

ФЕНОМЕН ДИЗАЙНА: ФИЛОСОФСКО- МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ДМИТРИЕВА Лариса Михайловна,
доктор философских наук,
профессор, заведующая кафедрой
дизайна, рекламы и технологии
полиграфического производства.

ПЕНДИКОВА Ирина Геннадьевна,
кандидат философских наук, доцент
кафедры дизайна, рекламы и
технологии полиграфического
производства.

Статья посвящена определению сущности дизайна как феномена культуры и как вида профессионально-творческой деятельности. Определяются задачи философского осмысления и направления исследования специфики дизайна в контексте эволюции массовой культуры.

Дизайн в современном обществе — это один из наиболее востребованных видов профессионально-творческой деятельности, охватывающей буквально все сферы как общественного, так и личного бытия человека. Отношение к дизайну в профессиональном и общественном сознании часто оказывается полярным: от восхищения радикальными достижениями дизайна в области преобразования современного предметного мира и визуальной среды до обеспокоенности агрессивным воздействием дизайна на сознание человека. Однако преувеличить важнейшую роль дизайна в самых разных сферах функционирования общества, практически, невозможно. Полярность мнений по отношению к дизайну объясняется спецификой этого рода профессионально-творческой деятельности, ее мощным воздействием на эмоциональный мир человека в совокупности с прагматической направленностью и рыночным характером, а также недостаточной концептуальной разработанностью дизайна как феномена культуры, что объясняется несколькими причинами.

1

Несмотря на то, что существует большой исторический пласт источников, в которых затрагиваются проблемы теории и практики дизайна, специфика ситуации в отечественных гуманитарных науках в течение длительного периода объективно не способствовала концептуализации этого понятия в трудах российских исследователей.

2

Философский анализ и обоснование сущности дизайна невозможно вне культурно-исторического контекста. Формирование и развитие дизайна тесно связано с наступлением эпохи массовой культуры в конце XIX в., «восстанием масс» в 1930-х гг. и, наконец, с преодолением, пусть внешним, противоречий между элитарным и массовым началами культуры в эпоху постмодерна.

3

Осмысление происходящих в таком темпе изменений в культуре и рефлексия их общего направления оказалась затруднена еще и продолжающейся теоретической разработкой таких философских понятий как элитарное и массовое сознание, постмодернистская парадигма культуры, постмодернистское сознание и т.д.

Ранее воплощение духовных ценностей в материальных объектах происходило в рамках художественной деятельности, искусства. Но в искусстве материализовались и осмыслялись ценности высшего порядка, требующие напряженной духовной работы воспринимающего их «потребителя». В дизайне речь идет о ценностях повседневности.

В момент зарождения дизайна в середине XIX в. важнейшее значение имели три системных фактора.

1

В первой половине XIX в. произошел качественный рост техники и производства. Рынок впервые был насыщен товарами потребления, и возникла проблема сбыта продукции.

2

В это время происходила постепенная либерализация и демократизация общественной жизни, одним из главных проявлений которой стал рост грамотности населения и качественное расширение каналов коммуникации в культуре.

3

Дизайну помимо коммерческого всегда был присущ мощный социальный пафос — либеральные ценности начали внедряться в общественную практику.

В связи с тем, что существует достаточно большое количество определений дизайна как вида профессионально-творческой деятельности, имеет смысл разделить их на несколько групп в зависимости от акцентирования какой-либо конкретной характеристики или сущностного свойства дизайна. Отметим, что выделенные группы определений не столько противоречат, сколько дополняют друг друга, тем самым создавая наиболее адекватное представление о сущности дизайна.

1

Первая группа — это определения на уровне философского обобщения смысла этого понятия. Пример такого определения: «Дизайн – единение материального и духовного начал бытия, их гармония». Подобные определения отражают одну из основополагающих философских идей о том, что человеческая культура в каждой исторической точке своего развития разворачивается как процесс единства и борьбы духовного и материального начал бытия.

2

Вторая группа определений — это утилитарные определения, т.е. имеющие непосредственный практический смысл и применение. Пример такого определения — «дизайн — это художественное проектирование изделий для массового промышленного производства».

3

Духовная составляющая деятельности дизайнера подчеркивается в третьей группе определений. Пример такого определения — «дизайн — это способность выразить идею какими-либо материальными средствами».

Вопреки существующему стереотипу, исторический анализ феномена дизайна позволяет прийти к выводу, что, в сущности, «классическое», универсальное понимание дизайна как деятельности по проектированию формы в зависимости от ее функции с самого начала имело самые разные оттенки, а в эпоху постмодернизма и вовсе перестало быть обязательным. Функциональность сегодня — далеко не главный критерий хорошего дизайна.

Философский анализ феномена дизайна позволяет прийти к выводу, что дизайн является мощным инструментом моделирования культуры, который позволяет снять фундаментальную в контексте парадигмального развития культуры оппозицию элитарного и массового сознания, сгладить общественные противоречия, и даже «придать жизни доброжелательную форму», по выражению выдающегося финского архитектора и дизайнера А. Аалто. Заложенные еще в XIX в. теоретические идеи о том, что существует прямая и обратная связь между предметным миром человека и содержанием его сознания, что позитивные изменения предметной и визуальной среды способны облагородить духовное состояние общества, по-прежнему остаются максимально актуальными для философско-культурологического анализа.