

УДК 001.18; 009

ДИЗАЙН КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СФЕРЫ ОБЩЕСТВА

© П.А. Ляшов

Аннотация. Рассмотрена проблема влияния дизайна на формирование социально-экономической сферы общества, подчеркнута его роль в улучшении социально-экономических процессов. Отмечено, что в современном мире отношение к дизайну лишь как к инструменту создания презентабельного внешнего вида продукта претерпевает изменения в сторону его понимания как творческого инструмента удовлетворения духовных потребностей. Предложены направления развития дизайна, способствующие активному развитию национальной и глобальной экономики.

Ключевые слова: дизайн; инструмент; экономика; бизнес; продукт

Общепризнано, что дизайн используют при создании товаров и услуг, которые наполняют общественное пространство и являются частью повседневной жизни. Данному направлению посвящено большое количество литературы, где утверждается, что основная функция дизайна – создание красивых вещей. Но в настоящее время, если провести анализ роли дизайна в окружающем мире, можно сделать вывод, что дизайн становится одним из основных инструментов, который приводит к социально-экономическим изменениям в социуме. Именно о таком взгляде на дизайн пойдет речь в данной статье.

Двадцатое столетие прошло под знаком технического прогресса. Стремительное развитие промышленности увеличило количество качественного товара с хорошим дизайном («промышленный дизайн»). Тем не менее все это спровоцировало серьезные проблемы. Если первоначально производство было направлено на решение бытовых задач общества, то впоследствии, когда большая часть запросов населения была удовлетворена, произошло увеличение среднего класса, а соответственно, изменились и его запросы. В результате стали более востребованы товары и услуги имиджевых и статусных категорий, что способствовало самоидентификации и самореализации личности.

В наше стремительно развивающееся время дизайн расширяет свои границы. Из орудия маркетологов, стремящихся продать очередные «новинки» и «инновации», современный дизайн вносит кардинальные изменения в социально-экономические процессы. Сегодня профессия дизайнера одна из самых востребованных на рынке, она проникла абсолютно во все сферы жизнедеятельности человека [1].

Один из самых популярных теоретиков и практиков дизайна и архитектуры В. Папанек говорил, что дизайн в быстро развивающемся мире должен стать передовым творческим инструментом, который необходим человеку, и в первую очередь должен держать курс на исследования. В большей степени современный дизайн угождает только сиюминутным желаниям, тогда как истинные потребности личности чаще остаются не реализованными. Удовлетворить экономические, психологические, духовные, социальные, технологические и интеллектуальные запросы общества обычно сложнее и не так выгодно, как тщательно спланированные и поддающиеся манипуляции «желания», насаждаемые обычаем и модой [2].

Ключевой вопрос современного дизайна: насколько высока степень социальной ответственности и гуманности создающих его людей?

В современной действительности России рассмотрение данной проблематики особенно актуально. Вектором развития дизайн-студии в условиях современной экономики и бизнеса является сложный многоуровневый процесс разработки нового продукта (New Product Development).

Алгоритм развития включает в себя определенный порядок действий:

- на первом этапе выявляется проблематика, отражающая запросы социума на тот или иной продукт;
- затем визуализируется «идея» создаваемого продукта, разрабатывается стратегия развития, составляется дизайн-бриф.

В прошлом работу дизайнера подключали в разработку создаваемого продукта только на последнем этапе маркетинга. Задачей дизайнера являлось обеспечение презентабельного внешнего вида итогового продукта для поднятия продаж. Промышленным дизайнерам отводилась вспомогательная художественно-эстетическая роль.

В настоящее время эта роль кардинально меняется, сфера дизайна выступает стратегическим ресурсом компании.

На протяжении многих лет лидером дизайн-индустрии является Великобритания, где вопросы развития дизайна рассматриваются на государственном уровне. В 1944 г. в Великобритании создали Британский Совет по дизайну, который стал играть ключевую роль в формировании национальной стратегии в области творчества, дизайна и инноваций. Представители Британского Совета утверждают, что дизайн – единственный инструмент конкурентоспособности британской экономики. Они рассматривают именно потенциал дизайна и видят его основную задачу в формировании признания дизайна в умах общества как инструмента для достижения стратегических задач экономики, бизнеса и правительства.

На сегодняшний день дизайн-индустрия Великобритании считается одной из самых мощных и инновационных, денежный оборот которой

составляет 3,4 миллиарда фунтов стерлингов в год. Для сохранения мирового лидерства Великобритании в мире дизайна лучшие студии дизайна осуществляют внутреннюю диверсификацию услуг – выход в новейшие области брендинга, инноваций и стратегий, а также расширение границ занимаемой территории.

В разработке новых продуктов, чтобы оптимизировать все этапы их создания, дизайн-студии применяют различные инструменты дизайна. На этапе изготовления главенствующие промышленные компании тоже используют услуги дизайн сферы, чтобы в большей степени определить предпочтения конечных пользователей и скомпоновать концепцию нового продукта. В итоге дизайн выступает основанием, способствующим созданию новых рынков, вплоть до создания новых ниш.

Невероятные темпы развития технологий и общества меняют культуру потребления, что приводит к глобальным реформам в сфере бизнеса и экономики. В XV веке состоялась первая интеллектуально-технологическая революция, которая принесла в мир ручного труда новые технические устройства. В 50-х гг. XX века произошла вторая научно-технологическая революция, после которой такие технические изобретения, как радио и телевизор стали неотъемлемой частью жизни каждого человека.

В наше время происходит третья научно-технологическая революция, ставящая во главе Интернет. В одном из номеров печатного издания «Time» авторы сформулировали ключевую фразу, которая в итоге стала доказательством того, что третья научно-техническая революция состоялась: «Сейчас у обычного человека взамен 500 каналов по ТВ имеется практически безграничная доступность к более чем миллиарду веб-сайтов и ресурсов» [3].

Сегодняшняя революция имеет несколько кардинальных отличий от происходивших ранее – это увеличившиеся объемы информации, а также скорости ее доставки, обрабатывания и получения человеком.

Господство на рынке спроса и предложения после последней технологической революции получает потребитель. Главный вопрос на сегодняшний день – как закрыть потребность потребителя, который имеет безграничный выбор товаров и услуг. Сейчас среднестатистический потребитель имеет 60 % нужных ему вещей, этот экспонент и влияет на баланс между пользователем и производителем. Virtual Reality и мобильные технологии, развивающиеся с невероятной скоростью, дают возможность человеку собственноручно «рулить» собственным маркетинговым пространством и лично принимать решение о покупке.

Изменяется сама культура потребления, которая активно способствует изменениям в сфере дизайна. Понятие дизайна терпит кардиналь-

ные изменения, трансформируется его миссия, меняются цели и задачи. Дизайн становится важнейшим стратегическим ресурсом бизнеса и экономики.

Традиционная деятельность дизайн-студий, направленная на разработку внешнего вида продукта, на сегодняшний день уходит в прошлое. На первый план выходит инновационный «средовой дизайн», который направлен на проектирование пространства, окружающего новый продукт. При формировании стратегии развития для продвижения нового продукта студии дизайна используют не только теоретические исследования, но и само производство товара. Итак, на первые позиции вырывается стратегический дизайн-консалтинг, который включает в себя разные сферы. Дизайн-услуги сводят в единое целое разные методы решения поставленных задач, образуются уникальные смешивания разных дисциплин и творческих решений – из этого и формируется комплексное предложение продукта.

Развитие дизайна в этом направлении способно вывести студии в новые пространства, способствующие активному развитию национальной и глобальной экономики.

Все эти изменения способствуют глобальным переменам не только в профессии дизайнера, но и в дизайн-индустрии в целом. Происходит слияние средового и графического дизайнов. Это заставляет людей, объекты и пространства взаимодействовать между собой, что позволяет создавать такие направления, как дизайн-менеджмент, сервисный дизайн, а процессы и услуги становятся объектами деятельности в этих направлениях.

Нынешний дизайн воспринимается как дизайн человеческого опыта и дизайн среды, дизайн социального контекста. Его основные направления – это проектировка социального быта человека, создание новых образов и стилей, что привносит в социум новейшие культуры, моральные, социальные и духовные ценности и правила.

К сожалению, сфера нового стратегического дизайна в России только зарождается. В создании нового продукта в реалиях российского производства дизайн стоит на последнем этапе разработки. Дизайн имеет жесткие ограничения в процессе производства и решает только проблему украшения конечного продукта. Этапы создания нового продукта не имеют стратегического дизайн-проектирования. Человек по профессии дизайнер производит лишь стайлинг – он всего лишь рисует новую «обертку» для уже готового продукта, чтобы он мог немного лучше конкурировать на рынке товаров и услуг.

Итак, можно сделать вывод, что современный российский дизайн занимается лишь стайлингом продукта, направленным на быстрое потребление.

Дизайну в России необходима дизайн-революция, как в Великобритании в 40-х гг. XX века, необходимо категорическое переосмысление подлинной роли дизайна в социальной и экономической среде страны. Необходимо изменить его место в умах людей, а также отвести дизайну отдельное место как важнейшему инструменту создания новых стилей, образов мышления и жизни социума. Только такой подход к дизайну позволит создать в нашей стране комфортную и красивую, что немало важно, среду для жизни.

Список литературы

1. *Михеева М.М.* Введение в дизайн-проектирование: методическое указание по курсу «Введение в профессию». М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2013. 49 с.
2. *Папанек В.* Дизайн для реального мира. М.: Д. Аронов, 2012. 416 с.
3. *Нордстрем К., Риддерстрале Й.* Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 284 с.

Поступила в редакцию 13.01.2021 г.

Отрецензирована 15.02.2021 г.

Принята в печать 02.03.2021 г.

Информация об авторе:

Ляшов Павел Андреевич – магистрант по направлению подготовки «Дизайн». Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина, г. Тамбов, Российская Федерация. E-mail: stinger68ru@mail.ru

DESIGN AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL AND ECONOMIC SPHERE OF SOCIETY

Pavel A. Lyashov, Master's Degree Student in "Design" Programme. Derzhavin Tambov State University, Tambov, Russian Federation. E-mail: stinger68ru@mail.ru

Abstract. The problem of the influence of design on the development of the social and economic sphere of society is considered, its role in improving the social and economic processes is emphasized. It is noted that in the modern world, the attitude towards design only as a tool for creating a presentable appearance of a product is undergoing changes towards understanding it as a creative tool for satisfying spiritual needs. The directions of design development are proposed, contributing to the active development of the national and global economy.

Keywords: design; tool; economy; business; product

Received 13 January 2021

Reviewed 15 February 2021

Accepted for press 2 March 2021