

DOI: 10.28995/2227-6165-2020-2-6-15

А.Д. Старусева-Першеева

кандидат искусствоведения,

доцент факультета Коммуникаций, медиа и дизайна

НИУ «Высшая школа экономики»

apersheeva@hse.ru

О.В. Шевцова

магистр психологии НИУ «Высшая школа экономики»,

специалист по связям с общественностью, ООО «Брунел Рус»

olshevzova@gmail.com

СОЦИАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН КАК ИНСТРУМЕНТ ПРАКТИКИ «ЖИЗНЕСТРОИТЕЛЬСТВА»

Социальный дизайн на сегодняшний день является одной из наиболее актуальных практик, реализующих множество стратегий «ответственного» проектирования, где конечной целью является не увеличение прибылей или символического капитала, но улучшение качества жизни людей. Современное общество сталкивается с множеством так называемых проблем «порочного круга», сложных социо-технических проблем системного характера (растущее неравенство, экологические проблемы, недостаточность инклюзивных проектов в сфере услуг и так далее), для решения которых необходимо не применять традиционные решения «сверху», а разрабатывать и внедрять проекты в рамках «горизонтальных» связей дизайнера и его целевой аудитории. Таким образом, социально-ответственное проектирование, как показывают авторы статьи, становится продолжением практики «жизнестроительства», начатой в период русского авангарда.

Ключевые слова: социальный дизайн, социально-ответственное проектирование, современное искусство, общество потребления, проблемы порочного круга, авангард, жизнестроительство

Social design today brings together a variety of practices aimed at implementing strategies of “responsible” design with the ultimate goal to improve the quality of life of people, rather than at an increase of profits or symbolic capital. Nowadays, society is faced with various so-called “wicked problems”, in other words complex systemic socio-technical problems (growing inequality, environmental problems, lack of inclusive technologies in the service sector and so on), which require more than a direct application of certain traditional top-to-bottom solutions, but an innovative way to develop and implement projects within the framework of “horizontal” connections between the designer and the target audience. Thus, socially-oriented design practice, as the authors of the article show, becomes a n extension of the practice of “life-construction”, rooted in the Russian avant-garde.

Keywords: social design, socially responsible design, contemporary art, consumer society, wicked problems, avant-garde, life-construction

Введение

Двадцатое столетие прошло под знаком технического прогресса и все ускоряющегося развития промышленности, благодаря которым стало возможно в рекордные сроки производить колоссальное количество товаров, которые обладали приемлемым качеством и достаточной хорошим дизайном (ведь именно в XX веке формируется область деятельности под названием «промышленный дизайн»), и хотя модернистское воодушевление было огромно и все еще сохраняет свое значение, к концу века все более очевидным становился тот факт, что повышение производительности и обеспечение населения доступными товарами провоцирует другие, не менее серьезные проблемы. Если прежде массовое производство мыслилось как способ решения насущных бытовых задач человека, то позже, когда казалось базовые потребности большей части населения были удовлетворены, а рост среднего класса привел к повышению запросов, товары приобрели новые значения, из категории необходимых перейдя в категорию статусных и имиджевых, став

© Старусева-Першеева А.Д., Шевцова О.В., 2020

«продолжением» личности человека, инструментом его самоидентификации и самопрезентации. И сегодня дизайн зачастую становится лишь орудием в борьбе маркетологов за то, чтобы продать пользователю очередные «новинки» и «инновации». Последствием неолиберальной экономики стал кризис перепроизводства и гиперпотребления: рынок наводнился товарами, которые, однако, не помогают глобальному сообществу решать наиболее важные проблемы [Джеймисон, 2019]. И именно в этом контексте сейчас развиваются направления социально-ориентированного, социально-ответственного дизайна, возникшие в противовес поп-культуре, поп-дизайну, отражающим и гипертрофирующим идеи символизма, эфемерности, массовой культуры и массового вкуса [Sparke, 1987]. Например, такие группы радикального дизайна, как Archizoon, Superstudio, Global tools, а также последователи движений анти-дизайна и итальянского радикального дизайна – критиковали рационалистический подход и противостояли привычной роли дизайнера в эпохе консюмеризма.

Ключевые понятия

Так, в настоящее время набирает популярность направление современного дизайна, концептуально объединяющее под собой множество поднаправлений и практик социально-ответственного проектирования сложных социотехнических систем, – социальный дизайн. Здесь и далее под социальным дизайном будет пониматься именно такое социально-ориентированное направление в современном дизайне, которое характеризуется также интересом к сложным проблемам социотехнического характера, которые в ряде источников также названы как «проблемы порочного круга» (пер.с англ. “wicked problems”) (см. например, [Buchanan, 1992]), однако этим определением не исчерпывающиеся. Например, Д. Норман, известный ученый, глава Design Lab университета Сан-Диего, исследователь и автор многих работ из области ориентированного на пользователя дизайна и когнитивных наук, соучредитель и консультант Nielsen Norman Group, в статье “Design-X: complex sociotechnical systems” (пер. с англ. «Дизайн-X: сложные социотехнические системы») приводит понятие «проблемы порочного круга» как пример того уровня проблем, с которыми начинает работать современный дизайнер [Norman, 2015]. Норман указывает на принципиальные черты такого рода проблем, в частности их имманентную системную сложность и неоднозначность. Сразу нужно провести аналогию характеристик «проблем порочного круга» с выделенными участниками Римского круга «глобальными проблемами человечества» [Meadows, 1974].

Говоря об актуальных определениях социального дизайна, нельзя не отметить ряд наиболее популярных подходов: социальный дизайн как социальное предпринимательство, как социально-ответственная форма проектирования, как дизайн-активизм и как форма социальных движений (цит. по: [Chen, 2015, с. 1]). Стоит отметить, что данный термин здесь и далее по тексту понимается как зонтичный термин, описывающий все многообразие явлений социально-ответственного проектирования сложных социотехнических системных объектов. Не лишним будет упомянуть, что в настоящее время аналогичных по сути терминов – направлений современного дизайна в научной литературе можно найти гораздо больше, среди прочих, например, «Дизайн во благо» (пер. с англ. “Design for good”), «Социально ответственный дизайн» и «Социально отзывчивый дизайн» (пер. с англ. “Socially responsible design” и “Socially responsive design”), «Гуманистический дизайн» (пер. с англ. “Humanitarian design”), «Дизайн социальных инноваций и устойчивого развития» (пер. с англ. “Design for social innovation and Sustainability”), «Полезный дизайн» (пер. с англ. “Useful design”), «Дизайн во имя социального блага» (пер. с англ. “Design for public good”) и многие другие. Всех их объединяет не только общее содержание, в том числе “идеологическое”, но и общность методологического подхода. Таким образом, в нашем понимании социальный дизайн находится на пересечении области проектирования сложных социотехнических систем и социально-ориентированного, ответственного проектирования.

А.Д. Старусева-Першеева, О.В. Шевцова

Социальный дизайн как инструмент практики «жизнестроительства»

Практика «благотворительства»

Последователи социального дизайна призывают не отказаться от коммерции, но повернуться к созданию более полезных инициатив устойчивого характера, которые будут нацелены на трансформацию системы образования, здравоохранения, коммуникации и других. В зависимости от масштаба и тематики проектов социальный дизайн различается по форме выражения, однако, в сущности, формулирует новое научно-исследовательское и креативно-проектировочное намерение, смещая акцент на новую цель – не просто человека, а феномен взаимоотношения человека и окружающего контекста, а также всю сложность и неоднозначность последствий предлагаемых решений.

Яркими примерами подобного рода проектов являются инициативы компании RED от British Council, реализующие программы трансформации публичных сервисов. Так, например, в программе «Здоровье: совместное создание сервисов» [Cottam, Leadbeater, 2004] сотрудники RED принципиально трансформировали процесс проектирования в направлении партисипативного участия, ко-дизайна в своей попытке пропагандировать здоровый образ жизни, стимулировать население к активному включению в этот процесс. Так, в городах Кент и Болтон были реализованы пилотные проекты по пропаганде здорового образа жизни среди населения в возрасте 50-70 лет с целью снижения риска заболевания обусловленными старением болезнями типа болезни Альцгеймера, диабета и т.п. В частности, населению были предложены специально спроектированные технологии совместного финансирования и кредитования в области медицинских услуг, позволяющие снизить индивидуальные издержки. Еще один пример: программа Evercare, изначально разработанная в США и позже тестируемая в Великобритании, была направлена на улучшение качества жизни уязвимых пожилых людей путем поиска путей сохранения пожилыми людьми собственной независимости. Первые результаты реализации проектов показали, что многого можно достичь просто путем перераспределения существующих ресурсов для новых целей и разработки новых способов работы для медицинских работников [Там же]. Важно отметить, что найденные решения были созданы на основе тесного взаимодействия специалистов с конечными потребителями, позволяя во многом переформулировать проблему, найти решения путем минимальных внешних воздействий.

Примеры первых реализованных в направлении помощи странам Третьего мира проектов (из таких стоит назвать нашумевший проект “One Laptop per child” Н. Негропonte) показали, что даже самые продуманные идеи могут провалиться без построения эффективного взаимодействия с местным населением, а авторы таких идей могут приобрести статус «новых империалистов» [Nussbaum, 2007]. Ряд проектов показывает, что наибольшей эффективностью обладает не прямое финансирование решений или еще хуже «навязывание идей», а через активное вовлечение представителей местных сообществ в разработку прототипов решений, через локальную трансформацию системы коммуникаций, обучения, ресурсов в целом и формированию, таким образом, системы мотивации к поддержке изменений среди представителей населения. Э. Шарпф основала организацию Sustainable Health Enterprises (SHE), которая с успехом взялась за проблему прогула занятий в школе среди молодых девушек Руанды. Более 50 часов в год пропускали девушки, так как банально не могли позволить себе купить гигиенические прокладки. В рамках программы SHE28 в фокусе стояла проблема найти дешевый доступный материал, из которого можно было бы производить недорогие средства гигиены. Волокна листьев банановой пальмы стали таким решением. Совместно с представительницами местного населения была разработана рабочая модель недорогой установки по производству прокладок из волокон листьев пальмы, а сами девушки стали активными участницами такого локального производства. Далее авторы программы направили усилия на пропаганду осознанного отношения к женскому здоровью и на передачу полученных знаний среди представительниц местного сообщества с целью дальнейшего развития проекта [Sustainable Health Enterprises, Эл. ресурс]. Успех данной инициативы, как можно полагать, заключался именно в том, что авторы проекта осознанно выбрали стратегию внедрения изменений

«снизу-вверх», найдя возможность решения существующей проблемы имеющимися средствами и внутренними ресурсами, не ставя представителей сообщества в зависимость от «вливания» требуемых ресурсов извне. Эти примеры являются лишь небольшой частью всех тех инициатив, которые были проведены под флагом социально-полезных инноваций, доказавших силу и масштаб эффекта от включения пользователей в процесс проектирования.

Учитывая растущее значение социального дизайна, нам представляется важным проанализировать его истоки и аналогичные ему феномены в истории дизайна, чтобы, с одной стороны, наметить категориальный аппарат для изучения данного явления и, с другой стороны, сделать прогноз относительно вектора его будущего развития.

Дизайн и общественно значимые проекты в конце XIX – середине XX века

Пионеры промышленного дизайна, Джон Рескин, Уильям Моррис и Кристофер Дрессер, еще в 19 веке поднимали вопросы о необходимости улучшения качества массово производимых предметов, которые, как они ясно понимали, оказывали прямое воздействие не новую, стремительно формирующуюся культурную среду индустриализованного общества [Dutta, 2009]. Моррис стал идеологом движения «Искусств и ремесел», позиционируя свою и своих коллег работу как работу мастеров-ремесленников, внимательно относящихся к задачам и условиям собственного труда (в отличие от механического труда рабочих на заводах), мастер проектирует предмет и затем изготавливает его, удерживая в памяти изначальный план, понимая суть создаваемой им вещи, и потому не испытывает точно описанного К. Марксом эффекта «отчуждения», мастер сохраняет контроль как своим проектом (это даже не столько товар, сколько произведение декоративно-прикладного искусства), создает вещь, которая несет на себе отпечаток его личности и потому – украшает жилище человека, приобретшего ее, сохраняет элемент коммуникации, гуманистический элемент [Kaplan, Crowford, 2004]. Сегодня можно заметить, что идеалы У. Морриса реализуются, с одной стороны, в области дорогостоящих индивидуальных дизайн-проектов (по уровню сопоставимых с работами мастеров движения «Искусств и ремесел»), но с другой стороны, они реализуются и в сфере так называемых «крафтовых» продуктов, которые не являются предметами роскоши, но при этом несут на себе четкий след индивидуального, ремесленного производства. Таким образом, транснациональным мегакорпорациям противопоставляют себя представители малого бизнеса и дизайнеры-фрилансеры, создающие уникальный и в то же время доступный продукт, ключевым качеством которого является его немассовость, локализация и кастомизация. Такие инициативы оказываются особенно важны для сохранения идентичности в мире глобальных брендов.

Важно помнить, что значимой частью проекта Уильяма Морриса также было создание приемлемых условий труда для его сотрудников, стремление делить с ними риски и прибыли, движение по направлению к социалистической повестке дня, популярной в его время [McCarty, 2014]. Впрочем, социально-профессиональный проект У. Морриса во многом остался утопическим, реализовать его удалось лишь отчасти и лишь локально: движение «Искусств и ремесел», увы, не стало задавать тон промышленному дизайну в масштабах массового производства, а осталось уделом элит. Социальный аспект в дизайне оказался в фокусе внимания ближе к середине XX века, в послевоенные годы на территории Великобритании Клементом Этли был введен ряд мер для построения «Государства всеобщего благосостояния» (“Welfare State”), этот проект предполагал заботу государства о гражданах в первую очередь через механизмы социального страхования и здравоохранения. Работа в данном направлении проводилась в тесной связи с появлением на территории Англии первого эшелона дизайнеров-исследователей (“Design Research Unit”), чьей целью являлось повышение эффективности создаваемых продуктов, в первую очередь для общественных служб и транспорта, условия в которых дизайнеры надеялись сделать более комфортными для граждан. Это выразилось как в создании более эргономичных, функциональных и качественных предметов промышленного дизайна, так и в разработке более современных

А.Д. Старусева-Першеева, О.В. Шевцова

Социальный дизайн как инструмент практики «жизнестроительства»

элементов коммуникационного дизайна, которые прямо влияли на облик города, делая его более современным и приятным местом для жизни (логотипы, навигация, информационные буклеты и так далее). Похожие процессы шли во всех странах послевоенной Европы, а также в США, где концепция «Великого общества» (“Great Society”) предполагала в первую очередь «войну» с бедностью и безработицей, наращивание социальных гарантий. Примечательно, что в реализации этого нового курса значительная роль отводилась дизайну и искусству, достаточно вспомнить, что уже в 1940-е годы правительство США выделяло специальные бюджеты на реализацию художественных проектов в публичном пространстве (концерты музыкантов на улицах и в парках, муралы на общественных зданиях, бесплатные выступления театральных групп и так далее). Так решалась двойная задача: поднять дух граждан и воодушевить их на проактивную деятельность, а также финансово поддержать творческих людей, давая им место для приложения усилий. Социальная ангажированность американских художников в этот период была очень высока, и ощущение значимости «общего дела» вывело из андеграунда авторов, которые в 1950-е годы заявили о себе в рамках абстрактного экспрессионизма и стали национальными героями: Джексон Поллок, Марк Ротко, Барнетт Ньюман и другие авторы, в 1940-ые года, по сути, занимавшиеся социально-ориентированным проектированием [Эштон, 2017].

Период потрясений

После радикальной «социальной революции» 1960-х годов и экономической рецессии 1970-х годов на территории Европы стали звучать все более громкие призывы к поиску альтернативы консьюмеризму и мейнстриму в массовом производстве. С этим периодом ассоциируются такие фигуры как Д. Джекобс (урбанистический активизм), В. Папанек (социально-ответственный дизайн), Р. Эрскин (архитектура сообществ), Б. Моррисон (системы взращивания пермокультур) и другие. Стало очевидным, что роль дизайнера не может сводиться к созданию красивой формы как кем-то придуманного продукта, но должна быть осмыслена в качестве социально-ориентированной практики, и в этом контексте дизайнер может стать двигателем и активным участником перемен. Более того, в данном процессе он задействован специфическим образом: если ученый зачастую находится в своей лаборатории как в своеобразном «коконе», работая только с объектом исследования чаще всего в форме эксперимента, то дизайнер всегда включен в коммуникацию, он работает как с объектами (продуктами, брендами, инновационными технологиями, элементами окружающей среды), так и с субъектами (заказчиками и «потребителями»). И следовательно, дизайнер может стать тем, кто вносит новые пункты в «повестку дня» общественного развития через соучастие, партиципацию, то есть прямое взаимодействие с согражданами и инициативы «снизу». Так, например, Д. Джэйкобс, критикуя однообразие и антимодернистской планировки домов и районов города, привлекала жителей к участию в планировании, создании разнообразия жилого фонда; В. Папанек призывал дизайнеров к ответственному проектированию продуктов, сервисов и средств коммуникации; а Ральв Эрскин, вдохновленный работой функционалистских шведских архитекторов и принятой в стране моделью социального обеспечения, занимался архитектурой, служащей обществу в целом. Так, Эрскин, плотно работая с местным населением, реализовал проект постройки Baker Wall, дома, чья роль заключалась в том, чтобы заменить старые жилые постройки района и скрыть из вида запланированную к постройке автомагистраль. Для построения доверительных отношений и диалога офис компании расположили прямо на месте постройки, чтобы максимально поддерживать коммуникацию с местными жителями [Blundell, Canniffe, 2007]. Это движение в сторону осмысления дизайна как инструмента социальной гармонии, особенно ярко выраженное в Швеции, отразило сдвиг в пользу партиципаторного, экологически и гуманистически ориентированного подхода.

Среди ярких фигур, формирующих общий контекст, нужно выделить и Эзио Манзини, одним из первых определившего дизайн, в том числе как средство для социальных инноваций и

устойчивого развития. Также нельзя не выделить таких ярких представителей формирующегося альтернативного движения, как Виктор Папанек, в 1971 году выпустивший книгу «Дизайн для настоящего мира» (пер. с англ. “Design for the Real World”), где смело обратился к дизайн-сообществу, указывая на ориентацию на эфемерные потребности рынка, а не на потребности реально нуждающихся в товарах и сервисах людей [Paranek, 1984]. Идеи Папанека были сначала отвергнуты, но после кризиса 1973-74 гг. интерес к ним возрос, и уже в 1976 году Виктор Папанек выступал как главный спикер на конференции Королевского колледжа искусств «Дизайн для нуждающихся» (пер. с англ. “Design for Need”), которая стимулировала появление таких новых направлений в дизайне, как универсальный дизайн, инклюзивный дизайн, человекоцентрированный дизайн, очерчивая новые горизонты для современного дизайна. Среди менее известных «революционеров» назовем также Йена МакХарда в своем трактате 1969 года «Дизайн и природа» (пер. с англ. Design with Nature), пропагандирующего служение экономики базовым биофизическим и внутренним ценностям человеческим реалиям, и Рэйчел Карсон в своей работе «Молчаливая весна» 1962 года (пер. с англ. “Silent spring”), открывшая нелицеприятную правду о состоянии окружающей среды и трансформирующая это знание в активный призыв к дизайн-сообществу [Fuad-Luke, 2009]. Процесс философско-идеологического сдвига позволил увидеть дизайн как средство социальных трансформаций, базирующееся на установке ответственного социально-ориентированного проектирования.

Показательно, что партисипаторный дизайн, как один из лидирующих подходов в сфере социально-ответственного проектирования, оформился в самостоятельное направление уже в 1980-х, 1990-х годах, в работах скандинавских исследователей, изучающих потенциал включения конечных пользователей в процесс проектирования в качестве его полноценных участников. Возникновение научного интереса к этой теме можно проследить в работе Г. Бьеркенса и соавторов [Bjerknes, 1987], собравших воедино материалы конференции по теме «Компьютер и демократия», проведенной в университете Aarhus Дании в 1985 году. В то время партисипаторный дизайн еще не был устоявшимся термином, но только зарождающимся направлением исследований и практики, вращающихся вокруг идеи демократизации и повышения качества жизни.

Первые работы в направлении партисипаторного дизайна принадлежат таким авторам, как Дж. Гринбаум, М. Кинг, Д. Шулер и А. Намиока, сформировавших ключевые ценностные ориентации этого направления. В то время как «кооперативный дизайн» и «скандинавский подход» к проектированию систем являются яркими признаками описания такой дизайн-активности, в которую активно включаются дизайнеры и пользователи, «партисипаторный дизайн» стал тем термином, которым стали такие активности называть. Так, на первой конференции по партисипаторному дизайну (The Participatory Design Conference), которая прошла в 1990 в Сиетле, США, впервые была сформулирована проблема возрастающей сложности существующих систем рабочего пространства и программного обеспечения, с которыми сотрудникам становится все сложнее разобраться без предварительного узкоспециализированного обучения. Участники выделили партисипаторный дизайн в самостоятельное направление, в рамках которого исследователи ставили себе задачи повысить качество жизни работающего населения путем совершенствования технологий, привлечения самих пользователей к процессу, включению разрабатываемых компьютерных приложений в более широкий контекст [Nikolas et al., 2005].

Со временем идея о включении конечных пользователей или адресатов дизайн-проекта во все этапы дизайн-проектирования оформилась из идеи в обязательное требование. Также в этот период возникает термин «понимающий дизайн», предполагающий, что дизайнеры-исследователи ставят перед собой задачу выявления латентных потребностей потребителей с целью разработки такого продукта, в котором действительно нуждаются люди, либо такого продукта, о пользе которого они, может быть, и не догадывались в виду недостатка знаний о возможностях современного производства (это особенно значимо в области дизайна интерфейсов и программного обеспечения).

А.Д. Старусева-Першеева, О.В. Шевцова

Социальный дизайн как инструмент практики «жизнестроительства»

Здесь важно отметить, что социально-ориентированная, гуманистическая тенденция находит себе применение и за пределами дизайна в узкопрофессиональном понимании этого феномена. Если мы расширим границы этого понятия и будем рассматривать дизайн не как оформительство или попытку «сгладить углы», а как практику внедрения инноваций, придания им работоспособной и функциональной формы, или еще шире: как способ мышления в мире, полном инноваций, как активное, действенное мышление, которое сегодня необходимо во всех сферах жизни, то мы увидим и другие примеры социального проектирования (в менеджменте, организационном проектировании, социальных проектах крупных компаний, маркетинге и даже на государственном уровне). Так, среди политических инициатив, оказавших влияние на общий социальный контекст, нужно отметить концепцию “New Public Management”, сформулированную в Великобритании и Австралии, как подход к трансформации государственных сервисов с целью сделать их более клиенто-ориентированными путем использования успешных бизнес-моделей из сферы частных, коммерческих компаний. Появление интереса к ориентированным на интересы граждан государственным сервисам стимулировало появление движений индивидуального волонтерства и поддерживающих социальных групп (государственного или некоммерческого характера), нацеленных на совместное создание публичных сервисов или на изменение в сфере социальных политик. Например, консультационная компания Participate была сфокусирована на создании систем взаимной поддержки для пожилых людей. Примерно в это же время под руководством Д. Кэмерона в Великобритании прошла реформа публичного управления и гражданской службы, пропагандирующей новую идеологическую реформу «Большое общество» (“Big Society”), нацеленную на свершение принципиальных изменений в системе гражданской службы [Blyth, Kimbell, 2011].

Стоит также отметить проекты, где политические воззрения напрямую изменили процесс проектирования сервисов. Например, опираясь на идеи психологов Р. Талера и К. Санштайна, в дизайне был создан подход «архитектура выбора», определяющий новый способ презентации выбора покупателям, как следствие, изменяющий процесс принятия решения. Пользуясь этой техникой, патерналистически настроенные сторонники подхода использовали его, чтобы подтолкнуть потребителей к социально желательным способам поведения, таким как откладывание средств на пенсию, выбор более здоровой пищи или участие в программах доноров органов [Thaler, Sunstein, Balz, 2013]. В целом можно сказать, что применения технологий дизайн-мышления, практик совместного проектирования и системно-ориентированного дизайна на уровне менеджмента в мегакорпорациях и на уровне государственного управления (как яркий пример здесь стоит упомянуть основанный в 1944 г. при Министерстве торговли Великобритании Совет по промышленному дизайну (пер. с англ. Council of Industrial Design), ныне известный как Design Council) – является одной из многообещающих, на наш взгляд, тенденций в сфере социально-ответственного проектирования, отражающая вектор трансформации как на уровне крупных игроков рынка, так и на институциональных уровнях. Таким образом, видится, что если не для решения, то для целей противостояния негативному эффекту назревших системных глобальных проблем уже недостаточно усилий только на одном «фронте», но необходимы системные изменения, в том числе прикрепляемые принципиальной позицией законодательных инициатив, которые бы четко и жестко регулировали рамки общественных отношений.

Социальный дизайн как проект авангарда

Одним из самых ярких и значимых «предшественников» социального дизайна, на наш взгляд, можно считать практики русских авангардистов, напрямую связанные с интеграцией передовых художественных разработок в повседневную жизнь сограждан. Авангардисты не видели смысла в искусстве, живущем в «башне из слоновой кости», они стремились деятельно преобразовать окружающую их действительность, и в контексте революционных потрясений это казалось возможным, все старое: иерархии, форматы социальных отношений, условия жизни и труда,

идеологические модели – были отвергнуты, открылось пространство для «жизнестроительства», то есть проектирования того самого «бытия», которое, как считалось, «определяет сознание».

Выражаясь в архитектурных проектах (В. Татлин, К. Мельников, К. Малевич и др.), промышленном дизайне (В. Степанова, Л. Попова, А. Экстер и др.), в графической массовой продукции (Эль Лисицкий, А. Родченко и др.), в кино (Дзига Вертов, С. Эйзенштейн, Л. Кулешов и др.) и множестве других медиумов «художественного проектирования», авангардное мировоззрение требовало посредством изменения условий и «механики» жизнедеятельности человека вывести его, человека, личность на качественно новый уровень [Хан-Магомедов, 1996; Сарабьянов, 2014]. Естественно, русский авангард представлял собой палитру очень разных по своему направлению творческих поисков, и все же общее стремление к обновлению мира отчетливо ощущается в дискурсивном поле тех лет, и оно нашло свое деятельное воплощение в программах ВХУТЕИН-ВХУТЕМАСа и в конструктивистском дизайне. «Отрицая искусство как ненужное, – пишет Е. Деготь, – своей задачей они стали считать проектирование не столько “нужного искусства”, самой субстанции “нужности”. Поэтому то, что они производили, должно было отвечать не потребностям пользователя (удобство не являлось сильной стороной конструктивистских вещей, аскетических и требовательных к человеку), но поставленной цели и отвечать решительным “да”. Художники всего мира в эти годы ориентируются на рекламу как модель “функционального” произведения: отличие СССР лишь в колоссальных масштабах того, что рекламируется – идея абсолютной трансформации» [Деготь, 2002, с. 82].

Обобщая, можно сказать, что художники стирали границу между искусством и производством, а весь дизайн русского авангарда заложил основу формирования идеологии социально-ответственного проектирования в отечественном контексте, был одним огромным проектом преобразования общества, одним «великим экспериментом» [Герман, 2008]. Художники ставили перед собой ровно те же задачи, которыми руководствуются адепты «ответственного» проектирования сегодня, однако, их методы отличаются в силу приобретенного опыта критики модернистских идей.

Заключение

Развитие социального дизайна сегодня отмечено изменением идеологической ориентации внутри дизайн-сообщества, поворотом от потакания рынку к реальным потребностям и служению этическим ценностям, а также выходом дизайнера на новый уровень – организационного и системно-институционального проектирования. Как было показано в данной статье, в истории дизайна уже случались периоды обращения к проблеме ответственности, связанного с активным переосмыслением роли дизайнера как активного участника трансформирующего общество инновационных процессов. И его роль может быть понята не в качестве «оформителя», а в качестве «инженера смыслов», который ощущает как возможности рынка и технологий, так и потребности пользователей. Дизайнер может стать тем «передаточным звеном», которое соединит инициативы «сверху» и «снизу». Однако здесь, как показывает история социально ориентированных дизайн-проектов, есть множество сложностей и ограничений, есть ясно ощутимое «сопротивление материала». В этом плане особенно важен опыт русского авангарда (и во многом напоминающий их опыт неоавангарда 1960-х годов) как мощной и вместе с тем весьма спорной попытки внедрения «жизнестроительных» практик в монологическом формате, в режиме создания некоторых универсальных, визионерских рецептов достижения социального благополучия, которые не учитывали «обратную связь» со стороны самого сообщества. Сегодня подобный «авторитарный» режим социального проектирования невозможен.

Социальный дизайн занимает специфический тип проблем – налаживание работы сложных социотехнических систем, решение проблем порочного круга, отличающихся имманентной противоречивостью и по характеру являющихся междисциплинарными, требующими постоянного и активного диалога. Современный социальный дизайн также обозначают термином

А.Д. Старусева-Першеева, О.В. Шевцова

Социальный дизайн как инструмент практики «жизнестроительства»

«человекоориентированный», «ответственный», и история развития данного направления показывает ключевой смысловой сдвиг: такой дизайнер в отличие от «традиционного амплуа» видит в аудитории уже не покупателей или пользователей, а собеседников, соавторов, участников процесса трансформации общего для всех нас социального пространства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Деготь Е. Русское искусство XX века. – Москва: Трилистник, 2002.
2. Герман М. Модернизм. – Санкт-Петербург: Азбука-классика, 2008.
3. Джеймисон Ф. Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма. – Москва: Изд-во. Ин-та Гайдара, 2019.
4. Сарабьянов А.Д. Энциклопедия русского авангарда. – Москва: ООО «Глобал Эксперт энд Сервис Тим», 2014.
5. Хан-Магомедов С.О. Архитектура советского авангарда. – Москва: Стройиздат, 1996.
6. Эштон Д. Нью-йоркская школа и культура ее времени. – Москва: Ад Маргинем, 2017.
7. Bjerknæs G. et al. *Computers and Democracy: A Scandinavian Challenge*. – Farnham, 1987.
8. Blundell J., Canniffe E. *Modern Architecture Through Case Studies 1945 to 1990*. – Oxford, 2007.
9. Blyth S., Kimbell L. *Design thinking and the big society*. – London, 2011.
10. Buchanan, R. *Wicked Problems in Design Thinking*. // *Design Issues*. – 1992. – Vol. 8, №. 2. С. 5-21.
11. Chen D.-S. et al. *Social design: An introduction*. // *International Journal of Design*. 2015. №10 (1). С. 1-5.
12. Cottam H., Leadbeater C. *Health: Co-creating Services*. – London, 2004.
13. Crawford K., Crawford A. *The Arts & Crafts Movement in Europe & America: Design for the Modern World* – Los Angeles, 2004.
14. Dutta A. *Design: On the Global (R)Uses of a Word* // *Design and culture*. 2009. №1. С. 163-186.
15. Fuad-Luke A. *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. – New York, 2009.
16. MacCarthy W.F. *Anarchy and Beauty: William Morris and his Legacy 1860-1960*. – London, 2014.
17. Margolin V., Margolin S. A “Social Model” of Design: Issues of Practice and Research // *Design Issues*. 2002. №4. С.24-30.
18. Meadows D. et al. *The Limits to Growth*. – New York, 1972. С. 205.
19. Norman D. *DesignX: Complex Sociotechnical Systems* / S. Ji // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. 2015. Vol. 1. №2. С. 83-106.
20. Nussbaum B. *Is Humanitarian Design the New Imperialism? Does Our Desire to Help Do More Harm Than Good?* // *Fast Company*. July 7, 2010.
21. Papanek V. *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. – Chicago, 1984.
22. Scharpf E. *Why “sustainability” should be more than a meaningless buzzword* // Reuters, 2013.
23. Sparke P. *Design in Context*. – London, 1987.
24. Thaler R.H., Sunstein C.R., Balz J.P. *Choice architecture*. / E. Shafir // *The behavioral foundations of public policy*. 2013 С. 428-439.
25. Torretta T., Clark B. *Nicholas B. Torretta, B. Clark*. *Conditioning change: unfolding interactions for practice-based pull for tech*. / R.C. Smith, A.M. Kanstrup // *Proceedings of the 14th Participatory Design Conference PDC '16, Aarhus* Denmark, August 15-19. 2016. № 2. С. 78-79.

REFERENCES

1. Ashton D. *N'ju-jorskaja shkola i kul'tura ee vremeni* [New York School and the culture of its time]. Moscow, Ad Marginem, 2017.
2. Bjerknæs G. et al. *Computers and Democracy: A Scandinavian Challenge*. Farnham, 1987.
3. Blundell J., Canniffe E. *Modern Architecture Through Case Studies 1945 to 1990*. Oxford, 2007.
4. Blyth S., Kimbell L. *Design thinking and the big society*. London, 2011.
5. Buchanan, R. *Wicked Problems in Design Thinking*. In *Design Issues*. 1992. Vol. 8, №. 2. Pp. 5-21.
6. Chen D.-S. et al. *Social design: An introduction*. In *International Journal of Design*. 2015. №10 (1). Pp. 1-5.
7. Cottam H., Leadbeater C. *Health: Co-creating Services*. London, 2004.
8. Crawford K., Crawford A. *The Arts & Crafts Movement in Europe & America: Design for the Modern World*. Los Angeles, 2004.
9. Dyogot' E.E. *Russkoye iskusstvo XX veka* [Russian art of the twentieth century]. Moscow, Trilistnik, 2002.
10. Dutta A. *Design: On the Global (R)Uses of a Word*. In *Design and culture*. 2009. №1. Pp. 163-186.

A.D. Staruseva-Persheeva, O.V. Shevtsova
Social design as a tool of life-construction practice

11. Fuad-Luke A. *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. New York, 2009.
12. Jamison F. *Postmodernizm, ili Kul'turnaya logika pozdnego kapitalizma* [Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism]. Moscow, Izd-vo in-ta Gaydara, 2019.
13. Herman M. *Modernism* [Modernism]. Saint Petersburg, Azbuka-klassika, 2008.
14. Khan-Magomedov S.O. *Arkhitektura sovetского avangarda* [Architecture of the Soviet avant-garde]. Moscow, Strojizdat, 1996.
15. MacCarthy W.F. *Anarchy and Beauty: William Morris and his Legacy 1860-1960*. London, 2014.
16. Margolin V., Margolin S. A "Social Model" of Design: Issues of Practice and Research. In *Design Issues*. 2002. №4. Pp. 24-30.
17. Meadows D. et al. *The Limits to Growth*. New York, 1972.
18. Norman D. *DesignX: Complex Sociotechnical Systems* / S. Ji. In *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. 2015. Vol. 1. №2. Pp. 83-106.
19. Nussbaum B. *Is Humanitarian Design the New Imperialism? Does Our Desire to Help Do More Harm Than Good?* In *Fast Company*. July 7, 2010.
20. Papanek V. *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. Chicago, 1984.
21. Torretta T., Clark B. Nicholas B. Torretta, B. Clark. *Conditioning change: unfolding interactions for practice-based pull for tech.* / R. C. Smith, A.M. Kanstrup. In *Proceedings of the 14th Participatory Design Conference PDC '16*, Aarhus, Denmark, August 15-19. 2016. #2. Pp. 78-79
22. Sarabyanov A.D. *Entsiklopediya russkogo avangarda* [Encyclopedia of Russian avant-garde]. Moscow, OOO "Global Jekspert jend Servis Tim", 2014.
23. Scharpf E. *Why "sustainability" should be more than a meaningless buzzword*. In *Reuters*, 2013. -
24. Sparke P. *Design in Context*. London, 1987.
25. Thaler R. H., Sunstein C. R., Balz J. P. *Choice architecture.* / E. Shafir. In *The behavioral foundations of public policy*. 2013. Pp. 428-439.