E. Philosophy as Rigorous Science. 2002. P. 249–295.

аксиологической взаимосвязи. Внутренняя структура и способы функционирования таким образом понимаемого культурного пространства представляют собой сложную систему взаимодействующих элементов культуры (артефактов), культурных комплексов (системы артефактов и связей между ними, структурированных по какому либо ценностному основанию) и культурных конфигураций (социально заданных систем культурных комплексов). То есть культурное пространство с точки зрения понимания культуры как совокупности артефактов создается множеством феноменов культуры, выступает пустымместищем и внутренним объемом специфического культурного содержания: ценностей и артефактов.

Абстрактная характеристика культуры как совокупности артефактов включает аксиологическое определение, которое принимает в качестве основы культуры систему ценностей и представляет ее следующим образом: «культура – это материальные и социальные ценности любой группы людей (институты, обычаи, установки, поведенческие реакции) независимо от того, идет ли речь о дикарях или цивилизованных людях»<sup>1</sup>.

Ценностный подход к понятию культуры в сфере философии, истории и культуры утверждали В. Виндельбанд и Г. Риккерт. Основоположник Баденской школы В. Виндельбанд считал, что ценность является общеобязательной и предполагает всеобщее признание. Также он считал, что такие ценности, как истина, добро, красота, есть на самом деле не разные ценности, а единое целое. Согласно Виндельбанду ценности как часть Божественного промысла, даются большинству людей не через божественное откровение, но посредством определенных форм, институциональными носителями и распространителями которых являются религия, искусство, наука: «Высшие ценности эмпирической жизни – знание, нравственность и искусство – становятся живыми деяниями Божества в человеке

---

<sup>1</sup> Thomas W. Primitive behavior. New York, 1937. С. 8.

и приобретают в трансцендентальном сознании более высокое и глубокое значение»<sup>1</sup>.

Для Г. Риккерта ценность является системо- и смыслообразующей философской категорией: «то, что нельзя отнести к ценностям, не имеет абсолютно никакого смысла»<sup>2</sup>. Ценность – особая часть мира, определяющая цели и задачи, которым служат воля и деятельность. М. Шелер различает ценности и их носителей, понимая под носителями блага, вещи, личности, состояния вещей, в которых ценности проявляются и «становятся действительными». Он понимает ценности как специфические сущности, предписывающие человеку нормы долженствования и оценок.

Норма, как составляющая ценности, является средней величиной, характеризующей массовую совокупность явления действительности. В качестве социальной нормы выступают общепризнанные правила, образцы поведения или действия, с помощью которых обеспечивается упорядоченность, регулярность социального взаимодействия индивидов и групп. Человек познает мир через осмысление нормы, как меры вещей, и вместе с тем в своей творческой деятельности изменяет существующие нормы и создает новые.

Вторая составляющая ценности – идеал – представляет собой высшую степень субъективного представления о благом и должном. К проблеме идеала обращается И. Кант, исследуя проблему внутренней цели. Он утверждает, что явления без цели, не могут иметь и идеала. Согласно Канту идеал принципиально недостижим и является «идеей» регулятивного порядка: он не создает образ самой цели, но указывает направление на цель и поэтому руководит человеком скорее как чувство верного направления, чем как ясный образ результата.

Именно в ценности образуется относительно устойчивое единство идеала и нормы, взаимосвязь которых – «залог бессмертия многих созданий

---

<sup>1</sup> Виндельбанд В. Прелюдии. Философские статьи и речи. СПб, 1964. С. 298.

<sup>2</sup> Риккерт Г. Философия истории. СПб, 1908. С. 100.

человеческих рук, а также человеческого ума и духа. Великий мастер тем и велик, что его произведение само по себе – носитель идеала. Гений мастера – одновременно и норма, и идеал, и в этом заключена его ценность для человечества»<sup>1</sup>.

С. Н. Иконникова интерпретирует культурное пространство как среду повседневной жизни людей и в то же время – как особую ценность и национальное достояние: «...культурное пространство является жизненной и социокультурной сферой общества, «вместилищем» и внутренним объемом культурных процессов. Культурное пространство имеет территориальную протяженность, в нем очерчены контуры культурных центров и периферии, столицы и провинции, городских и сельских поселений»<sup>2</sup>. При интерпретации культурного пространства С. Н. Иконникова отмечает динамический характер культуры, ее стремление к самовоспроизводству и развитию, способность изменять масштабы ее проявлений (как материальной, так и духовной стороны). Также нужно отметить и то, что культурное пространство структурировано, ритмично размечено, циклично оформлено (например, периоды упадка и расцвета культуры). Особенностью структурной протяженности культурного пространства выступает неравномерность длительности временных периодов, отражающих стадии развития культуры. Можно сказать, что культурному пространству свойственно «передвигать» во времени и актуализировать артефакты прошлых эпох<sup>3</sup>.

Таким образом, с точки зрения рассматриваемого подхода культурное пространство создается иерархически выстроенной системой материальных и духовных ценностей. Специфика дизайна в построении таким образом понимаемого культурного пространства заключается в том, что он является не только средством производства ценностей и ориентирования в их

---

<sup>1</sup> Быстрова А. Н. Дефиниции культуры в системе культурологического знания // Мир науки, культуры, образования. 2013. №2. С. 175.

<sup>2</sup> Иконникова С. Н. История культурологических теорий. СПб, 2005. С. 35.

<sup>3</sup> Иконникова, С. Н. Архитектоника и динамизм культурного пространства России // Вестник СПбГУ. Сер. 6. 1997. № 20. С. 37–38.

многообразии, но и способом транслирования в культурное пространство ценностно значимых для общества культурных образцов и норм. Из инструмента промышленного производства он перерастает в культурную универсалию, включенную во все сферы жизни общества и задающую ценностную направленность культуротворческого поведения человека через предметно-пространственную реализацию общественного идеала. Подробнее ценностные ориентации дизайна в культурном пространстве рассматриваются во втором параграфе второй главы данного исследования.

*Деятельностный подход к культурному пространству* формируется в рамках понимания культуры как процесса человеческой деятельности. На этом уровне определение культуры строится на оппозиции «деятельность – естественноисторический процесс». Согласно этому подходу культура является специфическим способом человеческой деятельности. При этом деятельность обособляется от объективно складывающихся общественных отношений: «Общественные отношения являются содержательным наполнением всех социальных институтов, культура же – оформлением этого содержания в процессе созидательной и целенаправленной деятельности людей»<sup>1</sup>. Такой подход позволяет отличать культуру и систему общественных отношений и не отождествлять ее с социальным способом бытия в целом, т. е. понятие культуры конкретизируется. Но вместе с тем устанавливает превосходство общественных отношений над деятельностью, общества над культурой. Существует и другая точка зрения, согласно которой «жизнь общества в любых ее проявлениях есть единство двух сторон: естественно-исторического процесса и деятельности»<sup>2</sup>, которые являются взаимодополняющими сторонами человеческого бытия в целом.

Человеческая деятельность как процесс создания, сохранения, передачи и трансформации феноменов культуры составляет суть процесса культурогенеза. Но подобно тому, как интерьер не может существовать без

---

<sup>1</sup> Каган М. С. Философия культуры. 1996. С. 96.

<sup>2</sup> Сагатовский, В. Н. Философия культуры : предмет и базовые понятия // Парадигма: Философско-культурологический альманах. 2008. Вып. 11. С. 16.

помещения, культурогенез не может быть оторван от своей субстанциальной основы, которая берет истоки в деятельности человека и его мышлении. Данная основа обладает определенными пространственными характеристиками в силу расселения человеческого сообщества по земной поверхности. С точки зрения деятельностного понимания культуры именно эту пространственную характеристику мы можем назвать культурным пространством. Содержанием культурного пространства является деятельность индивидов и групп – творцов и потребителей культурных ценностей. Соответственно, деятельность по расширению и укреплению культурного пространства совпадает с деятельностью по наращиванию культурного слоя.

Деятельностный подход согласно М. С. Кагану является главным и определяющим в понимании специфики культурного пространства. Он заключается в описании тех специфических качеств, которые делают культуру уникальным феноменом человековедения. Однако М. С. Каган не сужает этот подход до рассмотрения многообразных форм, продуктов и способов деятельности, но утверждает универсальное, относящееся к любой сфере общественной жизни и к любой обеспечивающей ее подсистеме культуры системно-целостное единство «трех модальностей: человеческой, процессуально-деятельностной и предметной»<sup>1</sup>. М. С. Каган не просто выделил эти модальности, но детально показал их внутреннее взаимосоответствие, бытийную взаимосамкнутость, нераздельность и взаимопереходы в живой, динамической целостности культуры на основе опредмечивающей и распредмечивающей сторон деятельности, в единстве с (материальным и духовным) общением.

Кроме того, М. С. Каган показывает органическую соединенность в любой точке культурного пространства, в любом факте социокультурной реальности всех основных конститутивных (воплощающих ключевые особенности человеческого существования) элементов культуры. Культура

---

<sup>1</sup> Каган М. С. Философия культуры. СПб, 1996. С. 44.

как способ человеческого существования в каждый его момент реализуется посредством соединения на базе деятельности орудийных (технических), социально-организационных, знаковых, ментальных (психические механизмы сознания) и идеально-информационных (знания, ценности-смыслы, цели и технологии) средств. Выпадение любого из этих начал разрушает и делает невозможным нормальное существование людей, что практически удостоверяет несводимость культуры к одному из них.

Содержанием культурного пространства является деятельность индивидов и групп – творцов и потребителей культурных ценностей. Следовательно, дизайн как специфическая профессиональная деятельность, является компонентом культурного пространства и реализуется в практически-преобразующей, познавательной, аксиологической и коммуникативной деятельности.

Рассмотрение дизайна как специфической профессиональной деятельности обладает значительным эвристическим потенциалом, поскольку позволяет преодолеть однозначно статичное понимание дизайна как совокупности продуктов этой деятельности; понять дизайн как диалектическое единство материальной и духовной, художественной и конструкторской, предметной и пространственной деятельности; представить во взаимосвязи его основные компоненты, такие как субъект, объект, средства, условия, процесс, результат, система, пространство.

Дизайн как деятельность основывается на таких социальных образованиях как потребности и способности. Потребность в дизайне как именно профессиональной деятельности возникла в начале XX века в связи с известными научными, социокультурными и промышленными изменениями, подробно рассмотренными в предыдущем параграфе. Поскольку искусство и традиционные методы творчества по определению не могли помимо эстетических взять на себя и утилитарные функции, возникла потребность в новом методе творчества, интегрирующем эстетическое и утилитарное, красоту и пользу, то есть в дизайне. Однако существования



потребности еще недостаточно для формирования деятельности по ее удовлетворению, необходимо наличие определенной деятельностной силы, то есть способности. Первые попытки реализации этой способности на базе ремесленного творчества У. Моррисом и Г. Земпером были рассмотрены в предыдущем параграфе. Там же сообщалось, что, не смотря на высокие эстетические показатели, продукция У. Морриса и Г. Земпера не отвечала необходимым требованиям, а именно не использовала достижения современной техники, а потому была очень дорога и, соответственно, не распространилась массово. Вторая попытка формирования способности к дизайн-деятельности была предпринята немецким Веркбундом в 1907 году, о чем также сообщалось в первом параграфе. Эстетически их изделия были совершенны, но они не смогли избежать стайлинга, косметического внешнего декоративного украшения. За что были подвергнуты критике представителями Баухауза, в особенности В. Гропиусом, который сформулировал главный принцип работы дизайнера: функция определяет конструкцию, а конструкция форму изделия. Дальнейшее развитие способностей к дизайн-деятельности связывают с Баухаузом в Германии и мастерскими ВХУТЕМАС в России, деятельность которых также рассматривалась в первом параграфе. Базируясь на появившейся потребности и сформировавшейся способности, дизайн развивается в деятельность, определяющую целесообразное взаимодействие человека с предметным миром, основывающееся на целеполагании. Все компоненты дизайн-деятельности, такие как субъект, объект, средства, условия, процесс и результат организуются в систему деятельности и пронизывают всю систему культурного пространства.

*Семиотическая модель культурного пространства* основывается на понимании культуры как формы коммуникации. Рассмотрение культуры как системы коммуникаций, как диалога обусловлено тем, что культура не может развиваться обособленно, она должна обогащаться за счет других культур. Поскольку, «общаясь, люди создают друг друга» (Д. С. Лихачев), диалог

культур развивает различные культуры. Для полноценного развития культура, как открытая сложноорганизованная система, нуждается во взаимодействии с другими культурами. Ю. М. Лотман в развитии культуры выделяет два взаимосвязанных процесса: внутреннее развитие культуры и постоянное влияния «извне». Так культуры вступают в диалог, который представляет собой конструктивное влияние «культуры-передатчика» на принимающую культуру, ведущее к обогащению и творческому развитию последней и обязательно предполагающее ответную реакцию со стороны «культуры-получателя»<sup>1</sup>. Носители этих культур являются субъектами диалога, осуществляемого посредством интерпретации, осмысления носителями воспринимающей культуры поступающих извне текстов, которые помогают реконструировать определенную социальную и историческую действительность культуры. Согласно Ю.М. Лотману тексты выполняет функцию коллективной культурной памяти. Транслированные в процессе диалога из одной культуры в другую, они способны реконструировать целые пласты культуры, в рамках которой они были созданы.

С точки зрения данного подхода культурное пространство формируется тогда и там, когда и где появляются коммуникативные взаимодействия. Поэтому культурное пространство можно определить как систему коммуникативных связей, которые образуются между участниками коммуникации. Важно отметить, что плотность и протяженность являются ключевыми параметрами данного пространства. Протяженность культурного пространства есть не что иное, как коммуникативная дистанция. Плотность указывает на тот факт, что культурное пространство неоднородно, его концентрация в разных точках различна и зависит от интенсивности и количества взаимодействий. Изменения являются неотъемлемой частью культурного пространства. Они включают в себя не только внутреннюю модификацию культурных явлений, связанную с течением времени, но

---

<sup>1</sup> Лотман Ю. М. Культура и взрыв. М., 1992. С. 121.

внешние трансформации, основанные на пространственных перемещениях элементов культуры. Именно эти преобразования лежат в основе постепенной эволюции культуры, ее плавного перехода между состояниями.

Семиотическую модель культурного пространства развивает Ю. М. Лотман, который трактует культуру через присущее семиотическое пространство или семиосферу. Согласно Ю. М. Лотману специфика семиотического пространства заключается в его отграниченности от окружающего его внесемиотического пространства: «Подобно тому как в математике границей называется множество точек, принадлежащее одновременно и внутреннему, и внешнему пространству, семиотическая граница – сумма ... переводческих «фильтров», переход сквозь которые переводит текст на другой язык (или языки), находящиеся вне данной семиосферы»<sup>1</sup>. Именно на границе семиосферы происходит перевод внесемиотических текстов на «один из языков ее внутреннего пространства»<sup>2</sup>, что позволяет ей контактировать с внешними пространствами и сообщает ей определенную динамику. Основываясь на понятии семиосферы, Ю. М. Лотман приходит к следующему пониманию культуры: «Культура организует себя в форме определенного «пространства – времени» и вне такой организации существовать не может. Эта организация реализуется как семиосфера...»<sup>3</sup>. При понимании культуры как семиосферы граница обретает новые функции, становясь областью «ускоренных семиотических процессов, которые всегда более активно протекают на периферии культурной ойкумены»<sup>4</sup>.

Также Ю. М. Лотман описывает культуру как текст, имеющий сложную иерархию текстов внутри него – «текст в тексте». Текст культуры формирует пространственный образ мира, с помощью которого человек видит этот мир и пытается его перестроить, в тоже время образ изменяет

<sup>1</sup> Лотман Ю. М. Избранные статьи в 3-х т. Т. I. Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин, 1992. С. 13.

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Лотман Ю. М. Семиосфера. Внутри мыслящих миров. СПб, 2000. С. 259.

<sup>4</sup> Лотман Ю. М. Избранные статьи в 3-х т. Т. I. Статьи по семиотике и топологии культуры. Таллин, 1992. С. 15.

и перестраивает самого человека. Текстовые пространства, также как и пространства семиотические, отделяются границами как друг от друга, так и изнутри, благодаря чему постоянно рождаются новые смыслы, происходит диалог внутри текста и структуризации всего текстового пространства: «...все пространство семиосферы пересечено границами разных уровней, границами отдельных языков и даже текстов, причем внутреннее пространство каждой из этих субсемиосфер имеет некоторое свое семиотическое «я», реализуясь как отношение какого-либо языка, группы текстов, отдельного текста (при учете того, что языки и тексты располагаются иерархически на разных уровнях) к некоторому их описывающему метаструктурному пространству»<sup>1</sup>.

Так, пространственные характеристики пронизывают текст культуры, существующий в семиосфере и порождаемый ею, образуя сложную полимерную структуру. Они являются необходимыми как для текста в обычном его понимании, так и в культуре, понимаемой как сложный текст, состоящий из «текстов в тексте», и в семиосфере, представляющей все культурное пространство. Специфика дизайна в построение культурного пространства как семиосферы заключается в проецировании на систему реальных вещей системы образов в акте сигнификации. Полученная знаковая система выступает посредником между человеком и окружающим его пространством, конструирует субъективный мир на основе существующего объективного. С этой точки зрения дизайн предстает как деятельность по производству универсума значений и смыслов, принимаемых людьми в качестве реальности. В процессе проектирования дизайнер не только создает в определенной форме вещи, но и разрабатывает паттерны взаимодействия с ними. В соотношении с универсумом смыслов и значений вещь превращается в социокультурный проект, а дизайн становится символически-знаковой, коммуникативной деятельностью манипуляции со знаками. С семиотической точки зрения продукт дизайна становится текстом,

---

<sup>1</sup> Лотман Ю. М. Семиосфера. Внутри мыслящих миров. СПб, 2000. С. 262.

а процесс дизайна – созданием письма, знаками которого становятся выраженные в определенной форме вещи.

Осмысление культуры как процесса коммуникации связано с тем, как воспринимается, понимается и интерпретируется знаковая система, поэтому усиливается внимание к источникам возникновения знаков и знаковых систем. Таким образом, знаково-информационная составляющая культуры имеет всеобщий характер, а потому формируется *информационный подход культурному пространству*, которое рассматривается А. Модем как пространство коммуникативного процесса, обеспечивающего передачу знаний от коллективного уровня индивидуальному, и, по сути, выполняющего функцию посредника. Внутри данного пространства он выделяет несколько уровней культуры:

- «память мира» или «книжная стена»;
- культура общества в целом и отдельных групп;
- культура индивидуума, зависящая от интересов, интеллектуальных возможностей индивидуума, степени его участия в первых двух уровнях.

А. Моль утверждает, что существует две стороны культуры: социальная и индивидуальная. Систему социальной культуры он обозначает понятием «память мира», или «всемирная сознательность»<sup>1</sup>, которые предстают в качестве «сети знаний», складывающейся в процессе культурогенеза и формирующейся из множества производимых обществом материалов культуры. Информация, содержащаяся в «памяти мира» в виде письменных артефактов культуры и «совокупности сообщений», усваивается человеком в процессе социализации и запоминается в виде оценочных суждений. Коллективная культура формируется потоком сообщений и обуславливает развитие индивидуальной культуры, под которой А. Моль понимает все знания человека, полученные в процессе обучения или накопления опыта. Исследователь называет эту совокупность знаний «экраном знаний», на который проецируются новые стимулы-сообщения,

---

<sup>1</sup> Моль А. Социодинамика культуры. М., 2008. С. 12.

поступающие из внешнего мира, и на этой основе строятся восприятия, т.е. формы, которые могут получить дальнейшее выражение в словах и знаках.

А. Моль также исследует изменения в сфере культуры, происходящие под воздействием достижений современной науки и технического прогресса, и выделяет два вида культуры: гуманитарную и мозаичную. Гуманитарной культурой исследователь называет культуру предыдущего типа, восприятие которой осуществлялось через призму гуманитарной концепции понимания мира. Гуманитарная культура характеризовалась наличием иерархически выстроенной системой, в которой существовало понятное разделение на главное и второстепенное. В сознании человека существовала ясная структура знания, которую А. Моль уподобляет «сети», «сотканной из основных, второстепенных, третьестепенных и т. д. линий; это была как бы сеть маршрутов мысли со своими узловыми точками знаний, [...], то есть ключевыми понятиями или концепциями»<sup>1</sup>.

Активное развитие средств массовой коммуникации заставляет формироваться противоположный «гуманитарному» тип культуры, который А. Моль называет «мозаичной». Главным ее отличием от целостной «гуманитарной» культуры является сложность из множества фрагментов, являющихся результатом постоянного беспорядочного большого потока случайных сведений. Существенная часть знаний в «мозаичной» культуре формируются не системой образования, а средствами массовой коммуникации. Накопление знаний происходит не в результате целенаправленных усилий, а в результате потока разнообразной информации, среди которой человеку необходимо учиться распознавать необходимые в непрерывно поступающем информационном потоке.

Специфику дизайна в культурном пространстве как пространстве коммуникативного процесса точно выразил директор лондонского музея дизайна Д. Суджич в книге «Язык вещей»: «дизайн – это код, который надо изучать, чтобы иметь возможность понять современный мир. Это отражение

---

<sup>1</sup> Там же. С. 36.

наших экономических систем, демонстрирующее отпечаток технологий, с которыми мы должны работать. Это своеобразный язык и это проявление эмоциональных и культурных ценностей»<sup>1</sup>. Дизайн как проектирование некоторого сообщения утверждает себя в качестве полноценной культурной практики и становится эффективным коммуникативным инструментом в ситуации всеобщей «семиотизации» вещей. Дизайн наделяет вещи и в целом предметное пространство способностью обеспечивать коммуникацию в процессе их использования и зрительного восприятия. С помощью дизайна вещи обретают знаково-коммуникативную сущность и становятся носителями определенной культурной, мировоззренческой, утилитарной и эстетической информации, выраженной художественно-образными средствами в дизайн-формах. Именно дизайн дает вещи язык и тем самым определяет ее бытие: «Да неужели же я существую до своего языка? И что же в таком случае представляет собой это «Я», будто бы владеющее языком, между тем как на самом деле именно язык вызывает «Я» к бытию?»<sup>2</sup>. Так, дизайн выступает как коммуникативный процесс, обеспечивающий связь между человеком и человеком, человеком и обществом, человеком и вещью.

*Структурный анализ культурного пространства* предлагает А. Н. Быстрова, которая вслед за М. С. Каганом рассматривает природу, общество, человека и культуру в их единстве и постоянном взаимодействии друг с другом. Она исследует структуру культурного пространства, выделяя «культурное пространство природы, культурное пространство социума, информационно-знаковое и интеллектуальное пространство»<sup>3</sup>. При этом исследователь утверждает, что для полноты картины культурного пространства необходимо учитывать, что «взаимодействие человека и общества с окружающей средой включает в себя и вещественную,

---

<sup>1</sup> Суджич Д. Язык вещей. М., StrelkaPress, 2013. С. 56.

<sup>2</sup> Барт Р. Критика и истина // Избр. Работы. Семиотика: Поэтика. М., 1989. С. 339.

<sup>3</sup> Быстрова А. Н. Культурное пространство: сущность и структура. Новосибирск, 2014. С. 107.

и духовную сферы, а также все аспекты жизни общества в целом»<sup>1</sup>. Такое целостное видение мира развивается в рамках системного подхода к культуре.

Применение положений общей теории систем к системе культуры строится на допущении, что культура обладает всеми признаками, свойствами и характеристиками сложной динамической системы. Возникает тенденция переноса свойств биологических систем на внебиологическую систему культуры, которая становится внебиологическим аналогом биологического генетического кода. Впервые системный подход к пониманию культуры использует Л. А. Уайт, рассматривая ее как целостную и самонастраивающуюся систему. Он утверждает, что культура является динамической системой, развитие которой обусловлено потреблением и управлением энергией, результате чего происходит накопление, организация, обработка рассеивающейся вселенской энергии. В связи с этим культура выступает в качестве механизма, который аккумулирует и придает структурную форму энергии, тем самым препятствуя ее рассеиванию и исчезновению бытия. Тенденция применения системного подхода к изучению культуры, постижение ее во всеохватности и общечеловеческой значимости складывается к середине XX века и остается актуальной в настоящее время.

Понимание культуры как самоорганизующейся системы, реализующую свою функцию в метасистеме бытия ведет к постижению взаимосвязанности всех явлений культуры. Включенность культуры в систему бытия раскрывает ее в качестве институционализированной предметно-процессуальной системы взаимодействия людей, создающих специфическую реальность, обладающую идеальными и материальными характеристиками. Если предполагать, что культура – это некий феномен человеческого бытия, основанный на принципе системности, то любое рассматриваемое явление культуры может выступать одновременно и как система, и как элемент системы. Культурное

---

<sup>1</sup> Там же. С. 108.



пространство как система состоит из множества неоднородных по своей природе частей. Поэтому для понимания его сущности необходимо рассмотреть его структуру, закономерные связи внутри системы, обеспечивающие ее целостность.

Проявление специфики дизайна на каждом структурном уровне культурного пространства подробно рассматривается во втором параграфе второй главы, где показывается:

– проявление дизайна в культурном пространстве природы воплощается в применении так называемого экологического дизайна, объединяющего в себе художественно-проектные основы и научное, философское осмысление степени влияния деятельности человека на природу, а также последствий взаимодействия человека и природы. Поскольку состояние культурного пространства природы влияет на все аспекты жизни общества, роль дизайна заключается в создании и поддержании в нем идеи сохранения глобальной устойчивости и экологизации;

– в культурное пространство социума дизайн транслирует идею устойчивого развития в контексте таких интеграционных процессов, как модернизация, глобализация, всеобщий диалог и трансформация ноосферы, способствующих формированию человечества как глобальной общности; на уровне информационно-знаковой составляющей культурного пространства дизайн осуществляет коммуникативную деятельность, связывает людей через пространство и время, передает и закрепляет огромный объем информации об устойчивых типах поведения и деятельности людей;

– смысловым фокусом дизайна на уровне интеллектуального культурного пространства является человек и способы его взаимодействия с природой, обществом и другими людьми. Но это не усредненный «человек вообще», а конкретизированный тип человека в профессионально-проектном

смысле – потребитель, в определенной поведенческой ситуации, в которой задействованы все формирующие пространство компоненты.

Подробному рассмотрению проявления дизайна на различных уровнях культурного пространства посвящен второй параграф второй главы, где раскрывается ценностная направленность дизайна.

Рассмотренные подходы к пониманию культурного пространства не являются взаимоисключающими, они дополняют друг друга и показывают различные стороны культурного пространства, благодаря чему имеется возможность раскрыть многообразие элементов культурного пространства и выявить специфику дизайна в его формировании. Так культурное пространство создается конфигурацией материальных и идеальных продуктов человеческой деятельности, иерархически выстроенных в их аксиологической взаимосвязи, а также самой деятельностью творцов и потребителей культурных ценностей. Культурное пространство наполняется текстами культуры и является системой различных коммуникативных связей, которые образуются между участниками коммуникации и обеспечивают передачу знаний от коллективного уровня индивидуальному. Дизайн специфически себя проявляет во взаимодействии со всеми элементами культурного пространства, тем самым формирует его, в чем проявляется его конструирующая и конституирующая роль.

### **Выводы по первой главе**

1. Осмысление дизайна в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм позволяет сформулировать его понимание в качестве фактора ориентации, трансформации и редактирования многообразия вещей и совокупности отношений между человеком и предметным миром, что ведет к формированию культурных идеалов и ценностей.

2. Выделяется пять подходов к осмыслению культурного пространства: аксиологическая концепция культурного пространства С. Н. Иконниковой, деятельностный подход М. С. Кагана, семиотическая модель культурного

пространства Ю. М. Лотмана, информационный подход А. Моля, структурный подход А. Н. Быстровой. Различные подходы к пониманию культурного пространства определяют его структуру и становятся базой для дальнейшего исследования специфических форм взаимодействия дизайна с культурным пространством в целом и с каждым его структурным элементом в отдельности.

3. С точки зрения аксиологической концепции культурное пространство создается иерархически выстроенной системой материальных и духовных ценностей. Специфика дизайна в построении таким образом понимаемого культурного пространства заключается в том, что он является не только средством производства материальных ценностей и ориентирования в их многообразии, но и способом транслирования в культурное пространство ценностно значимых для общества культурных образцов и норм. Из инструмента промышленного производства он перерастает в культурную универсалию, включенную во все сферы жизни общества и задающую ценностную направленность культуротворческого поведения человека через предметно-пространственную реализацию общественного идеала.

4. Согласно деятельностному подходу содержанием культурного пространства является деятельность индивидов и групп – творцов и потребителей культурных ценностей. Следовательно, дизайн как специфическая профессиональная деятельность, является компонентом культурного пространства и реализуется в практически-преобразующей, познавательной, аксиологической и коммуникативной деятельности. Все компоненты дизайн-деятельности, такие как субъект, объект, средства, условия, процесс и результат организовываются в систему деятельности и пронизывают всю систему культурного пространства.

5. Семиотический подход позволяет рассматривать культурное пространство как семиосферу, проявление дизайна в которой заключается в проецировании на систему реальных вещей системы образов в акте

сигнификации. Полученная знаковая система выступает посредником между человеком и окружающим его пространством, конструирует субъективный мир на основе существующего объективного. С семиотической точки зрения продукт дизайна становится текстом, а процесс дизайна – созданием письма, знаками которого становятся выраженные в определенной форме вещи.

6. С точки зрения информационного подхода к культурному пространству дизайн выступает в качестве полноценной культурной практики и становится эффективным коммуникативным инструментом в ситуации всеобщей «семиотизации» вещей. Дизайн наделяет вещи и в целом предметное пространство способностью обеспечивать человеческое общение в процессе пользования и зрительного восприятия. С помощью дизайна вещи обретают знаково-коммуникативную сущность и становятся носителями определенной культурной, мировоззренческой, утилитарной и эстетической информации, выраженной художественно-образными средствами в дизайн-формах. Так, дизайн выступает как коммуникативный процесс, обеспечивающий связь между человеком и человеком, человеком и обществом, человеком и вещью.

7. В рамках структурного подхода формируется представление о культурном пространстве как системе состоящих из множества неоднородных по своей природе частей, организуемых в структурные уровни, на каждом из которых дизайн проявляет специфические черты: в культурное пространство природы дизайн транслирует идеи сохранения глобальной устойчивости и экологизации; в культурное пространство социума дизайн транслирует идею устойчивого развития в контексте таких интеграционных процессов, как модернизация, глобализация, всеобщий диалог и трансформация ноосферы, способствующих формированию человечества как глобальной общности; на уровне информационно-знаковой составляющей культурного пространства дизайн осуществляет коммуникативную деятельность, связывает людей через пространство и время, передает и закрепляет огромный объем информации об устойчивых

типах поведения и деятельности людей; смысловым фокусом дизайна на уровне интеллектуального культурного пространства является человек и способы его взаимодействия с природой, обществом и другими людьми.

## **ГЛАВА II. РОЛЬ ДИЗАЙНА В РАЗВЕРТЫВАНИИ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Рассмотренные в предыдущем параграфе различные подходы к пониманию культурного пространства определяют его структуру и становятся базой для дальнейшего исследования специфических форм взаимодействия дизайна с культурным пространством в целом и с каждым его структурным элементом в отдельности. В рамках данной главы дизайн раскрывается в качестве целенаправленного переустройства мира человеком, показывается роль дизайна в формировании культурного пространства, реализующаяся в его конструирующих и конституирующих функциях. Дизайн проявляется себя как деятельность, формирующая ценностно значимые и духовно осмысленные характеристики культурного пространства.

### **2.1. Конструирование и конституирование культурного пространства средствами дизайна**

Все возрастающий акцент на дизайн-составляющую культурных процессов подразумевает необходимость переосмысления принципов функционирования современного общества, а вместе с ними необходимость пересмотра и адекватной рефлексии дизайна как маркера нового общественного состояния и одновременно порождающего его фактора. На современном этапе можно выделить два способа взаимодействия дизайна и культурного пространства: конструирование и конституирование.

Слово «конструирование» (лат. *construo*) переводится как строю, создаю, и применяется в различных областях человеческой деятельности, связанных с созданием чего-либо в определенной форме. Установки конструктивизма на формирование нового культурного пространства

и посредством этого создание нового «конструктивного» человека, реализуются через новые формы конструкций, типы деятельности, рациональности. Революционные события нач. XX в. стали толчком для возникновения идеи социального конструирования, что стало основанием для восприятия реальности не как данной, а как творчески создаваемой. В настоящее время революционные события не происходят в таком масштабе, но необходимость в социальных преобразованиях по-прежнему существует. Этим объясняется наличие заинтересованности в социальном конструировании, развитии актуальных социально-культурных проектов.

Теория конструктивизма является неотъемлемым элементом современной эпистемологии. Под конструктивизмом понимают «направление в эпистемологии и философии науки, в основе которого лежит представление об активности познающего субъекта, который использует специальные рефлексивные процедуры при построении (конструировании) образов, понятий и рассуждений»<sup>1</sup>. Поскольку человеческая деятельность имеет креативно-конструктивный характер, определяющий природу человека как проекта, выведем теорию конструктивности за пределы только сознания, так как сознание руководит нашей деятельностью, а деятельность осуществляется в культурном контексте, т.е. она должна давать некоторый инструмент культурного преобразования. А потому можно говорить о конструировании культурного пространства.

Конструктивизм, как идея и направление, обнаруживает универсалистский подход к миру, человеку и познанию и подчеркивает конструктивность всякой познавательной деятельности. Данное направление строится на понятии «конструкция», которое с точки зрения философского аспекта включает достаточно различные стороны миропонимания и самосознания, отличающиеся организующими, структурирующими, формирующими качествами и играет главную роль в изображении процессов

---

<sup>1</sup> Касавин И.Т. Обсуждаем статьи о конструктивизме // Эпистемология и философия науки. 2009. № 2. С. 144.

порождения предметов. Философские концепции конструктивизма утверждают активный конструктивный смысл восприятия, познания и самой реальности. Конструктивизм выступает в качестве метода социально-культурной практики, как проективно-конструктивная позиция человека по отношению к реальности. Именно такое понимание конструирования раскрывает его взаимодействие с дизайном.

Конструктивность как уникальное свойство человеческого сознания и деятельности отличает человека от природы. И в таком случае весь мир делится на пассивную реальность, которая подлежит преобразованию, и человека, который это преобразование относительно свободно осуществляет. Отсюда вытекает неизбежная черта конструктивной деятельности: риск и ответственность за результаты деятельности полностью лежат на человеке. Именно это определяет конструирующую деятельность как профессиональную.

Конструирование культурного пространства средствами дизайна реализуется в четырех составляющих полный цикл формах, каждая из которых является отдельным аспектом деятельности дизайнера.

Первая форма – опривычивание, превращение в повседневность. Эта форма конструирования культурного пространства состоит не только в воспроизводстве элементов культурного пространства, но и в адаптации вновь появляющихся элементов к существующему пространству. Здесь дизайн выступает как центральный фактор гуманизации инновационных технологий. Он не только участвует в создании инновационного продукта, но и формирует в обществе определенное к нему отношение. Прогресс не всегда воспринимается однозначно, с одной стороны он несет новшества и удобства, улучшающие жизнь общества, но с другой заставляет отказываться от привычного и приспосабливаться к новому. Для того чтобы инновация была принята, необходимо создавать ореол привлекательности вокруг новых свойств товара и перемен, которые он несет. Важным



инструментом в обеспечении привлекательности продукта является дизайн, способный показывать вещи не такими, какие они есть, на самом деле.

Дизайн меняет видение предметов. Продемонстрируем это положение на примере дизайна первых радиоприемников. Несомненно, что с появлением технологий передачи информации с помощью свободно распространяемых электромагнитных волн, изменилась информационно-знаковая и интеллектуальная составляющая культурного пространства. Появилась новая идея, которой необходимо было материальное воплощение. Первые радиоприемники представляли собой набор радиодеталей, который отталкивал потенциальных пользователей своей техничностью, не позволяющей такому радиоприемнику стать частью домашнего интерьера. Поэтому дизайнерами было предложено три варианта преобразования первоначального внешнего вида приемников, соответствующих трем основополагающим подходам в промышленном дизайне: архаичному, сдержанному (маскирующему) и футуристическому. Так первый вариант отсылал к прошлому – приемник помещался в шкафчик, сделанный под старину. Во втором варианте прибор маскировался под предметы домашней обстановки и помещался в вещи, имеющие свое функциональное назначение. Когда же приемник стал уже достаточно привычным предметом, появился третий вариант внешнего вида, футуристический дизайн которого символизировал прогресс и лучшую жизнь. В каждом из этих вариантов первоначальный вид радиоприемника был изменен до неузнаваемости.

Подобное преобразование предметов в не свойственные им или эпохе формы, несмотря на положительный результат (активное распространение радиоприемников, а, следовательно, и быстрое развитие этой отрасли), считается некоторыми авторами негативной тенденцией. Но основываясь на приведенном выше примере необходимо признать, что подобная маскировка и мимикрия в дизайне необходима для развития общества и принятия им инновационных технологий.

*Второй формой конструирования культурного пространства является типизация.* Существующие в культурном пространстве материальные и идеальные объекты разделяются на классы, а взаимодействие с ними происходит в ситуации, которая типична. В этом случае культурное пространство предстает совокупностью типизации, которые в своей сумме создают повторяющиеся образцы взаимодействия и составляют определенную структуру. Конструирование культурного пространства средствами дизайна предполагает создание не только способов проектирования, производства, распространения и потребления объектов, но и планирование паттернов взаимодействия человека с объектами, паттернов освоения и функционирования культурного пространства. Дизайн как коммуникационный процесс создает паттерны восприятия изделий, как потребителем, так изготовителем.

*Третий уровень и способ конструирования культурного пространства – это воплощение и транслирование новых идей и ценностей.* Поскольку именно эта форма раскрывает культуротворческий потенциал дизайна, остановимся на ней подробнее. Здесь необходимо ввести понятие «культурный ориентир» и выявить его содержание. Под культурным ориентиром понимается выделяющийся материальный или идеальный объект, имеющий заранее заданные отличительные признаки, создаваемый для определения новых направлений, параметров, поправок и векторов развития культуры. Разработка культурных ориентиров является необходимой, насущной потребностью современного общества, которое нуждается в определении направлений развития и правильных опор. С этой точки зрения дизайн проявляет себя не просто как деятельность по проектированию каких-либо предметов или изображений, но как важный элемент культурной жизни общества, способный направлять развитие культуры и преобразовывать существующие пространства в сторону их улучшения для жизни человека. Понятие «культурный ориентир» развивается в понятие «ориентир-аттрактор», поскольку содержит условия,

способствующие «выбору» конкретного, заранее установленного варианта развития культурного пространства. Именно через дизайн культурных ориентиров, дизайнеры способны реализовать глобальные проекты преобразования культурного пространства.

Покажем на примере, как идея культурного пространства как экосистемы формируется с помощью создания средствами дизайна культурных ориентиров. Для этого рассмотрим спроектированный студией Томаса Хезервика павильон Великобритании на выставке в Шанхае в 2010 году, посвященной будущему городов. На выставке были представлены павильоны двухсот пятидесяти стран, поэтому перед судьей стояла задача сделать проект, который не растворился бы в этом многообразии. Кроме того необходимо было решить, что Великобритания хочет рассказать о себе миру. Вместо того, чтобы в очередной раз говорить о всем известных и устаревших стереотипах, вроде лондонских туманов, шляпах-котелках и красных телефонных будках, студия Хезервика попыталась найти в современной Британской жизни примеры изобретательности и креативности. В попытке анализа темы выставки «Лучше город – лучше жизнь», дизайнеры исследовали связь между городами и природой и значение растений для здоровья человека, экономического успеха и социальных изменений. Так как Великобритания – это страна, в которой был создан первый городской парк и первый серьезный ботанический институт, было принято решение развивать именно это направление и подчеркнуть тот факт, что Лондон считается самым зеленым городом среди подобных ему крупных городов. Однако дизайнеры решили выражать эту идею не через деревья или цветы, но через семена, которые являются источником жизни. Поэтому к участию в создании павильона был привлечен Королевский ботанический сад осуществляющий проект «Банк семян тысячелетия» (Millennium Seedbank), в рамках которого к 2020 году планируется собрать образцы семян четверти всех растений планеты.

Семена были помещены в 66 тысяч прозрачных оптоволоконных стержней, соответствующих количеству семян и увеличивающих их изображение, тем самым делая их более видимыми для зрителей. Стержни в свою очередь были заключены в конструкцию павильона, которая приходила в движение при порывах ветра. Кроме того, стержни были расположены таким образом, что с любого ракурса можно было увидеть очертания британского флага. Кроме того прозрачные стержни проводили дневной свет в центр конструкции, а ночью наоборот излучали его с помощью искусственных источников света. Внутреннее помещение не содержало ничего отвлекающего от восприятия образа: там не было голосов знаменитых актеров, не было проекций или телевизоров, только тишина и прохлада, позволяющая зрителям взаимодействовать с конструкцией. Подобное решение позволило дизайнерам объединить конструкцию и внутреннее наполнение, сделать ее проявлением содержания. Остальная часть площади павильона была отдана под общественную территорию и представляла собой многоуровневый ландшафт, где посетители могли бы отдохнуть или подождать своей очереди на посещение. После окончания выставки павильон был разобран, а семена подарены школам Китая<sup>1</sup>.

Таким образом, павильон стал символ ведущей роли Великобритании в сохранении видов растений. Они показали себя как нация, думающая о столь важных глобальных вопросах, и выразили это идею, через сохранение семян, которые безмерно значимы для экологии планеты и имеют фундаментальное значение для питания человека. Семена стали символом потенциала и перспектив. Павильон продемонстрировал развитие культуры Великобритании и стал культурным ориентиром для других стран в вопросе решения экологических проблем планеты.

Еще одним примером успешного внедрения культурного ориентира стал город Бильбао в Испании, где был создан один из наиболее почитаемых дизайнерских и архитектурных проектов. Музей Гуггенхайма «единичный

---

<sup>1</sup> URL: <http://www.heatherwick.com.html>.

случай в архитектурной культуре», так как он представляет собой «один из тех редких моментов, когда критики и ученые и широкая общественность полностью едины в своем мнении...»<sup>1</sup>. Возведение музея было продуманным шагом городских властей Бильбао, принявших в начале 1990-х годов программу глобальной трансформации города. Как часть этой концепции в 1997 г. был открыт публике архитектурный шедевр Фрэнка Гери — здание музея Гуггенхайма. Этот проект вывел город из тени и поставил его на все туристические карты мира. Как и было задумано, музей стал культурной эмблемой нового Бильбао. После открытия музея, власти Бильбао не остановились на достигнутом, а продолжили трансформировать пространство, приняв музей Гуггенхайма в качестве культурного ориентира. Для преобразования городской среды и инфраструктуры были наняты передовые архитекторы. Метро проектировал Норман Фостер, поставившему перед собой главные цели — функциональность и максимальное удобство. Эко-трамвай, бесшумно скользящий по живому зеленому газону, — был создан баскской командой дизайнеров. Аэропорт проектировал Сантьяго Калатрава, любитель белых летящих конструкций-крыльев. Его же авторству принадлежит пешеходно-велосипедный мост Zubizuri (баск. «Белый мост»). Он перекинут через городскую реку Нервион, которая из загрязненной утилитарной артерии, служившей только для перевозки грузов, превратилась в модный общегородской променада. Многие заброшенные здания получили новую жизнь. Так, например, занимавшие целый квартал старые винные склады начала XX века были перестроены Филиппом Старком в многофункциональный культурно-досуговый комплекс «Алондия Бильбао» (Alhondiga Bilbao). Внутри старинного кирпичного здания теперь сияет огромное искусственное солнце, освещающее 43 000 кв. метров полезных и просто любопытных пространств. В центральном атриуме привлекает внимание потолок, представляющий собой стеклянное дно бассейна, размещенного на последнем этаже. Подобных примеров в городе Бильбао

---

<sup>1</sup>Hollington G. The usual suspects in Design. London, 1998. P. 67.

достаточно много: можно упомянуть бывшую портовую территорию, где теперь разбиты сады и парки, оборудованы променады и беговые дорожки, дизайнерские детские площадки и места отдыха. На все эти качественные эко-изменения городской среды ушло меньше пятнадцати лет. Таким образом, Музей Гуггенхайма стал знаковым объектом, культурным ориентиром, задавшим вектор реконструкции всему городу и ставший символом культурного обновления Бильбао.

Рассмотренные примеры показывают, что дизайн проявляет себя не просто как деятельность по проектированию каких-либо предметов или изображений, но является важным компонентом культурной жизни общества, способный направлять развитие культуры и преобразовывать существующие пространства в сторону их улучшения для жизни человека. Именно через дизайн культурных ориентиров, дизайнеры способны реализовать глобальные проекты преобразования культурного пространства.

С этой токи зрения интересно ввести отсылающее к синергетике понятие «ориентир-аттрактор». Для этого кратко рассмотрим возможности применения синергетической методологии к дизайну. Теория сложных нелинейных систем является широко применяемым подходом к решению проблем в естественных науках. Однако ученые, занимающиеся исследованиями в социальных и экономических науках, политике и гуманитарных науках, понимают, что многие общественные проблемы также характеризуются глобальностью, сложностью и нелинейностью. Линейный образ мышления способен эффективно работать лишь в ограниченных условиях, что иногда в прошлом приводило к некорректным результатам и опасным представлениям в естественных науках, экономике, политике и культуре.

Можно выделить ряд причин, обуславливающих применение синергетического подхода к рассмотрению развития дизайна. Во-первых, изменились характеристики самой системы дизайна. Теперь они включают нелинейность, критическое поведение, потенциальность, а дизайн

рассматривается как неравновесная система, изменение способа поведения которой заключается в ее свойстве неустойчивости. Стационарное состояние системы, характеризующееся установлением какого-либо определенного стиля дизайна, рассматривается как «устойчивое», если при незначительных отклонениях система возвращается к своему первоначальному состоянию, «неустойчивое», если даже небольшие отклонения способны привести систему к качественному переходу, то есть к смене стиля. Нелинейная сущность дизайна проявляется в динамичности процесса стилеобразования, для которого свойственна относительно меньшая, по сравнению с пластическими искусствами, продолжительность существования художественно-стилевых течений и более локальная их направленность. Эта черта сложилась под влиянием самого процесса производства и разработки продуктов дизайна, который также характеризуется динамикой и ориентацией на законы рынка, в условиях которого уже на стадии проектирования происходит программирование периодической смены модельного ряда, а значит недолговечности продукта.

Существует ряд причин, обуславливающих применение синергетического подхода к рассмотрению развития дизайна. Во-первых, дизайну присуще свойство неравномерности во времени и высокой событийной плотности. Во-вторых, наблюдается разномасштабность рассматриваемых явлений – так, например, объектом дизайна может быть как кружка или стул, так и самолет или город. В-третьих, дизайн имеет множество специализаций и разнохарактерных областей (графический дизайн, мода, промышленный дизайн, дизайн среды и пр.). В-четвертых, развитие дизайна характеризуется появлением доминантных объектов – дизайн-икон<sup>1</sup>, а также факторов, воздействующих на возникновение доминантных явлений. Исходя из этого, имеет смысл рассматривать дизайн как многоуровневое и многоаспектное явление, развитие которого в рамках

---

<sup>1</sup> Понятие «дизайн-икона» было введено для обозначения объекта дизайн-творчества, представляющего собой значительное новаторство в художественном формообразовании и ставшего общепризнанным шедевром, который занял определенное место в истории дизайна и оказал влияние на его развитие.

синергетического подхода представляет собой эволюцию предметов в сложных открытых системах локального и мирового уровня.

В настоящее время дизайн оказывает влияние практически на все сферы жизни общества, что отражается на многообразии выпускаемых изделий и разнохарактерности инструментов проектирования. Постоянно растущая динамика событий в условиях современного информационного общества делает сложным рассмотрение дизайна в рамках линейного подхода, с помощью которого уже невозможно в полной мере раскрыть объективные законы упорядочения процессов, происходящих в дизайне. Синергетический подход способен дать новый импульс изучению вопросов соотношения порядка и хаоса в многообразии создаваемых человечеством продуктов дизайна.

Синергетика заявляет по отношению к хаосу новую позицию, при которой он рассматривается, кроме прочего, как положительное явление, условие возникновения порядка. Природа хаоса двойственна, он одновременно и разрушающий, и созидающий, он не чередуется с порядком, он то, из чего порядок создается. При этом ни хаос, ни порядок не абсолютны. Корректнее говорить о возрастании или снижении меры упорядоченности или хаотичности по тому или иному показателю. Мерой неупорядоченности является энтропия. Социальная энтропия – мера неструктурированности, неопределенности, непредсказуемости культурного объекта, каким выступает и дизайн как непосредственный участник формирования культурного пространства. Социальным аналогом энтропии может выступать аномия, состояние, характеризующееся разрушением ценностно-нормативного единства общества, и его поведение становится непредсказуемым. Несмотря на кажущуюся негативность данного явления, подобное состояние общества становится источником зарождения новых идей и настроения и в среде дизайна. Ярким примером выступает эпоха начала XX века, ставшая началом серьезного сдвига в мировоззрении в результате изменения во всех сферах общества, в том числе и в дизайне.



Несмотря на трагичность многих событий, эта эпоха породила возникновение принципиально новых явлений, так, например, в типографическом дизайне также происходит революция и вместе с манифестом Филиппо Томазо Маринетти «Типографическая революция и свободная выразительная орфография» старый формировавший веками стиль оформления печатной продукции сменяется Новой типографикой. Параллельно в России возникает конструктивизм, причиной которого стали революционные настроения в обществе, социальные изменения и стремление к обновлению. Конструктивизм в России также как и Новая типографика в Европе полностью изменили облик книги и остальной печатной продукции и стали основой для современного дизайна.

Проблема упорядоченности в дизайне заключается в наложении универсальных законов самоорганизации на развитие дизайна. При этом хаос играет как разрушительную, так и конструктивную роль, а организация дизайна рассматривается и как структура, и как процесс, ведущий к организации такой структуры. Применение синергетического подхода для раскрытия действия механизмов конструирования культурного пространства средствами дизайна, кроме прочего, подводит исследование к решению следующих актуальных вопросов:

- Возможно ли предсказать направления развития культурного пространства?
- Можно ли повлиять на смену этих направлений?
- При каких условиях культурное пространство выходит на точку смены траектории?
- Как определить те силы, под действием которых система перестает притягиваться предыдущим стационарным состоянием и направляется к другому?
- Каков механизм выбора одного из путей развития системы в точке бифуркации?

Как продукт постнеклассической модели научного мышления, синергетика признает, что критерии социальных оценок, получаемых в рамках ее методологии, подвижны, но не случайны. Она занимается поиском «структур порядка» в неустойчивом стохастически организуемом с помощью дизайна культурном пространстве.

Дизайн, как социальная система – это открыта система с нелинейным характером развития. Нелинейность здесь определяется как «парадоксальное, антиинтуитивное поведение изучаемых объектов, когда совместные действия нескольких причин или факторов могут дать новое качество, когда результат их действия нельзя вычислить как сумму результатов этих причин по отдельности»<sup>1</sup>. В нелинейных системах возникновение порядка из хаоса возможно только при условии, когда элементы системы, находящиеся вдали от состояния равновесия, отказываются от некоторой свободы и объединяются в целостные образования. Такое явление оттока энтропии называется диссипацией. Эффект диссипативной структурированности заключается в спонтанном возникновении коллективного, согласованного поведения элементов системы. Процесс нарастания хаоса сменяется обратным процессом: появление новой структуры, рост ее сложности, снижается энтропия системы, то есть отдельные элементы, жертвуя своей свободой, встраиваются в целое. Проявление эффекта диссипации в дизайне можно проиллюстрировать на примере дизайна 1960-х годов, когда на смену типографики порядка приходит швейцарский панк или типографика новой волны в Европе, а в Америке все дизайн сообщество ориентируется на всегда неожиданный и часто шокирующий публику дизайн Герба Любалина. Так одновременно на разных континентах спонтанно возникает согласованное поведение дизайнеров, решивших сменить существовавший в течение тридцати лет, упорядоченный и всегда точно выстроенный по модульным сеткам швейцарский международный стиль.

---

<sup>1</sup> URL: <http://www.spkurdyumov.ru/forecasting/novaya-realnost-i-budushhee-glazami-sinergetiki>.

Еще одной характеристикой нелинейного характера развития открытой системы является ее неравновесность. Функционирование открытой системы невозможно без постоянного использования энергии и вещества, поступающих из внешней среды, при этом неравновесность системы возрастает, прежние элементы системы разрушаются, а вместе с ними и ее структура. Так каждое техническое изобретение, так или иначе связанное с графикой, будь то фотомонтаж или появление компьютеров, заставляло изменяться отдельные элементы, а вместе с тем и в целом всю систему дизайна.

Один из ключевых вопросов применения синергетической методологии к дизайну заключается в определении условий выхода системы на точку смены траектории, определение тех сил, под действием которых система перестает притягиваться предыдущим стационарным состоянием и устремляется к другому, то есть один стиль сменяется другим. Один порядок сменяется другим, так как старый вырабатывает свои ресурсы, доводя систему до бифуркационного состояния. Так, например, эклектичная «старая типографика» конца XIX века не была способна оформлять поэзию футуристов, которая отражала новые настроения в обществе, что привело к возникновению стилей, имеющих адекватные новым текстам средства их представления.

В статье «Синергетический вызов культуре»<sup>1</sup> Е. Н. Князева рассматривает синергетику с точки зрения ее ориентации на поиск универсальных паттернов эволюции и самоорганизации открытых нелинейных систем, вне зависимости от природы элементов и подсистем в них входящих. В дизайне таким универсальным паттерном являются дизайн-иконы. Дизайн-иконы, как носители характерных особенностей постоянно меняющегося культурного пространства, могут проявлять в себе свойства возможного изменения представления о будущем. Так в дизайне

---

<sup>1</sup> См. Степин В. С. Саморазвивающиеся системы и перспективы техногенной цивилизации // Синергетическая парадигма : многообразие поисков и подходов. М., 2000. С. 200–244.

возникают футурологические идеи, влияющие на процесс предметного проектирования. В связи с этим включенные в культурное пространство дизайн-иконки выступают в качестве ориентиров-аттракторов, представляющих собой совокупность внутренних и внешних условий, способствующих «выбору» самоорганизующейся системой не просто одного из вариантов устойчивого развития, а конкретного заранее установленного варианта; идеальное конечное состояние, к которому стремится система в своем развитии. Таким образом, ориентир-аттрактор определяется и как состояние, к которому тяготеет система, и как поворотная точка по направлению к новым возможностям развития культурного пространства. Вобрав в себя все аспекты формообразования, которые волновали умы дизайнеров на каждом этапе развития дизайна, дизайн-иконки становятся символами эпохи: стулья Марселя Бройера (1920-е), лампа Уолтера Дорвина Тига (1930-е), духи Шанель №5 (1950-е), кукла «Барби» (1960-е), шар Ээро Аарнио (1970-е), минималистическая мебель Марио Ботта (1980-е). Выпускаясь миллионным тиражом, дизайн-иконки одновременно и отражали потребности общества и задавали тенденции спроса (фотоаппарат Кодак-Броуни, конструктор Лего), отражая при этом представление о важности и ответственности дизайн-творчества.

Эволюционные процессы в открытых нелинейных системах приводят ко все большему усложнению структур и организаций путем интеграции различных частей, развивающихся в разном темпе, в эволюционные целостности. В ходе рождения сложной организации происходит согласование темпов жизни структур, синхронизация темпов эволюции. Примером может послужить все большее усложнение структуры дизайна и расширения области его применения, происходящие с каждым переверот в промышленности, изобретением новых технологий, изменениями в социальной сфере.

В тот момент, когда хаос переходит к новому порядку, происходит выбор одного из возможных путей эволюции системы в точке бифуркации.

При этом изменения – скачкообразны, поведение социального объекта – непредсказуемы, а последствия – необратимы. В точке бифуркации возникает возможность выбрать будущее. Ю. М. Лотман утверждает, что всякая культура проходит в своем развитии точку бифуркации, в которой происходит взрыв, «вспышка еще не развернувшегося смыслового пространства. Оно содержит в себе потенциально все возможности будущих путей развития»<sup>1</sup>. Кроме того ученый высказывает важные для процессов самоорганизации положения: в момент бифуркационного взрыва выбор одного из путей культурного развития не определяется ни причинностью, ни даже вероятностью, поскольку эти механизмы перестают работать: «Выбор будущего реализуется как случайность.... Доминирующим элементом, который возникает в итоге взрыва и определяет будущее движение, может стать любой элемент системы, случайно втянутый взрывом в переплетение возможностей будущего движения. Однако на следующем этапе он уже создает предсказуемую цепочку»<sup>2</sup>. Еще одним следствием прохождения системой точки бифуркации является необратимость. Выбрав один из возможных путей развития, система навсегда утрачивает возможность вернуться в прежнее состояние и изменить этот свой выбор.

В качестве примера можно привести происходящую в восьмидесятые годы XX века очередную революцию в дизайне и формообразовании кузовов легковых автомобилей. Теперь основой стиля и главенствующим формообразующим фактором становятся законы аэродинамики. Угловатые формы автомобилей постепенно уступают место более обтекаемым и продуманным с аэродинамической точки зрения, что дает возможность улучшить скоростные характеристики автомобилей и существенно понизить расход топлива, что было особенно важно на фоне второй волны бензинового кризиса конца семидесятых. Однако изменения происходят не сразу: выпуск на рынок новых моделей автомобилей со столь радикальным дизайнерским

---

<sup>1</sup> Лотман, Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000. С. 22.

<sup>2</sup> Там же.

решением был связан с определенным коммерческим риском – привыкшая к угловатым формам публика тех лет могла быть просто не готова к подобному инновационному дизайну, а значит не понять и не принять его. И именно так и произошло: один из первых примеров нового, «аэродинамического» стайлинга, AMC Pacer (1975–1980), массовой публикой принят не был. Американцы в целом негативно отреагировали на такой нетрадиционный подход к дизайну, посчитав автомобиль просто уродливым. Однако с началом нового десятилетия дизайнеры и производственники продолжили развивать данный стиль, на многие годы определивший направление развития всей автомобильной промышленности.

Не только дизайн-иконы, но и отдельная личность способна инициировать бифуркационный взрыв, если ее деятельность накладывается на определенные социокультурные условия и действующие социальные механизмы, то есть сама деятельность является своего рода аттрактивной структурой. В период стабильного состояния системы небольшие отклонения от средних значений, вызванные в социальной системе индивидуальными действиями как формами девиантного поведения в большинстве своем подавляются системой. «Но в моменты кризисов, социальных бифуркаций те же флуктуации становятся значимыми и могут повернуть колесо социальной истории. Личность, индивидуальное действие, выступая в качестве случайной судьбоносной для системы флуктуации, становятся определяющими для выбора путей дальнейшего системного движения. Правда, результат тоже часто не совпадает с замыслом автора, но всегда помечен его индивидуальностью»<sup>1</sup>.

Ярким примером именно личностного инициирования бифуркации выступает деятельность швейцарского дизайнера Вольфганга Вайнгарта, который своей творческой декларацией посягнул на, казалось, незыблемые каноны Швейцарского международного стиля. Именно он является

---

<sup>1</sup> Бевзенко Л.Д. Социальная самоорганизация // Синергетическая парадигма: возможности социальных интерпретаций. Киев, 2002. С. 89.

родоначальником культурного явления, которому чуть позже были даны названия «Швейцарский панк» и «Новая волна». С определенными допущениями Вайнгарта можно назвать одним из отцов постмодернизма. Ему удалось перевернуть саму основу понимания функции современного графического дизайна, а так же наметить пунктиром вектор его развития на последующие полвека. Однако, «Швейцарский панк» мог остаться неким апокрифом на культурном пространстве Европы, не превратившись во что-то серьезное и важное для дальнейшего развития проектной культуры, если не многочисленные последователи. Одним из последователей Вольфганга Вайнгарта стал Дэвид Карсон, который, приехав в Швейцарию с целью изучения классической типографики, случайно посетил лекцию Вайнгарта и кардинально изменил направление своей деятельности.

Проникновение синергетики в дизайн, как и в ряд других дисциплин – это естественным закономерным процессом. В настоящее время можно предположить дальнейшее развитие синергетического подхода в дизайне в качестве нового инструмента формирования целостной картины понимания возможностей конструирования культурного пространства средствами дизайна. В данном случае эвристический потенциал синергетики заключается в возможности раскрыть роль единичного в культурном пространстве; объяснить, при каких обстоятельствах и почему случайная флуктуация, будь то деятельность отдельной личности или случайное событие, может изменить поведение системы в целом, притянуть ее развитие к принципиально иному вектору.

Таким образом, способ конструирования культурного пространства через воплощение и транслирование новых идей и ценностей осуществляется с помощью формирования культурных ориентиров, которые определяют новые направления, параметры, поправки и векторы развития культурного пространства и являются ориентирами-аттракторами, поскольку содержат условия, способствующие «выбору» конкретного, заранее установленного варианта развития культурного пространства.

*Четвертая форма и способ конструирования культурного пространства средствами дизайна – легитимация.* Это процесс, который необходим для передачи только что сложившихся новых направлений развития культурного пространства в форме, необходимой для их обоснованности в глазах общества. Во многом дизайн здесь выступает как коммуникативная практика, а процесс легитимации осуществляется при участии проводников, осуществляющих опосредование между новыми идеями и обществом. Проводником, по П. Сорокину, может являться всякий объект (не обязательно в буквальном смысле вещественный), наделяемый некоторой фиксированной символической нагрузкой. Проводники выступают в качестве посредников взаимодействия, передавая значимую информацию от одного индивида другому, благодаря способности содержать в себе, хранить и транслировать символически насыщенную информацию.

Смысловое содержание первичного интерактивного импульса кодируется в конкретном проводнике и впоследствии расшифровывается реципиентом, вызывая у него соответствующие психические переживания и поведенческие реакции. Совокупность проводников, используемых людьми во взаимодействии и применявшихся ими для этих целей в прошлом, образуют материальную культуру общества. Этот вывод заставляет взглянуть на коммуникацию под кардинально новым углом, в особенности, на невербальную сторону процесса, которая, соотносясь с процессом надления символическим содержанием мира материальных объектов, в общем виде воплощается в дизайне как концепте и явлении. Дизайн, понимаемый таким образом, становится важнейшим социальным фактором, транслирующим и легитимирующим новые ориентиры развития культурного пространства.

Рассмотренные формы конструирования культурного пространства следует рассматривать как полный цикл, в котором указанные способы существуют в качестве ступеней.

Термин «конституирование» происходит от латинского слова «constituere», что переводится как составление, установление, определение



состава, содержания чего-либо. Понимание конституирования строится на основе «понятия конституция (нем. Konstitution) – понятие феноменологии Э. Гуссерля, обозначающее широкий спектр проблем и методов анализа, которые позволяют ухватить многомерные процессы формирования человеческим сознанием его предметных целостностей (вещь-вещность, тело-телесность, живое тело), духовных единств (душа, личность), универсальных формообразований (природа, мир, история). В центре феноменологии Э. Гуссерля «проблема всеобщей конституции предметностей региона «вещь» в трансцендентальном сознании или, говоря короче, феноменологическая конституция вещи»<sup>1</sup>. Поскольку Гуссерль делает акцент на конституировании таких аспектов, как «материальность, позволяющая отличать вещь от фантома»<sup>2</sup> мы можем говорить о дизайне как конституировании культурного пространства.

В этом своем качестве дизайн предстает как специфическое и уникальное явление культуры, влияющее на развитие закономерностей культурно-исторического процесса и являющееся не просто средством заполнения «пустого» пространства новыми вещами, но и активной силой его конституирования. Конституирование культурного пространства означает приведение в систему созданных в процессе конструктивно-творческой деятельности человека предметов и заключается в обнаружении и систематизации того, что происходит в культуре – интенций культуры, ее направленности и векторности. Следовательно, дизайн транслирует актуальные и доминирующие социокультурные установки, которые объективируются в вещах, а пользование вещами ведет к их активному усвоению и формированию определенного ценностно-смыслового отношения к действительности.

Конституирующая функция дизайна оказывается особенно актуальной в условиях все большего увеличения числа контактов, расширения средств

---

<sup>1</sup> Мотрошилова Н. В. Конституирование // Новая философская энциклопедия: В 4 тт. Т. 2. М.: 2001. С. 290.

<sup>2</sup> Гуссерль Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Т. 1. М., 2009. С. 36–37.

связи и способов коммуникации, роста всех видов социальной мобильности, что приводит к размытию социокультурных установок. В структуру общепринятых норм проникают специфические, а порой, маргинальные взгляды, что в целом, ведет к утрате системы координат ориентации в культурном пространстве. Результатом столкновения различных норм, ценностей, стандартов и моделей в каждом конкретном индивиде становится утрата фундаментальных основ его представлений о мире, и, как следствие, неуверенность и страх. Индивиду все сложнее жить в аморфном культурном пространстве, в котором даже в простейших ситуациях он должен выбирать между различными, не согласующимися, а, зачастую, диаметрально противоположными моделями поведения. В ситуации, когда происходит стремительное сокращение универсально-понятных точек соприкосновения, ходов для налаживания контакта и понимания, именно конституирующая функция дизайна, во многом оказывается реальным фактором устойчивого развития культурного пространства.

Дизайн как конституирование культурного пространства способен активно транслироваться определенные ценности, что также усиливает и его конституирующую роль. В этом раскрывается ценностная направленность дизайна, который как наиболее актуальное измерение современной культуры является не только способом оптимизация и гармонизация культурного пространства, но также поднимает проблемы его гуманизации и экологизации. Для того чтобы транслировать в культурное пространство эти и другие ценностные установки необходимо их полноценное внедрение во все структурные элементы культурного пространства. Поэтому в следующем параграфе необходимо рассмотреть проявление ценностной направленности дизайна на всех структурных уровнях культурного пространства.

### 2.3 Ценностная направленность современного дизайна

Дизайн как компонент культурного пространства является частью повседневности и постоянно преобразовывает пространство, не только художественно его оформляя, но проектируя основные направления осуществления жизнедеятельности человека в нем. Дизайнеры транслируют новые нормы и ценности, стандарты поведения и потребления, и в целом жизненные модели, всегда оказывающие влияние на находящегося в системе этого дизайна человека. Характер этого влияния к началу XXI века имеет двойственную оценку: с одной стороны, дизайн является источником роста комфорта и материального благополучия, постепенно достигающего самых отдаленных уголков мира, с другой – становится причиной становления технократической цивилизации, критика «антигуманного» характера которой стала доминантой философского дискурса.

В рамках данной параграфа необходимо выявить ценностную направленность дизайна и показать дизайн в качестве специфического и уникального явления культуры, влияющего на развитие закономерностей культурно-исторического процесса и являющегося не просто средством заполнения «пустого» пространства новыми вещами, но и активной силой его конституирования через активное транслирование культурных установок и норм.

Дизайн как компонент современной культуры затрагивает не только аспекты оптимизация и гармонизация культурного пространства, но также поднимает проблемы его гуманизации и экологизации. Для того чтобы транслировать в культурное пространство эти и другие ценности необходимо их полноценное внедрение во все структурные элементы культурного пространства, среди которых исследователь А. Н. Быстрова выделяет следующие: «культурное пространство природы, культурное пространство социума, информационно-знаковое и интеллектуальное пространство»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Быстрова А. Н. Культурное пространство: сущность и структура. Новосибирск, 2014. С. 107.

Рассмотрим отдельно взаимодействие дизайна с каждым элементом культурного пространства.

*«Культурное пространство природы складывается в процессе его освоения живущим в нем этносом ... это пространство осуществления образа жизни общества»<sup>1</sup>*. Поскольку состояние культурного пространства природы влияет на все аспекты жизни общества необходимо создавать и поддерживать в нем идеи сохранения глобальной устойчивости и экологизации. Эти идеи воплощаются в применении так называемого экологического дизайна, объединяющего в себе художественно-проектные основы и научное, философское осмысление степени влияния деятельности человека на природу, а также последствия взаимодействия человека и природы.

Экологический дизайн определяется как «участие средствами и методами дизайна в решении социально актуальных задач защиты окружающей природной среды (и самих людей) от последствий ее загрязнения отходами техногенной цивилизации и нарушения экологического равновесия в биотехносфере как с позиций ценностей природы, так и культуры»<sup>2</sup>. В рамках данной статьи под экологическим дизайном подразумевается любое проектирование в дизайне, направленное на достижение гармонии в отношениях человека и природой. При этом в задачи дизайна входит не просто создание экологически чистых конструкций и продуктов, но и формирование новых смыслов, ценностей и норм, учитывающих требования взаимодействия природной среды и культуры. Экологическое направление в дизайне возникло в 1970-х годах как ответ на стихийно разворачивающиеся последствия научно-технической революции. Особенно экологические проблемы затронули естественный ландшафт городских пространств, вследствие чего возникла необходимость

---

<sup>1</sup> Быстрова А. Н. Модель культурного пространства : границы и безграничность // Вестник ТГПУ. 2008. С. 98.

<sup>2</sup> Иовлев В. И. Экологическая топология в архитектуре // Архитектон: известия вузов. 2006. № 3. С. 16–18.

восстановления природного пространства, сохранение его региональных и национальных особенностей.

В настоящее время экологическое направление в дизайне поднимает проблему эффективной биохимической и социокультурной интеграции продуктов промышленного производства в пространство. Для успешного осуществления такой интеграции представители экологического направления в дизайне предлагают следовать следующим принципам: рациональное и максимально экономично использование природных ресурсов и материалов; внедрение ресурсов и материалов восполняющегося и восстанавливаемого типа; оптимальное соотношение затрат и продолжительности жизненного цикла продукта. Как видно эти принципы затрагивают не столько вопросы формы и функции, сколько способы изменения отношения к материальному пространству. Они касаются не только использования экологически чистых материалов и технологий, но предлагают целостный и целесообразный подход к культурному пространству природы.

Экологическая проблема – это результат преобразующей деятельности человека, поэтому дизайн должен предлагать ценностные установки, качественно новое представление о роли человека в мире с позиции разумного преобразования окружающего пространства. Проблемы создания экологически целесообразного культурного пространства решаются такими дизайнерами, как С. Калатрава, Ж. Нувель, Ф. Старк, Н. Фостер, Т. Хезервик, Б. Чуми, и др. Работы этих дизайнеров отличает особый подход, заключающийся в понимании пространства как экосистемы, которая должна обладать высокими показателями комфорта, эстетичности и технологичности и не становится причиной дисгармоничного развития культурного пространства природы. При этом важным является экологическая совместимость культурного и природного пространств, порождающая абсолютно новый феномен – эргономичное гуманизированное пространство.

Возникает культурное пространство как экосистема, которое является альтернативой деятельности человека, направленной на покорение природы.

Естественно, нельзя лишить человека удобств и комфорта, созданных для него современной техникой, поэтому рациональными и перспективными будет скорректировать негативные тенденции техногенной цивилизации в соответствии со следующими направлениями: гармоничное развитие пространства посредством уравнивания техногенного и антропогенного начал на основе максимальной экологичности; следование требованиям экологии природы, человека и культуры при разработке продуктов; формирование ценностных установок на разумное преобразование окружающего пространства. Данные направления формируют комплексный подход к проектированию объектов, которые воспринимаются не изолированно, а целостно, и экологически и целесообразно вписываются в существующее пространство.

Таким образом, применение экологического подхода в дизайне является частью формирующейся экологической культуры, направленной на создание и закрепление ценностей рационального природопользования. В круг проблем дизайна входят не только требования эргономичности, эстетической привлекательности и функциональности, но и вопросы конституирования культурного пространства природы в соответствии с принципами целесообразности, комфортности и экологичности. Соответственно актуализируется комплексный подход к проектированию объектов и их систем, синтезирующий технические, социальные и художественные решения и направленный на решение проблемы экологизации и гармонизации культурного пространства природы.

Конституирование культурного пространства природы средствами дизайна осуществляется через активное транслирование ценностных установок на его гармонизацию и экологизацию. Объективирование этих установок в объектах дизайна ведет к их активному усвоению и формированию определенного ценностно-смыслового отношения

к действительности. Так дизайн обнаруживает и систематизирует интенции культуры и далее транслирует их в качестве доминирующих социокультурных установок.

Следующей важно сферой действия дизайна является *культурное пространство социума*, которое «включает в себя и цивилизационную его сторону, и социетальное пространство, и пространство значений. И то, и другое, и третье представляют собой то состояние человеческого бытия, которое только в своей полноте и целостности образует совокупное бытие культуры»<sup>1</sup>. В культурное пространство социума дизайн транслирует идею устойчивого развития в контексте таких интеграционных процессов, как модернизация, глобализация, всеобщий диалог и трансформация ноосферы, способствующих формированию человечества как глобальной общности. Сущность интеграционных процессов заключается в формировании целостного мира, глобального человеческого сообщества, главными противоборствующими процессами которого является сохранение культурной идентичности и глобализация социально-экономических отношений. В условиях все шире распространяющихся интеграционных процессах многочисленные локальные цивилизации должны находить адекватные способы взаимодействия, сосуществования и приспособления друг другу. Это взаимодействие может строиться на объединяющей, общезначимой для всего человечества идее устойчивого цивилизационного развития, в основе которой лежит стремление к долговременному существованию человека в гармонии с природой, социумом и с самим собой. Речь идёт, в частности, «о синтезе идеи совершенствования мировой цивилизации и концепции устойчивого развития»<sup>2</sup>.

Именно дизайн может стать способом транслирования этой и других идей в культурное пространство социума на уровне глобального

---

<sup>1</sup> Быстрова А. Н. Модель культурного пространства : границы и безграничность // Вестник ТГПУ. 2008. С. 99–100.

<sup>2</sup> Руткевич М. Н. Философское значение концепции устойчивого развития // Вопросы философии. 2002. № 11. С.24–35.

распространения, в чем проявляется его социальная значимость. В связи с этим важно упомянуть дизайнеров, положивших начало социальному дизайну. Во-первых, Кен Гарланд – британский графический дизайнер, написавший в 1963 году манифест, призывающий дизайнеров к более осмысленному подходу к своей работе. Он критикует безликость продуктов массового производства и рекламу, на которые дизайнеры тратят значительное количество времени и усилий. Вместо этого Гарланд предлагает дизайнерам обратить внимание на социальную сферу, чтобы создавать новые решения способные сделать мир лучше<sup>1</sup>. Еще одним дизайнером, который призывал обратиться к действительно важным проблемам человечества, был Виктор Папанек. В 1971 году была издана книга «Дизайн для реального мир», в которой он критикует дизайнеров, создающих бесполезные предметы, не способные помочь нуждающимся. Широко известной в мире дизайна стала фраза: «Убеждать людей приобрести то, что им не нужно, на деньги, которых у них нет, чтобы произвести впечатление на тех, кому до этого нет никакого дела, – сегодня это мошенничество стало поистине виртуозным»<sup>2</sup>, иллюстрирующая нежелание многих дизайнеров расставлять правильные приоритеты и принимать на себя ответственность за социальную составляющую общественной жизни.

В настоящее время достаточно большое количество дизайнеров начало участвовать в глобальных проектах, инициированных как благотворительными организациями, так и дизайнерами самостоятельно. Помимо терминов «социальный дизайн» и «гуманитарный дизайн», сегодня используется и выражение Design for the Other 90 % («Дизайн для остальных 90 %»). Среди проблем, которые пытается решать социальный дизайн, можно назвать следующие:

---

<sup>1</sup> Shaughnessy A. Ken Garland: Structure and Substance. UK, 2012. P. 12.

<sup>2</sup> Папанек В. Дизайн для реального мира. М. 2008. С. 7.



– плохое образование в развивающихся странах (проблема решается с помощью создания недорогих и прочных компьютеров, позволяющих детям быстрее усваивать материал и осваивать глобальное информационное пространство);

– недостаток чистой воды (создание устройств, упрощающих добычу воды);

– безработица (создание социальной сети, объединяющих работников и работодателей);

– бедность (разработка инструкций с понятными картинками, а также простых интерфейсы для банкоматов и мобильной рассылки, объясняющие не умеющим читать людям, как им получить денежную помощь).

Несмотря на то, что дизайнеры преследуют только положительные цели, многие критики обвиняют их в культурном империализме: они пытаются улучшить жизнь в развивающихся странах в соответствии со своими представлениями о том, что такое счастье, комфорт, хорошее образование и т. п. Именно поэтому социальные дизайнеры, которые не ставят перед собой слишком амбициозные задачи, добиваются наибольшего успеха. Обычно они, работают с небольшими сообществами в среде, которая им достаточно знакома, чтобы разобраться в том, какие проблемы не могут решить люди и какие решения им необходимо предложить.

Таким образом, с помощью дизайна в культурном пространстве социума формируются новые ценности, нормы и значения, поднимаются вопросы свободы личности и индивидуальности, расширяются пространственные ориентации, действия и формы существования каждого человека и общества в целом. Роль дизайна на уровне культурного пространства социума заключается в исследовании и понимании потребностей общества с помощью приемов партисипации, соучастия будущего потребителя дизайна в процессе проектирования и эмпатии, что способствует созданию гуманизированного индивидуального, целесообразного пространства для конкретного человека.

В настоящее время понимание дизайна как оформления функции, сменится пониманием дизайна как производства смыслов. Именно смысл является сущностной особенностью человеческого мира и выражается в знаках и знаковых системах. Дизайн способен создавать знаки самого различного свойства: визуальные (городская навигация), аудиальные (звонок телефона), тактильные (дорожная плитка для слабовидящих и слепых людей), и другие знаки, обращенные к сенсорной системе человека. Кроме того дизайн создают знаки внеприродного характера, обращенные к культурному состоянию человека, такие как мифология, религия, искусство, выступающие средством хранения и передачи информации самого разного свойства.

Созданием новой знаковой системы, изменившей современное культурное пространство, характеризуется дизайн компании Apple. Ярким подтверждением этому стали две фотографии. Оба снимка были сделаны в ходе публичного объявления имени нового Папы Римского с разницей в восемь лет. Первая фотография была сделана в апреле 2005 года, когда Папой Римским был избран Бенедикт XVI, вторая в 2013 году – во время первого появления нового папы Франциска I. На второй фотографии большинство из присутствующих снимают происходящее на смартфоны и даже планшеты. Компания Apple не изобрела технологию, но заставила выглядеть ее определенным образом. Дизайн не только меняет индустрии, но и влияет на способ взаимодействия человека с информацией. Кроме того по словам, ведущего дизайнера BMW, Александры Сэнди Макгилл, Apple начинает влиять на вещи за пределами технологий, например серый цвет всегда был цветом номер один, для машин в США. Однако в 2012 году все изменилось, и самым популярным цветом машин стал белый. Макгилл объясняет это выбором Apple и ее основателем Стивом Джобсом. В то время как серый остается любимым цветом автомобильных дизайнеров, покупатели начинают отдавать предпочтение белому.

На уровне информационно-знаковой составляющей культурного пространства дизайн осуществляет коммуникативную деятельность, связывающих людей через пространство и время, передает и закрепляет огромный объем информации об устойчивых типах поведения и деятельности людей. Через созданное пространство, дизайнеры транслируют новые нормы и ценности, стандарты поведения и потребления, и в целом жизненные модели, всегда оказывающие влияние на находящегося в системе спроектированного пространства человека.

Современный дизайн провозглашает тенденцию «универсальной семантизации окружения, где все становится предметом исчисления функций и значений»<sup>1</sup>. Эстетическое и утилитарное в дизайне теперь рассматривается в соотношении с коммерческим, практически полностью все поглощающим. Привычный список объектов дизайна расширяется в различные сферы, таковыми становятся не только архитектурные и художественные проекты, что становится вполне распространенной практикой, но и услуги, сервисы и даже человеческое тело. В своих проектах дизайнеры используют весь доступный спектр постиндустриальных технологий, нарушая автономию отдельных видов деятельности.

Эти тенденции распространяются и на область компетенций самого дизайнера. Так Американский институт графического искусства на своем сайте опубликовал список того, что должен уметь дизайнер к 2015 году. Этот список включает: владение новыми технологиями; умение руководить глобальными проектами и проводить социально-экономический анализ; понимание вопросов, связанных с когнитивными, социальными, культурными, технологическими и экономическими условиями проектирования; понимание роли физических, познавательных, культурных и социальных человеческих факторов, влияющих как на процесс дизайна, так и на результат<sup>2</sup>. Таким образом, дизайн больше не ограничивается только

---

<sup>1</sup> Чижиков В. В. Дизайн и культура. М., 2006. С. 4.

<sup>2</sup> URL: <http://www.aiga.org/designer-of-2015-competencies.html>.

воплощением визуального образа, он развивается в область сервис-дизайна, применяющего дизайн-мышление для решения проблем потребителей, как в вопросе быстрого и удобного обеспечения необходимыми товарами и услугами, так и в улучшении социальных условий различных групп населения. Теперь дизайн обращается не только к объектам и технологиями, но к человеку, услугам, в которых он нуждается, и к пространству вообще. Сегодня воздействию дизайна подвержены совершенно различные типы коммерческих предприятий: от крупных корпораций, вроде Facebook или Google до локального частного бизнеса. Наступило время, когда не нужно принадлежать к высшим слоям общества, как это было в начале XX века, чтобы владеть объектами дизайна.

Такая всеохватность дизайна не является изобретением XXI века. Подобное слияние эстетического, утилитарного и коммерческого вполне соответствует дизайнерской программе Баухауза 1920-х годов. Именно Баухаузом был выработан стиль второй промышленной революции, которая в отличие от первой, сформировавшей рациональную теорию материального производства и политическую экономию, распространила систему меновой стоимости на всю область знаков, форм и предметов. Как отмечает Жан Бодрийяр «до Баухауза не было предметов в собственном смысле этого слова, а после него все что угодно, подчиняясь необратимой логике, попадает под категорию предмета и производится в качестве него»<sup>1</sup>. Попытки определить критерии, по которым можно было бы относить что-либо к предметам, оцениваются Бодрийяром как «пустое занятие». Он утверждает понимание предмета как «статуса смысла и формы», логическое надделение которыми позволяет причислять к предметам «все: и дом, и маленькую ложку и даже целый город». По Бодрийяру: «именно Баухауз внедряет такую универсальную семантизацию окружения, в которой все становится предметом исчисления функций и значений. Тотальная функциональность,

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака М., 2003. С. 189.

тотальная семиургия»<sup>1</sup>. Сегодня существующие предметы дизайна группируются в более широкие области, объекты дизайна, которыми также могут стать любые новые изделия, ансамбли, комплексы, системы в любой сфере жизнедеятельности общества. В качестве этих объектов выступают категории действительно всеохватывающие: образы, функции, строения и структуры, технологические формы, эстетические ценности.

По Бодрийру политическая экономия знака подразумевает также взаимопреобразование структур товара и знака, что означает их совместное существование в качестве единой сущности – товаров-образов, имеющих знаковую меновую стоимость. В мире тотального дизайна все приобретает черты товара, в котором сливается эстетическое, утилитарное и коммерческое. За счет открытия новых рынков и возможности непрерывного обновления, товары заполняют все существующие пространства и попадают в различные слои общества, становясь массовыми с количественной точки зрения. При этом некоторым, как, например, смартфонам корпорации Apple, удается казаться модными, персонализированными и адресованными узкому кругу покупателей. Сегодня товары не просто являются ответом на существующий спрос, но сами его и рожают, конкретизируя желания и облекая их в форму, необходимую для персонализации и поиска в товарах собственного «Я». Непрерывная персонализация и активное внедрение не только в предметную среду, но и в области желаний и образов, подчеркивает постоянное развитие дизайна в сторону тотальной всеохватности.

Современное пространство вещей наполнено постоянно изменяющимся разнообразием продуктов, приборов и «гаджетов», в свою очередь изменяющих включающее их пространство. Стремительное размножение вещей в пространстве заставляет их рождаться и умирать все быстрее, что осложняет своевременное ориентирование во все новых видах. О проблеме классификации вещей Ж. Бодрийр писал: «критериев

---

<sup>1</sup> Там же. С. 190.

классификации как будто почти столько же, сколько самих вещей: классифицировать вещи можно и по величине, и по степени функциональности (как вещь соотносится со своей объективной функцией), и по связанной с ними жестуальности (богатая она или бедная, традиционная или нет), и по их форме, долговечности, и по тому, в какое время дня они перед нами возникают (насколько прерывисто они присутствуют в поле нашего зрения и насколько мы это осознаем), и по тому, какую материю они трансформируют ...». Каждый из этих критериев формируется именно дизайном на начальной стадии процесса проектирования, то есть наличие каких-либо свойств вещи не является случайным, но задается с самого начала. Проблема классификации еще и тем сложна, что современный дизайн направлен на конвергенцию функций в одной структурной единице «имеет тенденцию к превращению во всецело связную, всецело объединенную систему».

«При каждом переходе от одной системы к другой, более интегрированной, при каждой перестройке внутри уже структурированной системы, при каждом синтезе различных функций возникает новый смысл, некая объективная структура, независимая от индивидов, которые ею пользуются»<sup>1</sup>. Если обычным потребителем эта мысль специально никогда не переживается и не осознается в практическом пользовании вещью, то для дизайнера такая внутренняя связность вещей является предметом проектирования и его целью. Например, когда дизайнер разрабатывает фирменный стиль компании, то он создает не отдельные изображения логотипа и продукции, но комплексную систему визуальной идентификации, совокупность приемов (графических, цветовых, пластических, акустических, видео), которые обеспечивают единство всем носителям фирменного стиля.

Дизайн не только производит вещи, но и создает целостный образ общества. Понятый таким образом дизайн имеет всеобщий характер, так как создает не просто вещи, но культурные знаки и ориентиры, с помощью

---

<sup>1</sup> Бодрийяр Ж. Система вещей. М., 2001. С. 120.

которых происходит непрерывное взаимодействие в обществе. При этом культурные знаки и ориентиры могут быть совершенно условным или ложным подобием чего-либо, то есть симулякрами. Так распространенным приемом современного дизайна интерьеров является ностальгическое сохранение частей исторических конструкций при создании нового интерьера. Например, включение в конструкцию современного дома остатков старинной фермы, разрушенной при его строительстве, Ж. Бодрийяр называет симулякром истории, превращаемой в условный знак историчности.

Вслед за Бодрийром Хэл Фостер, автор книги «Дизайн и преступление», в некоторой степени сохраняя на протяжении всей книги негативное отношение к подобной коммерческой экспансии дизайна, говорит о наступившей эпохе «политической экономии дизайна»<sup>1</sup>. Дигитализация и компьютеризация замещает товар как производимый предмет, набором управляемых и программируемых параметров, подвергаемых дизайну и редизайну, и соответственно потреблению и повторному потреблению. Такое переоснащение экономики позволяет говорить о том, что дизайн перестает быть вторичным по отношению к маркетингу или рекламе и становится фундаментальным для многих сфер общественной жизни.

Хэл Фостер также рассматривает ряд работ студии дизайна Брюса Мау, наиболее полно раскрывающие информационно-знаковый характер дизайна. В качестве одного из примеров можно привести книгу «Стиль жизни», раскрывающую историю студии и ее достижения в исследовании проблем дизайна. При этом под «стилем жизни», понимается не форма художественного самоопределения, но скорее основанный на определенных закономерностях способ, образ жизни и действий, жизненная этика. Книга ставит вопрос о том, «Каким образом живой организм утверждает свое

---

<sup>1</sup> Фостер Х. Дизайн и преступление. М., 2014. С. 96.

существование в окружающем пространстве?»<sup>1</sup>, ответ кажется очевидным – посредством дизайна, что позволяет говорить о «дизайне жизни».

Конструирование культурного пространства средствами дизайна может рассматриваться с различных точек зрения. Во-первых, построение пространства по образу товара и представление их в качестве единой сущности, реализуемое в реальных и виртуальных торговых центрах. Спроектированная студией Брюса Мау программа идентичности для сети книжных магазинов в Торонто наглядно показывает дизайн как средство конструирования пространства, в частности коммерческого, в которой идентичность бренда, система указателей, интерьер и архитектура тотально интегрированы. В другом проекте студии, дизайне графического обеспечения для нового корпуса Сиэтлской публичной библиотеки, спроектированной Ремом Колхасом, реализуется иной способ преобразования пространства, о котором Мау говорит: «Основная идея заключалась в том, чтобы ослабить границы между архитектурой и информацией, реальным и виртуальным»<sup>2</sup>. Происходит стирание границ между образом и пространством: с помощью современных компьютерных систем проектирования архитектуры можно воплотить практически любой образ. Например, сложные, искривленные, биоморфные работы Френка Гери показывают максимальные возможности современных технологий в детерриторизации и интеграции образа и пространства. В данном случае тотальность можно понимать как цельность образа, формы и пространства.

Изложенные выше примеры показывают, что дизайн создает целостные образы и знаки, встраиваемые в определенные модели реальности и распространяющиеся во все сферы жизнедеятельности человека. Таким образом, важно осознавать, что от качества транслируемых дизайном норм, ценностей, стандартов поведения и потребления зависит возможность улучшения существования каждого человека и общества в целом.

---

<sup>1</sup> Там же С. 97.

<sup>2</sup> Там же С. 98.



Информационно-знаковое культурное пространство включает в себе «условия выживаемости отдельного человека и общества в целом, организует пространство в его территориальном значении, формирует социальное пространство культуры и является условием развития *интеллектуального пространства* человека и общества»<sup>1</sup>. Смысловым фокусом дизайна на уровне интеллектуального культурного пространства является человек, способы его взаимодействия с природой, обществом и другими людьми. Но это не усредненный «человек вообще», а конкретизированный тип человека в профессионально-проектном смысле – потребитель, в определенной поведенческой ситуации, в которой задействованы все формирующие пространство компоненты. Кроме того, в настоящее время происходит изменение понимания объекта дизайна, которое теперь включает не только материальную составляющую окружения человека, но и его самого как активного компонента пространства. Дизайн становится личностно-ориентированным, а главной его целью выступает гармонизация отношений между пространством и человеком. Поэтому дизайн, в первую очередь, должен быть ориентирован на создание гуманизированного пространства, способствующего активной осваивающей и преобразовательной деятельности человека.

Таким образом, ценностная направленность дизайна реализуется в конструировании и конституировании культурного пространства на основе целостного отношения к месту обитания человека с позиций гуманизма, экологии и универсальности. С помощью дизайна закрепляются идеи рационального пользования природой, которая воспринимается как живой организм, частью которого является сам человек. В связи с этим осознается роль дизайна как средства восстановления экологического равновесия и достижения визуальной гармонии. Следовательно, дизайн как конституирование культурного пространства ориентируется на целостное

---

<sup>1</sup> Быстрова А. Н. Модель культурного пространства : границы и безграничность // Вестник ТГПУ. 2008. С. 100.

отношение к культурному пространству с позиций гуманизма. Поэтому, можно утверждать, что дизайн является деятельностью, формирующей ценностно значимые и духовно осмысленные характеристики культурного пространства.

### **Выводы по второй главе**

1. Механизм конструирования культурного пространства средствами дизайна реализуется посредством создания в определенной форме культурных знаков и ориентиров, которые задают новые векторы развития, формируют тенденции, закрепляют социокультурные установки, по-новому структурируют пространство, расставляют акценты. Конструирование культурного пространства средствами дизайна реализуется в четырех составляющих полный цикл формах:

– опривычивание, превращение в повседневность – заключается в воспроизводстве элементов культурного пространства и адаптации вновь появляющихся элементов к существующему пространству;

– типизация или создание паттернов освоения и функционирования культурного пространства;

– воплощение и транслирование новых идей и ценностей, через создание культурных ориентиров;

– легитимация новых ориентиров развития культурного пространства, посредством придание им формы, необходимой для их обоснованности в глазах общества.

2. Конструирование культурного пространства через опривычивание реализуется в дизайне как центральном факторе гуманизации инновационных технологий. Он не только участвует в создании инновационного продукта, но и формирует в обществе определенное к нему отношение. Дизайн создает ореол привлекательности вокруг новых свойств товара и перемен, которые он несет, что способствует быстрому внедрению инновации.

3. Конструирование культурного пространства средствами дизайна предполагает создание не только способов проектирования, производства, распространения и потребления объектов, но и планирование паттернов взаимодействия человека с объектами, паттернов освоения и функционирования культурного пространства. Дизайн как коммуникационный процесс создает паттерны восприятия изделий, как потребителем, так изготовителем.

4. Способ конструирования культурного пространства через воплощение и транслирование новых идей и ценностей осуществляется с помощью формирования культурных ориентиров, которые определяют новые направления, параметры, поправки и векторы развития культурного пространства и являются ориентирами-аттракторами, поскольку содержат условия, способствующие «выбору» конкретного, заранее установленного варианта развития культурного пространства.

5. Конструирования культурного пространства средствами дизайна в форме легитимации используется для передачи только что сложившихся новых направлений развития культурного пространства в форме, необходимой для их обоснованности в глазах общества. Дизайн, понимаемый таким образом, становится важнейшим социальным фактором, транслирующим и легитимирующим новые ориентиры развития культурного пространства.

6. Конституирующая функция дизайна заключается в обнаружении и систематизации интенций культуры и последующем их транслировании в качестве доминирующих социокультурных установок. В этом раскрывается ценностная направленность дизайна, которая специфически реализуется на всех структурных уровнях культурного пространства.

7. Конституирование культурного пространства природы осуществляется на основе экологического подхода в дизайне, который является частью формирующейся экологической культуры, направленной на создание и закрепление ценностей рационального природопользования.

В круг проблем дизайна входят не только требования эргономичности, эстетической привлекательности и функциональности, но и вопросы конституирования культурного пространства природы в соответствии с принципами целесообразности, комфортности и экологичности. Соответственно актуализируется комплексный подход к проектированию объектов и их систем, синтезирующий технические, социальные и художественные решения и направленный на решение проблемы экологизации и гармонизации культурного пространства природы. Конституирование культурного пространства природы средствами дизайна осуществляется через активное транслирование ценностных установок на его гармонизацию и экологизацию. Объективирование этих установок в объектах дизайна ведет к их активному усвоению и формированию определенного ценностно-смыслового отношения к действительности. Так дизайн обнаруживает и систематизирует интенции культуры и далее транслирует их в качестве доминирующих социокультурных установок.

8. В культурное пространство социума дизайн транслирует идею устойчивого развития в контексте таких интеграционных процессов, как модернизация, глобализация, всеобщий диалог и трансформация ноосферы, способствующих формированию человечества как глобальной общности. С помощью дизайна в культурном пространстве социума формируются новые ценности, нормы и значения, поднимаются вопросы свободы личности и индивидуальности, расширяются пространственные ориентации, действия и формы существования каждого человека и общества в целом. Роль дизайна на уровне культурного пространства социума заключается в исследовании и понимании потребностей общества с помощью приемов партисипации, соучастия будущего потребителя дизайна в процессе проектирования и эмпатии, что способствует созданию гуманизированного индивидуального, целесообразного пространства для конкретного человека.

9. На уровне информационно-знаковой составляющей культурного пространства дизайн осуществляет коммуникативную деятельность,

связывающих людей через пространство и время, передает и закрепляет огромный объем информации об устойчивых типах поведения и деятельности людей. Дизайн создает целостные образы и знаки, встраиваемые в определенные модели реальности и распространяющиеся во все сферы жизнедеятельности человека. Следовательно, важно осознавать, что от качества транслируемых дизайном норм, ценностей, стандартов поведения и потребления зависит возможность улучшения существования каждого человека и общества в целом.

10. Смысловым фокусом дизайна на уровне интеллектуального культурного пространства является человек, способы его взаимодействия с природой, обществом и другими людьми. Но это не усредненный «человек вообще», а конкретизированный тип человека в профессионально-проектном смысле – потребитель, в определенной поведенческой ситуации, в которой задействованы все формирующие пространство компоненты.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Процесс формирования и становления культурного пространства является следствием целого комплекса причин, не последняя роль среди которых отведена дизайну, как целенаправленному переустройству мира человеком. Дизайна как социокультурный феномен является фактором, ориентации, трансформации и редактирования многообразия вещей и совокупности отношений между человеком и предметным миром, что ведет к формированию культурных идеалов и ценностей.

Осмысление дизайна в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм позволяет рассматривать его не только как результат, продукт определенной социокультурной ситуации, средство заполнения «пустого» пространства новыми вещами, но и как активную силу конструирования и конституирования культурного пространства. В связи с этим дизайн предстает как сфера специфической профессиональной деятельности, заключающаяся в создании в определенной форме объектов, процессов, услуг и их систем в течение всего их жизненного цикла, тем самым являющаяся способом конструирования, интерпретации и систематизации социокультурного пространства. При этом речь идет не только о проектировании отдельных предметов, а об организации целых агломераций предметов в рамках культурного пространства.

В целях выявления специфики дизайна в формировании культурного пространства выделяется пять подходов к осмыслению культурного пространства: аксиологическая концепция культурного пространства С. Н. Иконниковой, деятельностный подход М. С. Кагана, семиотическая модель культурного пространства Ю. М. Лотмана, информационный подход А. Моля, структурный подход А. Н. Быстровой. Различные подходы к пониманию культурного пространства определяют его структуру и становятся базой для дальнейшего исследования специфических форм

взаимодействия дизайна с культурным пространством в целом и с каждым его структурным элементом в отдельности.

С точки зрения аксиологической концепции культурное пространство создается иерархически выстроенной системой материальных и духовных ценностей. Специфика дизайна в построении таким образом понимаемого культурного пространства заключается в том, что он является не только средством производства материальных ценностей и ориентирования в их многообразии, но и способом транслирования в культурное пространство ценностно значимых для общества культурных образцов и норм. Из инструмента промышленного производства он перерастает в культурную универсалию, включенную во все сферы жизни общества и задающую ценностную направленность культуротворческого поведения человека через предметно-пространственную реализацию общественного идеала.

Согласно деятельностному подходу содержанием культурного пространства является деятельность индивидов и групп – творцов и потребителей культурных ценностей. Следовательно, дизайн как специфическая профессиональная деятельность, является компонентом культурного пространства и реализуется в практически-преобразующей, познавательной, аксиологической и коммуникативной деятельности. Все компоненты дизайн-деятельности, такие как субъект, объект, средства, условия, процесс и результат организуются в систему деятельности и пронизывают всю систему культурного пространства.

Семиотический подход позволяет рассматривать культурное пространство как семиосферу, проявление дизайна в которой заключается в проецировании на систему реальных вещей системы образов в акте сигнификации. Полученная знаковая система выступает посредником между человеком и окружающим его пространством, конструирует субъективный мир на основе существующего объективного. С семиотической точки зрения продукт дизайна становится текстом, а процесс дизайна – созданием письма, знаками которого становятся выраженные в определенной форме вещи.

С точки зрения информационного подхода к культурному пространству дизайн выступает в качестве полноценной культурной практики и становится эффективным коммуникативным инструментом в ситуации всеобщей «семиотизации» вещей. Дизайн наделяет вещи и в целом предметное пространство способностью обеспечивать коммуникацию в процессе их использования и зрительного восприятия. С помощью дизайна вещи обретают знаково-коммуникативную сущность и становятся носителями определенной культурной, мировоззренческой, утилитарной и эстетической информации, выраженной художественно-образными средствами в дизайн-формах. Так, дизайн выступает как коммуникативный процесс, обеспечивающий связь между человеком и человеком, человеком и обществом, человеком и вещью.

В рамках структурного подхода формируется представление о культурном пространстве как системе состоящих из множества неоднородных по своей природе частей, организуемых в структурные уровни, на каждом из которых дизайн проявляет специфические черты: в культурное пространство природы дизайн транслирует идеи сохранения глобальной устойчивости и экологизации; в культурное пространство социума дизайн транслирует идею устойчивого развития в контексте таких интеграционных процессов, как модернизация, глобализация, всеобщий диалог и трансформация ноосферы, способствующих формированию человечества как глобальной общности; на уровне информационно-знаковой составляющей культурного пространства дизайн осуществляет коммуникативную деятельность, связывает людей через пространство и время, передает и закрепляет огромный объем информации об устойчивых типах поведения и деятельности людей; смысловым фокусом дизайна на уровне интеллектуального культурного пространства является человек и способы его взаимодействия с природой, обществом и другими людьми.



Специфика дизайна как способа формирования культурного пространства реализуется в его конструирующей и конституирующей функции.

Конструирующая функция дизайна реализуется посредством создания в определенной форме культурных знаков и ориентиров, которые задают новые векторы развития, формируют тенденции, закрепляют социокультурные установки, по-новому структурируют пространство, расставляют акценты. Конструирование культурного пространства средствами дизайна реализуется в четырех составляющих полный цикл формах:

– опривычивание, превращение в повседневность – заключается в воспроизводстве элементов культурного пространства и адаптации вновь появляющихся элементов к существующему пространству;

– типизация или создание паттернов освоения и функционирования культурного пространства;

– воплощение и транслирование новых идей и ценностей, через создание культурных ориентиров;

– легитимация новых ориентиров развития культурного пространства, посредством придание им формы, необходимой для их обоснованности в глазах общества.

Для отражения способа конструирования культурного пространства средствами дизайна предложено понятие «культурный ориентир», под которым следует понимать выделяющийся материальный или идеальный объект, имеющий заранее заданные отличительные признаки, создаваемый для определения новых направлений, параметров, поправок и векторов развития культуры. Понятие «культурный ориентир» развивается в понятие «ориентир-аттрактор», поскольку содержит условия, способствующие «выбору» конкретного, заранее установленного варианта развития культурного пространства.

Конституирующая функция дизайна заключается в обнаружении и систематизации интенций культуры и последующем их транслировании в качестве доминирующих социокультурных установок. Конституирование культурного пространства средствами дизайна осуществляется через приведение в систему созданных в процессе конструктивно-творческой деятельности человека предметов и заключается в обнаружении и систематизации того, что происходит в культуре – интенций культуры, ее направленности и векторности. Следовательно, дизайн транслирует актуальные и доминирующие социокультурные установки, которые объективируются в вещах, а пользование вещами ведет к их активному усвоению и формированию определенного ценностно-смыслового отношения к действительности.

Таким образом, реализуется ценностная направленность дизайна, основывающаяся на целостном отношении к месту обитания человека с позиций гуманизма, экологии и универсальности. С помощью дизайна закрепляется идея устойчивого цивилизационного развития, что предполагает такой угол зрения на объект дизайна, при котором он выступает не как отдельная, изолированная в пространстве вещь, а как целостный фрагмент действительности, культурного пространства. В связи с этим осознается роль дизайна как фактора ориентации, трансформации и редактирования многообразия вещей и совокупности отношений между человеком и предметным миром, что ведет к формированию культурных идеалов и ценностей, восстановлению экологического равновесия и достижению визуальной гармонии в культурном пространстве.

**БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК**

1. Адорно, Т. Эстетическая теория / Т. Адорно ; пер. с нем. – М. : Республика, 2001. – 526 с.
2. Акин, О. Психология архитектурного проектирования / О. Акин. – М : Стройиздат, 1996. – 208 с.
3. Амельченко, С. Н. Универсалии «бытие», «сущее» и «должное» в познании культуры: опыт систематизации / С. Н. Амельченко // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – №29 (167) – С. 100–111.
4. Аронов, В. Р. Современная теория дизайна // Проблемы дизайна 5 : Сборник статей / Составитель и отв. редактор В. Р. Аронов. М : Артпроект, 2009. – С. 7–25.
5. Аронов, Р. А. Физическая реальность и гносеологическая патология познания / Р.А. Аронов. – М. : КРАСАНД, 2011. – 528 с.
6. Ахизер, А. С. Философские основы социокультурной теории и методологии / А. С. Ахизер // Вопросы философии. – 2000. – №9. – С. 29–45.
7. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт ; пер., вступ. ст. и коммент. С. Н. Зенкина. – М. : Академический проект, 2010. – 312 с.
8. Башляр, Г. Избранное: Поэтика пространства / Г. Башляр. – М. : РОССПЭН, 2004. – 376 с.
9. Бедаш, Ю. А. Концепция социального пространства Анри Лефевра / Ю. А. Бедаш // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2012. – № 11 (126). – С. 219.
10. Бевзенко, Л. Д. Социальная самоорганизация. Синергетическая парадигма : возможности социальных интерпретаций / Л. Д. Бевзенко. – Киев : институт социологии НАН Украины, 2002. – 437 с.
11. Бергсон, А. Творческая эволюция. Материя и память. / А. Бергсон. – М. : Академический проспект, 2015 – 319 с.

12. Бодрийяр, Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрийяр. – М. : Библион–Русская книга, 2003. – 272 с.
13. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть. – М. : Добросвет, 2000. – С. 119.
14. Бодрийяр, Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр. – М. : Рудомино, 2001. – 224 с.
15. Бродель, Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т.1. Структуры повседневности: возможное и невозможное / Ф. Бродель. – М. : Весь мир, 2007. – 623 с.
16. Брук, Д. История городов будущего / Д. Брук. – М. : Strelka Press, 2014. – 436 с.
17. Бхаскаран, Л. Дизайн и время. Стиль и направления в современном искусстве и архитектуре / Л. Бхасаран. – М. : Арт-Родник, 2006. – 258 с.
18. Бурдьё, П. О телевидении и журналистике / П. Бурдьё ; пер. с фр. Т. В. Анисимовой и Ю. В. Марковой, отв. ред и предисл. Н. А. Шматко. – М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2002. – 160 с.
19. Бурдьё, П. Социология социального пространства / П. Бурдьё ; пер. с франц. ; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. – СПб.: Алетейя, 2007. – 288 с.
20. Быстрова, А.Н. Дефиниции культуры в системе культурологического знания / А. Н. Быстрова // Мир науки, культуры, образования. – № 2 (39). – 2013. – С. 173–178.
21. Быстрова, А. Н. Культурное пространство: сущность и структура / А.Н. Быстрова. – Новосибирск: ЗАО ИПП «ОФСЕТ», 2014. – 315 с.
22. Быстрова, Т. Ю. Вещь, форма, стиль: Введение в философию дизайна / Т. Ю. Быстрова. – Екатеринбург : издательство Уральского ун-та, 2001. – 288 с.
23. Быстрова, Т. Ю. Кристофер Александер: архитектура вне времени и идея шаблонов проектирования / Т. Ю. Быстрова // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. – Екатеринбург, 2011. – № 1. – С. 47–53.

24. Бычков, В. В. Искусство техногенной цивилизации в зеркале эстетики / В. В. Бычков, Н. Б Маньковская // Вопросы философии. – №4. – М., 2011. – С. 62–72.
25. Валлерстайн, И. Мир – система Модерна. Т. II. Меркантилизм и консолидация европейского мира-экономики, 1600–1750 / И. Валлерстайн. – М. : Университет Дмитрия Пожарского, 2016. – 528 с.
26. Виндельбанд, В. Прелюдии. Философские статьи и речи / В. Виндельбанд. – СПб., 1964. – 400 с.
27. Виноградова, Н. Л. Социальное пространство и социальное взаимодействие / Н. Л. Виноградова // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. – 2005. – № 2. – С. 39–54.
28. Вирно, П. Грамматика множества : к анализу форм современной жизни / П. Вирно. – М. : ООО «Ад Маргинем Пресс, – 2013. –176 с.
29. Вопросы технической эстетики. Вып. 1. (Сборник статей) / ред. коллегия : Г. Б. Минервин и др. – М : Искусство, 1968. – 127 с.
30. Вопросы технической эстетики. Вып. 2. Дизайн как предмет научных и социально-философских исследований. (Сборник статей) / ред. коллегия : Г. Б. Минервин и др. М. : Искусство, 1970. – 335 с.
31. Воронов, Н. В. Российский дизайн. Очерки истории отечественного дизайна / Н. В. Воронов. – М., 2001. – Т.1. 424 с; Т.2. 392 с.
32. Гадамер, Х.-Г. Истина и метод / Х.-Г. Гадамер ; пер. с нем., общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. – М. : Прогресс, 1988. – 704 с.
33. Гегель, Г. В. Ф. Сочинения. Том II. Философия природы / Г. В.Ф. Гегель. – Москва – Ленинград : Соцэргиз, 1934. – 679 с.
34. Генисаретский, О. И. Дизайн и культура / О. И. Генисаретский. – М. : ВНИИТЭ, 1994. – 165 с.
35. Гидденс, Э. Ускользящий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь / Э. Гидденс. – М. : Весь Мир, 2004. – 120 с.

36. Глазычев, В. Л. Дизайн как он есть / В. Л. Глазычев. – Изд. 2-е, доп. – М. : Европа, 2006. – 320 с.
37. Глазычев, В. Л. Урбанистика / В. Л. Глазычев. – М. : Европа, 2008. – 220 с.
38. Гропиус, В. Границы архитектуры / В. Гропиус. – М. : Искусство, 1971. – 147 с.
39. Грошев, И. Эмоциональный брендинг и поведение потребителя / И. Грошев, А. Краснослободцев // Проблемы теории и практики управления. – №7–8. – 2012. – С. 119–126.
40. Грюнбаум, А. Философские проблемы пространства и времени / А. Грюнбаум ; пер. с англ. Ю. Б. Молчанова. – М. : Эдиториал УРСС, 2003. – 568 с.
41. Грязнова, Е. В. Виртуальная реальность: анализ смыслов элементов понятия Текст. / Е. В. Грязнова // Философские науки. – 2005. – С. 132–142.
42. Гуссерль, Э. Идеи к чистой феноменологии и феноменологической философии. Т. 1. / Э. Гуссерль ; пер. с нем. А. В. Михайлова, вступ. ст. В. А. Куренного. – М. : Академический проект, 2009. – 486 с.
43. Гуссерль, Э. Собрание сочинений. Том III (1). Логические исследования / Э. Гуссерль. – М. : Гнозис, 2001. – 529 с.
44. Гуткин, О. В. Феномен культурного пространства / О. В. Гуткин, Е. В. Листвина, Г. Н. Петрова, О. А. Семенищева. – Саратов : Научная книга, 2005. – 138 с.
45. Гуревич, П. С. Философские ракурсы культуры / П. С. Гуревич. – Москва : Изд-во Омега-Л, 2009. – 427 с.
46. Декларация тысячелетия ООН : Саммит тысячелетия, Нью-Йорк, 6–8 сентября 2000 г. – Нью-Йорк: Департамент общественной информации ООН, 2001. – 15 с.
47. Делез, Ж. Что такое философия? / Ж. Делез, Ф. Гваттари. – М. : Академический проспект, 2009. – 261 с.

48. Деррида, Ж. Письмо и различие / Ж. Деррида ; пер. с фр. Д. Кралечкина. – М. : Академический проект, 2007. – 495 с.
49. Дженкс, Ч. Зрелищный музей – между храмом и торговым центром: Осмысление противоречий / Ч. Дженкс // Пинакотека, 2000. – № 12. – С. 5–15.
50. Джонс, Д. Методы проектирования / Д. Джонс ; пер. с англ. – М. : Мир, 1986. – 326 с.
51. Денисов, С. Ф. Естественные и технические науки в мире культуры : учеб. пособие / С. Ф. Денисов, Л. М. Дмитриева. – Омск : ОмГТУ, 1997. – 448 с.
52. Дмитриева, Л. М. Культуротворческая миссия дизайна / Л. М. Дмитриева, И. Г. Пендикова // Омский научный вестник. – 2012. – № 2 (106). – С. 111–114.
53. Дмитриева, Л. М. Феномен дизайна: философско-методологический анализ / Л. М. Дмитриева, И. Г. Пендикова // Омский научный вестник. – 2009. – № 3 (78). – С. 99–102.
54. Долгов, К. М. Реконструкция эстетического в западноевропейской и русской культуре. – М. : Прогресс – Традиция, 2004. – 1040 с.
55. Дюркгейм, Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм. – М. : Канон, 1995. – 352 с.
56. Жердев, Е. В. Метафорическая образность в дизайне / Е. В. Жердев. – М. : МСХА, 2004. – 228 с.
57. Замятин, Д. Н. Гуманитарная география : Пространство и язык географических образов / Д. Н. Замятин. – СПб. : Алетейя, 2003. – 331 с.
58. Замятин, Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов / Д. Н. Замятин. – М. : Знак, 2006. – 488 с.
59. Земпер, Г. Практическая эстетика / Г. Земпер. – М. : Искусство, 1970. – 320 с.
60. Зиммель, Г. Социология пространства / Г. Зиммель. – М. : Юрист, 1996. – 607 с.

61. Иконникова, С. Н. Архитектоника и динамизм культурного пространства России / С. Н. Иконникова // Вестник СПбГУ. Сер. 6. – 1997. – Вып.3 (№ 20). – С. 37–38.
62. Иконникова, С. Н. История культурологических теорий / С. Н. Иконникова. – СПб. : Питер, 2005. – 474 с.
63. Ильин, В. И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность Текст. / В. И. Ильин // Мир России: социология, этнология. 2005. – Т. XIV, № 2. – С. 3-40.
64. Иовлев, В. И. Экологическая топология в архитектуре / В. И. Иовлев // Архитектон : известия вузов. – Екатеринбург, 2006. – № 3 (15). – С. 16–18.
65. Каган, М. С. Диалектика бытия и небытия в жизни человеческого общества / М. С. Каган // Личность. Культура. Общество. – М. : Смысл, 2003. – В. 1. – С. 33–56.
66. Каган, М. С. Философия культуры / М. С. Каган. – СПб., 1996. – 415 с.
67. Каган, М. С. К истории изучения отношений этического и эстетического // Этическое и эстетическое: 40 лет спустя. Материалы научной конференции. 26–27 сентября 2000 г. Тезисы докладов и выступлений. – Санкт-Петербургское философское общество, 2000. – С. 70–72.
68. Кандинский, В. Ступени / В. Кандинский. – М. : Изд. Отдела Изобразительных Искусств Нар. Комиссариата Просвещения, 1918. – 58 с.
69. Кант, И. Метафизические начала естествознания // Сочинения в шести томах. / И. Кант. – М. : Мысль», 1966. – Т. 3, 1966. – С. 53–175.
70. Кант, И. Критика чистого разума // Сочинения в шести томах. / И. Кант. – М. : Мысль», 1966. – Т. 3, 1966. – С. 68–756.
71. Кант, И. О форме и причинах чувственно воспринимаемого и умопостигаемого мира // Сочинения в шести томах. / И. Кант. – М. : Мысль», 1966. – Т. 2, 1964. – С. 381–426.



72. Кантор, К. М. Опыт социально-философского объяснения проектных возможностей дизайна / К. М. Кантор // Вопросы философии. – М. 1981. – № 11. – С. 84–96.
73. Кантор, К. М. Правда о дизайне / К. М. Кантор. – М. : АНИР, 1996 – 284 с.
74. Каплан, Р. С помощью дизайна. / Р. С. Каплан. – М. : Издательство Студии Артемия Лебедева, 2014. – 328 с.
75. Кара-Мурза, С. Г. Евроцентризм : эдипов комплекс интеллигенции / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Алгоритм, 2002. – 256 с.
76. Касавин, И. Т. Обсуждаем статьи о конструктивизме / И. Т. Касавин // Эпистемология и философия науки. – 2009. – № 2. – С. 144-151.
77. Кастельс, М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
78. Кирнарская, С. В. Проблемы экологической адаптации / С. В. Кирнарская // Философские науки. – 2011. – № 8. – С. 76–85.
79. Князева, Е. Н. Синергетический вызов культуре / Е. Н. Князева // Синергетическая парадигма : многообразие поисков и подходов. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – С. 200–244.
80. Кондратьева, К. А. Дизайн и экология культуры / К. А. Кондратьева. – М. : МГХПУ им. Строганова, 2000. – 105 с.
81. Корсунцев, И. Г. Рефлексия и виртуальная реальность / И. Г. Корсунцев // Философские исследования. – 1997. – № 3. – С. 138–158.
82. Краткая стенограмма семинара в Брюгге ВНИИТЭ. – М., 1964. – 68 с.
83. Кутырев, В. А. Философский образ нашего времени (безжизненные миры постчеловечества) / В. А. Кутырев. – Смоленск, 2006. – 301 с.
84. Кухта, М. С. Восприятие визуальной информации : философия процесса, монография Текст. / М. С. Кухта. – Томск. : 11 НУ, 2004. – 202 с.
85. Кухта, М. С. Трансцендентность и функциональность сакральных символов в пространстве современной культуры / М. С. Кухта // Вестник

- Тувинского государственного университета. №1 Социальные и гуманитарные науки. – 2014. – № 1 (20). – С. 98–102.
86. Кухта, М. С. Философия процесса визуального восприятия объектов дизайна / М. С. Кухта // Вестник ВЭГУ. – 2013. – № 3 (65). – С. 101–107.
87. Лаврентьев, А. Н. История дизайна / А. Н. Лаврентьев. – М., 2007. – 303 с.
88. Лаврентьев, А. Н. Стили и визуальные метафоры в дизайне / А. Н. Лаврентьев // Визуальная культура и визуальное мышление в дизайне. – М., 1990. – С. 74–87.
89. Латур, Б. Сферы и сети: два способа понимания глобального / Б. Латур // Вестник Российского университета дружбы народов. – М., 2013. – № 2. – С. 5–16.
90. Ле Корбюзье Декоративное искусство сегодня. Архитектура XX века / Ле Корбюзье. – М., 1970. – 303 с.
91. Лефевр, А. Производство пространства / А. Лефевр ; пер. с фр. – М. : Strelka Press, 2015. – 432 с.
92. Лиотар, Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар. – СПб. : Алетея, 1998. – 160 с.
93. Лисовец, И. М. Дизайн и массовая культура / И. М. Лисовец // От массовой культуры к культуре индивидуальных миров: новая парадигма цивилизации. – М., 1998. – С. 168–184.
94. Лосев, А. Ф. Диалектика мифа / А. Ф. Лосев. – М. : Мысль, 2001. – 558 с.
95. Лотман, Ю. М. Семиосфера. Внутри мыслящих миров / Ю.М. Лотман. – СПб. : Искусство, 2000. – 704 с.
96. Луман, Н. Эволюция / Н. Луман. – М. : Издательство «Логос», 2005. – 256 с.
97. Малевич, К. Собрание сочинений в 5т. Т.I. / К. Малевич. – М. : Гилея, 1995. – 403 с.

98. Малинецкий, Г. Г. Новая реальность и будущее глазами синергетики / Г. Г. Малинецкий // URL: [http:// www.spkurdyumov.ru/forecasting/novaya-realnost-i-budushhee-glazami-sinergetiki](http://www.spkurdyumov.ru/forecasting/novaya-realnost-i-budushhee-glazami-sinergetiki) (Дата обращения: 17.06.2014).
99. Мантатова, Л. В. Философские перспективы устойчивого развития информационного общества / Л. В. Мантатова. – Улан-Удэ : Изд-во БГУ, 2002. – 243 с.
100. Маркарян, Э. С. Теория культуры и современная наука : логико-методологический анализ / Э. С. Маркарян. – М., 1983. – 284 с.
101. Маркузе, Г. Одномерный человек / Г. Маркузе. – М. : АСТ, 2003. – 528 с.
102. Маккуайр, С. Медийный город. Медиа, архитектура и городское пространство / С. Маккуайр. – М. : Strelka Press, 2014. – 392 с.
103. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / М. Маклюэн. – М. : Академический Проект, Гаудеамус, 2013. – 496 с.
104. Мартишина, Н. И. Реальность и ее конструирование: монография / Н. И. Мартишина. – Новосибирск : СГУПС, 2009. – 171 с.
105. Межуев, В. М. Культура и история / В. М. Межуев. – М., 1977. – 202 с.
106. Мелик-Гайказян, И. В. Методология моделирования нелинейной динамики сложных систем / И. В. Мелик-Гайказян, М. В. Мелик-Гайказян, В. Ф. Тарасенко. – М. : ФИЗМАТЛИТ, 2001. – 272 с.
107. Мерло-Понти, М. Феноменология восприятия / М. Мерло-Понти ; пер. с фр. И.С. Вдовиной, С.Л. Фокина. – СПб. : Ювента Колизей, 1999 – 608 с.
108. Михайлов, И. А. Макс Хоркхаймер. Становление Франкфуртской школы социальных исследований. Ч.1, 1914–1939 гг. / И.А. Михайлов. – М., 2008. – 208 с.
109. Михайлов, С. М. Постиндустриальный дизайн : новые виды синтеза / Михайлов С. М., Михайлова А. С. //Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПУ. – 2009. – № 4. – С. 230–237.
110. Моль, А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 416 с.

111. Моррис, У. Искусство и жизнь / У. Моррис. – М. : Искусство, 1973. – 510 с.
112. Мотрошилова, Н. В. Конституирование / Н. В. Мотрошилова // Новая философская энциклопедия в 4 тт. ; под редакцией В. С. Стёпина. – М. : Мысль, 2001.
113. Назаров, Ю. Постсоветский дизайн. 1990–2000 / Ю. Назаров. – М. : Союз Дизайнеров России, 2002. – 416 с.
114. Нельсон, Дж. Проблемы дизайна / Дж. Нельсон. – М. : Искусство, 1971. – 208 с.
115. Норман, Д. А. Дизайн вещей будущего / Д. А. Норман. – М. : Strelka Press, 2013. – 224 с.
116. Папанек, В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. – М. : Д. Аронов, 2004. – 416 с.
117. Парсонс, Т. Система современных обществ / Т. Парсонс ; пер. с англ. – М. : Аспект Пресс, 1997. – 270 с.
118. Подорога, В. А. Выражение и смысл. Ландшафтные миры философии / В.А. Подорога. – М. : Ad Marginem, 1995. – 427 с.
119. Прехтль, П. Введение в феноменологию Гуссерля / П. Претхель. – Томск : Водолей, 1999. – 96 с.
120. Пресс, М. Власть дизайна: ключ к сердцу потребителя Текст. / М. : Пресс. – М., 2008. – 335 с.
121. Проблемы дизайна 2 : Сб. ст./ В.Л. Глазычев и др. – М. : «Архитектура-С», 2004. – 400 с.
122. Пузько, В. И. Кризис идентичности личности в условиях глобализации / В. И. Пузько // Философия и общество. – 2007. – №4. – С. 98– 113.
123. Радаев, В. В. Социология потребления: основные подходы Текст. / В. В. Радаев // Социологические исследования. 2005. – № 1. – С. 5–15.
124. Разумова, Н. Е. Творчество А. П. Чехова в аспекте пространства / Н. Е. Разумова. – Томск : Томский государственный университет, 2001. – 521 с.

125. Райли, Н. Элементы дизайна. Развитие дизайна и элементов стиля от Ренессанса до Постмодернизма / Н. Райли, П. Байер. – М. : Мagma, 2004. – 544 с.
126. Райт, Ф. Л. Будущее архитектуры / Ф. Л. Райт. – М. : Госстройиздат, 1960. – 248 с.
127. Раскин, Дж. Лекции об искусстве / Дж. Раскин. – М. : Азбука, 2015. – 448 с.
128. Риккерт, Г. Философия истории / Г. Риккерт. – СПб. : Изд. Д. Е. Жуковского, 1908. – 182 с.
129. Рунге, В. Ф. История дизайна, науки и техники / В. Ф. Рунге. – М. : Архитектура-С, 2006. – 368 с.
130. Руткевич, М. Н. Философское значение концепции устойчивого развития / М. Н. Руткевич // Вопросы философии. – 2002. – № 11. – С.24–35.
131. Рыбчинский, В. Городской конструктор. Идеи и города / В. Рыбчинский. – М. : Strelka Press, 2014. – 220 с.
132. Саймон, Г. Науки об искусственном / Герберт Саймон ; пер. с англ. Э.Л. Наппельбвума. – 2-е изд. – Москва : Едиториал УРСС, 2004. – 142 с.
133. Сагатовский, В. Н. Культура: основные аспекты рассмотрения / В. Н. Сагатовский // Бренное и вечное. Ценности и отчуждение в культурно-цивилизационных процессах. – Великий Новгород. 1999. С. 5–10.
134. Сагатовский, В. Н. Философия культуры : предмет и базовые понятия / В.Н. Сагатовский // Парадигма : Философско-культурологический альманах. Вып.11 / Под редакцией М. С. Уварова .– СПб. : Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2008. – С. 7–26.
135. Сибрук, Д. Культура маркетинга. Маркетинг культуры / Д. Сибрук. – М. : Ад Маргинем, 2012. – 240 с.
136. Сидоренко, В. Ф. Генезис проектной культуры // Вопросы философии. –1984. – №10. – С. 86–99.

137. Сорокин, П. А. Социальная и культурная динамика : Исследование изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений / П. А. Сорокин ; пер. с англ., коммент. и статья В. В. Сапова. – СПб. : Изд-во Русского Христианского гуманитарного Института, 2000. – 1056 с.
138. Степин, В. С. Саморазвивающиеся системы и перспективы техногенной цивилизации / В. С. Степин // Синергетическая парадигма. Многообразие поисков и подходов. – М. : Прогресс – Традиция, 2000. – С. 18.
139. Суджич, Д. Язык вещей / Д. Суджич. – М. : Strelka Press, 2013. – 240 с.
140. Сурова, Е. Э. Идентичность. Идентификация. Образ / Е. Э Сурова. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2011. – 269 с.
141. Тайлор, Э. Б. Первобытная культура / Э. Б. Тайлор. – М., 1989. – 576 с.
142. Теоретические и методологические исследования в дизайне: Текст. Изб. материалы; тр. ВНИИТЭ за период 1965–1968 гг. ; Сост. О. И. Генисаретский. – М. : Шк. культурной политики, 2004. – 372 с.
143. Титова, М. П. Основные и специфические свойства пространства / М. П. Титова // Новости передовой науки. – Польша, Przemysl: Nauka I studia, 2012. – С. 41–45.
144. Томбу, Д. В. Некоторые социокультурные проблемы дизайна в России Текст. / Д. В. Томбу // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18, Социология и политология, 2002. № 1. – С. 165–172 с.
145. Тоффлер, Э. Шок будущего / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2008. – 560 с.
146. Ульяновский, А. В. Мифодизайн : коммерческие и социальные мифы / А. В. Ульяновский. – СПб.: Питер, 2005. – 544 с.
147. Фейербах, Л. Избранные философские произведения в 2 т. / Л. Фейербах. – М. : Государственное издание политической литературы, 1955 г. – т. II. – 942 с.
148. Филиппов, А. Ф. Элементарная социология пространства / А. Ф. Филиппов // Социологический журнал. –1995. – №1. – С. 45–69.

149. Философия культуры. Становление и развитие. / Под редакцией М. С. Кагана, Ю. В. Перова, В. В. Прозерского, Э. П. Юровской. – СПб. : Издательство «Лань», 1998. – 448 с.
150. Фостер, Х. Дизайн и преступление / Х. Фостер ; пер. с англ. Д. Потемкина. – М. : V-A-C press, 2014. – 208 с.
151. Фуко, М. Другие пространства / М. Фуко // Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью М. Фуко. Часть 3. – М. : Праксис, 2006. – 320 с.
152. Хабермас, Ю. Будущее человеческой природы : На пути к либеральной евгенике? / Ю. Хабермас ; пер. с нем. М. Л. Хорькова. – М. : Весь Мир, 2002. – 144 с.
153. Хабермас, Ю. Философский дискурс о модерне / Ю. Хабермас ; пер. с нем. – М.: Издательство «Весь Мир», 2003. – 416 с.
154. Хайдеггер, М. Искусство и пространство / М. Хайдеггер // Самосознание европейской культуры XX века. – М. : Изд-во политической литературы, 1991. – 452 с.
155. Хан-Магомедов, С. О. К постановке вопроса о специфике художественной формы в дизайне / С. О. Хан-Магомедов // Проблемы художественной выразительности современной предметной среды. – М., 1985. – С. 14–26.
156. Холлис, Л. Города вам на пользу. Гений мегаполиса / Л. Холлис. – М. : Strelka Press, 2015. – 432 с.
157. Чижиков, В. В. Дизайн и культура / В. В. Чижиков. – М. : МГУКИ, 2006. – 361 с.
158. Чирков, В. Ф. Дом : в локусе бытия / В.Ф. Чирков. – Омск, 2006. – 274 с.
159. Шендрик, А. И. Глобализация в системе культурологических координат / Шендрик А. И. // Знание. Понимание. Умение. – 2004. – №1. – С. 59–71.
160. Шукурова, А. Н. Архитектура Запада и мир искусства XX века / А. Н. Шукурова. – М. : Стройиздат, 1990. – 318 с.

161. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – СПб. Симпозиум, 2006. – 544 с.
162. Элиаде, М. Космос и история. Избранные работы / М. Элиаде. – М., 1987. – 312 с.
163. Юсим, Д. Этторе Соттсасс. Эволюция творчества / Д. Юсим // Проблемы дизайна-2. Сб. ст. – М : Архитектура-С, 2004. – 400 с.
164. Aldersey-Williams, H. New American Design : Products and Graphics for Post-Industrial Age / H. Aldersey-Williams. – New York, 1988. – 192 p.
165. Anderson, C. Makers : The New Industrial Revolution / C/ Anderson. – New York, 2012. – 272 p.
166. Archer, B. Systematic Method for Designers / B. Archer. – 1979. – 154 p.
167. Benhabib, S. Aliens, Citizens, and Residents / S. Benhabib. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – 251 p.
168. Binder, T. Design Things / T. Binder, G. De Michelis, P. Ehn, G. Jacucci, P. Linde, I. Wagner. – Cambridge-London : The MIT Press, 2011. – 256 p.
169. Cross, N. Science and Design Methodology: A Review / N. Cross // Research in Engineering Design. – London : Springer, 1993. – vol. 5. – P. 63–69.
170. Degen, M. Sensing Cities : Regenerating public life in Barcelona and Manchester. – New York : Routledge, 2008. – 354 p.
171. Design definitions // ICSID Papers. – Montreal, 2002 – № 4. – С. 8–14.
172. Designer of 2015 competencies [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aiga.org/designer-of-2015-competencies/>. – Загл. с экрана (дата обращения: 24.01.2015).
173. Driver, F. Bodies in space: Foucault's account of disciplinary power // Reading human geography: the poetics and politics of in-quiry / Ed. by T. Barnes and D. Gregory. – London : Edward Arnold, 1997. – P. 279–289.
174. Gregory, S. A. The human perspective, the design situation and its opportunities / S. A. Gregory // Design Method. – London : Butterworths, 1966. – P. 35–38.



175. Hassan, I. *The Postmodern Turn : Essays in Postmodern Theory and Culture.* –Ohio, 1987. – 267 p.
176. Hollington, G. *The usual suspects in Design / G. Hollington.* – London, 1998. – 111 p.
177. Husserl, E. *Philosophy as Rigorous Science / trans. M. Brainard, New Yearbook for Phenomenology and Phenomenological Philosophy.* – 2002.
178. Jencks, C. *Critical Modernism – Where is Post Modernism going?* – London, 2007. – 80 p.
179. Jones, J. C. *Design Methods Reviewed / J. C. Jones // Design Method.* – London : Butterworths, 1966. – P. 295–310.
180. Meadows, D. *The Limits of Growth / D. Meadows, E. Zahn, P. Milling.* – New York, 1972. – 207 p.
181. Pevsner, N. *Pioneers of modern design. From William Morris to Walter Gropius.* N.-Y., London, 2006. – 192 p.
182. Rittel, H. W. J. *Wicked Problems / H. W. J. Rittel , M. M. Webber // Man-made Futures.* – London : Hutchinson and Co. (Publishers) Ltd., 1974. – P. 272–280.
183. Shaughnessy, A. *Ken Garland : Structure and Substance.* – UK, 2012. – 328 p.
184. Thomas, J. C. *The Psychological Study of Design / J. C. Thomas, J. M. Carroll, // Design Studies, vol. 1, no. 1, 1979.* – P. 5–11.
185. Verbeek, P. *What Things Do : philosophical reflections on technology, agency, and design.* – The Pennsylvania State University Press, 2005. – 264 p.
186. Wendt, T. *Design for Dasein: Understanding the Design of Experiences / T. Wendt.* – New York, 2015. – 185 p.
187. Uk-pavilion [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http : // www.heatherwick.com/](http://www.heatherwick.com/). – Загл. с экрана (дата обращения : 24.09.2015).