

*На правах рукописи*

Балюта Полина Андреевна

**ДИЗАЙН В КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

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

**Автореферат**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата философских наук

Омск 2016

Работа выполнена на кафедре «Дизайн и технологии медиаиндустрии»,  
ФГБОУ ВО «Омский государственный технический университет»

**Научный руководитель:** **Дмитриева Лариса Михайловна**  
доктор философских наук, профессор,  
зав. кафедрой «Дизайн и технологии  
медиаиндустрии» Омского государственного  
технического университета

**Официальные оппоненты:** **Быстрова Анна Натановна**  
доктор философских наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный  
университет путей сообщения»,  
профессор кафедры философии  
и культурологии

**Кухта Мария Сергеевна**  
доктор философских наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Национальный  
исследовательский Томский  
политехнический университет»  
профессор кафедры автоматизации  
и роботизации в машиностроении

**Ведущая организация:** ФГАОУ ВО «Уральский федеральный  
университет имени первого Президента России  
Б.Н. Ельцина»

Защита состоится 15 сентября 2016 года в 15.00 часов на заседании  
диссертационного совета Д 212.177.03 при ФГБОУ ВО «Омский  
государственный педагогический университет» по адресу: 644099, г. Омск,  
наб. Тухачевского, 14, ауд. 212.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Омского  
государственного педагогического университета и на официальном сайте  
ОмГПУ <http://www.omgpu.ru/zashchita-dissertaciy>.

Автореферат разослан 20 июля 2016 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Варова Наталья Леонидовна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**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 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.

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, формирующем 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 научных изданиях, входящих в перечень ВАК для опубликования научных результатов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук.

**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.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении раскрывается актуальность темы исследования; характеризуется степень ее разработанности; формулируется цель и задачи; раскрывается научная новизна; излагаются основные положения, выносимые на защиту; определяется теоретико-методологическая основа исследования; освещаются теоретическая и практическая значимость диссертации и ее апробация.

В первой главе «**Дизайн в культуре**» раскрывается сущность дизайна как социокультурного феномена и показывается его специфика в формировании культурного пространства.

В первом параграфе «**Дизайн как социокультурный феномен**» предложена философская версия развития дизайна в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм, раскрывающая его как явление культуры во взаимосвязи, во-первых, с меняющимися требованиями к культурному пространству, а, во-вторых, с различными философскими концепциями как основами и истоками дизайна, в рамках которых формулируется целый ряд проблем, связанных с взаимоотношением человека и техника, человека и природы, с существованием человека в условиях глобального моделирования.

Под влиянием философии утилитаризма, которая провозглашала, что нравственное качество человеческих действий зависит исключительно от их полезности или вредности для общества, складываются первые теории дизайна и развивается этап протодизайна. Согласно философии утилитаризма принцип пользы – это принцип наибольшего счастья наибольшего количества людей. Этот критерий качества формирует не преходящий принцип дизайна: форма всегда определяется функцией.

Первый этап развития дизайна датируется 1900–1930-ми годами и связан с формированием новой научно-философской картины мира, а также социально-историческими условиями начала XX века. В этих

условиях развивается направление конструктивизма, в рамках которого не только создаются новые принципы формообразования, но и идеи конструирования нового человека, а через него – и нового мира. Идеи конструктивизма проявились в деятельности Высших художественно-технических мастерских (ВХУТЕМАС), где провозглашается «гуманный» (человеко-ориентированный) дизайн, и в деятельности высшей школы строительства и художественного конструирования Баухауз, где складываются методы эйдетического исследования и функционального анализа для выявления сущностных условий проектирования. 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»). Dasein как непосредственное бытие не в состоянии создать условия для комфортного «проживания» человека, поскольку в абстрактном представлении о пространстве отсутствуют важные «мелочи», необходимую локализацию которых производит дизайн. Если философы заняты мысленным конструированием бытия, то дизайн как компонент культурного пространства определяет форму бытия объектов, характеризующую их протяженность, структурность, сосуществование и взаимное расположение.

Второй этап развития дизайна (1940–1970-е годы) связан с окончанием Второй мировой войны и необходимостью в просто хороших вещах: функциональных, экономичных и скромных. Именно к этим характеристикам стремились представители Ульмской школы дизайна, принципы которых быстро и эффективно внедрялись в промышленное производство, благодаря сотрудничеству школы с компанией Braun. Дизайн 1950-х годов отражает послевоенный оптимизм, увлечение всем новым: синтетическими материалами, первой электроникой, модернистскими формами, функциями, технологиями и т.п. Но в 1960-е годы появляются

первые признаки кризиса: длительный экономический подъем послевоенных лет подошел к концу, одновременно усложнялась политическая обстановка. Критическое осмысление роли и сущности дизайна складывается в работах теоретиков Франкфуртской школы в рамках критики технической рациональности и модернистского проекта покорения природы. Акцентируется деструктивное влияние дизайна, творящего враждебный существующему технологический универсум. Т. Адорно указывает на все больший утилитаризм и функционализм настоящего, насилие прогресса над природой. Г. Маркузе 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. Провозглашается торжество «одномерного человека», ставшего пленником навязанных массовым производством потребностей и мышления.

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. Широко распространяются многообразные версии «метафоры конца» – «конец индивида», «конец прогресса», «конец истории», «конец интеллектуалов» – обозначающей качественно новое состояние социальной системы. Э. Гидденс отмечает, что уровень развития и тотальности, которого достиг дизайн, знаменует «конец природы». Вместе с осознанием конца природы, происходит и осознание необходимости формирования моделей ответственного потребления, подразумевающих все возрастающую социальную ответственность дизайна.

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. Осознается необходимость в осмыслении дизайна как важного социокультурного феномена в контексте смены научных, культурных и проектных парадигм. Он обнаруживает себя 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.

Во втором параграфе **«Специфика дизайна как компонента 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 становится культурной

универсалией, включенную во все сферы жизни общества и задающую ценностную направленность культуротворческого поведения человека через предметно-пространственную реализацию общественного идеала.

Согласно деятельностному подходу в качестве содержания культурного пространства выступает 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 человеческое общение 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, организующихся 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.

Во второй главе **«Роль дизайнера в развертывании культурного пространства»** раскрываются конструирующие и конституирующие функции дизайна в культурном пространстве, реализующие его ценностную направленность.

В первом параграфе **«Конструирование и конституирование культурного пространства средствами дизайна»** предложено понимание дизайна как активной силы конструирования и конституирования культурного пространства.

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.

Механизм конструирования культурного пространства средствами дизайна реализуется в четырех составляющих полный цикл формах.

Конструирование культурного пространства через опривычивание реализуется 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 участвует в создании инновационного продукта 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. Дизайн создает ореол привлекательности вокруг новых свойств товара и перемен, которые он несет, что способствует быстрому внедрению инновации.

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 типизаций, которые в своей сумме создают повторяющиеся образцы взаимодействия и составляют систему паттернов. 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.

Третья форма и способ конструирования культурного пространства – это воплощение и транслирование новых идей и ценностей. 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.

Четвертая форма и способ конструирования культурного пространства средствами дизайна – легитимация, является процессом необходимым 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, реализующих опосредование между новыми идеями и обществом.

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 связи и способов коммуникации, роста всех видов социальной мобильности, что приводит к размыванию 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 индивиду 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. Поэтому важно осознавать, что от качества транслируемых дизайном норм, ценностей, стандартов поведения и потребления зависит возможность улучшения существования каждого человека и общества в целом.

Во втором параграфе «**Ценностная направленность современного дизайна**» выявляется социокультурная миссия дизайна как способа транслирования в культурное пространство необходимых ценностных установок.

Для того чтобы транслировать в культурное пространство определенные ценности, необходимо их полноценное внедрение во все структурные элементы культурного пространства.

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. 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.

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 методов эмпатии, соучастия будущего потребителя дизайна в процессе проектирования, что способствует созданию гуманизированного индивидуального, целесообразного пространства для конкретного человека.

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.

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.

Таким образом, дизайн как конституирование и конституирование культурного пространства ориентирован на целостное отношение к культурному пространству с позиций гуманизма.

В заключении диссертационной работы подводятся итоги исследования, обобщаются результаты, делаются основные выводы и намечаются перспективы дальнейшей работы по данной теме.

**Статьи, опубликованные в научных изданиях, входящих в перечень ВАК для опубликования научных результатов диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук:**

1. Балюта, П. А. Соотношение красоты и пользы в дизайне / П. А. Балюта // Омский научный вестник. – 2013. – № 5 (122). – С. 268–270.

2. Балюта, П. А. Исследование дизайна в контексте общих закономерностей синергетики / П. А. Балюта, Л. М. Дмитриева // Омский научный вестник. – 2014. – № 1 (125). – С. 110–112.

3. Балюта, П. А. Теоретический модели становления и развития дизайна в 1930–1960 гг. / П. А. Балюта // Омский научный вестник. – 2014. – № 1 (125). – С. 267–270.

4. Балюта, П. А. Пространство культуры и культурное пространство: определение, специфика и взаимодействие / П. А. Балюта // Омский научный вестник. – 2014. – № 3 (129). – С. 68–70.

5. Балюта, П. А. Место дизайна в современном культурном пространстве / П. А. Балюта, Л. М. Дмитриева // Омский научный вестник. – 2015. – № 1 (135). – С. 69–71.

6. Балюта, П. А. Тотальный дизайн современного социокультурного пространства / П. А. Балюта, Л. М. Дмитриева // Омский научный вестник. – 2015. – № 2 (136). – С. 87–89.

7. Балюта, П. А. Обзор дизайн-исследований 1960-х годов / П. А. Балюта // Омский научный вестник. – 2015. – № 2 (136). – С. 91–93.

8. Балюта, П. А. Дизайн культурных ориентиров / П. А. Балюта, Л. М. Дмитриева // Омский научный вестник. – 2015. – № 3 (139). – С. 56–58.

### **Статьи, опубликованные в других научных сборниках и журналах:**

9. Балюта, П. А. Философское осмысление феномена культурного пространства в трудах российских ученых / П. А. Балюта // Визуальная культура: дизайн, реклама, IT-технологии: сб. трудов XIII Междунар. научн.-практ. конф. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2014. – С. 8–11.

10. Балюта, П. А. Единство красоты и пользы в продукте дизайна / П. А. Балюта // Тезидоповідей 14-ї міжнародної науково-технічної конференції студентів і аспірантів «Друкарство молоде». Книга 2. – Київ, 2014. – Книга 2. – С. 122.

11. Балюта, П. А. Дизайн и культура: логика взаимодействия / П. А. Балюта // Реальность. Человек. Культура: трансформация бытия человека в обществе потребления. VI Ореховские чтения: Материалы Всерос. науч. конф. – Омск : Изд-во ОмГПУ, 2014. – С. 27–30.

12. Балюта, П. А. Роль дизайна в формировании структурных элементов культурного пространства / П. А. Балюта, Л. М. Дмитриева // Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии: Материалы XIV Междунар. научн.-практ. конф. студентов и аспирантов. – Омск : Изд-во ОмГТ, 2015. – С. 6–8.

13. Балюта, П. А. Развитие западной теории дизайна в 1970-е годы XX века / П. А. Балюта // Визуальная культура: дизайн, реклама, IT-технологии: сб. трудов XIV Междунар. научн.-практ. конф. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2015. – С. 10–15.

14. Балюта, П. А. Конституирование культурного пространства природы средствами дизайна / П. А. Балюта // Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии: Материалы XV Междунар. научн.-практ. конф. студентов и аспирантов. – Омск : Изд-во ОмГТУ, 2016. – С. 6–9.

15. Балюта, П. А. Дизайн как средство гуманизации и экологизации культурного пространства / П. А. Балюта // Тезидоповідей 16-ї міжнародної науково-технічної конференції студентів і аспірантів «Друкарство молоде». – Київ, 2016. – С. 249.

16. Балюта, П. А. Конструирование культурного пространства средствами дизайна / П. А. Балюта, Л. М. Дмитриева // Визуальная культура: дизайн, реклама, IT-технологии: сб. трудов XV Междунар. научн.-практ. конф. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2016. – С. 8–10.

17. Балюта, П. А. Становление дизайна как компонента культурного пространства в 1900–1930 гг. / П. А. Балюта // Визуальная культура: дизайн, реклама, IT-технологии: сб. трудов XV Междунар. научн.-практ. конф. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2016. – С. 10–12.

Подписано в печать 12.07.2016  
Формат 60x90 1/16 Бумага офсетная.  
Усл. печ. л. 1,5. Тираж 100 экз. Заказ № 348

Отпечатано на кафедре «Дизайн и технологии медиаиндустрии» ОмГТУ  
644050, г. Омск, пр. Мира, 11