

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский Томский государственный университет»

На правах рукописи



Долгих Мария Николаевна

ДИЗАЙН В КУЛЬТУРЕ СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА:
ИНТЕРАКТИВНАЯ ПРИРОДА И ВИРТУАЛЬНАЯ ЖИЗНЬ

24.00.01 – Теория и история культуры

Диссертация
на соискание ученой степени
кандидата философских наук

Научный руководитель:
доктор философских наук, профессор
Коробейникова Лариса Александровна

Томск – 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
 ГЛАВА 1. Социокультурные основания трансформации дизайна и виртуальная жизнь в сетевом пространстве	 16
1.1 Экспансия информационных платформ и дизайн.....	18
1.2 Дизайн в интернете: модусы виртуального общения.....	44
1.3 Дизайн и компьютерная гибридизация медиа.....	75
 ГЛАВА 2. Конструирование параллельных реальностей и специфика интерактивной природы в дизайне	 105
2.1 Междисциплинарные основания дизайнерской деятельности.....	107
2.2 Дизайн как интерактивные технологии, дигитальные ландшафты.....	133
2.3 Границы виртуальной жизни дизайна	157
 ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	 178
 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	 185
 Список иллюстраций.....	 212
 Приложение А. Иллюстрации.....	 213

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность диссертационного исследования. Современная культура существует на стыке эпох, обусловленном переходом от иерархических принципов мироустройства и форм организации индустриального общества к ризоматичным структурам и формам организации сетевого общества, связанным, прежде всего, с гипертекстуальностью интернета. Эра информационной гериархии приводит к изменениям в социальных и культурных процессах. Активное внедрение интерактивной компьютерной техники, информационных и коммуникационных технологий в различные сферы жизни человека вызывает трансформации, связанные, во-первых, с ускорением темпов развития новых технологий, во-вторых, с изменениями в секторе занятости населения, в-третьих, со сжатием, упрощением пространственных отношений, в-четвертых, с интенсивным обогащением культуры новыми артефактами. Количество и качество информационных взаимодействий в современном социуме и в современной культуре обусловлены функционированием информационных сетей. Колоссальные информационные потоки циркулируют в сети интернет, доступ к которой сегодня можно получить не только с персональных компьютеров, но и с разных портативных устройств: ноутбуков, планшетных компьютеров, мобильных телефонов, — любых устройств, обладающих возможностью подключения к глобальной сети.

Тотальная компьютеризация и развитие сетевого общества определили основные направления становления и развития новых проектных практик в области дизайна. Дизайн, рожденный в цифровой среде, несет в себе мириады проблем — противоречивых ситуаций не только прикладного, но и фундаментального характера. В сетевом обществе дизайн стал более всеохватывающим, широким, свободным, чем в индустриальном обществе. Изменения дизайна в сетевом обществе и культуре вызывают исследовательский интерес к дизайнерской деятельности, интерес к изучению эмпирических закономерностей и особенностей функционирования современного дизайна.

Эра индустриализации детерминировала появление промышленного дизайна, направленного на проектирование промышленных изделий массового производства: мебель, посуда, одежда, аксессуары, электробытовые приборы, транспорт. Философия проектирования в промышленном дизайне заключается в формуле: «функция — конструкция — форма».

Информатизация, компьютеризация и распространение интернета стимулируют активное развитие других направлений дизайна: графического дизайна, направленного на работу с информацией и выстраиванием ясных визуальных сообщений с использованием вербальных и невербальных языковых систем; и мультимедийного дизайна, направленного на работу с интерактивностью, с виртуальным пространством в цифровой среде.

В индустриальной парадигме социокультурное пространство можно представить как ориентированное на упорядоченность, а работа дизайнера в нем нацелена на создание контейнерного окружения и основана на рациональном, логическом мышлении.

Сетевое общество и сетевая культура представляют собой неупорядоченную структуру, пространство потоков, бесконечное сплетение эфемерных быстро меняющихся энергетических линий (в определении М. Кастельса), бесконечную запутанность, неопределенность, и дизайнер работает с этой неопределенностью. Деятельность дизайнера нацелена на работу с интерактивными технологиями, дигитальными ландшафтами и приводит к созданию всеохватывающего коммуникативного пространства.

Всеобъемлющий характер воздействия дизайна на бытие современного общества и культуры требует постановки не только практических, но и фундаментальных, философских вопросов, касающихся осмысления природы дизайна и его места в современной культуре. Сегодня дизайнеры моделируют небывалые виртуальные ландшафты, существующие по ту сторону экрана. Но ограничивается ли виртуальная жизнь контактной линзой формы, находящейся между вещью и человеком, пространством, которое называется интерфейс? Почему людей так притягивает взаимодействие с цифровыми устройствами?

Какой потенциал таят в себе компьютерные технологии? Эти и ряд других вопросов отражают основные аспекты исследуемой проблемы.

Однако, несмотря на интерес исследователей к разным проблемам дизайна, многие аспекты функционирования дизайна в условиях сетевого общества остаются еще не освоенными гуманитарными науками; практические исследования в области дизайна опережают теоретические изыскания и философские разработки. Между тем, на наш взгляд, дизайн как феномен, репрезентирующий специфику развития современной сетевой культуры, является значимым элементом утверждающегося нового социокультурного порядка. Поэтому изучение дизайна в условиях становления сетевого общества, помимо прикладной научной значимости в таких науках, как история культуры, искусствоведение, теория дизайна, эстетика дизайна, актуализирует рассмотрение феномена дизайна в философском контексте, который сможет раскрыть сущностные основания изменения дизайна в современной культуре.

Проблема исследования заключается в обосновании, в раскрытии специфики дизайна, функционирующего в культуре сетевого общества одновременно в физическом и виртуальном мирах.

Степень разработанности проблемы. Исследование опирается на научные произведения отечественных и зарубежных авторов, занимающихся вопросами философии, истории науки и техники, культурологии, социологии, лингвистики, истории искусств, виртуалистики, эргономики, дизайна.

Проведенный анализ литературы по рассматриваемой проблеме позволяет выделить два основных направления исследований дизайна в культуре сетевого общества. В каждом направлении обозначим крупные, глобальные вопросы, которые разрабатывались влиятельными учеными, а также рассмотрим более узкие, самобытные линии исследований, которые помогут получить подробную характеристику уровня знаний по тематике, связанной с данным научным сочинением.

Первое направление касается социокультурных оснований трансформации дизайна и виртуальной жизни в сетевом пространстве.

Трансформации в обществе в эру информатизации необходимо осмыслить для целостного понимания особенностей дизайна в ракурсе культурфилософской направленности. Особенности информационного и сетевого общества, а также *проблемам экспансии интернета* посвящено множество научных исследований: разработка теорий постиндустриального, информационного, сетевого общества (Д. Белл, Б. Гейтс, Э. Тоффлер, З. Бауман, М. Кастельс); представление нового типа культуры, фиксирующей гетерогенность, множественность, равноправие, в виде ризомы (Ж. Делез, Ф. Гваттари); изучение эры информационно-коммуникационных технологий, где абсолютная власть принадлежит визуализации (М. Маклюэн). Особенно активно исследуется интернет в разных аспектах: как сложная коммуникационная среда (Е.В. Какорина); как динамично развивающееся средство коммуникации, обладающее широчайшими возможностями для организации общения (Т.А. Бочарова); анализируется язык интернета, выполняющий коммуникативные, когнитивные, эстетические, волюнтаристические, эмоциональные, игровые функции (Ю.В. Чепель); рассматриваются ключевые тенденции развития интернет-аудитории (Е.П. Кузнецова); изучаются социальные функции интернета: место и цели пребывания людей в сети (Д.В. Богданов).

Новые практики коммуникации в виртуальной среде отражают новые характеристики дизайна. В контексте виртуальных и сетевых коммуникаций можно выделить следующие проблемы: проявление в дизайне разных типов рациональности: стратегической, направленной на достижение цели любыми средствами и коммуникативной, нацеленной на достижение согласия (Ю. Хабермас); гетерархия как принцип организации современных массовых коммуникаций (Н. Луман); эволюция электронных технологий, которая приводит к развитию способов коммуникации (Н.Н. Загоруйко); новые структуры коммуникативного опыта, сложившиеся в результате бурного развития информационных технологий и участвующие в формировании стереотипов поведения и мышления (М.М. Кузнецов); виртуальные коммуникации в сети интернет как пространство гипертекстуальности, в котором происходит процесс

создания и движения смысловых реалий (В.О. Саяпин); гипертекстуальность как пространство для свободного перемещения по информационному полю (У. Эко); мультифункциональность сетевых коммуникаций, обусловленная мотивацией пользователей (А.М. Лещенко); карнавальность виртуального общения, допускающего обезличивание, деперсонификацию коммуникантов (В.И. Егорова); перцептуальный вызов, развивающийся в условиях усиления глобальных визуальных коммуникаций (П.Е. Родькин).

Эстетика мультимедийного дизайна во многом определяется *компьютерной гибридизацией медиа* и перекликается с концепциями постмодернизма (Н.Б. Маньковская, Ж. Бодрийяр), утверждающими эклектику художественно-образного языка в массовых коммуникациях, диффузии, мутации больших стилей в визуальном пласте современной культуры. Визуальные аспекты социальной эволюции и в частности дизайна тесно перекликаются с процессом всеобщего ускорения (П. Вирильо). В дизайне сегодня активно используются компьютерные технологии, которые способствуют формированию генеративной, информационной, алгоритмической, кибернетической, виртуальной эстетики (С.В. Ерохин). Продукты дизайна в культуре сетевого общества функционируют в пространстве потоков и представляют собой гибкие, открытые, сложные системы (И.Г. Елинер).

Второе направление посвящено проблематике, связанной с конструированием параллельных реальностей и со спецификой интерактивной природы в дизайне.

Междисциплинарность является одной из фундаментальных характеристик дизайна и связана с многоаспектностью, многосложностью дизайна. В последние годы наблюдается пик интереса к проблемам дизайна, о чем свидетельствует появление множества исследований как прикладного, так и теоретического характера, где актуализируются следующие проблемы: основные понятия дизайна, его становление и развитие среди других видов проектно-художественной деятельности (С.И. Серов, С.М. Михайлов, Л.М. Кулеева); специфика промышленного дизайна как самобытного вида проектной

деятельности (В.Ф. Рунге, В.В. Сеньковский); полилинейность как принцип современной трактовки истории дизайна (А.С. Михайлова); методологические основы дизайн-исследования (Р.Ю. Овчинникова); культуротворческая миссия дизайна, проявляющаяся через функционально-эстетические и художественно-образные компоненты дизайна (И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева); применение системного подхода в теориях дизайна в русле междисциплинарных исследований, философской методологии и синергетики (Е.Ю. Новикова); методология дизайнерской деятельности с точки зрения синергетического подхода (Н.Е. Камзина).

Конструирующая функция медиадизайна в культуре сетевого общества воплощается в *интерактивных технологиях, дигитальных ландшафтах*. В процессе разработки данной проблемы осмысливается роль виртуальной реальности в современном мире. Очевидно многообразие исследований, утверждающих, что виртуальные социальные практики занимают прочное место в физической реальности: движение общества от виртуальной реальности к реальной виртуальности (И.А. Грибов); виртуальное пространство как площадка, объединяющая накопленные человечеством знания (Д.Н. Наумова); виртуальная среда как синтез мира сознания и высоких информационных технологий (Л.В. Баева); подходы к изучению феномена виртуальной реальности (А.В. Морозова). Исследуются виртуальная реальность как возможность для личности уйти от реальной социальной жизни (Т.А. Бондаренко, С.Н. Ярименко); онтологический статус виртуальной реальности (А.В. Качмала, А.А. Трофимова, Т.В. Закирова, В.В. Кашин); виртуальная реальность как диалог философии и дизайна, когда творчество выступает фундаментом для расширения возможностей универсума (Д.В. Рева, Н.З. Алиева). Анализируются классификация вариантов прочтения и осмысления категории «виртуальность» в контексте философско-культурологического знания (Д.О. Усанова); особенности эволюции экранной культуры как продукта виртуальной медиареальности в контексте информационной эпохи (Н.Б. Кириллова).

Дизайн выполняет креационистскую роль по созданию виртуальной реальности и перешагивает *границы виртуальной жизни*, внедряясь в физическое пространство и в сферу духовных ценностей. Вопрос о креационистской роли дизайна до настоящего времени не изучен и не представлен в научной литературе. Однако безусловной ценностью для разработки данной проблемы являются исследования, имеющие к ней косвенное отношение. Среди таких исследований можно отметить разработку вопроса о технике как вопроса о человеке и его влиянии на природу и культуру (М. Хайдеггер, Н. Бердяев); анализ культурных ценностей в виртуальной среде, преодолевающих национальную и временную изолированность и способствующих сближению народов в области образования, науки, культуры (Л.А. Волова); исследования власти образов в виртуализирующемся обществе (В. Беньямин, Е.Г. Прилукова); анализ проблемы свободы человека в пространстве интернета (Д.В. Кравец); изучение взаимосвязи между текстами культуры и художественными образами, получившими воплощение в дизайне (И.В. Никитина); уточнение основных понятий философии дизайна, разработку функций дизайна (Т.Ю. Быстрова). Особо необходимо выделить внедрение ноосферного подхода в дизайн-мышление и дизайн-производство для решения экологических проблем в обществе, когда в сферу ответственности дизайна входит не только создание функционально-конструктивных и формально-стилевых решений в предметно-пространственной или информационной среде, но и проектирование новых экологических и философских ценностей, видение эволюции человеческой цивилизации (Н.М. Жиркова); а также прогнозы относительно будущего развития дизайна с учетом ряда тенденций: научно-технический прогресс и автоматизация производства; комплексность, массовость решаемых обществом проблем потребления; преобразование и совершенствование сферы дизайн-проектирования (И.З. Раузеев).

Анализ литературы по проблемам развития современного дизайна показал, что, несмотря на значительные достижения в исследуемой области, обусловленные разнообразием, вариативностью, плюрализмом проблематики

современных теоретических и прикладных исследований общества, культуры, дизайна, проблема раскрытия специфики дизайна, функционирующего в условиях сетевого общества одновременно в физической и виртуальной реальностях, остается недостаточно освоенной гуманитарным знанием: существует разрыв между философским осмыслением развития современной культуры в теориях информационного и сетевого общества, где нет специальных исследований дизайна, и исследованиями изменения дизайна в конкретных науках (искусствоведение, техническая эстетика и дизайн, теория и история искусства), где нет философских обобщений. Выявлен разрыв между наличием литературы, посвященной отдельным аспектам функционирования дизайна и отсутствием разработок, учитывающих как трансформационные процессы, касающиеся дизайна в рамках социокультурной среды, так и фундаментальные стержни, которые сохраняются с развитием техники и технологий и позволяют отличать феномен дизайна от других феноменов культуры. Многосторонность исследуемого предмета и хаотичность общей картины его научного изучения позволяют сделать вывод о необходимости философского исследования дизайна в культуре сетевого общества, позволяющего осмыслить его как целостно функционирующее и развивающееся явление, как часть общественной и культурной жизни в современном мире. В работе предлагается новый вариант исследования дизайна, учитывающий одновременность существования современного дизайна как в рамках виртуально-медийной среды (в виде цифровых, интерактивных дизайн-продуктов), так и в рамках физической среды (в виде объектов предметно-пространственного дизайна).

Объект исследования — дизайн в культуре сетевого общества.

Предмет исследования — интерактивная природа и виртуальная жизнь дизайна, рожденного в среде компьютерной техники и информационных технологий.

Цель исследования: выявить особенности дизайна, обладающего интерактивной природой и функционирующего в виртуальном пространстве в культуре сетевого общества.

Задачи научной работы:

1. Выявить ключевые направления трансформации дизайна, обусловленные экспансией информационных платформ и формированием сетевого общества.
2. Доказать, что сетевые формы взаимодействия являются полем жизни дизайна, обладающего интерактивной природой и гибридной эстетикой.
3. Раскрыть междисциплинарный характер дизайна как сущностную характеристику дизайнерской деятельности, выявить некоторые аспекты дигитальных ландшафтов и обосновать конструирующую функцию медиадизайна.
4. Доказать, что дизайн в культуре сетевого общества обладает креационистской ролью по созданию виртуальной реальности и обозначить границы виртуальной жизни дизайна.

Методология и методы исследования. Начальная фаза исследования предполагает изучение теоретических идей и сбор эмпирических данных, их систематизацию и обобщение в соответствии с особенностями изучаемой проблемы и содержанием поставленных задач, в связи с чем, в процессе исследования используется *теоретико-дискриптивный подход*.

Системный подход позволяет обозначить связи между элементами дизайна и связи дизайна с внешней средой. Использование системного подхода позволяет определить влияние сетевого общества и цифровой культуры на развитие дизайна как феномена культуры.

Дизайн как явление, сопряженное со многими процессами жизнетворчества человека, в той или иной степени соприкасается с предметными областями разных наук, в связи с чем, диссертационное исследование ориентировано на *междисциплинарность*. Для исследования дизайна в рамках философии культуры, важно не столько осознавать многогранность этого явления, сколько понимать его целостность, системность.

Метод моделирования выбран в связи с тем, что современная реальность находится в перманентном состоянии текучести, неясности. Задача дизайна —

показать, смоделировать другую жизнь, другое, антропологически насыщенное бытие.

Анализ феномена дизайна в культуре сетевого общества актуализировал следующие философско-методологические позиции: 1) концепции сетевого и информационного общества (М. Кастельс, Д. Белл, З. Бауман, Ж. Бодрийяр, У. Эко); 2) понимание коммуникации как онтологии (М. Маклюэн, Ю. Хабермас); 3) позиции феноменологии с ее интересом к проблемам «жизненного мира» и повседневности (Э. Гуссерль); 4) повышение роли визуального фактора в построении современных онтологий, когда значительную роль играют медийные средства, фотография и пр. (В. Беньямин, Р. Барт, М. Фуко); 5) особенности эстетики дизайна (Т. Адорно, Н.Б. Маньковская); 6) позиция активного конструирования онтологии на основе новой техники (И. Кант, Ж.-Л. Нанси, М. Хайдеггер).

Научная новизна.

1. Выявлены ключевые направления трансформации дизайна (технологическое; связанное со сферой занятости; географическое; основанное на критериях культуры), обусловленные экспансией информационных платформ.

2. Доказано, что дизайн, обладающий интерактивной природой и гибридной эстетикой, активно развивается в пространстве интернета, открывающем богатые возможности для разного рода коммуникаций и работы, манипуляций с информацией.

3. Раскрыт междисциплинарный характер дизайна как сущностная характеристика дизайнерской деятельности, выявлены некоторые аспекты дигитальных ландшафтов как продуктов дизайна в цифровой среде (в направлениях дизайна пользовательских интерфейсов, веб-дизайна, гейм-дизайна) и обоснована конструирующая функция медиадизайна.

4. Доказано, что дизайн в культуре сетевого общества обладает креационистской ролью по созданию виртуальной реальности, и обозначены границы виртуальной жизни дизайна (непосредственно виртуальное пространство, материальный мир и сфера ценностно-смысловых категорий).

Положения, выносимые на защиту.

1. Дизайн в сетевом обществе трансформируется в следующих направлениях: в технологическом (функционирование дизайна в мультимедийном виртуальном пространстве); в направлении, связанном со сферой занятости (рост спроса на дизайн-услуги); в географическом (дизайн функционирует в глобальном сетевом пространстве); в направлении, основанном на критериях культуры (появление и развитие новых направлений дизайна, базирующихся на интерактивных технологиях).

2. В сетевом обществе происходят кардинальные изменения, влияющие на развитие дизайна, обладающего интерактивной природой: детерриториализация (разрушение территориальных границ дизайна); глобализация (актуализация проблем унифицированности и самобытности дизайна); виртуализация (виртуальная среда становится полем профессиональной деятельности дизайнеров, местом жизни дизайн-продуктов); вездесущность (дизайн существует как в физической, так и в виртуальной реальности); гетерархичность (дизайн функционирует не в иерархической, а в ризоматической системе). Формирующаяся гибридная эстетика дизайна находится в русле идей интерпретации культуры, существующих в границах посттрадиционной философии: идеи свободного манипулирования, игры с информацией; отказ от аутентичности; пристрастие к разнообразию; бессмысленность поиска истины.

3. Междисциплинарный характер дизайна связан со спецификой дизайна как проектно-творческой деятельности по созданию функционально и эстетически организованной окружающей среды, и в культуре сетевого общества проявляется в работе над мультимедийными продуктами, в работе с информацией; при этом набор дисциплин, технологий или методов вариативен и определяется целью и направлением конкретного проекта. Конструирующая функция медиадизайна в культуре сетевого общества воплощается в интерактивных технологиях, дигитальных ландшафтах. Виртуальная среда насыщена различными системами интерактивности, которые представляют собой актуальные сферы для развития дизайна. Интерактивный дизайн включает в себя

такие направления, как разработка пользовательских интерфейсов, веб-дизайн, дизайн приложений, гейм-дизайн.

4. Дизайн обладает креационистским началом, создавая новую виртуальную реальность в культуре сетевого общества, которая существует наряду с традиционными формами реальности: физической и духовной. Дизайн, рожденный в среде компьютерной техники, как проектная деятельность захватывает все большее и большее пространство, выходя за границы виртуальности, за границы экранов и внедряясь не только в материальный мир, но и в сферу ценностных и мировоззренческих ориентиров современной культуры.

Теоретическая и практическая значимость работы. Теоретическая значимость диссертации обусловлена тем, что результаты исследования расширяют предметное поле философии культуры (посредством обогащения теоретических представлений о роли дизайна в конструировании современной онтологии, который создает виртуальную среду, влияет на физическую реальность и сферу ценностей и смыслов), и представляют интерес для философов, культурологов, дизайнеров. Следует сказать о научной эффективности исследования, то есть о получении новых знаний о дизайне, которые позволили выявить новые факты (раскрыта специфика дизайна в культуре сетевого общества: его интерактивная природа и виртуальная жизнь; выявлена креационистская роль дизайна по созданию виртуальной реальности) и связи (выявлена взаимозависимость между технической эволюцией, изменениями в социальной среде и развитием дизайна в сравнительном анализе парадигм индустриального и сетевого пространств). Одновременное сосуществование дизайна в разных реальностях исследуется как неиссякаемый источник еще не познанных парадоксов и возможностей эволюции дизайна в культуре сетевого общества. Основные положения и выводы, полученные в результате проведенной работы можно использовать для дальнейших научных разработок, касающихся философского осмысления особенностей интерактивного дизайна. Практическая значимость результатов диссертации заключается в возможности их включения в различные образовательные программы, направленные на подготовку

квалифицированных дизайнеров, культурологов, философов. Теоретические положения и выводы диссертации могут быть использованы при подготовке курсов лекций и спецкурсов: «Влияние сетевого общества на сферу культуры», «Трансформация дизайна в сетевом обществе», «Сетевая структура современного дизайна», «Использование современных информационных технологий в дизайне», «Дизайн как интерактивные технологии, дигитальные ландшафты» для студентов гуманитарных факультетов Томского государственного университета. Социальная эффективность диссертации определяется тем, что здесь актуализируются проблемы улучшения условий труда и жизни общества, затрагиваются вопросы усовершенствования образовательной системы, выявляются противоречия и перспективы развития экологической ситуации.

Степень достоверности и апробация результатов. Основные положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры теории и истории культуры Томского государственного университета (2011–2014), на межвузовских, межрегиональных, всероссийских и международных научных и научно-практических конференциях. По теме диссертационного исследования опубликованы научные работы общим объемом 4,8 печатных листов.

Объем и структура исследования. Работа состоит из введения, двух глав, включающих в себя шесть параграфов, заключения, списка использованной литературы, содержащего 304 наименования, списка иллюстраций, приложения. Общий объем диссертации — 232 страницы.

ГЛАВА 1. СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ ДИЗАЙНА И ВИРТУАЛЬНАЯ ЖИЗНЬ В СЕТЕВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Цель первой главы заключается в исследовании *социокультурных оснований дизайна*, здесь формируется понимание того, как особенности общественных и культурных реалий оказывают влияние на дизайн.

Дизайн как профессиональный вид деятельности появился в индустриальную эпоху на рубеже XIX–XX веков и обладал характерными чертами, обусловленными спецификой индустриального общества. Индустриальное общество формировалось в результате промышленной революции, развития машинного производства, применения научно-технологических достижений. Символом времени было развитие поточного, массового производства, механизация и автоматизация труда, развитие рынка товаров и услуг. Рост объемов промышленного производства привел к высокому уровню конкуренции. Для того чтобы выдерживать конкуренцию, производителям необходимо было выпускать наиболее привлекательные для покупателей товары, где привлекательность формируется из сочетания функциональности, эстетических свойств и цены.

В соответствии с общественно-культурной ситуацией в индустриальное время дизайн, ориентированный на работу с товарами массового производства, был лидером проектной культуры. Его можно именовать индустриальным или промышленным дизайном. Дизайнеры трудились над созданием художественно-образной выразительности предметно-пространственной среды, над проектированием продуктов, товаров массового производства. Дизайн, рассматриваемый в рамках парадигмы индустриального времени — деятельность по проектированию предметного мира, основанная на сочетании принципов функциональной значимости, эстетической ценности и эргономичности (удобства для человека). Объекты промышленного дизайна существовали исключительно в материальной форме.

В индустриальном обществе широкое развитие получили средства массовой информации, такие как газеты, журналы, книги, афиши и плакаты и, позднее, телевидение. Актуализировалась потребность в дизайне, нацеленном на проектирование визуальных сообщений, то есть в графическом дизайне. Графический дизайн — деятельность, направленная на проектирование многостраничных изданий (книг, газет, журналов); шрифтовых гарнитур; логотипов и фирменных стилей; упаковок и этикеток; рекламно-информационной продукции (листовок, буклетов, плакатов, предназначенных для интерьеров или для городской среды). Таким образом, индустриализация поспособствовала становлению и развитию графического дизайна как одного из направлений дизайна, связанного с визуальными коммуникациями.

С появлением и развитием кино и телевидения возник спрос на дизайн титров, создание образов телевизионных каналов, передач. Шрифты, логотипы, анимированные заставки, реклама стали осваивать пространство экранов; дизайн начал работать с электрическими носителями информации. Компьютеры стали площадкой для развития дизайна в области игр, приложений, интерфейсов.

На рубеже XX–XXI веков происходит формирование сетевого общества, которое влияет на трансформацию феномена дизайна. В эпоху информатизации ценным становится интеллектуальный труд, направленный на производство или переработку информации. В сетевом обществе на пике актуальности в дизайне находится работа с информацией в цифровой, или виртуальной среде, с использованием сетевых технологий. Коренное отличие функционирования дизайна в сетевом обществе от функционирования дизайна в индустриальном обществе заключается в том, что объекты дизайна сегодня существуют не только в материальной форме, но и в виртуальной форме. Кроме того, передовые направления проектного творчества в дизайне также связаны с виртуальным пространством.

Социокультурные условия служат фундаментом, основой существования дизайна. В связи с этим представлен анализ ключевых тенденций жизни сетевого общества, которые предопределили развитие практически всех современных социокультурных феноменов, в том числе, дизайна.

1.1 Экспансия информационных платформ и дизайн

В первом параграфе первой главы рассматриваются социокультурные основания трансформации дизайна в сетевом обществе.

Во второй половине XX века индустриальная общественная система стала претерпевать притеснения со стороны новой складывающейся социальной формации, которая расцветала благодаря пугающе масштабному потенциалу появившихся в то время компьютерной техники, а также новых коммуникационных и информационных технологий. Сегодня, в начале XXI века новые технологии продолжают развиваться, стремительно совершенствуются и стали крепким звеном в структуре, организации современной социальной и культурной жизни. Не всегда очевидные, порой латентные процессы приводят к явным переменам, задевающим или даже охватывающим уклад человеческой жизни в современном мире. В чем особенности окружающего нас пространства? Что происходит сегодня в культуре? Какие характеристики служат ключевыми ориентирами в понимании конвенций, пропитывающих один из наиболее ярких феноменов современной культуры, феномен дизайна?

Для того чтобы сформулировать ответы на данные вопросы, обратимся к выявлению параметров организации сетевого общества. Сетевое общество станем рассматривать как наивысший этап развития информационного общества, для которого характерно активное использование сетевых технологий. В этой связи для начала следует разобраться с тем, что подразумевается под понятием «информационное общество».

Базовым критерием информационного общества является высокая значимость знаний и информации как основных ресурсов социокультурного развития¹. Информация здесь рассматривается как обработка данных в широком смысле слова. Знания — это набор идей или фактов, организованный в систему и передаваемый с помощью средств коммуникации. Информационное общество характеризуется возрастанием количества и значения информации, то есть, с одной стороны, увеличивается информация, находящаяся в пользовании, а с

¹ Гиль А.Ю. Музей в культуре информационного общества : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / А.Ю. Гиль. Томск, 2009. 177 с.

другой стороны, происходит качественный сдвиг в области теоретического знания. Резко возрастает роль информации в социокультурной, экономической и политической сферах.

Среди многочисленных определений информации мы опираемся на определение, значимое для интерпретации дизайна как феномена современной культуры. Информация — это сведения о чем-либо, которые по способу восприятия могут быть условно разделены на разные направления: визуальное, аудиальное, тактильное, обонятельное, вкусовое. Следовательно, восприятие информации происходит благодаря ее улавливанию различными органами чувств. Дизайн сегодня активно работает с информацией разного порядка: использует ее возможности для воздействия на людей, для манипулирования их поведением.

Примечательно, что в информационном обществе культура индустриального общества, основанная на рационализме и связанная с развитием рыночных отношений, урбанизацией, индустриализацией, уходит на второй план, открывая дорогу новой культуре, основанной на производстве информации, актуализации сферы услуг, переменах в пространственно-временных отношениях между людьми и организациями разного характера, в активном насыщении культурного поля новыми феноменами.

Аналитики утверждают, что информационное пространство — главный рычаг развития современной цивилизации. Д. Белл¹ характеризует такой общественный строй как постиндустриальный. Ряд других ученых вводит в научный оборот близкие по значению термины: постфордизм², постмодернистское общество³, общество знаний⁴, текущая современность⁵, телематическое общество⁶.

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. М. : Академия, 1999. 956 с.

² Lash S. The End of Organized Capitalism / S. Lash, J. Urry. Cambridge: Polity Press, 1987. 392 p.

³ Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар. М. : Ин-т эксперим. социологии; СПб.: Алетейя, 1998. 160 с.

⁴ Drucker P. The age of discontinuity: Guidelines to our changing society / P. Drucker. New York, NY: Harper & Row, 1969. 394 p.

⁵ Бауман З. Текущая современность : пер. с англ. / З. Бауман; под ред. Ю.В. Асачакова. СПб. : Питер, 2008. 240 с.

⁶ Martin J. Telematic society: a challenge for tomorrow / J. Martin. s.l. : Prentice-Hall, 1981. 244 p.

Перманентным аспектом здесь является то, что воздействие информации на общество возрастает, как и возрастает разнообразие позиций исследователей в этой области. Можно смоделировать образ сетевого общества, обратившись к наиболее значимым концепциям, разработанным учеными, занимающимися исследованиями на стыке таких областей знания, как философия, социология, география, экономика, культурология.

Анализируя социальные и технологические перемены в современном мире, можно выделить ряд концепций информационного общества, основываясь на разных критериях, таких как технологический, связанный со сферой занятости, пространственный, культурный¹.

Осмысление и определение информационного общества невозможно без упоминания о технологическом аспекте как основе перехода в новую формацию. *Технологическая концепция* раскрывается вокруг инноваций в технико-технологической базе, доступной обществу в конкретный момент времени. Появившиеся во второй половине XX века компьютерные и телекоммуникационные технологии можно обозначить как признак формирования информационного общества. Высокий объем технологических новаций провоцирует социальное переустройство, ибо его воздействие на общество весьма значительно. Революционные технологические перемены, связанные с распространением микроэлектроники, происходили в развитых странах в конце 1970-х — начале 1980-х годов. Компьютеры стали появляться в офисах, в домах, на промышленных предприятиях. В конце 1990-х скорыми темпами шло развитие интернета.

На движение в социальной системе, происходящее с ходом времени и с ходом технологического развития от доиндустриального общества (сельскохозяйственного) к индустриальному обществу (где преобладает машинное производство) и далее к постиндустриальному обществу (где высокую

¹ Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; пер. с англ. М.В. Арапов, Н.В. Малыгина; под. ред. Е.Л. Вартаковой. М.: Аспект Пресс, 2004. 400 с.

значимость обретает сфера услуг), указывает Д. Белл¹. Критическим фактором, детерминирующим переход от одного общественного устройства к другому, становится рост производительности труда, основанный на принципах рационализации и эффективности. Постоянное развитие механизации и автоматизации способствует росту производительности труда: больше товаров можно создать на производстве при этом снижается потребность в работниках, задействованных в сферах сельского хозяйства и промышленности. Автоматизация снижает необходимость в наличии рабочего класса и способствует росту благосостояния широких масс. У множества людей появляется время и желание улучшать, обустраивать окружающее пространство. Увеличивающийся доход вызывает у людей желания приобретать предметы долговременного пользования (дома, квартиры, автомобили) или предметы роскоши (ювелирные изделия, произведения искусства). Далее рост богатства влечет за собой расширение горизонтов потребностей у людей, что приводит к развитию сектора услуг. Среди различных направлений сегодня активно развивается направление услуг по проектированию, услуг по дизайну. Специфика дизайнерских услуг сегодня дифференцирована: это дизайн костюма, графический дизайн, веб-дизайн, дизайн интерьера, ландшафтный дизайн и многие другие направления дизайна.

Процесс развития человеческой цивилизации Э. Тоффлер² предложил представить метафорически, как процесс появления крупных технологически инновационных волн, высоких и мощных, которые невозможно остановить. Первая волна аграрная; прорывом для этого этапа развития человечества стало внедрение сельского хозяйства. Культура охотников-собирателей была смещена оседлым земледельческим обществом с традиционным укладом, где аксиологическое основание таилось в сохранении традиций. Вторая волна индустриальная; охватила человечество в связи с промышленной революцией и основана на переходе от ручного труда к машинному, от мануфактурного

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. М.: Академия, 1999. 956 с.

² Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. М.: Аст, 2004. 784 с.

производства к фабричному, от аграрного общества к индустриальному. Третья волна постиндустриальная, или информационная, связана с переходом к обществу, где важнейшим фактором развития цивилизации становится информация и воображение. С развитием технологий, развивается и социум. С каждым днем появляется все больше новой техники, гаджетов, специальных программных приложений, которые облегчают, упрощают способы взаимодействия людей с информационной средой.

Таким образом, технологическая концепция информационного общества сосредоточена на рассматривании технологического прогресса как катализатора трансформаций в культурной жизни социума. Благодаря технологическим нововведениям происходит рост производительности, следовательно, технология является движущей силой перемен.

Технологические трансформации затрагивают и *дизайн* как частный феномен культуры. «Дизайн — это комплексная междисциплинарная проектно-художественная деятельность, интегрирующая естественнонаучные, технические, гуманитарные знания, инженерное и художественное мышление»¹.

Дизайн является частью целого, общего коммуникативного пространства — пространства культуры. Дизайн ориентируется на передовые технологические достижения и самые прогрессивные явления. С развитием технологий меняется культура, а, следовательно, дизайн как часть культуры в переменчивой среде обнаруживает для себя новые направления эволюции.

Дизайн как деятельность, направленная на производство вещей, то есть дизайн индустриальный, зарождался на стыке разных направлений: художественного проектирования, массовой промышленности, инженерного проектирования, науки. Истоками промдизайна можно считать развитие промышленного производства набивных тканей еще в XVIII веке в Англии. В 1919 году в Германии В. Гропиус основал первую школу индустриального дизайна. Сегодня промышленный дизайн охватывает такие направления

¹ Михайлов С.М. Основы дизайна : учебник для специальности 29.02.00 Дизайн архитектурной среды / С.М. Михайлов, Л.М. Кулеева. Казань: Новое Знание, 1999. С. 10

проектирования как робототехника, компьютеры, транспортные средства, мебель, предметы быта, ткани, украшения, иными словами промдизайн занимается разработкой предметного мира от высокотехнологичных наукоемких изделий до мелких аксессуаров.

Технологическое развитие способствует увеличению информационной насыщенности окружающего пространства. В таких условиях растет актуальность визуальных способов общения, которые являются более эффективными и действенными, чем вербальные. Переход к визуальным способам общения можно рассматривать в контексте визуального, или иконического, поворота, который фиксирует актуализацию визуальных способов общения и визуального, образного мышления. Визуальные коммуникации наряду с другими способами общения являются частью целого, общего коммуникативного пространства — пространства культуры.

Дизайн как деятельность, направленная на работу с визуальными коммуникациями, сформировал отдельное направление дизайна — графический дизайн. Графический дизайн, как и промышленный дизайн, направлен на работу с продуктами массового производства. Только графический дизайн имеет собственную специфику: выстраивание ясных сообщений, с использованием языковых, знаковых систем, вербальных и невербальных, которые тиражируются с помощью печатных машин. Наиболее яркими направлениями графического дизайна являются корпоративная идентичность (фирменный стиль), дизайн книг, дизайн периодических изданий, полиграфическая продукция.

Изобретение и запуск в массовое производство компьютеров и комплектующих — важный этап не только в развитии техники, технологий и индустриального дизайна, но и новая среда, в которой функционирует новый дизайн: мультимедийный дизайн. Мультимедийный дизайн можно рассматривать в контексте медиального поворота, который утверждает актуализацию общения с помощью образов, суммирующих, интегрирующих различные каналы чувственного воздействия: аудиальный, визуальный, кинестетический и др.

Дизайн с появлением и распространением компьютеров и глобальной паутины стал осваивать цифровое виртуально-медийное пространство. В 1950-60-е годы появились первые компьютерные игры. «ОХО» как цифровой аналог игры крестики-нолики была создана А.С. Дугласом в 1952 году как часть его докторской диссертации в университете Кембриджа (Рисунок А. 1). «Tennis for two» создал У. Хигинботам в 1958 году для развлечения посетителей в Брукхейвенской национальной лаборатории в Нью-Йорке (Рисунок А. 2). «Spacewar» создал С. Рассел в 1962 году в Массачусетском технологическом институте (Рисунок А. 3). Сегодня гейм-дизайн развивается во множестве различных направлений, а сами игры значительно отличаются по содержательным, визуальным, функциональным возможностям от первых компьютерных игр.

В 1970-х появился первый графический интерфейс, разработанный в Xerox Palo Alto Research Center. В 1980-е происходило активное развитие интерфейсов для новых аппаратных платформ. В 1990-х появился первый браузер с графическим интерфейсом «Mosaic», который можно считать прототипом современных браузеров (Рисунок А. 4).

В культуре сетевого общества дизайн занимает мультимедийное, виртуальное пространство, где актуализируется работа с компьютерными, информационными, коммуникационными, сетевыми и современными офисными технологиями. В таких технологических условиях рождаются новые жанры дизайна: веб-дизайн, игровой дизайн, дизайн интерфейсов, дизайн приложений, — для стационарных компьютеров, ноутбуков и мобильных телефонов. В ситуации нарастающей конкуренции дизайн аккумулирует различные каналы трансляции информации. Дизайн как технология является инстанцией, генерирующей и легитимирующей реальность; инструментом, формирующим окружающую среду.

Концепция, связанная со сферой занятости основана на анализе структуры занятости населения и формировании модели видимых изменений. Д. Белл¹ предполагает, что когда большинство занятых трудится в информационной сфере,

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. М. : Академия, 1999. 956 с.

мы вступаем в информационное общество. Увеличение занятости в сфере услуг и снижение в сфере производства рассматривается как замещение физического труда интеллектуальным трудом. Поскольку умственный труд связан с переработкой информации, он противопоставляется физической силе и навыкам ручного или машинного труда.

Д. Белл предлагает провести типологию общественного устройства, которая определяется доминирующим типом наемного труда. Можно предположить, что наиболее распространенный вид трудовой деятельности является определяющей чертой того или иного общества. В доиндустриальном обществе преобладал сельскохозяйственный труд, в индустриальном обществе самым распространенным был труд на производстве, в постиндустриальном обществе главенствующую роль обретает занятость в сфере услуг.

Движущей силой современной экономики являются люди, чей труд позволяет создавать и использовать информацию. Идеи, знания, навыки, талант и креативность, умения использовать информационные платформы становятся ключом к успеху в новой легкой экономике¹.

Работа в секторе услуг ориентирована на взаимодействие с людьми, где базовым ресурсом является информация. В дизайне работа с информацией ориентирована на производство и передачу образов и символов, выстраивание коммуникационных систем.

Качественные различия разных групп информационных работников проводит Х. Перкин². Ученый полагает, что эксперты заменили доминировавшие прежде группы и их устаревшие идеалы собственной профессиональной этикой, утверждающей значимость таких параметров как услуги, сертификация, эффективность. В информационном обществе профессионалы формируют условия для организации общественной жизни.

Стержнем информационного общества служат ученые и инженеры: профессионалы, которые формируют новую интеллигенцию в университетах,

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

² Perkin H. The rise of professional society: England Since 1880. London : Routledge, 1990. 624 p.

исследовательских организациях, в управлении, а также в сфере свободных профессий. Центральной фигурой в информационном обществе является специалист, имеющий оборудование, образование и навыки, позволяющие обеспечить востребованный род деятельности. Кроме того, в информационном обществе ценность специалиста заключается в гибкости, легкой приспособляемости к постоянно меняющимся условиям, инициативности, мобильности¹.

Экспансия профессиональной работы, экспансия роли интеллектуалов, актуализация значимости квалификации, увеличение работы, связанной с общением выдвигают на первый план роль информации, переработанной в знания. Увеличение роли профессионалов приводит к росту не только количества информации в обращении, но и к качественным сдвигам. Профессионалы, будучи экспертами склонны к предвидению, выработке стратегий и планированию, что приводит к более предсказуемым результатам работы.

Сектор услуг в экономике растет, в то время как сельскохозяйственный и промышленный секторы сокращаются. Д. Белл условно разделяет занятость на три сектора: первичный (сельское хозяйство), вторичный (промышленность), третичный (услуги). Сектор услуг потребляет ресурсы, произведенные в первичном и вторичном секторах, то есть сектор услуг зависит от производительности в сельскохозяйственном и промышленном секторах. Первичный и вторичный сектор производит материальные товары, которые продолжительно существуют во времени, а также производятся людьми с применением технического оборудования. Третичный сектор производит услуги, которые нематериальны, существуют недолговременно, производятся людьми для людей.

Работа в сфере услуг как взаимодействие людей в информационном обществе противопоставляется производству товаров, в котором занято большинство работников индустриального общества. Если характеризовать

¹ Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. М. : Академия, 1999. с. 19

сектор услуг, можно заметить, что здесь существует разделение труда внутри сектора, которое требует все больше профессий, связанных со сферой услуг.

Обилие информации требует обработки и дальнейшей реализации. Такая информационная деятельность, как работа по исследованию и развитию, программное обеспечение, банковское дело, менеджмент, предоставление данных в режиме он-лайн, реклама, дизайн, — ключевые показатели экономической активности в информационном обществе. Информация и информационная деятельность являются фундаментальным фактором развития современной экономики. Вследствие этого формируется богатый выбор профессий внутри сферы, ориентированной на работу с информацией.

Итак, концепция, связанная со сферой занятости, демонстрирует, что высокий процент работников в информационном обществе занимается информационной деятельностью.

Развивающийся сектор услуг демонстрирует появление новых направлений деятельности. *В дизайне* развивающийся сектор услуг становится активнейшим поставщиком задач, требующих решения, а также сектор услуг становится активнейшим потребителем дизайна. Услуги дизайнеров востребованы, и в этой связи большое количество людей занимается дизайном и работой, связанной с реализацией дизайн-проектов.

Формируется потребность в профессиональных дизайнерах, специализирующихся как на решении крупных задач, так и на решении узкоспециальных задач. Крупные задачи связаны с целостным видением проекта, за их решение несут ответственность художественные руководители, арт-директора или ведущие дизайнеры. Узкие задачи связаны с выполнением конкретных элементов в заданных направлениях проекта: промдизайн, графический дизайн, медиадизайн. Кроме профессиональных дизайнеров для реализации дизайн-проектов привлекаются другие специалисты, без которых в определенных случаях не обойтись: менеджеры, контент-менеджеры, технические писатели, технологи, архитекторы, редакторы, метранпажи, корректоры, иллюстраторы, пиктографисты, шрифтовики, верстальщики, переводчики,

программисты, фотографы, моделлеры, визуализаторы, бета-тестеры, копирайтеры и т.д.

Дизайн как сфера занятости насыщается не только в плане роста работников, предоставляющих дизайн-услуги, но и в плане роста численности и разнообразия клиентов, обращающихся за дизайном. Основными клиентами в сфере дизайна являются как организации, так и частные лица.

Предприятия и люди приобретают предметы промышленного или бытового назначения: мебель, компьютерная и офисная техника, телефоны, посуда, электробытовые приборы, оборудование для производственных площадок или торговых залов, станки или аппараты специального назначения, средства транспорта. Такие предметы являются продуктами промышленного дизайна и распространены повсеместно. Это значит, что промышленный дизайн актуален и наделен характером тотального существования, а промышленные дизайнеры востребованы.

Организации, работающие в сфере услуг, будь то образовательные учреждения, центры здравоохранения, туристические фирмы, салоны красоты, торгово-развлекательные площадки, испытывают потребность в графическом дизайне: в фирменном стиле (константы стиля, деловая документация, сувенирная продукция), в рекламных кампаниях (листовки, афиши, буклеты, каталоги, рекламные ролики), в создании графического образа мероприятий (конференций, акций, конкурсов, выставок). Такие задачи определяют спрос на графический дизайн.

Большая часть клиентов уходит в интернет, то есть организует свою деятельность через интернет (полностью или частично), а это значит, что услуги в области дизайна актуальны как в рамках предметно-пространственной среды, так и в рамках виртуально-медийной среды. Наиболее значимыми направлениями медиадизайна являются веб-дизайн и дизайн приложений. Профессия медиадизайнера существует и развивается благодаря компьютерным и сетевым технологиям, и в культуре сетевого общества является весьма актуальной.

Таким образом, дизайн как сфера занятости населения расширяется, углубляется, дифференцируется. В сетевом обществе дизайнеры сотрудничают не только с сектором промышленности, но и с сектором услуг. Глобальная паутина оказывает непосредственное влияние на дизайн как сферу занятости: благодаря возможностям сети происходит расширение поля деятельности дизайна, возникновение новых практик, новых направлений, новых жанров. Непосредственно виртуально-медийным образом создаются и существуют веб-дизайн, дизайн программных приложений, дизайн компьютерных игр, спецэффекты и анимация для киноиндустрии. Направления дизайна с продолжительной историей пропитываются новой энергетикой, сталкиваясь с виртуально-медийной средой, с сетевыми технологиями. Невозможно не заметить рост количества и качества специалистов, занимающихся дизайном.

Географическая концепция основывается на пространственном критерии и связана с переходом информационного общества на такой уровень развития, который можно именовать как «сетевое общество». Информационные сети связывают различные места и могут оказывать воздействие на организацию пространства и времени. В последнее время сети играют значимую роль в организации общества.

Информационные сети связывают между собой разные точки внутри и вне домов, предприятий, городов, стран и даже всего мира. Наличие электричества и необходимого оборудования позволяет внедрить в жизнь общества информационную кольцевую магистраль, функционирующую на локальном и глобальном уровнях¹.

Социум все дальше погружается в работу сетей, и сами сети развивают свои возможности. Компании или организации, а также отдельные люди могут вести дела в глобальном масштабе благодаря тому, что в сетевом обществе преодолены трудности, связанные с пространственно-временными отношениями².

¹ Barron I. The future with microelectronics: forecasting the effects of information technology / I. Barron, R. Curnow. London : Pinter, 1979. 243 p.

² Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

Информационные сети — важный отличительный признак современного общества. Спутники позволяют связаться с любой точкой мира, базы данных одинаково доступны из Парижа, Лос-Анджелеса, Токио, Москвы или других городов.

Следует заметить, что информационные сети существуют давно: с возникновением почтовой связи, потом телеграфа, телефона. Значительная доля общественной, экономической и политической жизни просто невообразима без информационных сетей. В рамках данного исследования остановим внимание на некоторых особенностях глобальной сети интернет, которая является совокупностью технологических систем, а также передатчиком и аккумулятором различных потоков информации.

Я. Ван Дейк¹ определяет сетевое общество как общество, в котором сочетание социальных и медийных сетей формирует основной способ его организации. Американский социолог М. Кастельс² определяет сети как новую социальную морфологию, а сетевое общество — как общество, где ключевые социальные структуры и деятельность организованы вокруг информационных сетей, основанных на микроэлектронных технологиях.

Рассуждение о сетевом обществе немыслимо без упоминания об идее «глобальной деревни»³, которая образно репрезентирует всемирную паутину. Физическое расстояние между собеседниками в сети нивелируется, а скорость обмена информацией увеличивается. Люди могут реагировать на ситуации, происходящие в мире, в режиме он-лайн и оказываются вовлеченными в чужие дела, словно живут в «одной деревне». Прогресс в телекоммуникациях навязывает миру новый порядок. Распространение информационного обмена по сети на локальном и глобальном уровне среди отдельных пользователей, а также среди общественных, экономических, политических организаций указывает на

¹ Van Dijk J. The network society: social aspects of new media / J. Van Dijk. London: Sage Publications, 2006. 304 p.

² Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; пер. с англ. А. Матвеевой. Екатеринбург : У-Фактория, 2004. 328 с.

³ Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. сангл. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. М.; Жуковский: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с.

становление технологической инфраструктуры, обеспечивающей мгновенные цифровые коммуникации в любое время и в любом месте, где есть необходимое оборудование. Процессы глобализации и интеграции современного общества с помощью интернета позволяют переосмыслить фактор времени и пространства в современном мире.

Интернет дает возможности для он-лайн образования, освоения новой информации и формирования новых знаний, а также способствует развитию демократических процессов. Видеоконференции позволяют исследователям и специалистам, теоретикам и практикам встречаться и делиться знаниями и опытом с коллегами и заинтересованными людьми, находящимися в разных местах нашей планеты. Сегодня различные организации, в том числе, музеи и библиотеки имеют сайты во всемирной паутине. Богатейшие коллекции произведений искусства, памятников культуры стали доступны в цифровом виде для широкой аудитории.

Цифровые коммуникации, возможности совершать информационный обмен в режиме реального времени открывают широкие перспективы для нового общества, по мнению таких авторов, как Б. Гейтс¹ и М. Дертузос². Глобальная сеть содержит большой потенциал для развития экономической сферы человеческой жизнедеятельности. Интернет помогает развитию бизнеса. Благодаря информационным технологиям люди справляются с управлением огромными предприятиями, корпорациями, с представительствами в разных городах и странах. Не выходя из своего офиса, можно вести деловые переговоры с партнерами находящимися в разных точках Земли.

Итак, географическая концепция информационного общества раскрывается вокруг пространственно-временных параметров, изменившихся благодаря возможностям интернета.

¹ Gates B. The Road Ahead / B. Gates. Harmondsworth, NY : Penguin, 1995. 286 p.

² Dertouzos M. What will be: how the new world of information will change our lives / M. Dertouzos, B. Gates. New York, NY : HarperOne, 1997. 384 p.

В интернете появляется множество сайтов, вокруг которых собираются *дизайн-тусовки*: дизайнеры-практики, дизайнеры-теоретики, студенты. Есть сайты с полезной информацией для пополнения теоретической базы дизайнеров. Есть сайты, на которых можно найти практические рекомендации по работе над конкретными задачами, например, над созданием книги, фирменного стиля или интернет-портала. Есть сайты, где можно найти обучающие уроки по работе с программными приложениями. Есть сайты, с помощью которых проводятся дизайнерские выставки и конкурсы. Есть сайты, где размещается информация о конференциях, семинарах или мастер-классах.

Одним из наиболее интересных порталов о дизайне в рунете является сайт kak.ru. На сайте рассказывается об отечественных и зарубежных дизайнерах, о типографике, иллюстрировании, дизайне книг, журнальных обложек, дизайне упаковки, промышленном дизайне, интерактивном дизайне. На сайте приводится множество ссылок на работы дизайнеров, на их персональные сайты или блоги. На сайте kak.ru есть разделы, посвященные информации о текущих выставках, конкурсах, школах дизайна.

behance.net — сайт, на котором размещены портфолио художников, дизайнеров и креативщиков со всего мира. Этот сайт интересен как возможность обмениваться опытом между дизайнерами из разных стран, из разных регионов мира. Здесь можно завести личную страничку и формировать он-лайн портфолио с помощью добавления собственных работ.

artlebedev.ru — сайт студии Артемия Лебедева. Ресурс, на котором можно найти работы студии в области сайтов, графического дизайна, промышленного дизайна, городского дизайна, среды и навигации, интерфейсов, программ, книг, паттернов, шрифтов, продуктов. На сайте artlebedev.ru в разделе «инвентарь» есть полезные находки студии: «матрица идей» — инструмент для борьбы с творческим кризисом, «реформатор» — визуальный редактор текстов.

illustrationmundo.com — сайт, который предоставляет иллюстраторам возможность свободного размещения своих работ в сети. Сайт illustrationmundo.com ориентирован на то, чтобы арт-директора, креативные

директора и другие люди в этой отрасли, которые используют иллюстрации могли выбирать по размещенным портфолио свободных иллюстраторов для сотрудничества.

Дизайнеры в сетевом обществе могут работать удаленно, как фрилансеры, не привязываясь к конкретной организации. В таком случае ценным является профессиональное портфолио, а также наличие опыта работы с крупными компаниями-заказчиками. godesigner.ru — это виртуальная площадка, объединяющая дизайнеров и тех, кому нужны креативные решения. Заказчик здесь создаёт конкурс, а дизайнеры со всего мира предлагают свои варианты. Вознаграждение получает тот, чей вариант в конечном итоге выбрал заказчик. Такая площадка — идеальное место для удаленной работы над дизайном.

talenthouse.com — мировое творческое сообщество, где художники могут заработать деньги и признание за свою работу. Сайт ориентирован на помощь миллионам начинающих художников, дизайнеров, музыкантов, режиссеров и фотографов зарабатывать деньги, создавая искусство.

География дизайна в культуре сетевого общества, который живет в виртуальном пространстве в виде продуктов дизайна, теоретических архивов по дизайну, в виде общения, посвященного дизайну, преимущественно концентрируется внутри интернета и сжимается до его размеров. Среда интернета мультикультурна и одинаково открыта для всех, кто желает в нее внедриться, а значит разные артефакты, разные дизайнерские стили и течения, отдельные явления и целые школы, существуют на равных правах в одно время и в одном месте в глобальной паутине.

Концепция, основанная на критериях культуры, обращается к исследованию количественного и качественного роста культурных феноменов, появляющихся вследствие информационной насыщенности современного мира. М. Маклюэн предсказал наступление эры информационно-коммуникационных технологий и разработал теоретико-методологические принципы ее исследования. В «Галактике Гутенберга»¹ через мозаичский подход к историческим проблемам

¹ Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. К. : Ника-Центр, 2004. 432 с.

М. Маклюэн рассматривает эпоху абсолютной власти визуализации как следствие изобретения алфавита и письменности на его основе.

В дописьменное время информация передавалась посредством устной речи, и народное творчество находило воплощение в былинах и сказках. С изобретением письменности, затем печати усовершенствовались способы хранения и передачи информации, стала развиваться литература. Радио позволило передавать сообщения посредством радиоволн. С появлением телевидения информация стала существовать в заэкранной среде: стал актуальным визуальный, знаково-образный, имейджевый способ передачи информации в сочетании со звукорядом и развивающийся во времени. Компьютерные технологии привнесли в особенности экранной культуры элемент интерактивности. Интернет позволил сосредоточить все ранее изобретенные информационные платформы в одном месте — пространстве виртуальных ландшафтов.

Обращение информации в ежедневной общественной жизни чрезвычайно возросло; ее стало несравнимо больше, нежели когда-либо раньше. В городской среде и в общественных организациях нас окружают рекламные плакаты и афиши, всевозможные вывески и навигационные системы. Торгово-развлекательные центры пестрят декором витрин. А в ночное время город просыпается к новой жизни, наполненной световым дизайном.

Печатные книги, журналы и газеты продолжают находить своих читателей. Однако в ранние 90-е уже появились книги на компакт-дисках с интерактивным содержанием, короткими видеороликами или анимацией. В 1993 был создан кроссплатформенный формат Adobe PDF, преимуществами которого являются точный макет и удобный размер для пересылки по электронной почте. В это же время появляются первые онлайн-ресурсы для загрузки электронных книг. С 2004 года Google оцифровывает книги и предоставляет к ним доступ онлайн через сервис Google books. В 2007 появился смартфон Apple iPhone, а в 2010 планшетный компьютер Apple iPad, и в этой связи интенсивно стали развиваться цифровые издания и приложения для мобильных платформ.

Фирменная идентичность, единый стиль внешних и внутренних коммуникаций — важный элемент успеха компаний, корпораций. Компании, заботящиеся о собственном развитии, не упускают возможность поделиться с клиентами или партнерами визитной карточкой, имиджевым буклетом или брошюрой, где есть адрес электронной почты, ссылка на веб-сайт или корпоративный аккаунт в соцсетях. Корпоративная печатная продукция является неотъемлемой частью деловых отношений в среде с высокой конкуренцией.

Звукозапись позволяет записывать звуковые сигналы. Методы звукозаписи с течением истории подвергались значительным изменениям, а также менялись носители, позволяющие воспроизводить аудиоинформацию. Сегодня записи можно прослушивать с помощью плееров, например, с помощью iPod, которые предоставляют возможность воспроизводить музыкальные, поэтические, прозаические произведения или обучающие курсы.

Радиоприемники можно встретить повсюду: в домах и машинах, компьютерах и портативных гаджетах. Радиостанции, на волну которых можно настроить приемник варьируются от местных до национальных и международных, при этом тематический диапазон станций весьма разнообразен. Радиоиндустрия представляет собой средство распространения информации массового охвата.

Киноиндустрия является не только важным элементом информационной среды, но и занимает значительную часть культуры многих стран, служит важной отраслью экономики. Киноискусство как культурный феномен основан на создании произведений при помощи записи движущихся изображений. Современная киноиндустрия занимается не только фиксацией движущихся изображений, но и созданием спецэффектов, мультипликации. Для просмотра фильмов функционируют кинотеатры, но фильмы также можно смотреть на видеозаписях, по телевидению, на DVD или в интернете.

Телевидение, как массовое средство распространения информации, которое когда-то вещало через один канал, сегодня позволяет выбирать между десятками различных каналов, которые разбиты на категории и страны вещания.

Телевидение использует видеотехнологии, кабельные и спутниковые, а также цифровые технологии.

Персональный компьютер изначально был создан как вычислительная машина. Сегодня компьютеры стали незаменимым элементом практически во всех сферах жизни человека. Трудно представить научно-исследовательские открытия, ведение бизнеса (производство товаров или оказание услуг), деятельность в области медицины и образования, культуры и искусства без использования компьютеров и современной электронной офисной техники. Компьютеры позволяют создавать и вести базы данных, структурировать и обрабатывать информацию, контролировать делопроизводство, выполнять административно-управленческие функции. Персональные компьютеры открывают широкие возможности для организации отдыха и развлечений: для прослушивания музыки, для просмотра фильмов, для чтения книг, для погружения в мир компьютерных игр. В области персональных компьютеров прогрессирует неуклонная экспансия: появляются новые модели настольных компьютеров, ноутбуков, планшетных и карманных компьютеров.

Одним из важных, преобразующих, изменяющих мир технологических изобретений, можно считать всемирную паутину интернет. Необъятная и сюрреалистичная вселенная интернет породила бессчетное число новейших сфер занятости и для большей части людей в мире изменила образ жизни, связанный с образованием, работой, совершением покупок, развлечениями, коммуникациями¹.

Всемирная паутина прошла путь от неизвестности к глобальной вездесущности. В Кремниевой долине происходили события, которые формировали эпоху интернета. В 1989 году в Европейской организации по ядерным исследованиям была изобретена научно-исследовательская сеть — глобальный гипертекстовый проект — английским ученым Т. Бернерс-Ли, которая получила название всемирной паутины. Сеть подразумевала возможность

¹ Download: The True Story of the Internet [Videorecording] / star: John Heilemann; Oxford Scientific Films. USA: Science Channel, 2008.

публиковать гипертекстовые документы, связанные между собой гиперссылками, что позволило легко искать и консолидировать информацию.

Во времена, когда паутина только появилась, она состояла из веб-страниц, которые не содержали ничего, кроме текстовых строк. Интернет существовал исключительно для нердов, ученых, исследователей и академиков. Сегодня глобальная сеть с изобретательными графикой, звуком и видео является обычным делом для большинства людей в мире. Одним кликом мыши можно отправиться по совершенно уникальному пути, и сложно предугадать, в каких местах произойдут остановки.

Идея о том, чтобы все обычные люди могли пользоваться глобальной паутиной, осуществилась в 1993 году благодаря М. Андрессену, выпускнику Иллинойского университета, который вместе с коллегами-программистами создал первый в мире графический веб-браузер Мозаик (Mosaic). Здесь был решен ряд задач, помогающих сделать навигацию по сети более интуитивной, чем прежде: появились возможности использования изображений, аудио и видеoinформации. Браузер можно было скачать бесплатно как подарок человечеству, и он начал распространяться как вихрь, а интернет из неизвестности стал превращаться в вездесущность: от игрушки для фанатов и инструмента для ученых в настоящее средство массовой информации.

Б. Гейтс, соучредитель и генеральный директор самой значительной и фантастически прибыльной компании в области высоких технологий Майкрософт (Microsoft), в течение двух десятилетий установил почти монополию на операционные системы для персональных компьютеров и практически в тиски захватил всю компьютерную индустрию. Паутина стала киберпространством, как широкая скоростная трасса, вызывающая восторг. В ней можно попасть практически всюду, куда поведет любопытство. Б. Гейтс решил, что информационное шоссе должно стать платной дорогой, где все контрольные посты принадлежат Майкрософт, а пользователи должны платить за проезд.

Идея Б. Гейтса была проста и крайне амбициозна: персональный компьютер на каждом столе, в каждом офисе, в каждом доме, и каждый из этих компьютеров

управляется программой Майкрософт. В 1993 году его мечта стала невероятно близка к реальности: подавляющее большинство компьютеров мира работало под управлением Майкрософт Виндоус (Microsoft Windows).

В 1993 году интернет никто не знал и не любил, за исключением узкого кружка компьютерных хакеров и ученых. К 1995 году ситуация кардинально изменилась. Благодаря невероятному мастерству и энергии инженеров из Кремниевой долины интернет начал превращаться в масштабное явление, технологически сопоставимое по значимости с телевидением и печатной прессой.

Интернет, как глобальная мировая система, позволяющая хранить и передавать информацию, а также совершать различные информационные операции, сосредотачивает в себе возможности и особенности предшествующих информационных платформ, существовавших в арсенале человечества до изобретения всемирной паутины. Интернет постоянно живет, движется, расширяет свои активные возможности.

Развитие можно увидеть и относительно особенностей доступа к глобальной сети интернет. Практически из любой геопозиции можно выйти в интернет с помощью мобильных устройств. Мобильный интернет позволяет находиться в сети в самых разнообразных ситуациях, например в дороге или в путешествии.

Через интернет можно слушать музыку, смотреть фильмы, общаться, совершать покупки в интернет-магазинах. В поисковых системах интернета можно искать информацию на любую тему. С помощью он-лайн переводчиков можно быстро и мягко миновать языковые барьеры в случае, если интересующая информация доступна в сети только на каком-либо иностранном языке. Кроме того, интернет представляет собой открытую информационную площадку, которую можно наполнять собственным участием в виртуальной жизни, в жизни по сети, например, за счет создания веб-сайтов или персональных страниц в социальных сетях или блогах.

Таким образом, концепция, основанная на критериях культуры, раскрывается вокруг информационного взрыва, связанного с наполнением культуры новыми и новыми феноменами.

В информационно нагруженной обстановке, где культура пропитана миксом из старых и новых информационных платформ, из старых и новых медиа, апогеем информационной насыщенности является глобальная сеть интернет. Технические возможности компьютерных технологий и интернета способствуют прогрессу *дизайна* в направлении мультимедийных и сетевых ландшафтов, а также способствуют изменению традиционных видов дизайна. Возникают новые формы дизайна в материальной среде инновационные виды дизайна в виртуальном пространстве.

Дизайн как набор культурных артефактов существует сегодня как в физическом, так и в виртуальном пространстве. Но, в связи со спецификой сетевого общества, важно сосредоточиться, преимущественно, на особенностях мультимедийного дизайна. Создавая цифровые проекты, дизайн меняет мир, наполняет его новыми культурными артефактами. Актуализируются технико-эстетические вопросы: какими средствами или инструментами создаются образы, выстраиваются визуальные коммуникации в мультимедийной среде. Одним из значимых аспектов развития медиадизайна является программное обеспечение, позволяющее дизайнерам работать с двумерной и трехмерной графикой.

Для работы с двумерной графикой и анимацией компания Adobe выпускает целый пакет приложений. Photoshop — многофункциональный графический редактор, который, преимущественно, работает с растровыми изображениями, однако имеет некоторые векторные инструменты. Illustrator — редактор векторной графики. InDesign — настольная издательская система, которую используют художники и верстальщики периодики и книг. Dreamweaver — HTML-редактор, позволяющий создавать и редактировать сайты. Flash — мультимедийная платформа для создания рекламных баннеров, анимации, игр. Premiere Pro — видеоредактор для нелинейного видеомонтажа. After Effects — программное обеспечение, позволяющее редактировать видео и динамические изображения и широко применяющееся в создании рекламных роликов, музыкальных клипов, в производстве титров для фильмов и в целом ряде других задач, где требуются цифровые видеоэффекты.

Для работы с трехмерной графикой и анимацией крупнейшим в мире поставщиком программного обеспечения является компания Autodesk. 3D Studio MAX — полнофункциональная профессиональная программная система для создания и редактирования трёхмерной графики и анимации. Maya — редактор трёхмерной графики, чаще всего используемый в кино и телевидении. Softimage — полнофункциональный редактор трёхмерной графики для моделирования, анимации и создания спецэффектов в кино, видеоиграх, в рекламной индустрии для создания персонажей, объектов и окружения.

Вышеперечисленные пакеты для работы с графикой и анимацией существуют в цифровой среде, постоянно расширяют свои возможности, а значит, и расширяют возможности дизайна. Дизайн как дуальность технических и манипулятивных потенций дифференцированно работает в разных областях. В области интерфейсов и программных приложений для разработчиков дизайн нацелен на функциональность и решение задачи кратчайшим способом. Например, интерфейс поисковой системы адаптирован для быстрого получения информации по запрашиваемой теме. Штатный интерфейс обучающей платформы для летчиков позволяет пройти первоначальный этап обучения, наращивать и поддерживать профессиональное мастерство летчиков по пилотированию и боевому применению авиационных средств поражения. В области рекламы дизайн функционирует с целью увеличить прибыль от продаж рекламируемых товаров или услуг. Образы в рекламе работают на мотивацию аудитории на какой-то поступок (например, на совершение покупки). Вопрос об эстетике изображений, образов смещается в сторону эффективности решаемых с их помощью задач.

Мы рассмотрели концепции информационного общества, основанные на различных критериях, и условимся, что высшей ступенью развития информационного общества на сегодняшний день можно назвать появление и распространение интернета как глобальной сети, и как следствие, формирование сетевого общества. Сетевое общество можно охарактеризовать наличием таких признаков как сетевые взаимодействия, плюрализм, гетерархичность, открытость,

постоянное изменение социокультурного пространства, наличие виртуальной жизни. Динамические сетевые отношения включают в себя социальные и культурные трансформации, где адаптивность и необходимость постоянного освоения новых условий являются отличительными аспектами сетевого общества.

Проблемы, возникающие в процессе совершенствования интернет-технологий, в процессе жизни сетевого общества, активно обсуждаются исследователями во всем мире. В настоящей работе интерес к изучению интернета обусловлен проблематикой, связанной с влиянием глобальной сети на развитие дизайна как частного проявления культуры. По мнению французских мыслителей Ж. Делеза и Ф. Гваттари на смену системе как семантически централизованной структуре приходит ризома как нелинейный, неструктурный способ организации целостности. Для сетевой организации характерны множественности, линии, страты и сегментации, линии ускользания и интенсивности.

Интернет — это питательная среда для современной культуры. Интернет — это пространство, которое не поддается классификации, которое не имеет постоянной структуры, «пространство без центра и без дна, без конца и без начала — пространство со множеством входов и выходов (ни один из которых не является главным), где встречаются для свободной игры гетерогенные культурные коды». Интернет — это возделенная зона свободы, это зона «полилога, который ведут между собой равноправные культурные голоса»¹.

Интернет как наиболее динамично развивающаяся площадка для массовых коммуникаций становится доминирующим по актуальности источником сведений о произошедших или происходящих в мире событиях. В интернете концентрируются разного рода культурные архивы, обличенные в цифровой вид, а также транслируются образы и идеалы современной культуры.

Обобщая все вышесказанное, нужно заметить, что экспансия информационных платформ, совершенствование технологий сказываются на

¹ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М. : Издательская группа «Прогресс»: «Универс», 1994. С. 40–43

развитии дизайна, позволяют ему быть постоянно включенным в процесс обновления линий промышленных изделий, в процесс создания и развития идентификации производителей, в процесс ведения рекламных компаний, нацеленных на продвижение брендов, или в процесс создания новых функциональных решений различных задач эргономично, технологично и эстетично.

В первом параграфе мы исследовали социальный фон условий формирования дизайна, проанализировали некоторые критерии сетевого общества в аспекте их влияния на развитие дизайна. Мы рассмотрели, что представляет собой сетевое общество: как оно появилось, какие ракурсы сетевого общества затрагивают различные исследователи. Рассмотрев особенности сетевого общества, выяснили, что одним из его основополагающих признаков является сеть интернет. Конец XX — начало XXI века — время, когда компьютерные, информационные, коммуникационные, сетевые технологии оказывают огромное влияние на трансформационные процессы в культуре.

Формирование сетевого общества влияет на трансформацию феномена дизайна. В связи с этим мы провели анализ основных тенденций развития сетевого общества, которые предопределили специфику современного дизайна. Проведенный авторский анализ позволяет выделить следующие направления трансформации дизайна в культуре сетевого общества.

Технологические трансформации дизайна в информационно насыщенном пространстве связаны с функционированием дизайна в мультимедийной, виртуальной среде, где актуализируется работа с компьютерными, информационными, коммуникационными, сетевыми технологиями; с постоянным расширением возможностей дизайна на основе многообразия и вариативности инструментов и технологий; с проектированием продуктов, направленных одновременно на разные перцептуальные каналы (аудиальные, визуальные, тактильные и т.д.)

Трансформации дизайна в развивающемся секторе услуг проявляются в следующих аспектах: формирование потребности в профессиональных

мультимедийных дизайнерах, специализирующихся как на решении крупных задач (целостное видение проекта), так и на решении узких задач (выполнение конкретных элементов в заданном направлении проекта); насыщение дизайна как сферы услуг не только в плане роста работников, предоставляющих дизайн-услуги, но и в плане роста востребованности дизайна (роста численности и разнообразия клиентов); развитие медиадизайна и рост занятости населения в направлениях веб-дизайна, дизайна приложений, дизайна компьютерных игр, дизайна для рекламы и кино с использованием цифровых технологий.

Трансформации дизайна в русле географических изменений сетевого общества раскрываются в изменении пространственно-временных параметров бытия человека: пространство и время сжимаются, когда глобальная паутина собирает в одно время и в одном месте петабайты контента, посвященного дизайну: плюрализм и вариативность дизайнерских сайтов в интернете; масштабное развитие дизайна в практическом и теоретическом направлениях; разнообразие дизайнерских выставок и конкурсов; обилие обучающих материалов по дизайну (книг, видеоуроков, интерактивных курсов); возникновение возможностей удаленной работы для дизайнеров на основе компьютерных и сетевых технологий; формирование виртуальных площадок, объединяющих дизайнеров и потребителей, которым нужны креативные решения; рост профессионализма работников дизайн-индустрии.

Трансформации дизайна в рамках культурных изменений информационного и сетевого общества связаны с информационной насыщенностью современного мира: прогресс дизайна в направлении мультимедийных и сетевых ландшафтов; изменение традиционных видов дизайна; развитие программного обеспечения для медиадизайна, которое позволяет дизайнерам работать с двумерной и трехмерной графикой и анимацией в цифровой среде; появление новых жанров дизайна, новых цифровых артефактов (сайты, книги, сервисы, приложения).

Развитие интернета, а также экспансия информационных платформ приводят к интенсификации потоков даты, разрастанию сетевого общества, повышению актуальности виртуальной жизни, переменам в области дизайна.

Направления дизайна трансформируются, сталкиваясь с виртуально-медийной средой, с компьютерными и сетевыми технологиями. В сетевом обществе происходит виртуализация коммуникаций, что в свою очередь влияет на развитие дизайна. В следующем параграфе рассмотрим дизайн в культуре сетевого общества как модусы виртуального общения.

1.2 Дизайн в интернете: модусы виртуального общения

Современный дизайн как коммуникативная среда и как часть современной культуры характеризуется сложностью, противоречивостью и динамичностью развития, что обусловлено функционированием дизайна в двух реальностях. Некоторые модусы дизайна сегодня, как и в эру индустриализации, существуют в материальном мире и являются частью материальной культуры; другие модусы дизайна существуют в виртуальной среде и, следовательно, являются частью виртуальной культуры. В связи с этим нам представляется важным исследовать виды современной виртуальной коммуникации, так как они оказывают определяющее влияние на дизайн. Согласно замыслу, первая часть данного параграфа посвящена описанию специфики виртуальных коммуникаций в сетевом пространстве. Вторая часть параграфа посвящена анализу трансформации дизайна, включенного в систему виртуальных коммуникаций.

Феномен коммуникации в современном мире — это один из важнейших, фундаментальных компонентов системы взаимоотношений человека с обществом и культурой. Общение, коммуникации представляют собой сложный, многофункциональный и многогранный пласт человеческой жизни. Сетевое общество отличается от индустриального общества технологическими возможностями, позволяющими совершать коммуникации в виртуальном пространстве.

Виртуальные коммуникации — это способ взаимодействия, при котором контакт между пользователями опосредован компьютерами или переносными устройствами, подключенными к глобальной сети, и осуществляется в пространстве виртуальной реальности.

Виртуализация пространства как создание площадки, объединяющей накопленные знания, направлена на решение проблемы информационного взрыва¹. Желание человека сохранять опыт предшествующих поколений оказало влияние на развитие средств массовой коммуникации и увеличение скорости информационного обмена.

Самым динамично развивающимся средством коммуникации сегодня является глобальная сеть интернет, которая обладает широчайшими возможностями для организации общения. Появление новых средств коммуникации происходило на протяжении истории развития человечества: от наскальных рисунков до письменности, печати, телеграфа, телефона, радио, телевидения, интернета. В культуре сетевого общества широко распространено интернет-опосредованное общение как форма социокультурного взаимодействия².

Интернет как наиболее динамично развивающаяся площадка для массовых коммуникаций становится доминирующим источником сведений о произошедших или происходящих в мире событиях³. В виртуальном пространстве сетевых взаимодействий накапливаются определенные представления о мире. В этом смысле интернет является влиятельным средством массовых коммуникаций. В интернете концентрируются разного рода культурные архивы, обличенные в цифровой вид и образы, эталоны, идеалы современной культуры.

Жизнь современного социума в целом и в частности жизнь специалистов, занятых в сфере проектирования, услуг, информации, например, дизайнеров, заполнена компьютерными технологиями, и интернет занимает в ней особую

¹ Наумова Д.Н. О процессах коммуникации современного общества / Д.Н. Наумова // Уч. зап. Орлов. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. 2012. № 4. С. 139–141.

² Бочарова Т.А. Сетевое общение: особенности конструирования социокультурного взаимодействия / Т.А. Бочарова // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. 2013. № 4–2. С. 28–30.

³ Лобанова Ю.В. От телевидения к интернету: открытая стратегия коммуникации / Ю.В. Лобанова // Точки над ё. 2012. № 1. С. 74–77.

роль. Интернет как информационная сеть и система коммуникации, используется для различных видов деятельности среди дизайнеров. Интернет предлагает специфические способы общения и способствует социальному взаимодействию среди индивидов и профессиональных сообществ.

Интернет-технологии позволяют формировать группы дизайнеров для общения, установления и поддержания социальных контактов, поиска информации, организации коллективной творческой деятельности, планирования общественных мероприятий, реализуемых в интернете или в реальной жизни. Информационные технологии позволяют обмениваться продуктами культуры, в том числе, продуктами дизайна между разными странами, между разными традициями.

Общение по интернету, опосредованное компьютером, происходит в пространстве виртуальной реальности, открытом для творческого свободного проектирования. Глобальная сеть предоставляет широкие возможности для конструирования новых форм социального взаимодействия. Развитие компьютерных технологий обеспечивает возможности для создания новых модусов хранения и передачи знаний. Развитие программных приложений упрощает поиск, хранение, управление, обмен информацией.

Коммуникации в сети допускают открытое общение людей, неограниченное различиями по географии участников, по их местонахождению. Возникновение и рост сообществ, формируемых на основе схожих интересов, целей, — характерный элемент культуры сетевого общества. Участники сообществ могут быть представителями разных социальных групп, могут придерживаться разных культурных ориентиров. Каждый индивид, находящийся в виртуальном пространстве, может жить одновременно в нескольких параллельных реальностях, коммуницировать в различных информационных потоках.

Технологическое развитие способствует тому, что в сетевом обществе наряду с возможностью устанавливать социальные связи, поддерживаемые в физической реальности, у человека появляется возможность участвовать в социальных взаимодействиях в пространстве виртуальной реальности.

Виртуальное пространство в сетевом обществе представляет собой открытую коммуникативную среду, подвижную, непрерывно меняющуюся. Если обратиться к дефинициям термина «виртуальный», среди прочих можно найти такие: несуществующий в реальности, придуманный воображением, вероятностный, возможный. Тема виртуальности весьма сложная и неоднозначная. В данном параграфе обозначим лишь, что под виртуальным пространством будем понимать вселенную, организованную по ту сторону экранов компьютеров, планшетов и других гаджетов.

Темп общения между людьми в культуре сетевого общества нередко ускоряется, а содержание сжимается. Виртуальные коммуникации через интернет вытесняют живое общение, завоевывая внимание и интересы людей. Парадоксально, как работает виртуальное общение: с одной стороны мы поддерживаем контакты с родственниками, друзьями или коллегами по всему миру посредством лаптопов, планшетов или телефонов, с другой стороны сокращаем время коммуникаций с людьми, которые окружают нас в физической реальности.

Проблемы коммуникаций в мире электронных устройств разрабатывали Н. Луман, М. Кастельс, М. Маклюэн, А. Турен, Ю. Хабермас, У. Эко. Общество в работах этих исследователей представлено как мир общения, а средства и технологии коммуникации — инструмент, с помощью которого человек может взаимодействовать с миром и другими людьми.

Интерес к изучению проблем коммуникации нашел свое отражение в исследованиях М. Маклюэна¹. Коммуникация, по М. Маклюэну, — это сердце нашей жизни. Развитие средств коммуникации детерминирует смену эпох. М. Маклюэн выделяет три этапа в развитии средств коммуникации: коммуникации, осуществляющиеся посредством фонетического алфавита, коммуникации, осуществляющиеся посредством печатного слова, коммуникации, осуществляющиеся посредством электронных технологий. Коммуникация воздействует на наши чувства и мысли и отпечатывается на них. Новые средства

¹ Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. Киев : Ника-Центр, 2004. 432 с.

коммуникации принципиально изменяют стиль жизни, изменяют способы восприятия информации, изменяют самого человека. До изобретения печатного станка, когда коммуникации осуществлялись посредством устной речи, в восприятии участвовали преимущественно органы слуха. Со времен средневековья, с наступлением эпохи книгопечатания, коммуникации влияют на чувства и мысли людей в массовых масштабах; печатная речь актуализирует визуальное восприятие. В современную эпоху электричество посредством электронных средств коммуникации мгновенно связывает людей во всем мире, упраздняет пространство и время; мир сужается до «глобальной деревни». Электронные средства коммуникации являются продолжением нервной системы человека и преобразуют жизнь человека в разных аспектах.

Люди, занятые в индустрии массовых коммуникаций, знают о той мощи, которой обладают средства коммуникации. В 60-е годы XX века телевидение было самым быстро развивающимся направлением массовых коммуникаций. Телевидение изменило способы контактирования с информацией: восприятие информации с экрана телевизора происходит посредством органов зрения и слуха, при этом другие органы чувств не участвуют в процессе восприятия информации. Телевидение — серьезное средство коммуникации, которое актуализирует аудиовизуальный способ восприятия информации.

В наши дни радикально изменились способы и средства информационного обмена, а также способы и средства коммуникации. Тотальное разрастание интернета, экспансия сигналов мобильной и спутниковой связи детерминируют трансформации в коммуникативном опыте современного человека. М. Кастельс¹ говорит о «пространстве потоков» как современной коммуникативной онтологии и «пространственной логике», по которой живет эта онтология.

Организация современной социокультурной жизни соткана из полифонии голосов, звучащих нелинейно, фактурно, рандомно. Окружающая среда представляет широчайший спектр направлений и возможностей восприятия и

¹ Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; пер. с англ. А. Матвеевой. Екатеринбург : У-Фактория, 2004. 328 с.

осмысления действительности. Различные информационные потоки, вплетенные в жизнь субъекта в культуре сетевого общества, складываются в причудливую мозаику разных тем для разговоров, разных мировоззрений, разных языков, разных стилей мышления и жизни, обогащающихся или обедняющихся за счет смешивания.

М.М. Кузнецов¹ с философской точки зрения рассматривает новые структуры коммуникативного опыта, сложившиеся к концу XX — началу XXI века в результате бурного развития информационных технологий, основываясь на исследовательских стратегиях Т. Адорно и М. Маклюэна. Исследователь находит взаимосвязь между когнитивной деятельностью и коммуникативными практиками, а также анализирует роль коммуникации в формировании стереотипов поведения и мышления.

Специфической особенностью, характерной для коммуникаций в виртуальной среде служит интерактивная природа взаимодействия с доступным в интернете массивом информации. Использование информационных и коммуникационных технологий предлагает изобилие контента по любым вопросам, затрагивающим жизненные интересы субъекта.

Рассматривая виртуальный дискурс, И.Н. Загоруйко² утверждает, что главной средой его функционирования является пространство интернета, а также отмечает, что эволюция электронных технологий приводит к развитию способов коммуникации, однако, виртуальная реальность не имеет силы воздействия на подлинную реальность. На наш взгляд, виртуальная и физическая реальность не являются взаимоисключающими; они существуют параллельным образом. Физическая реальность порождает виртуальную, но и виртуальная реальность влияет на структуру физической реальности. Виртуальная реальность — пространство, в котором коммуникации, информационный обмен осуществляются в массовых масштабах. Велика вероятность, что информация,

¹ Кузнецов М.М. Опыт коммуникации в информационную эпоху. Исследование стратегии Т. Адорно и М. Маклюэна / М.М. Кузнецов ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. М. : Изд-во ИФРАН, 2011. 143 с.

² Загоруйко И.Н. Интернет-дискурс в современном коммуникационном пространстве / И.Н. Загоруйко // Вестн. Костром. гос. ун-та им. Н.А. Некрасова. 2012. Т. 18, № 3. С. 56–60.

адресованная широкой аудитории, найдет отклик у определенных субъектов, оказывая влияние на их мировоззренческое состояние. Дизайн задает базовые параметры визуального облика виртуальной реальности и таким образом формирует эстетику окружающего пространства.

Большой интерес к исследованию виртуальных коммуникаций, или виртуальной культуры, объясняется тем, что интернет в современном мире играет неоспоримо значимую роль. Активное развитие глобальной сети приводит к распространению новой формы представления и восприятия текстовой информации — форме гипертекста.

В гипертекстуальном коммуникативном пространстве первоочередная роль принадлежит языку. Гипертексты представляют собой хранилища смыслов, которые выражаются через язык и транслируются в пространстве интернета¹. Гипертекст как своеобразная текстуальная парадигма ориентирован на постоянную циркуляцию множественных одновременных информационных потоков. Гипертекст в виртуальном пространстве может быть представлен не только в форме традиционного текста, но и в форме визуальной, аудиальной или гибридной информации.

Гипертекст — информация, организованная нелинейным образом: это структура, которая разветвляется и позволяет пользователю самостоятельно выбирать траекторию восприятия данных. В рамках такой структуры тексты преодолевают формальную обособленность и объединяются друг с другом путем создания связей между ними.

По мнению У. Эко², гипертексты в интернете беспредельны и бесконечны. Каждый пользователь может участвовать в пополнении содержания — здесь исчезает традиционное понятие авторства и открывается поле для свободного творчества.

¹ Саяпин В.О. Смысловые реалии гипертекста в виртуальной коммуникации / В.О. Саяпин // Вестн. Перм. ун-та. Философия. Психология. Социология. 2012. № 3. С. 105–113.

² Эко У. От Интернета к Гутенбергу : текст и гипертекст [Электронный ресурс] // Philosophy.ru : Философский портал. Электрон. дан. [Б.м.], 2014. URL : <http://philosophy.ru/library/eco/internet.html> (дата обращения: 22.09.2014)

Сетевые коммуникации представляют собой глобальную систему информационного взаимодействия. Организация социальной реальности в сетевом обществе носит динамичный характер, обусловленный соотношением социального и технологического аспектов. Общение с помощью интернета является характерной компонентой для культуры современности. Характерные черты сетевой коммуникации рассматривает А.М. Лещенко¹, анализируя ее энтропийность и аксиологическую значимость в современном обществе.

Состояние современного социума можно представить как сетевую структуру. Сеть — это мириады взаимосвязанных узлов, которые одновременно и гибко могут взаимодействовать друг с другом. Понятие сеть конституирует изменения, затронувшие практики коммуникации и организацию человеческих общностей. Характер и структура сетевых коммуникаций позволяет общаться на массовом, специализированном, межличностном, интраперсональном уровне.

Энтропийность сетевых коммуникаций обусловлена возможностью сохранять анонимность и пренебрегать общественными нормами. В отличие от традиционных средств массовой информации в интернете источники сообщений не всегда персонализированы.

Виртуальное общение создает субъектно ориентированную реальность, объединяющую мозаичность мотиваций, интересов, мнений участников коммуникаций. Пространство виртуальной реальности — поле взаимодействия разных правил, разных смыслов, разных интерпретаций.

Глобальные визуальные коммуникации являются условием для возникновения нового перцептаульного вызова². Перцептуальный вызов обращен непосредственно к субъекту и приводит к необратимым изменениям внутренней реальности субъекта, являясь следствием трансформаций в области роста объема внешней реальности.

¹ Лещенко А.М. Энтропийность сетевой коммуникации и ее аксиологический статус в современном обществе / А.М. Лещенко // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2011. № 6. С. 268–275.

² Родькин П.Е. Новое визуальное восприятие / П.Е. Родькин. М. : Юность, 2003. 172 с.

Мышление становится все больше визуальным, и виртуальное пространство интернета пользователи часто интерпретируют через метафорические термины¹. Разнообразные образные репрезентации интернета раскрывают богатство его ипостасей и функций: дебри, лес, море как пространство виртуальных коммуникаций; паутина, сеть, лабиринт как структура пространства; архив, библиотека, свалка как хранилище информации; кухня, кафе как место для общения; деревня, город как место жизни. Оценки и суждения пользователей указывают на явность неоднозначного восприятия многоаспектной, сложной новой коммуникационной среды.

Ключевые тенденции развития интернет-аудитории связаны с тем, что пользователи сосредотачиваются на тех или иных сетевых ресурсах в зависимости от функциональной и тематической направленности ресурсов². Распространение интернета наиболее плотно концентрируется в крупных городах. Самую большую аудиторию аккумулируют четыре группы ресурсов: поисковые ресурсы, порталы, социальные сети, почтовые сервисы.

Основная возрастная группа пользователей глобальной паутины состоит из людей в возрасте от двенадцати до сорока четырех лет; при этом доля активных пользователей постоянно возрастает, а также увеличивается количество пользователей мобильным интернетом. Мобильный интернет делает общение в сети еще более легким, динамичным и доступным в любом месте, в любое время.

Пространство виртуальных коммуникаций является особой частью культуры. Оно отличается от физического мира своими уникальными особенностями. Пространство виртуальных коммуникаций необъятно и энтропийно, наполнено неупорядоченными, хаотичными процессами, обусловленными тем, что в них участвуют миллионы пользователей сети по всему миру.

¹ Какорина Е.В. Метафоры Интернета в речи компьютерных пользователей / Е.В. Какорина // Человек и язык в коммуникативном пространстве : сборник научных статей. 2013. Т. 4, № 4. С. 145–150.

² Кузнецова Е.П. Всемирная паутина в цифрах. Аудитория Интернета в России / Е.П. Кузнецова // Телескоп : журнал социологических и маркетинговых исследований. 2011. № 3. С. 40–44.

Внутри сложной организации виртуальной коммуникации, пестрой и разноплановой, следует понять основные ее механизмы. Одним из механизмов понимания устройства виртуального общения в дескриптивно-аналитическом ракурсе является выявление жанров виртуальной коммуникации.

Рассмотрим особенности некоторых жанров виртуального общения. На наш взгляд, внимание следует остановить на таких жанрах как чат, форум, блог, электронная почта, новостная лента, персональный сайт, корпоративный сайт-визитка, интернет-магазин, сетевые многопользовательские компьютерные игры, скайп, социальная сеть.

В интернете существует множество сервисов, которые реализуют простейший способ общения в режиме реального времени — *чат*. Чат представляет собой обмен мгновенными сообщениями, набираемыми с клавиатуры, и позволяет общаться с определенными посетителями тет-а-тет или участвовать в общей беседе. Чат можно встретить не только как отдельный сервис, но как часть многофункциональной системы. Например, в социальных сетях фейсбук или вконтакте есть функция чата для обмена быстрыми сообщениями между пользователями сети.

Форум как класс веб-приложений позволяет организовать общение посетителей сайта. Посетители могут создавать собственные темы, внутри которых публикуют сообщения: комментируют заявленную тему, задают вопросы или отправляют ответы. Сообщения хранятся в базе данных форума, и читать их могут как участники форума, так и любые пользователи интернета. Тематический диапазон форумов не ограничен, может охватывать любые сферы жизни как общепонятные, так и узкоспециальные.

Блог представляет собой электронный дневник, где основное содержимое состоит из регулярно добавляемых записей в виде текста, изображений или мультимедиа. В блоги чаще всего публикуют записи, имеющие временную, недлительную значимость. Записи упорядочены как последовательность сообщений в хронологическом порядке, когда сверху находится самая свежая публикация. Блоги открыты перед широкой публикой и предполагают, что

сторонние читатели могут вступать в полемику с автором в комментариях или в собственных блогах. Тематическая направленность блогов может быть разнообразной. Одной из наиболее крупных в рунете блог-платформ является живой журнал, или жж. Если говорить о блогах в жж, связанных с дизайном, можно обратить внимание на блоги таких авторов, как А. Лебедев (<http://tema.livejournal.com/>), С. Серов (<http://sergeserov.livejournal.com/>), Ю. Гордон (<http://yurigordon.livejournal.com/>). Дизайнеры часто затрагивают такие темы, как дизайн-проектирование, дизайн-образование, современные технологии, культура, искусство, визуальные коммуникации, шрифт (Рисунок А. 5) и т.д.

Электронная почта — способ пересылки цифровых данных, называемых электронные письма, между абонентами, используемый в деловой и личной переписке. Среди бесплатных почтовых сервисов можно назвать Hotmail от компании Microsoft или Gmail от компании Google.

Новостная лента — формат данных, представляющий собой подборку анонсов свежего контента из различных сайтов и блогов. В новостных лентах дается краткое описание информации, появившейся в сети и ссылка на ее полную версию. Пользователь может подписаться на ленты, анонсирующие события из определенных тематических категорий.

Персональный сайт — сайт, посвященный конкретному человеку и содержащий сведения биографического характера и сведения об оказываемых услугах. В наличии персонального сайта чаще всего заинтересованы люди, которым требуется самореклама: артисты, музыканты, фотографы, художники, дизайнеры и т.д. Персональный сайт нацелен на презентацию личности; на поиск клиентов, покупателей, спонсоров или работодателей; на прямое общение с аудиторией. Дизайн персонального сайта может быть чистым, минималистичным, например, дизайн сайта иллюстратора В. Меламеда: mlmd.ru/clmn/about/ (Рисунок А. 6), а может быть эстетически необычным и технически сложным, например, дизайн сайта исландской актрисы и музыканта Бьорк: <http://www.bjork.com/> (Рисунок А. 7).

Корпоративный сайт-визитка — портал, представляющий собой визитную карточку компании и позволяющий формировать репутацию компании. Корпоративный сайт может использоваться как рекламная площадка деятельности компании в глобальной сети и как инструмент укрепления узнаваемости бренда.

Большинство компаний, занимающихся производством товаров или оказанием услуг, имеют в сети собственный официальный веб-сайт. Еще в индустриальную эпоху стало ясно, что каждая компания нуждается в уникальной, неповторимой идентичности, которая бы позволяла клиентам узнавать ее среди прочих. Идентичность — это часть философии компании, часть брендинга. Брендинг направлен на формирование у клиентов лояльного отношения к компании, на то, чтобы клиенты снова и снова обращались за товарами или услугами именно в эту компанию. Иными словами, предпринимательская деятельность направлена на получение прибыли, и брендинг — один из мощнейших инструментов привлечения потребителей.

В виртуальной среде бренды существуют на веб-сайтах. Дизайн корпоративного сайта строится, чаще всего, на основе константных элементов фирменного стиля компании, таких как логотип, фирменные цвета, шрифты, сетки, пропорции. Корпоративный сайт может использоваться не только как презентация компании в интернете, но и как рекламное место, сообщающее о событиях, мероприятиях, акциях, проводимых компанией. Реклама на сайтах часто существует в виде баннеров, статичных или анимированных и является одним из продуктов коммуникативного дизайна. Альтернативой или дополнением к такому роду рекламы служит корпоративная рассылка по электронной почте, направленная на личные уведомления клиентов о событиях или акциях. Еще одним рекламным ходом являются виртуальные открытки, содержащие поздравления с государственными праздниками или днем рождения клиента и напоминающие о компании.

Профессиональная презентация компании, грамотные коммуникации в сети могут способствовать росту успеха компании, в то время как случайные

коммуникации, случайные визуальные образы, не соответствующие целям и философии компании, могут способствовать формированию неоднозначной репутации компании, а также могут служить тормозом в ее развитии. В цифровой среде информационные ресурсы могут постоянно обновляться и отражать происходящие события в режиме реального времени.

Интернет-магазин — сайт, который позволяет совершать покупки через интернет. Здесь можно поместить товары в виртуальную корзину, сформировать заказ, выбрать способ оплаты и доставки, оплатить заказ. Интернет как инструмент для продажи товаров и услуг позволяет предпринимателям устанавливать прямой контакт с покупателями и клиентами в режиме реального времени. Официальный магазин Apple Store (store.apple.com) занимается продажей техники, которую дизайнеры используют в профессиональной работе: Mac, iPad, iPhone и т.д. (Рисунок А. 8). В интернет-магазине Amazon (amazon.com) можно купить различные книги, в том числе, книги о дизайне. На сайте компании Adobe (adobe.com/ru/products/catalog.html) продается программное обеспечение для дизайнеров, фотографов, иллюстраторов, верстальщиков и других специалистов, работающих с визуальными коммуникациями.

Сетевые многопользовательские компьютерные игры — игры, в которые одновременно может играть множество человек, находящихся в любых точках земного шара с условием подключения к интернету.

Компьютерные игры являются направлением, эффектно демонстрирующим развитие интерактивного дизайна. Индустрия компьютерных игр открывает широкие просторы для реализации творческого потенциала. Создание игры — командный процесс и для того, чтобы интересная задумка стала успешно реализованным проектом, нужна слаженная работа специалистов.

В процессе создания игр задействуются, как правило, различные специалисты, такие как сценаристы, художники, дизайнеры, программисты, саунддизайнеры, отвечающие за различные этапы проектирования игры. Сценарист продумывает сюжет: предысторию, характеры персонажей, диалоги. Для того чтобы игра получилась увлекательной, сценаристу важно понимать

основы драматургии, а также обладать богатой фантазией, увлекаться литературой или журналистикой. Художник рисует окружение (мир или миры), персонажей, костюмы, предметы, оружие, а также визуализирует сценарий. В обязанности дизайнера входит работа в цифровом пространстве с созданием окружающей среды, персонажей, артефактов, графического интерфейса. Программист берет на себя решение технических задач: «оживляет» среду и персонажей в соответствии со сценарием. Саунддизайнер с помощью музыки и звуковых эффектов наполняет игру эмоциональностью или драматизмом.

Компьютерные игры нередко создаются по мотивам фильмов или книг, и в определенном смысле являются самостоятельным видом искусства.

Одним из наиболее распространенных программных приложений, предназначенных для виртуального общения, является *скайп*. Общение осуществляется с собеседниками, которых можно найти, воспользовавшись функцией поиска и добавить в список контактов. Скайп обеспечивает возможность обмена мгновенными текстовыми сообщениями, файлами или ссылками на ресурсы интернета, а также обеспечивает возможность совершать аудио- или видеозвонки через интернет. Видеозвонок — сеанс связи между людьми, находящимися в географически различных местах. Видеосвязь удобно использовать в деловом и личном общении, она позволяет воспроизводить и слышать речь или звуковые сигналы, а также посредством веб-камеры собеседники имеют возможность видеть друг друга и окружающую обстановку. В скайпе можно использовать платные услуги для звонков на мобильные и стационарные телефоны по всему миру и для отправки SMS-сообщений.

Социальная сеть представляет собой веб-сайт, разработанный для формирования и отражения социальных взаимоотношений в виртуальном пространстве посредством интернета. Социальная сеть вконтакте предоставляет возможность создавать личный профиль, в котором можно указать персональные данные, контактную информацию, интересы, образование, место работы, жизненные позиции. В социальной сети можно публиковать фотографии, видеозаписи, текстовые записи в режиме блогов. Здесь можно обмениваться

личными сообщениями, а также организовывать тематические сообщества. Социальная сеть также позволяет создавать и поддерживать список контактов с другими пользователями. В список контактов могут входить друзья, родственники, коллеги или знакомые из реального мира или единомышленники, найденные в виртуальном мире. Социальную сеть можно использовать для решения деловых задач: для обсуждения проблем, информирования, рабочей коммуникации.

В глобальной паутине появляются и развиваются дизайнерские сайты, блоги, группы, сообщества. Сетевое общение провоцирует формирование профессионально заинтересованных социальных групп, позволяет обмениваться опытом, знаниями, что непременно сказывается на развитии области дизайна. На сайтах или в сообществах, посвященных дизайну, можно встретить информацию о профессиональных выставках, конкурсах или школах (мастер-классах, семинарах, открытых лекциях), позволяющих дизайнерам обмениваться собственным опытом с коллегами по всему миру. Как правило, на таких мероприятиях поднимаются как теоретические, так и практические вопросы, касающиеся особенностей функционирования дизайн-индустрии.

В культуре сетевого общества у дизайнеров появилась возможность не выходя из дома расширять круг профессиональных контактов благодаря сети интернет, работать над проектами международного уровня, публиковать собственное портфолио в сети, где креативщики со всего мира могут обмениваться опытом, а клиенты или заказчики могут предлагать понравившимся дизайнерам сотрудничество. Портфолио можно публиковать на собственном веб-сайте или в профессиональной сети, например, на сайте behance.net.

Разнообразные жанры виртуального общения существуют благодаря сети интернет. Пользователи интернета обращаются к веб-ресурсам как в личных, так и в общественных целях. Разрабатывая проблематику социальных функций интернета, Д.В. Богданов¹ обозначает мотивы, побуждающие пользователей

¹ Богданов Д.В. Социальные функции Интернета / Д.В. Богданов // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. Сер. : Социальные науки. 2011. № 1. С. 114–120.

включать в свои жизненные ритмы виртуальные коммуникации. Место и цели пребывания человека и групп людей в интернете автор анализирует на примере чатов, блогов, форумов, социальных сетей.

Пользователи посещают чат, преимущественно, преследуя две цели: коммуникация и развлечение. Функция информационного обмена, которая доминирует во многих других жанрах виртуального общения, в чате носит условный характер.

Блоги, форумы, социальные сети выполняют целый ряд функций, связанных с коммуникациями в виртуальном пространстве. Коммуникативная функция проявляется в двух направлениях: само общение и расширение круга общения. Функция самопрезентации заключается в том, что пользователи создают свое виртуальное «я» в сетевом пространстве, через которое коммуницируют с многомиллионной аудиторией. Развлекательная функция воплощается в том, что пользователи ведут свои странички или читают чужие темы и дискуссии для того, чтобы заполнить чем-то свободное время. Функция социализации нацелена на поддержание социальных связей. Функция записной книжки реализуется в фиксации, хранении записей, которые могут пригодиться в будущем или которые являются отложенной коммуникацией с самим собой. Функция саморазвития связана с тем, что пользователь может создавать образ собственного «я» в виртуальном пространстве, которому он не соответствует в физической жизни, но к которому стремится, а публичность коммуникаций подталкивает пользователя постоянно соответствовать заявленному образу. Функция психологической разрядки заключается в возможности изложить волнующие проблемы, высказать мнение или выплеснуть эмоции и получить реакцию, ответ от других пользователей. Информационная функция представляет собой обмен информацией; информацию пользователи либо создают сами (тексты, изображения, аудиозаписи, видеозаписи, компьютерная графика или анимация), либо делают перепост уже опубликованных кем-то данных. Оценочная функция — это возможность формировать представление об интересах, предпочтениях, увлечениях пользователей сети.

Пользователей, совершающих коммуникации по сети, можно условно разделить на три типа в зависимости от статусно-ролевой семантики ник-нейма. Первый тип пользователей прописывает свое собственное имя в нике, что указывает на серьезный, деловой настрой в отношении общения. Второй тип пользователей выбирает вымышленное имя с определенным смыслом. Смысл ник-неймов второго типа зависит от целей пребывания автора в сети и применяется для того, чтобы участники коммуникации легко могли его запомнить. Третий тип пользователей использует несерьезные или вульгарные ник-неймы для одноразовых, негативных выходов, флуда (бессмысленного набора знаков), развлечения.

Виртуальные коммуникации являются манифестацией неуклонно развивающегося, набирающего силу явления электронного обмена информацией. Специфику функций сетевых коммуникаций в современном обществе рассматривает А.М. Лещенко¹, утверждая multifункциональность сетевых коммуникаций, обусловленную мотивацией пользователей. Деловой мотив заключается в том, что для определенных пользователей работа в интернете — это часть профессиональной деятельности. Познавательный мотив связан с познавательным интересом пользователей, с желанием получать новые знания. Мотив сотрудничества проявляется в стремлении оказать помощь другим пользователям. Мотив самореализации может раскрываться в сфере научного или художественного творчества, в области коммуникативной или социальной активности, в стремлении к саморазвитию и лидерству. Игровой мотив обусловлен стремлением к развлечению, овладению новыми видами деятельности, тренировкой своих возможностей, соревнованием. Мотив аффилиации заключается в стремлении человека принадлежать к определенной социальной группе, выстраивать теплые доверительные отношения с другими людьми. Мотив самоутверждения связан с желанием получить позитивную

¹ Лещенко А.М. Multifункциональность сетевых коммуникаций в современном обществе / А.М. Лещенко // Вестн. Адыгейс. гос. ун-та. Сер. 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2011. № 2. С. 54–58.

оценку своей личности. Коммуникативный мотив позволяет преодолеть дефицит коммуникации, возникающий в обыденной жизни.

Мультифункциональность виртуальных коммуникаций выражается в наличии разных функций, число которых постоянно растет. Функции виртуальных коммуникаций могут проявляться одновременно или последовательно в разных комбинациях, в разных сочетаниях.

Сегодня дизайн тесно связан с цифровыми технологиями и виртуальными коммуникациями, ведь виртуальное общение — неотъемлемая часть жизни современного общества. Расширение спектра жанров виртуального общения обуславливает расширение жанров дизайна, работающего в этом пространстве. Основная задача дизайна различных модусов виртуального общения — функциональность, когда интерфейсы и логика приложений или сервисов организована так, что максимально простым, максимально гибким образом можно общаться, обмениваться информацией.

Среди жанров виртуальной коммуникации, по мнению В.И. Егоровой, можно выделить карнавальные жанры (ICQ, чат, форум, гостевые книги, МПМ — многопользовательский мир) и обыденные жанры (e-mail, ньюсгруппы, дневники)¹.

Карнавальность виртуального общения заключается в том, что каждый коммуникант в сети может надеть маску, скрыть за ней собственную идентичность, перевоплотившись в любую персону с вымышленным именем и придуманной историей. Внешний образ, сферы интересов и деятельности личности, находящейся в виртуальном мире, могут кардинально отличаться от тех, которые характерны для нее же в обычной реальной жизни. Следовательно, можно предположить, что для виртуальных коммуникаций, протекающих в карнавальных условиях, характерным явлением становится феномен деперсонификации, то есть обезличивания².

¹ Егорова В.И. Карнавальные и обыденные жанры виртуальной коммуникации / В.И. Егорова // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2012. № 1. С. 11–15.

² Егорова В.И. Деперсонификация виртуальной реальности / В.И. Егорова // Изв. Юго-Запад. гос. ун-та. 2012. № 4–1. С. 212–215.

В карнавальном пространстве осуществляется игра вымышленных персонажей, которую не созерцают, но которой живут. Здесь можно сохранять полную анонимность и нет необходимости пользоваться собственным именем, раскрывая себя. Отрекаясь, отказываясь от собственной личности, человек создает образ, надевая карнавальную маску. В карнавальном социуме витает полная свобода в творении собственной идентичности, а значит можно создавать себя каким угодно.

По нашему мнению, в любом из жанров виртуального общения коммуникант в виртуальной среде может презентовать свою идентичность, спрятавшись за карнавальную маску или представлять свой образ максимально приближенным к тому, который существует в физической реальности. Наличие или отсутствие карнавала, таким образом, определяет не жанр виртуального общения, а мотивация коммуниканта. На наш взгляд, мотивацией для деперсонификации в пространстве интернета может служить лишь желание игры ради игры, ради развлечений. Для открытой трансляции определенных персональных данных в виртуальной среде может служить любой конструктивно направленный мотив, например, деловой мотив, мотив сотрудничества, мотив самореализации или мотив аффилиации.

Глобальная паутина — это не только поле для сиюминутного общения, но и масштабная площадка для хранения информационных архивов. Интернет предоставляет пользователям, интересующимся достоверной, научной информацией доступ к электронным базам данных и библиотекам, таким как scopus.com, elibrary.ru и др. Такие порталы сосредотачивают вокруг себя профессионалов и открывают для них возможность общаться на единой веб-платформе.

scopus.com — библиографическая и реферативная база данных научной периодики по техническим, медицинским и гуманитарным наукам и инструмент для отслеживания цитируемости статей, опубликованных в научных изданиях.

elibrary.ru — российский информационный портал, который аккумулирует полные тексты и рефераты научных статей и публикаций в области науки, технологии, образования и медицины.

Дизайн сайтов и порталов, представляющих собой интернет-библиотеки, основан на удобной системе поиска информации по интересующей тематике. Сайт занимает некоторое место в сети, а сеть в этом смысле представляет собой все сайты в совокупности. Сеть, или глобальная паутина — это коммуникативное пространство, объединяющее сегменты информации в единую базу данных всемирного масштаба.

Интернет является неотъемлемой частью инфраструктуры современного общества и глобальной информационной средой, где можно размещать цифровые версии печатных изданий или публиковать исконно электронные издания.

Дизайнеры в культуре сетевого общества наряду с проектированием печатных изданий занимаются проектированием электронных изданий. Многостраничное электронное издание опирается на прочное понимание структуры сетки. Указатели в многостраничных изданиях располагаются в виде ясной типографики, которая позволит читателю не заблудиться в страницах.

Электронные издания можно классифицировать по целевому назначению. Официальное издание публикуется от имени государственных органов, ведомств, учреждений или общественных организаций и содержит материалы директивного или нормативного характера. Научное издание содержит сведения о теоретических или экспериментальных исследованиях. Практикоориентированное издание содержит сведения по технологии и технике организации практической деятельности и адресовано узким специалистам. Учебное издание содержит систематизированные сведения научного или прикладного характера, изложенные в форме, доступной широкой аудитории. Справочное издание содержит информацию, рассчитанную на быстрое получение справки различного рода. Рекламное издание содержит сведения о мероприятиях, услугах, изделиях и нацелено на привлечение потребителей. Художественное издание содержит произведения изобразительного искусства, литературы, театрального, циркового,

эстрадного творчества, киноработы и другую информацию, относящуюся к сфере культуры.

Электронные журналы и книги могут содержать как текстовый материал, так и различные интерактивные элементы. Среди интерактивных функций могут быть гиперссылки, анимации, галереи, слайд-шоу, масштабируемые изображения, кнопки, аудио и видео, прокручиваемый контент, панорамы. Издания, существующие в цифровой среде более мобильны по сравнению с аналоговыми версиями. Цифровые разработки дали дизайнерам широкий выбор первоклассных инструментов для изучения информации, реализации идей, распространения дизайн-продуктов более быстрым, более гибким, и более экономичным способом.

Модусы виртуального общения — это направления и формы, в которых проявляет себя интерактивный дизайн через структуру и логику сайтов или приложений, через работу с интерфейсами и интерактивностью, через функциональность и эстетику.

Дизайн интерфейсов — актуальное направление дизайнерской практики в виртуальном пространстве. Интерфейсы можно разгруппировать на интерфейсы для веб-сайтов, приложений, программ для операционной системы, а также интерфейсы для терминалов и мобильных устройств.

Проектирование взаимодействия — крайне важная дисциплина при разработке интерфейсов. Авторы книги «Об интерфейсе»¹ описывают целостный подход к проектированию, ориентированный на цели пользователя. В издании подробно разобраны принципы и шаблоны проектирования взаимодействия. Особое внимание авторы уделяют интерфейсам сетевых приложений, мобильных приложений, киосков.

Интерфейс в первую очередь должен быть логичным и понятным в использовании, следовательно при работе над дизайном интерфейса прежде всего следует учитывать параметр юзабилити. Дизайн интерфейса включает в себя разработку меню, диалоговых окон, панели инструментов, иконок, бэкграундов,

¹ Купер А. Об интерфейсе. Основы проектирования взаимодействия / А. Купер, Р. Рейман, Д. Кронин; пер. с англ. М. Зислис. СПб. : Символ-Плюс, 2009. 688 с.

иллюстраций и других элементов, которые соответствуют целям и задачам проекта.

Некоторые аналитики выражают скептическое отношение к информации, адресованной широкой публике, заявляя, что в сетевом обществе создание и распространение информации нацелено на проведение рекламных кампаний и находится под властью специалистов по дезинформации из министерства обороны, парламентских лоббистов и экспертов по связям с общественностью. Неизмеримо большое количество информации, которое обращено к широкой публике, создается для того, чтобы отвлекать, развлекать, скрывать истинное положение вещей. По сути, большая часть информации, циркулирующая в сетевом обществе, — это дезинформация, которая формируется в интересах политически или экономически влиятельных сил. Распространение интернета, телевидения и других средств массовой информации, а также свободный доступ к различному контенту, приводят к нежеланию людей участвовать в демократических процессах, к замкнутости в мире информационных развлечений. В этом контексте актуально обращение к трудам Ю. Хабермаса, который, рассуждая о смене коммуникативного пространства, характеризует публичную сферу информации.

Ю. Хабермас¹ разработал концепцию публичной сферы информации, прослеживая динамику ее исторического развития. Буржуазная публичная сфера возникла в Великобритании в XVIII веке. Класс предпринимателей в это время стал достаточно самостоятельным, чтобы отказаться от опеки государства и церкви, которые традиционно занимали доминирующие позиции в обществе. Богатые предприниматели стали оказывать поддержку всему, что было связано с литературой и литераторами: они спонсировали развитие театра, литературы, литературной критики и даже кофеен. Постепенно это привело к тому, что зависимость литераторов от покровителей ослабла, и они стали формировать критически настроенную к традиционной власти среду.

¹ Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas. Cambridge : Polity, 1989. p. 31.

Развитие рыночных отношений стало еще одним источником растущей поддержки свободы слова. По мере роста и укрепления капитализм приобретал все большую независимость от государства. В это же время шла борьба за независимость прессы от государства. К середине XIX века стала формироваться буржуазная публичная сфера, для которой характерны открытые дискуссии, критика деятельности власти, полная подотчетность, независимость от экономических интересов и государственного контроля.

Сторонники капитализма, набирая могущество и влияние, переходили от призывов к реформированию государственных институтов к их захвату и использованию в собственных целях. Возникшее капиталистическое государство стало ориентироваться на борьбу за частные интересы капиталистов.

Явную новизну внесли в публичную сферу технологии пиара, превратив дискуссии в современном обществе в фальшь, подделку под настоящую публичную сферу. Маскарад, который устраивают участники дискуссий, дебатов, скрывает их истинные интересы¹.

Важную роль в публичной сфере играет система массовых коммуникаций, поскольку в круг ее задач входит отслеживание событий и предоставление обществу широкого доступа к информации о событиях. В XX веке средства массовой информации превратились в монополию и в меньшей степени стали выполнять функцию по доведению до общественности достоверной информации и в большей степени стали выражать интересы капиталистического класса, например, посредством рекламы или пропаганды. Издательства, пресса, телевидение прославляют капиталистический образ жизни, а диктат рекламодателей нацелен на максимальное увеличение размеров аудитории, к которой обращены сообщения.

Торжество капитализма, эпоха транснациональных медиаимперий, вездесущность рекламы ведут к ветшанию критической мысли, истощению публичной сферы. Медиакорпорации нацелены на работу с рынком сбыта, на поддержку предпринимательства и привлечение максимально большой аудитории

¹ Ibid. p. 195.

к рекламодателям. Результатом становятся разные модусы развлекательной продукции, содержащей ничтожно малое количество информации, но подталкивающей аудиторию к непрерывному потреблению¹.

Жонглировать, управлять общественным мнением в такой ситуации нетрудно: политическая жизнь превратилась в шоу, разыгрываемое перед одураченными зрителями. Происходит отказ от критериев рациональности, лежащих в основе публичной сферы в пользу различных манипуляций и лицемерия. Просвещение становится надзором, информация оборачивается рекламой, а воспитание превращается в манипулирование².

Введенное Ю. Хабермасом понятие публичной сферы, позволяет увидеть, что информация сегодня превратилась в товар, а система коммуникаций позволяет создавать и распространять недостоверную и искаженную информацию.

У Ю. Хабермаса различаются типы рациональности мышления и деятельности. Есть стратегическая, или инструментальная, рациональность, когда ставится цель, и для ее достижения хороши все средства. Но есть коммуникативная рациональность, на основе которой осуществляется коммуникация по достижению согласия, реализуется «этика дискурса».

Можно заметить, что дизайн принимает эти идеи. То есть в коммуникативном пространстве культуры функционирует дизайн разного характера: и манипуляционного, ангажированного потребительством, идеологией или политикой. Но есть и объективно работающий дизайн. Манипуляционный дизайн чаще всего проявляется в рекламе, например, в рекламе автомобилей (honda.co.ru, landrover.com, rolls-roycemotorcars.com), парфюма (kenzo.com, dolcegabbana.com, chanel.com) или образовательных услуг (britishdesign.ru, kak.ru/events/#schools). Технологии дизайна предоставляют возможность собирать любую информацию в убедительную форму, а средства массовых коммуникаций тиражируют сообщения или образы в глобальных объемах. Объективно

¹ Ibid. p. 192.

² Ibid. p. 203.

работающий дизайн — интерфейсы, например, интерфейсы программных приложений для разработчиков (Adobe Illustrator, Fontlab Studio, ZBrush).

Работа с информацией и цифровыми технологиями в виртуальной среде находится на пике актуальности в сетевом обществе. Компьютеры и девайсы с подключением к интернету предоставляют возможности для распространения и обмена информацией в безграничных объемах. Устройства, с помощью которых можно совершать виртуальные коммуникации, становятся компактными и мобильными. Это позволяет отсоединить зависимость от стационарных компьютеров и находиться в режиме он-лайн повсеместно, где распространена беспроводная связь. То есть можно свободно коммуницировать в диалоговом режиме по сети или публиковать информацию о событиях или местах в режиме реального времени. Публикации, или посты, могут содержать текстовые заметки, фотографии или видеозаписи сделанные, например, во время научной конференции, на открытии выставки, на концерте или во время путешествия в экзотические страны.

Новые практики коммуникации провоцируют развитие коммуникативного дизайна в виртуальной среде. Дизайн корпоративных или персональных сайтов, интерфейсы коммуникативных площадок (например, социальных сетей) а также компьютерных приложений (программ, книг, игр) являются продуктами дизайна в виртуальной среде.

В развитом мире не существует людей, чью жизнь не затрагивает влияние дизайна. Дизайн в культуре сетевого общества является важным фактором, формирующим массовое сознание. Магия дизайна рождает новую реальность, с помощью которой происходит утверждение моделей человеческого поведения в культуре, помещение индивидуального бытия в новую систему социальных и культурных координат.

Жанры виртуальных коммуникаций — это, с одной стороны, продукт дизайна, существующий именно в виртуальной среде и позволяющий повысить эффективность социальных взаимодействий, способствующий улучшению условий труда и жизни населения. С другой стороны, площадки для виртуальных

коммуникаций, для информационного обмена по сети оказывают сильное влияние на развитие самой области дизайна. В интернете появляется множество профессиональных сообществ, которые позволяют дизайнерам обмениваться опытом. Здесь концентрируются как презентации современных дизайнерских идей, концептов, так и опыт дизайнерских достижений прошлых лет. В сети можно найти информацию в виде видеозаписей, книг, журналов, статей, картинок в цифровом виде, посвященную практическим и теоретическим вопросам дизайна.

Виртуальные коммуникации являются важнейшим звеном в организации сетевого общества. Описание специфики общения посредством глобальной паутины позволило выявить основополагающие черты, характерные для дизайна, работающего с цифровой средой, интернетом и виртуальными коммуникациями: детерриторизация, глобализация, виртуализация, интерактивность, мультимедийность, вездесущность, формирование массового сознания, гетерархичность¹.

Детерриторизация проявляется в том, что дизайн в сетевом обществе живет в сети интернет, которая охватывает весь мир. Возможность коммуницировать по сети приводит к трансформациям отношений между географическим местоположением субъекта и его социокультурным опытом. Концепция детерриторизации основана на идее М. Маклюэна, о нивелировании, компрессии времени и пространства в рамках электронных средств коммуникации. Интернет воплощает собой концепции М. Маклюэна об имплозии и глобальной деревни. Глобальная коммуникационная сеть концентрирует в себе мир как единое целое, где возникает эффект имплозии, то есть уменьшения мира до размеров глобальной деревни. Каждый пользователь интернета ощущает себя частью единого сообщества, где не имеет значения территориальная раздробленность участников коммуникации.

¹ Globalization [Electronic resource] // Stanford Encyclopedia of Philosophy. Electronic data. [s. l.], 2014. URL : <http://plato.stanford.edu/entries/globalization/> (access date: 12.09.2014).

Детерриторизация дизайна заключается в том, что сеть интернет объединяет дизайнеров всего мира, территориальные различия больше не препятствуют профессиональному общению и развитию. Глобальная паутина становится местом удаленного общения и обмена опытом, знаниями, взглядами дизайнеров из разных уголков мира, которые объединяются в профессиональные виртуальные сообщества. Общение по сети способствует становлению профессионализма дизайнеров, разрушает территориальные границы дизайна. В этой связи сами дизайн-продукты, ориентированные на жизнь в виртуально-медийной среде, детерриторизованы.

Глобализация связана с развитием средств коммуникации. Живые коммуникации осуществлялись в рамках устной культуры, индивидуализм и изолированность проявлялись в рамках письменной культуры, коллективное общение в виртуальном пространстве на глобальном уровне реализуется в культуре электронных средств информации и коммуникации. Интернет — самая динамично развивающаяся площадка для общения в сетевом обществе. Среди жанров виртуального общения можно обозначить чат, форум, блог, электронную почту, новостную ленту, персональный сайт, корпоративный сайт-визитку, интернет-магазин, сетевые многопользовательские компьютерные игры, скайп, социальные сети. Глобальные коммуникации допускают открытое общение людей, не зависящее от географии участников, социального статуса, культурных ориентиров. В интернете можно общаться в различных глобальных информационных потоках, которые усиливают взаимозависимость и взаимосвязанность разных граней человеческой жизни.

Глобализация, с одной стороны, способствует унификации дизайна, ориентации его на всемирное пространство, вне зависимости от культурных различий у потребителей. С другой стороны, унификация языка дизайна, обеспечивая его доступность представителям разных культур, может привести к утрате выразительности, особой привлекательности продуктов дизайна, в которых сохраняются и проявляются местные или национальные культурные традиции. Задачей дизайна становится разрешение этого противоречия — создание дизайн-

продукта, ориентированного на глобальное пространство, но сохраняющего лучшие традиции самобытной местной культуры.

Виртуализация заключается в том, что дизайн в сетевом обществе перебирается в виртуальное пространство. Виртуальное пространство — вселенная, организованная по ту сторону экранов компьютеров, ноутбуков, телефонов.

Мощным катализатором развития дизайна в виртуальной среде являются сетевые технологии, глобальная паутина. Интернет является глобальной системой информационного взаимодействия и презентуют процесс создания и движения смысловых реалий. Через метафорические термины, с помощью которых пользователи описывают пространство интернета, можно выявить функциональные возможности глобальной паутины. Интернет — это информационный архив, пространство виртуальных коммуникаций и место жизни. То есть в культуре сетевого общества виртуализируется не только дизайн, но виртуализируется сама жизнь.

Виртуальное пространство позволяет организовывать бизнес, поддерживать деловые контакты или создавать сообщества. Виртуальная жизнь многогранна и обусловлена мотивацией пользователей. Если говорить о дизайне в виртуальной среде, следует учитывать параметр экономической эффективности. Дизайн связан со сферой бизнеса, а, следовательно, дизайн нацелен на решение стратегических задач бизнеса.

Дизайн активно развивается в виртуальном пространстве. Жизнь дизайнеров в сетевом обществе заполнена компьютерными технологиями, которые постоянно эволюционируют и предлагают дизайнерам широкий набор инструментов для профессиональной работы. Интернет занимает особое место в развитии дизайна, так как являет собой глобальную информационную сеть, кладезь контента, полезного в практическом и теоретическом совершенствовании дизайнеров и дизайн-сообществ. Интернет как площадка для коммуникаций активно используется дизайнерами для профессиональной деятельности и способствует взаимодействию между индивидами и сообществами.

Дизайн сегодня существует одновременно в материальной и в виртуальной среде. Развитие виртуальной культуры в сетевом обществе происходит весьма активно, но часто хаотично, энтропийно. Однако, виртуальная среда, виртуальная жизнь сегодня — передовая площадка развития дизайна.

Интерактивность проявляется в наличии у пользователя возможности управлять процессом коммуникации, взаимодействовать с информацией в любой последовательности, в удобном темпе. Интерфейсы, интерактивные обучающие курсы, интерактивные презентации, интерактивные карты — продукты дизайна в интерактивной среде. Дизайн в интерактивных проектах строится на основе сценария взаимодействия и ориентирован на функциональность, на то, чтобы с помощью технических устройств пользователь кратчайшим путем мог решить определенную задачу.

Мультимедийность дизайна детерминирована процессом глобализации. Интенсификация взаимоотношений между представителями разных культур в интернете приводит к необходимости поиска символов, знаков, изображений, понятных всем участникам виртуальных коммуникаций. Мультимедийные сетевые коммуникации заполняют социокультурное пространство через распространение продуктов мультимедийной культуры гибридного характера: фильмов, игр, сайтов, компьютерных приложений.

Мультимедийность заключается в том, что в культуре сетевого общества часто функционируют коммуникации, воздействующие на разные перцептуальные каналы. Аудиовизуальные сообщения с элементами интерактивности актуальны в таких направлениях дизайна как веб-дизайн, дизайн компьютерных приложений (программ, игр, книг), дизайн интерфейсов и даже дизайн компьютерных (экранных) шрифтов.

Мультимедийный дизайн в культуре сетевого общества является самостоятельной коммуникативной средой, но функционирующей в глобальном пространстве современной культуры. Особенностью мультимедийного дизайна является сложность, неуловимость, необъятность направлений его жизни. Часть дизайн-культуры в сетевом обществе рождается в виртуальной среде и живет

исключительно виртуальной жизнью в виде коммуникативных площадок, корпоративных сайтов, программных приложений для разработчиков или для широкого круга пользователей, компьютерных игр, рекламных роликов, заставок к телепередачам или титров к фильмам. Другая часть дизайн культуры проектируется в виртуальной среде для того, чтобы жить в физическом мире в виде предметно-пространственной среды, в виде объектов промышленного производства: транспорта, мебели, предметов быта, одежды, аксессуаров или в виде продуктов графического дизайна: книг, периодики, элементов корпоративной идентичности, полиграфической продукции.

Вездесущность дизайна обусловлена бурным развитием информационных, коммуникационных, сетевых технологий. Мобильный интернет открывает свободу перемещений пользователям при сохранении подключения устройства к глобальной сети: в любом местоположении сохраняется доступ к сетевым ресурсам, сохраняется возможность взаимодействовать с информацией, сохраняется возможность совершать виртуальные коммуникации — пользоваться дизайнерскими продуктами.

Дизайн в культуре сетевого общества функционирует повсеместно: как в физической реальности, так и в виртуальной реальности. Дизайн представляет собой глобальное явление современной культуры. В связи с вездесущностью дизайна в культуре сетевого общества, возникает трудность в обозначении неких универсальных черт, характеристик современного дизайна, трудность в выявлении предметной области дизайна. Широчайшая вариативность дизайна приводит к его дроблению на узкоспециальные направления. Среди наиболее распространенных специализаций можно назвать дизайн архитектурной среды или дизайн интерьера, индустриальный или промышленный дизайн, графический дизайн, дизайн выставочных экспозиций, дизайн одежды и аксессуаров или фэшн. Компьютерные технологии предоставили целый мир для развития дизайна в информационном пространстве виртуальной природы. Здесь появились такие направления дизайна как веб-дизайн, дизайн компьютерных приложений

(программ, игр, книг), дизайн интерфейсов, дизайн персонажей и даже дизайн экранных шрифтов.

Следовательно, окружающая среда, созданная человеком, наполнена продуктами дизайна, с которыми субъекты постоянно и везде взаимодействуют.

Формирование массового сознания базируется на том, что дизайн в культуре сетевого общества — это мощный инструмент, формирующий массовое сознание. Дизайн является инструментом для создания информации, в том числе искаженной и недостоверной, а система коммуникаций распространяет эту информацию в массовых масштабах. Дизайн существует как в физическом мире, так и в виртуальном мире и формирует наши чувства, мысли, эмоции.

Гетерархичность заключается в том, что пространство виртуальных коммуникаций представляет собой сложную ризоматическую структуру. В отличие от иерархии, основанной на подчинении или субординации, глобальная паутина основана на разнообразных, но равнозначных множественных взаимосвязях. Интернет образно можно представить как ризому, запутанную корневую систему растения, в которой невозможно выделить начало или конец, центр или границы.

Дизайн как коммуникативная система развивается в виртуальном пространстве, открытом для творчества. При этом очевидно, что в современной проектной культуре дизайна происходит гибридизация, смешивание инструментов, методов, технологий, эстетик. Существующие в гетерархичном состоянии элементы находятся в разнообразных, но равноценных связях, связях координации, а не субординации, где невозможно выделить единственный способ структурирования.

Площадки для виртуального общения служат инструментом преобразования, развития сферы дизайна, распространения информации о практических и теоретических достижениях в области дизайна, формирования сетевых дизайнерских сообществ. Виртуальная жизнь, ее коммуникативное пространство интерактивной природы открывает необъятные горизонты для

эволюции дизайна. Виртуальные коммуникации дают волю воображению и служат богатейшим источником вдохновения.

Ниже в первой главе рассмотрим дизайн в культуре сетевого общества как работу с информацией.

1.3 Дизайн и компьютерная гибридизация медиа

Дизайн отражает эпоху, отражает время и одновременно представляет, презентует время. Наше время — благоприятный период для создания дизайн-продуктов, в основе которых лежит смешение разных техник, практик и форматов. Дизайн-продукты могут существовать как в рамках временных категорий, так и в рамках пространственных категорий, как в виртуальной реальности, так и в физической реальности. Новые технологии подсказывают новые варианты смешения разных категорий и предлагают новую выразительную валентность, новые связи, мощную витальную и креативную энергию.

Новые способы хранения и передачи культурного опыта в сетевом обществе развиваются благодаря новым практикам, позволяющим производить различные операции с информацией. Дизайн в этом смысле можно рассматривать как работу с информацией.

Информационные технологии, которые вышли на арену в эру информатизации, формируют современное социокультурное пространство. В этом пространстве актуализируются операции с информацией и визуальные коммуникации. Основываясь на положениях Ф. Уэбстера¹ о постмодернизме, рассмотрим аспекты современной культуры, которые находят свое проявление в области дизайна.

Идеи свободного манипулирования, свободной игры с информацией, повлиявшие на современный дизайн, можно уловить в концепции постмодернизма. Философы-постмодернисты рассматривают значимую роль информации и коммуникации как отличительную черту современной эпохи.

¹ Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; пер. с англ. М.В. Арапов, Н.В. Малыхина; под. ред. Е.Л. Вартаковой. М. : Аспект Пресс, 2004. С. 330–331.

Понятия постсовременность и постмодернизм не определяют, а описывают современную социокультурную ситуацию, ссылаясь на разные дискурсы, противопоставления, иронию.

Постмодерн — транскультурный и мультирелигиозный феномен, предполагающий диалог на основе взаимной информации, открытость, ориентацию на многообразие духовной жизни человечества. Особенности постмодерна явно сказываются на феномене дизайна. Современная культурная эпоха, где всемирная паутина функционирует как глобальный информационный организм, предлагает легкую доступность разных видов информации.

Возможности программных приложений провоцируют дизайн на свободные эксперименты, на игру, легкость и вариативность в обращении с методами, приемами работы. Смешение разных типов данных, где участвуют двумерная, трехмерная графика и анимация, видео, звук, программные коды, обеспечивающие интерактивность в общении с информацией, приводят к коллажности, монтажности, гибридности, многослойности дизайна, тех образов, тех продуктов, которые являются объектами дизайна. Эти объекты наполняют реалии, в которых мы существуем, распространяются в массовых масштабах, задают специфическую эстетику, которая рождается в коллаборации дизайн-мышления и технологически современных инструментов во время работы над дизайном.

Постмодернизм как течение мысли находится в оппозиции к ценностям Просвещения и противопоставляет себя интеллектуальной традиции Нового времени. Задача Просвещения заключалась в поиске рациональных основ процессов, происходящих в обществе и в поиске рациональных основ, определяющих поведение отдельных индивидов. Постмодернизм выступает против попыток объяснения мира, которые состоят в редукции, сведении наблюдаемых изменений в обществе и в поведении отдельного человека к каким-либо рациональным причинам.

Постмодернизм заявляет о себе как об интеллектуальном движении и как о явлении, которое окружает нас в повседневной жизни. Постмодернисты

категорически не согласны с тем, что культура в символической форме отражает действительность и что наука исследует основные направления трансформаций в обществе.

Постмодернисты не приемлют тотальных объяснений, или, если использовать терминологию Ж.-Ф. Лиотара, «великих сказаний». С этой мировоззренческой позиции все попытки объяснить окружающий мир, если они оперируют такими понятиями, как «развитие цивилизации», «становлений новой экономической модели», «силы научно-технического прогресса», должны быть отброшены. Такие теории пытаются выявить основные тенденции и движущие силы развития человечества. Постмодернисты утверждают, что подобные теории — лишь теоретические конструкты, а не результат тщательного исследования исторического процесса, позволяющего описать мир рационально и объективно. Теоретические модели, которые претендуют на истинность, являются пристрастными: выводы и рекомендации из тотальных теорий конституируют вероятность развития событий в строго определенном направлении. Однако ход истории разоблачает, дискредитирует эти концепты.

Истины не существует, возможны лишь ее интерпретации. Для постмодернизма характерно крайне подозрительное отношение к любым претензиям на истинность выводов. Постмодернисты отрицают тотальные теории, придерживаясь позиций релятивизма. Они ссылаются на множественность описаний действительности, и утверждают, что единой истины нет, есть только ее различные версии.

Благодаря экспансии средств массовой информации, указывает Д. Ваттимо¹, самые разные группы, регионы, страны получили возможность выражать собственные взгляды на события и проблемы. В разнородной аудитории разные субъекты видят разные перспективы; здесь сосредотачиваются многообразные убеждения, правды, реальности.

¹ Vattimo G. The transparent society / G. Vattimo. Cambridge : Polity Press, 1992. 129 p.

По мнению М. Фуко¹, в каждом обществе существуют свои представления об истине, свои правды, иначе говоря, существуют такие типы дискурса, которые выполняют функцию правды. Постмодернисты прекращают погоню за истиной, обретая свободу различий в анализе, объяснении, интерпретации окружающего пространства.

Философские идеи постмодернистов отражаются в социуме и культуре. Постмодернисты находятся в оппозиции к влиятельным социальным группам, например, к проектировщикам: почему именно дизайнеры решают, что действительно модно и элегантно? Нужно отметить антипатию постмодернизма к эстетическим канонам, принятым традициям или стандартам. Постмодернизм тяготеет к релятивизму в эстетике и поощряет его всюду. Жанры и стили постмодернисты высмеивают, иронически переосмысливают, пародируют, смешивают и сопоставляют, изготавливая яркие поделки.

Постсовременность утверждает, что истины не существует, а есть ее версии, плюрализм мнений. Понятие правды или истины фантастично, значит, любые поиски реальности обречены на провал. От отрицания тирании в культуре веет духом свободы, когда вместо догм появляется вариабельность выбора, карнавальность, бесконечное число решений, терпимое отношение к разнообразию вкусов.

Релятивистские векторы, характерные для постмодернизма, характерны для *дизайна*. Процесс работы над дизайн-проектом предполагает, что результатом может стать то или иное решение, что в процессе поиска решений будут появляться разные варианты, каждый из которых претендует на дальнейшую жизнь. Это не значит, что дизайн — бесскелетная деятельность: одним из первоочередных компонентов дизайна служат критерии эффективности и рыночные отношения. Но с точки зрения эстетики, визуальной выразительности одна и та же задача может быть решена различным образом, каждый дизайнер, использует уникальный набор инструментов, технологий и методов, использует

¹ Foucault M. Power / Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977 / M. Foucault. Brighton : Harvester, 1980. 334 p.

собственный творческий почерк, что отражается в результатах работы, в продуктах дизайна.

Отсутствие аутентичности. Культура постсовременного общества отказывается от поиска аутентичности, осмысленности, подлинности, настоящести. Постмодернизм искренне тешится поддельностью, эфемерностью и поверхностностью, тривиальностью и явной искусственностью.

По мнению В. Беньямина¹, с появлением кино, фотографии, радио, вокруг произведений искусства исчезает аура, связанная с их уникальностью: теперь есть возможность воспроизводить эти произведения (скульптурные, архитектурные, живописные) вне их контекста.

Знаки, которыми наполнен социум, искусственны и неаутентичны: массово распространяемые образы трудно назвать оригинальными, уникальными, неповторимыми. Ж. Бодрийяр для называния знаков-копий, не имеющих оригинала, предлагает термин «симулякр». За такими знаками, симулякрами, однако, кроется некая реальность, возможно, искаженная, но реальность.

Можно предположить, что виртуальная реальность начинается и заканчивается знаками, живущими на экранах. Однако многие образы, даже те, которые, изначально созданы в цифровой среде, перебираются в физическое пространство посредством полиграфических технологий, трехмерной печати или иным образом. Также и виртуальное пространство насыщается из разных источников: сама виртуальная среда может быть полем для генерации контента или виртуальная среда может принимать в себя образы схваченные видеокамерой или фотоаппаратом из окружающей физической среды.

Пристрастие к разнообразию, поверхностности, видимости, изменениям, пародиям, стилизации. Изобилие аудиовизуальных синтетических образов сегодня живет в виртуальном пространстве, в дизайне, живописи, пластическом искусстве. За такими образами не стоит некая правда или действительность, рациональная и единственно возможная. Эти образы могут являться пустыми

¹ Беньямин В. Учение о подобии. Медиаэстетические произведения : сб. ст. / В. Беньямин; пер. с нем. И. Болдырева [и др.]. М. : Изд-во РГГУ, 2012. 288 с.

фантиками, представляющими собой симулирование действительности, которое, впрочем, может отсылать к явлениям, вещам или событиям, но допускает субъективную интерпретацию, искажение, извращение в любом направлении на любую дистанцию.

В дизайне сегодня активно используются, интерпретируются, смешиваются, переосмысливаются стили из прошлого. Дизайн впитывает разные мотивы, не ограничивается никакими рамками, ищет новые выразительные средства, располагает неограниченными возможностями по эксперименту с эстетикой. Дизайн стал глобальным феноменом, влияющим на самые разные жизненные сферы.

Развитие новых устройств требует от дизайнеров новых решений, технических, визуальных, нарративных, интерактивных. Возможности технической базы, а также многообразные вариации программного обеспечения, позволяющие работать «на волне» в области коммуникативного дизайна, постоянно совершенствуются, расширяя и преумножая инструментально-технологическую мощь дизайнеров, что закономерно приводит к увеличению ассортимента и численности дизайн-продуктов.

В культуре сетевого общества дизайн предстает в форме мультимедийных продуктов, что способствует появлению новых модусов дизайна, рожденных непосредственно в цифровой среде и живущих в ней (например, компьютерные игры, веб-сайты), а также дублированию или трансформациям в цифровой среде традиционных модусов дизайна (например, электронные версии или аналоги печатных изданий: книг, журналов). Компьютерные технологии, снаряженные программным обеспечением, предлагают дизайнеру безграничные возможности для воплощения творческих идей.

Смыслов бесчисленное множество, а значит, безнадежен поиск смысла. Если известно, что ничто не имеет смысла, логично отказаться от его поиска и находить удовольствие от сиюминутного ощущения бытия. Люди постсовременности довольны от ощущения погруженности в многообразное бытие. Различия в религиозных, культурных, политических, эстетических

предпочтениях и ценностях, которые витают в условиях постсовременности, сбивают с толку и наполняют субъектов ощущением неуверенности, дезориентации, изменчивости, игры.

Дизайн — мощный инструмент для формирования мышления через сообщения, адресованные аудитории. Сообщения могут содержать информацию не только в форме слов, но и в форме визуальных образов, изображений, звуков. Виртуальное пространство, с одной стороны, является хранилищем культурных ценностей, а с другой стороны, служит бесконечным источником сырья, концептуальное осмысление которого предлагает дизайну в сетевом обществе широкие возможности для создания разнообразных смыслов.

Не рефлексия, а жизненный опыт! Удовольствие от поверхностного и искусственного, быстротечного, модного, несерьезного можно получать в городской жизни. В урбанизированной среде сталкиваются различные стили и нестабильность, царят эклектика и различия, разнообразие и непостоянство. Нервная система постоянно стимулируется встречами с новыми людьми, с их разнообразными взглядами и вкусами, жизненным опытом и амбициями, с контрастными культурными предпочтениями. Собственный жизненный и профессиональный опыт дизайнера, выращенный на базе мирового опыта дизайнерского творчества — главный источник профессиональных достижений.

Творческое начало у обычных людей. В культуре постсовременности находят применение творческие возможности всех людей и их расположенность к играм. Люди любят играть, экспериментировать, совершенствоваться, и это проявляется в разных аспектах социокультурного состояния. Человеческое тело сегодня стало пластичным, изменчивым: его можно корректировать одеждой, диетой, упражнениями или пластической хирургией. Фигура человека может быть сконструирована множеством способов, и это вопрос выбора.

Виртуальная среда приобретает высокую значимость в современном обществе. Виртуальное пространство служит полем для существования и генезиса новых медиа: содержащих гибридные формы информации, данных,

переплетающихся и смешивающихся. При этом пользователь может внедряться в виртуальную среду, черпать из нее информацию или наполнять ее информацией.

В виртуальной среде дизайн реализуется в интерактивных проектах подразумевающих, что пользователь получает доступ к сотворчеству, перевоплощаясь из пассивного реципиента в активного создателя. Приложения для мобильных устройств открывают пользователям возможности для быстрого создания фотографий, видеозаписей, музыки или цифровых рисунков с использованием встроенных эффектов, например, стилизации.

Социальные сети или блоги предоставляют каждому индивиду, подключенному к сети, место для ведения заметок или заполнения собственной биографии здесь и сейчас путем внесения информации о только что полученных впечатлениях или путем публикации своих фотографий, музыки, рисунков, видео.

Если говорить о *постмодернизме с точки зрения культурных трансформаций*, то есть рассматривать постмодернизм как феномен культуры, обладающий определенными особенными характеристиками, то в первую очередь следует провести границу между модернизмом и постмодернизмом в искусстве. Модернизм — это направление в искусстве конца XIX — начала XX века, которое противопоставляло себя классической культуре. К ярким проявлениям модернизма можно отнести импрессионизм, абстракционизм, сюрреализм, дадаизм и другие –измы. Целый ряд направлений в музыке, живописи, литературе относится к модернизму в связи с тем, что отказывается от классических форм, отказывается от стремления подражать действительности. В сущности, постмодернизм является развитием модернизма.

С точки зрения Д. Харви¹, изменения, происходящие в культуре и эстетике, непосредственно связаны со сферой экономики. В послевоенное время в организации производственных отношений преобладал фордизм, когда основную массу товаров составляли стандартизированные вещи, изготовленные на конвейере. В связи с внедрением информационных технологий, процессами

¹ Harvey D. The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change / D. Harvey. Oxford : Blackwell, 1991. 392 p.

глобализации, конкуренцией в мировом масштабе, формируется экономическая система постфордизма, которая предлагает огромный выбор товаров, широкое разнообразие услуг. В таких условиях происходят сдвиги в направлениях развития культуры и эстетики. Все формы культуры становятся актуальными, если они нацелены на товарность, моду, броскость, эфемерность, текучесть, неустойчивость. Сегодня высоко ценится эстетика, для которой характерны оттенки, нестабильность, мимолетность, брожение.

Ж. Бодрийяр, М. Постер, Ж.-Ф. Лиотар уделяли особое внимание *информационным аспектам постмодернизма*. Ж. Бодрийяр, Р. Барт анализируют информационную среду как систему знаков и символов. Средства массовой информации развиваются очень быстро и находят проявление в разнообразии мультимедийных форм. Средства массовой информации, такие как реклама, мода, телевидение, кино, оказывают гипнотическое воздействие на социум. В интернете сосредотачиваются в виде сливок, в максимально концентрированной консистенции все средства массовых коммуникаций в цифровом виде.

Явления культуры сегодня оказывают существенное значение на формирование мировоззренческих позиций в социуме. Мода или архитектура, транспортные средства или компьютерные игры служат продуктами проектирования, продуктами дизайна и элементами современного социокультурного пространства.

Информация в сети становится более доступной для широкого круга дизайнеров. Интернет как архив, где хранится информация, раскрывает перед дизайнерами широкие возможности. В сети можно встретить огромные склады специальной информации, например, видеоуроки по дизайну или дистанционные образовательные курсы; можно найти вспомогательные материалы, которые облегчают или ускоряют процесс работы над дизайн-проектом или над презентацией дизайн-проекта: текстуры, клипарты, мокапы, шаблоны в виде архивов с рабочими файлами или в виде отдельных файлов.

Передача информации базируется на использовании языков как семиотических, знаковых систем. Различные семиотические системы

применяются для вербального и невербального общения. В повседневной жизни мы плаваем в океане знаков и символов. Нас окружают джунгли из разнородных дискурсов, из многообразных языков.

Природная роль языка — быть коммуникативным орудием, носителем мысли¹. *Язык как средство передачи информации и неотъемлемый элемент культуры* в сетевом обществе осваивает новые горизонты. В динамичной среде интернета язык активно функционирует и преобразуется.

Язык интернета — постоянно развивающееся сложное системное знаковое средство передачи информации между пользователями сети. Для того чтобы понять какие функции выполняет язык интернета, нужно осмыслить, какую работу совершает язык интернета, каковы его роль и назначение. Исследователи, характеризуя язык интернета, выделяют в качестве базисных функций коммуникативные, когнитивные, эстетические, волюнтативные, эмоциональные, игровые².

Наиболее значимой функцией языка является коммуникативная функция. Посредством языка можно выражать мысли, чувства, переживания, желания, настроения. Можно высказывать мнения относительно любых тем и вопросов. Коммуникативную функцию язык интернета выполняет при взаимодействии пользователей посредством скайпа, электронной почты, социальных сетей, чатов, конференций или форумов.

Анализируя коммуникативную функцию языка, можно выявить ряд более специфических функций, входящих в ее состав. Информационная функция помогает излагать, разъяснять информацию, обмениваться сведениями о происходящих событиях. Констатирующая функция позволяет нейтрально сообщить о фактах. Вопросительная функция характеризуется наличием запросов о чем-либо. В интернете ее можно встретить в поисковых системах или на

¹ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М. : Издательская группа «Прогресс»: «Универс», 1994. 616 с. С. 138

² Чепель Ю.В. Функции языка интернета / Ю.В. Чепель // Теория языка и межкультурная коммуникация. 2011. № 1. С. 78–80.

форумах. Контактустанавливающая функция состоит в создании и поддержании контакта между собеседниками.

Кроме коммуникативной в языке заложены иные функции. Когнитивная функция языка заключается в интенции к познавательной деятельности и реализуется на информационных, новостных, образовательных, энциклопедических сайтах или порталах.

Волюнтативная функция языка проявляется в побуждении адресатов информации к каким-либо действиям через убеждение, аргументацию или пропаганду.

Эмоциональная функция направлена на выражение чувств или эмоций. Одним из ярчайших примеров, характерных именно для интернет-коммуникации являются смайлики — специальные символы, отражающие разнообразные оттенки переживаний, такие, как радость, удивление, сомнение, гнев, ярость и многие другие. Для передачи эмоционального состояния участники коммуникации могут применять знаки препинания или повторение одной и той же графемы.

Эстетическая функция языка интернета заключается в воздействии на адресата содержанием, формой информации и его художественной выразительностью.

Игровая функция находит выражение при общении, происходящем в процессе игровой деятельности. В сети распространены разные формы игр, и язык проявляет себя в каждой из них особым образом.

Итак, язык интернета выполняет различные функции: коммуникативную, когнитивную, волюнтативную, эмоциональную, эстетическую, игровую.

С нашей точки зрения, анализируя язык (в частности язык интернета) как средство передачи информации в дизайне, недостаточно сфокусироваться лишь на его вербальном проявлении. В связи с особенностями темы настоящего исследования, обратимся к характерным чертам *языка дизайна и дизайн-коммуникаций* в культуре сетевого общества. Дизайн в виртуальной среде говорит на многослойном языке, сочетающем различные способы передачи информации:

вербальный, визуальный, звуковой, и приправленным возможностями интерактивности, то есть возможностями взаимодействовать с информацией или пользователями, получать ответную реакцию на определенные действия.

Создание дизайн-продукта подразумевает необходимость говорить одновременно на нескольких языках. Организующим компонентом различных языков в дизайне является *композиция*. Композиция — составление целого из частей. Композиция придает элементам цельность, соподчинение друг другу и замыслу дизайнера.

Язык визуальных коммуникаций — фундаментальная область в понимании дизайна как инструмента для работы с информацией. Базовыми элементами дизайна, по мнению Д. Лауэр, С. Пентак¹, являются линия, форма, паттерн, фактура, иллюзия пространства, иллюзия движения, тон, цвет.

Точка, приведенная в движение, создает *линию*. Линия — одно из наиболее распространенных средств выразительности в визуальной культуре. В области искусства и дизайна основными характеристиками линии являются длина, ширина, энергия (свободная, спокойная, динамичная, изящная, тихая, танцующая). Линии можно использовать для контурного рисунка, для наброска или для штриховки. В композиции могут появляться подразумеваемые или воображаемые линии. Важной характеристикой линии является ее направление. Горизонтальные линии выражают спокойствие и ассоциируются с отдыхом или отсутствием движения. Вертикальные линии потенциально активны. Диагональные линии наиболее выразительно передают движение. Когда линия — основной элемент изображения, результатом является либо набросок, либо контурный рисунок. Набросок нацелен на выражение динамики позы или действия. В первую очередь набросок изображает не предметы, а положения, силы, движения, и, чаще всего, создается быстро, спонтанно. Контурный рисунок может быть простым, экономичным, изящным или точно обрисовывающим черты фигур или объектов с использованием линий разной толщины.

¹ Лауэр, Д. Основы дизайна / Д. Лауэр, С. Пентак. СПб. : Питер, 2014. 304 с.

Разнообразие линий, которые используют художники или дизайнеры, не знает границ. Чтобы представить, насколько индивидуальным, неповторимым может быть характер линий, достаточно перед словом «линия» назвать прилагательные: мягкая, грубая, тонкая, толстая, угловатая, небрежная, спонтанная, жирная, изящная, четкая, рваная, расплывающаяся, царапающая, дрожащая, повторяющаяся, разнотолщинная.

Форма, обведенная линией, плоская. Линии, расположенные близко друг к другу, создают ощущение серого, и чем плотнее сосредоточены линии, тем более темный получается тон. Таким образом за счет линий можно моделировать области света и тени, которые придают объем изображению. Линия может работать как исчезающий и появляющийся контур

Форма — область, воспринимаемая визуально и ограниченная с помощью линий, цвета или тона. Форма — это фигуры или фон (пространство между фигурами или вокруг фигур). Двумерная композиция строится на основе совокупности форм. Выпуклые формы взгляд смотрящего, как правило, считывает как фигуры, а вогнутые — как фон. Если элементы простые, взаимодействующие в рамках черного и белого, либо в рамках ограниченной цветовой гаммы, считать, воспринимать форму легко.

«Форма» описывает двумерные элементы, а «масса» или «объем» — трехмерные. Например, в изображениях используются формы, а в скульптурах — массы. Работа, существующая на плоскости, ориентирована на восприятие с одной точки зрения, а работа, существующая в объеме, предполагает, что ее можно рассматривать с разных позиций, под разными углами зрения. В виртуальной среде имитацию трехмерного пространства и трехмерных объектов можно получить с помощью 3D графики. Интерактивные технологии позволяют взаимодействовать с трехмерным миром, например, в серии игр Need for Speed реализована возможность управлять гоночным автомобилем, участвуя в различных заездах (Рисунок А. 9).

Форма может быть натуралистичной или искаженной. Натуралистичные формы интуитивно понятны, похожи на оригинальные, существующие в природе,

поэтому натуралистичные изображения вызывают ощущение подлинности. Искаженные формы, когда пропорции преувеличены или преуменьшены, вытянуты или сжаты, позволяет сделать акцент на определенные элементы, придать изображению динамику, экспрессию, драматизм или юмористические ноты. Натурализм сосредотачивается на передаче честного, реалистичного представления об окружающем мире.

Идеализм воспроизводит мир в улучшенном, идеализированном виде, опираясь на геометрические закономерности или формы прекрасного, здорового молодого тела. Все неровности, изъяны или несоответствия стандартам совершенства, принятым в культуре, корректируются. Идеализированные образы часто используются в рекламе. На телевидении в видеороликах мелькают роскошная обстановка, красивые люди, желанная жизнь, наполненные флером романтики и идеальности (Рисунок А. 10). В модных журналах, на сайтах фотографии или иллюстрации демонстрируют идеальные тела, лица, костюмы, идеальных женщин и мужчин.

Абстракция — вид художественной трансформации, искажения реальности, подразумевающий визуально очевидное упрощение форм. Абстрактными могут быть не только упрощенные изображения, но и изображения, не имеющие аналогов в природе, не ассоциирующиеся ни с чем конкретным. Чистые, геометрические формы, не являющиеся абстрагированием от конкретных природных форм, являются беспредметными, то есть не отображающими ни предметы, ни мотивы. Тем не менее, беспредметные изображения могут быть эмоционально содержательны. Простые абстрактные формы и их комбинации характеризуются ясностью и выглядят правильно, рационально и искусственно. Природные, криволинейные формы выглядят мягко, плавно, естественно.

В культуре сетевого общества дизайнеры часто обращаются к абстрагированию в визуальных и мультимедийных коммуникациях. Главная страница сайта дизайнера Ю. Ким (iamyuna.com) содержит только круги, квадраты и треугольники; чтобы увидеть работы дизайнера, нужно кликнуть по геометрической форме (Рисунок А. 11). Дизайнер и медиахудожник П. Темен при

работе над различными проектами от логотипов и стилей до видеоскульптур, фильмов, инсталляций, конструирует уникальные образы, основанные на экспериментах с абстрактными формами (Рисунок А. 12).

Паттерн — повторяющиеся элементы или мотивы. Наиболее распространены паттерны с цветочными узорами, основанными на богатом разнообразии растительного мира, а также паттерны с геометрическими формами. Паттерны обычно строятся на основе сетки, поворотах, сложных вариантов симметрии. В дизайне паттерн часто ассоциируется с идеей украшения, декорирования и используется в упаковках, элементах фирменных стилей, в книгах, на сайтах, в предметно-пространственной среде и т.д.

В *фактуре* элементы тоже могут повторяться, но она не носит строго регулярный характер. Фактура — качество поверхности. Восприятие фактуры обычно связано с ощущением объемности, тактильности. Фактуры активно используются в технике коллаж. Коллаж — приклеивание к основе материалов или предметов. Коллаж допускает неожиданные сочетания разнородных элементов: ткани, обои, фотографии, ветки, стекла, камни или любые другие объекты. Э. Рисиф с помощью компьютерных технологий создает цифровые коллажи, которые можно найти на сайте <http://www.misprintedtype.com>. Экспериментировать с композиционным решением в цифровой среде удобно, работая со слоями и применяя различные типы смешивания или режимы наложения слоев (Рисунок А. 13).

Иллюзия пространства — перевод пространства в плоскость, создание на плоскости примет трехмерных объектов или трехмерного мира. Иллюзию пространства или расстояния можно создать, изменяя размер фигур или элементов в композиции. Чем объекты ближе к зрителю, тем они крупнее, чем дальше от зрителя, тем меньше. Пространственный эффект выражается сильнее в случае, если одни и те же фигуры повторяются в разных размерах. Увеличение разницы в размерах и наложение элементов друг на друга используются для создания иллюзии глубины. Когда формы накладываются друг на друга, становится понятно, какие из них впереди, а какие позади.

Статичные формы визуальной культуры не способны двигаться сами, но могут вовлечь зрителя в *иллюзию движения*. Иллюзия движения — передача ощущения движения в статичной композиции. Один из способов создания иллюзии движения — раскадровка событий во времени, где фигуры повторяются в разных позах и ситуациях. Для усиления эффекта движения используются обрезанные фигуры (частично выходящие за границы формата) или меняется угол зрения. Раскадровка событий распространена в жанре комикса а также является одним из этапов работы при создании кинокартин или мультфильмов.

Размытые контуры создают иллюзию движения. Яркий пример получения размытых контуров — использование в фотографии длинной выдержки затвора при запечатлении движущихся объектов. Иллюзию движения создают формы, нарисованные быстрыми, накладывающимися друг на друга линиями. Размноженные изображения в слегка меняющихся позах и расположенные по траектории движения с небольшими сдвигами друг от друга — способ передать совершающееся действие.

Тон — это светосила, степень насыщенности цвета светом. Диапазон тонов раскрывается в богатстве вариаций света и тени. Контраст света и тени — ценный инструмент для создания визуального центра. Визуальный центр — акцент, который привлекает внимание из-за сильного контраста. Градации темного и светлого помогают передать объем или пространство.

Цвет — свойство света. Объекты способны отражать свет определенной длины волны. Желтые объекты поглощают световые волны всех длин кроме желтых. Черные объекты поглощают волны всех длин, а белые объекты отражают все волны. Цвет краски — отраженный свет, а цвет на экране — прямой свет, так как экран излучает свет.

Одним из фундаментальных способов визуальной коммуникации в дизайне является *шрифт*. Исторические и современные шрифты используются для решения многоплановых задач в области графического дизайна, рекламы, упаковки, полиграфии, цифровых коммуникаций.

Таким образом, различные элементы дизайна активно функционируют в рамках дизайнерских продуктов в культуре сетевого общества.

Технологические и коммуникативные инновации провоцируют изменения в структуре (области) дизайна (проектирования). Это требует теоретического осмысления и свидетельствует об открытости проблематики модификаций и трансформаций в области дизайна. Влияние дизайна на социокультурную среду начинает формировать мировоззренческие позиции социума. Пространство виртуальных ландшафтов меняет дизайн, а дизайн, в свою очередь, оказывает влияние на культурную среду современности. Дизайн как феномен культуры в сетевом обществе усложняется, дифференцируется, углубляется.

В современном мире сфера дизайна активно развивается в интерактивной среде, расширяя собственные пределы и обнаруживая колоссальные возможности коммуникационных, информационных, компьютерных технологий.

По мнению Ж. Бодрийяра, стремительное развитие средств массовой коммуникации влияет на заполнение современной культуры множеством знаков. Музыка (народная, духовная, классическая, электронная), книги (научные, художественные, учебно-методические), телеканалы (общеобразовательные, спортивные, детские), аксессуары (часы, платки, ремни), интерьеры (готические, классические, авангардные), костюмы (деловые, спортивные, уличные), парфюм (фруктовый, пряный, цитрусовый), автомобили (спортивные, городские, внедорожные), еда (русская, итальянская, китайская), организации (университеты, музеи, торговые центры) — все, что нас окружает, наделено знаковым характером.

Сообщения распространяются постоянно и отовсюду. Не только книги, музыка, телевидение, интернет содержат мессиджи, но и предметы, архитектура, сами люди являются сообщениями, образами, знаками. Современный мир наполнен общением с незнакомыми людьми, которые олицетворяют собой определенные функции: администратор, инструктор, официант. Жизнь сегодня — непрерывная циркуляция знаков, причем их насыщенность предельно высока.

В культуре сетевого общества различные жанры дизайна в виртуальном пространстве строятся на основе синтеза программных кодов и визуальных оболочек. Если программные коды прописываются программистами, то визуальное представление, интерфейсы проектируют дизайнеры. Дизайнеры, осваивающие виртуальное пространство, экспериментируют с различными средствами выразительности, с различными техниками и технологиями.

Персональные цифровые фото- и видеокамеры, а также камеры видеонаблюдения, установленные в местах общественного пользования (неважно, будь то подъезды и дворовые территории жилых домов или торговые центры, офисы, производственные площади или автомагистрали), документируют события. Сканирование изображений, трехмерное сканирование предметов также предоставляет возможность фиксировать действительность.

Следует заметить, что оцифровка информации предполагает конвертацию данных в электронный вид, открывая широкие горизонты для обработки даты с помощью компьютерных технологий. Работа с разнообразными программными продуктами позволяет регулировать художественно-образную выразительность материала. В этом смысле можно говорить о компьютерных технологиях как медиуме для обработки контента.

Если говорить о культуре сетевого общества, то в области дизайна или искусства можно найти проекты, «с нуля» созданные в цифровой среде. Они несут в себе дигитальный характер, так как рождаются в программах для работы, например, с векторной, растровой или трехмерной графикой.

Приложение Adobe Photoshop используют фотографы, графические и веб-дизайнеры, видеографы, 3D художники для коррекции и обработки фотографий или для создания оригинальных цифровых изображений. Photoshop позволяет корректировать экспозицию или цвет; кадрировать, выравнивать или вращать фотографии для того, чтобы найти наиболее выразительную композицию; ретушировать фотографии; а также комбинировать изображения и применять эффекты различных оптических стекол. Дизайнеры используют Photoshop для создания фотореалистичных изображений; для применения специальных

эффектов (например, размытия или освещения); для создания текстур, бэкграундов и шапок для сайтов; для манипуляций со шрифтами через 3D экструзию или стили слоев; для дизайна мобильных приложений. Видеографы используют Photoshop для преобразования изображений в простую секвенцию с использованием временной шкалы; для удаления лишних объектов из видеокадров с помощью инструментов клонирования; для создания покадровой анимации для мультфильмов и спецэффектов. 3D художники используют Photoshop для создания трехмерных форм; для рисования трехмерной среды как фона для кино и телевидения. Photoshop интегрируется с разными другими приложениями, например, с InDesign для производства многостраничных изданий или для цифровых публикаций; с After Effects, Premier для видеокомпозитинга. Photoshop является инструментом, предоставляющим возможность успешно реализовывать разнообразные творческие идеи.

After Effects — приложение, которое используют видеомонтажеры, 3D художники, интерактивные дизайнеры для создания привлекательной моушн графики и кинематографических визуальных эффектов. After Effects — инструмент для создания двумерной и трехмерной анимации; динамичных текстов с помощью постобработки типографики; отделения объектов от фона с помощью ротоскопинга и для замены фона; выполнения цветокоррекции и коррекции дрожания камеры. After Effects — это стандарт в индустрии моушн графики и визуальных эффектов, и он позволяет создавать динамичные визуальные композиции, а также может взаимодействовать с другими приложениями, например, с Photoshop для анимации трехмерных слоев, с Flash для добавления в мультфильмы впечатляющих эффектов (например, эффектов огня или взрыва). After Effects позволяет создавать сложную анимацию и целостные композиции путем совмещения разных слоев с изображениями, кино- или видеоматериалом, которые помогают вывести видеопроекты на новый уровень.

Параметрическое моделирование (Processing, Grasshopper) позволяет создавать модели объектов и связи между ними, которые можно гибко

редактировать изменением параметров. При изменении параметров одного из элементов, участвующих в проекте, все зависящие от него объекты или связи перестраиваются в соответствии с текущими настройками параметров и способов их задания. Здесь компьютерные технологии рассматриваются как полноценная среда разработки.

Обработка и создание визуального контента с помощью компьютерных технологий — живая и динамично развивающаяся область труда, где профессиональные, удачные результаты появляются благодаря синтезу технических и творческих компетенций дизайнера. Дизайнер занимается обработкой и, если требуется, оцифровкой материала, представленного в проекте. Дизайн, компьютерный монтаж, презентация, производство, рекламные кампании, сопровождение — основные этапы работы над дизайн-продуктом.

Развитие цифровых технологий и сетей привело к возникновению библиотек изображений — так называемых стоков. Причем в таких библиотеках накапливаются как фотографии, так и сканы документов, изображений, людей, предметов, пространств и разных других форм, и даже различные коллажи, паттерны, клипарты, модели, шаблоны.

Система языка, которой пользуется дизайнер, содержит в себе бесчисленное множество элементов, способных к филиациям (прямым зависимостям) и трансформациям, к установлению различных контактов друг с другом, к образованию совершенно непредсказуемых, неожиданных конфигураций. Над системой языковых топосов, «общих мест», дизайнер надстраивает собственную языковую систему, обусловленную с точки зрения функционально-конструктивного направления целью и задачами дизайн-проекта, и с точки зрения формально-эстетического направления стилем, сюжетом, композицией, жанром, инструментально-технологической базой. Дизайнер может разыгрывать на проектной сцене различные мировидения в вариативных сюжетах, костюмах, декорациях, амплуа.¹ Можно утверждать, что *язык дизайна в сетевом обществе сложный, интегративный, гибридный*.

¹ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М. : Издательская группа «Прогресс»: «Универс», 1994. С. 27.

М. Маклюэн говорит о компьютерной гибридации медиа, конвергенции, слиянии различных типов данных. Интернет подразумевает сетевой способ передачи данных. Можно разграничить средства коммуникации на «новые» и «старые». Старые медиа — печатные носители информации: книги, журналы, газеты, полиграфические изделия. Новые медиа — электронные носители информации, которые мы воспринимаем через экраны: телевизоры, компьютеры, мобильные девайсы. В интернете эстетика, характерная для старых медиа и эстетика, характерная для новых медиа переплетаются, смешиваются, гибридизируются. Гибридные медиа являются полем, на котором творчество соединяется с наукой.

В дизайне гибридизация существует как творческий метод и представляет собой некую новую форму магии, рожденную техникой. Комбинирование разных видов информации, жанровые мутации в дизайне усиливают эффект зомбирования людей не только через визуальные или вербальные образы, но через мощный многосложный информационный коктейль.

Усиление влияния цифровых технологий и интернета на культуру и общество в целом детерминирует актуальность сетевых взаимодействий. Так как информационная насыщенность окружающего пространства предельно сильна, в дизайне по-прежнему востребована работа с информацией, но ландшафты, которые осваивает дизайн с помощью цифровых инструментов виртуальные. Это обусловлено тем, что в сетевом обществе множество информационных взаимодействий осуществляется по виртуальным каналам. Здесь важны не только визуальные коммуникации, но и работа со звуком, со временем, с пространством цифровой реальности, а самое главное, — работа с пользователями.

Компьютерная гибридизация медиа представляет собой конвергенцию различных типов данных. Для дизайна смешивание медиа как сред разработки становится сильным инструментом для достижения целей клиентов. Манипуляции, которые позволяют создавать цифровые технологии с фотографией, видео, трехмерной графикой, звуком впечатляющи. Особое внимание стоит уделить тем возможностям, которые предоставляют цифровые

технологии пользователям. В компьютерных играх пользователь становится непосредственным участником событий, а приложения для мобильных устройств делают пользователей настоящими креаторами, творцами визуального контента. Удивительно, что дизайнеры участвуют в разработке компьютерных игр, графических интерфейсов для программных приложений, и в то же время используют множество программных приложений для профессиональной работы (для создания шрифтов, иллюстраций, макетов, презентаций и т.д.). Это значит, что в цифровой среде дизайн нужен повсеместно, а цифровой мир в свою очередь предоставляет необъятные возможности для развития дизайна.

Культура сетевого общества актуализирует новые способы работы с информацией, ее хранения, обработки, передачи. Компьютерные технологии, интернет формируют современное социокультурное пространство. Дизайн, который можно рассматривать как работу с информацией, активно использует возможности глобальной паутины, программных приложений, обогащающих выразительные средства дизайнера. Факторами, определяющими образ современного дизайна, являются дизайн-мышление в сочетании с возможностями современных информационных технологий. Дизайн отражает время. Возможности компьютерных технологий, легкая доступность информации благодаря всемирной паутине направляет дизайн-проектирование на свободные эксперименты, на игру, легкость и вариативность в обращении с методами, приемами работы. Происходит смешение разных стилей, используется двумерная, трехмерная графика и анимация, видео, звук, программные коды, обеспечивающие интерактивность в общении с информацией, что приводит к гибридности, многосложности языка дизайна, образов и продуктов дизайна.

С появлением в массовом количестве множительной техники, возможностей кино, фотографии из искусства уходит условие неперенной уникальности. Появляются всевозможные копии произведений (скульптурные, архитектурные, живописные), знаки, не имеющие оригинала — «симулякры». Образы, рожденные в виртуальной среде, могут оставаться в виртуальном пространстве, или проявиться в физическом мире посредством полиграфических технологий,

трехмерной печати или иными способами. Также и в виртуальном пространстве могут появиться образы из окружающей физической среды, оцифрованные при помощи видеокамеры или фотоаппарата. Дизайн сегодня активно использует, смешивает различные стили, ищет новые средства выразительности, располагает неограниченными возможностями. Появляются новые модусы дизайна, рожденные в цифровой среде (веб-сайты, компьютерные игры), дублируются традиционные модусы дизайна (книги, журналы). Компьютерные технологии с современным программным обеспечением, создают неограниченные возможности для воплощения творческих идей.

Философские идеи постмодернистов отражаются в социуме и культуре. Отказ от поиска истины, вместо поиска смысла, единственной истины, — интерпретация окружающего пространства, нахождение удовольствия от сиюминутного ощущения бытия. В дизайне сегодня активно используются, интерпретируются, смешиваются, переосмысливаются стили, выразительные средства, разрушаются стереотипы и рамки. Виртуальное пространство, с одной стороны, является хранилищем культурных ценностей, а с другой стороны, обладает безграничным потенциалом, обеспечивающим дизайну в сетевом обществе широкие возможности для влияния на общество. Гибридизация творческих методов, рожденных новыми технологиями, комбинирование различных видов информации, жанровые смешения усиливают эффект воздействия, убедительность сообщений. Дизайн стал мощным феноменом культуры, активно влияющим на жизнь людей.

Итак, **подводя итоги первой главы**, сформулируем вывод о том, как социокультурные условия вырастили новый дизайн. Следует сформулировать ответы на вопросы, которые были поставлены в начале главы. В первой главе мы провели авторское исследование *социокультурных оснований дизайна*, мы сформировали понимание того, как особенности общественных и культурных реалий оказывают влияние на феномен дизайна. Теперь можно сделать некоторые обобщения.

1. В результате бурного развития науки и техники на рубеже XX–XXI века происходит формирование информационного общества. Для информационного общества характерна высокая значимость знаний и информации, которые являются основой социокультурного развития. В информационном обществе на первый план выходит новая культура, перерастающая культуру индустриального общества. Усиление значения цифровых технологий и интернета позволяет сегодня говорить о *культуре сетевого общества* как высшем уровне развития информационного общества. Глобальная паутина детерминирует трансформации в сфере культуры, и, в том числе, в области дизайна: сеть обеспечивает расширение поля деятельности дизайна, инициирует возникновение новых практик, новых направлений, новых жанров. В сетевом обществе на пике актуальности в дизайне находится работа с информацией в цифровой, виртуальной среде.

2. Феномен дизайна трансформируется, сталкиваясь с виртуальной мультимедийной средой, с компьютерными и сетевыми технологиями. Рассматривая социокультурные условия сетевого общества с помощью аналитико-дескриптивного метода, которые оказали влияние на дизайн, можно выделить четыре основных его концепции: *технологическую, связанную со сферой занятости, пространственно-географическую, культурную.*

Технологические изменения в культуре приводят к кардинальным трансформациям дизайна. В индустриальном обществе не было социокультурных условий, при которых мог существовать дизайн в виртуальном пространстве. В культуре сетевого общества важную роль занимает виртуальная жизнь, широко распространенная за счет компьютерных технологий и глобальной сети интернет. Компьютерные технологии служат как площадкой для создания дизайн-продуктов, так и площадкой для виртуальной жизни дизайна. Продукты дизайна, живущие в виртуальной среде, обладают интерактивной природой, нацеленной на взаимодействие пользователей с пользователями или на взаимодействие пользователей с информацией.

Трансформации, *связанные со сферой занятости* проявляются в том, что все больше людей работает в сфере дизайна. Дизайн как вид профессиональной деятельности сформировался в индустриальном обществе, и особенности индустриального общества повлияли на специфику дизайна. Дизайн был направлен на эстетизацию товаров массового производства, и, следовательно, был промышленным, или индустриальным. Дизайн в сетевом обществе востребован и развивается еще более интенсивно, чем в эпоху индустриализации, так как расширяется разнообразие заказчиков, которым требуется дизайн. Теперь в числе заказчиков у дизайнеров не только компании-производители промышленных изделий, но и компании, которые занимаются предоставлением услуг: торговые-развлекательные комплексы, страховые компании, салоны красоты, туристические агентства, образовательные учреждения и т.д.

Географический аспект изменений — это масштабное развитие дизайна, стирающее географические границы; возникновение возможностей дистанционной работы для дизайнеров на основе сетевых технологий; формирование виртуальных площадок, объединяющих дизайнеров и потребителей.

Трансформация *дизайна в рамках культурных изменений* сетевого общества, — это изменение традиционных видов дизайна, развитие дизайна в направлении мультимедийных и сетевых ландшафтов; работа с двумерной и трехмерной графикой и анимацией в цифровой среде; постоянное расширение возможностей дизайна на основе многообразия и вариативности инструментов и технологий.

3. В сетевом обществе происходит виртуализация коммуникаций, формируются различные виртуальные информационные площадки, что в свою очередь влияет на развитие дизайна. Проведенный анализ позволил обозначить *особенности дизайна в культуре сетевого общества*, обусловленные повсеместным распространением интернета.

- *Детерриторизация* дизайна заключается в том, что сеть интернет, охватывая весь мир, разрушает изолированность дизайнеров, основанную на территориальных различиях. Общение по сети позволяет организовывать

профессионально заинтересованные виртуальные группы или сообщества, в которые удаленно собираются дизайнеры из разных уголков мира для обмена опытом и знаниями. Виртуальные коммуникации приводят к разрушению территориальных границ дизайна.

- *Глобальные коммуникации* приводят к актуализации дизайна, ориентированного на глобальное пространство, то есть дизайна унифицированного, понятного представителям разных культурных традиций; с другой стороны, глобальные коммуникации актуализируют вопрос о сохранении местных, самобытных традиций визуальной культуры, которая находит проявление в дизайне.

- *Виртуализация дизайна* в сетевом обществе заключается в том, что профессиональная деятельность дизайнеров неуклонно смещается в виртуальное пространство. Глобальная сеть становится полем профессионального взаимодействия отдельных дизайнеров и дизайн-сообществ, местом жизни дизайн-продуктов.

- *Интерактивность* проявляется в наличии у пользователя возможности управлять процессом коммуникации, взаимодействовать с информацией в любой последовательности, в удобном темпе. Дизайн в интерактивных проектах строится на основе сценария взаимодействия и ориентирован на функциональность, на то, чтобы с помощью технических устройств пользователь кратчайшим путем мог решить определенную задачу.

- *Мультимедийность* заключается в том, что в культуре сетевого общества тотально распространены мультимедийные коммуникации. Дизайн рекламных обращений, веб-дизайн, дизайн компьютерных игр, дизайн интерфейсов и пр. актуализирует аудиовизуальные, многокомпонентные формы коммуникации.

- *Вездесущность* заключается в том, что социокультурная среда, созданная человеком, насыщена продуктами дизайна, с которыми человек в сетевом обществе взаимодействует всегда и везде: как в физической реальности, так и в виртуальной реальности.

- Дизайн-продукты в культуре сетевого общества — это мощные инструменты, *формирующие массовое сознание*. Дизайн позволяет создавать информацию, в том числе искаженную и недостоверную, а средства коммуникаций распространяют эту информацию в массовых масштабах. Как в физическом, так и в виртуальном мире дизайн формирует наши чувства, мысли, эмоции.

- *Гетерархичность* заключается в том, что виртуальное пространство открыто для творческого, свободного проектирования. Дизайн как коммуникативная система развивается энтропийно и динамично. Некоторые направления дизайна ориентированы на проектирование физической реальности, другие направления дизайна ориентированы на проектирование виртуальной реальности. Продукты дизайна в культуре сетевого общества живут не в иерархической, а в ризоматической системе.

4. Концептуальные идеи, влияющие на облик современного дизайна, можно уловить в философии постмодернизма. Философы-постмодернисты рассматривают значимую роль информации и коммуникации как отличительную черту современной эпохи. *Идеи свободного манипулирования, свободной игры с информацией*, существенным образом влияют на развитие дизайна. Постмодернисты отрицают тотальные теории, придерживаясь позиций релятивизма: множественность описаний действительности и отсутствие единой истины, но наличие разнообразных ее интерпретаций. Релятивистские векторы, характерные для постмодернизма, характерны для *дизайна*. Рассмотрим аспекты современной культуры, которые находят свое проявление в дизайне.

- Отказ от *поиска аутентичности*, осмысленности, подлинности, настоящести. Культура и дизайн в современном обществе часто не следуют образцу, норме, канонам. Важен процесс творчества, возможны и значимы сиюминутные эффекты, элементы случайности, алогичность, эфемерность и поверхностность.

- *Пристрастие к разнообразию, поверхностности, видимости, изменчивости, стилизациям* реализуется в рамках дизайна в культуре сетевого

общества. Появление новых модусов дизайна, рожденных непосредственно в цифровой среде (например, компьютерные игры, веб-сайты), способствует гибридизации языка дизайна, сочетающего различные способы передачи информации: вербальный, визуальный, звуковой, и приправленного возможностями интерактивности.

- *Смыслов бесчисленное множество, а значит, безнадежен поиск смысла.* Характерная для современности значительная утрата ориентиров в ценностях и смыслах наполняет людей ощущением неуверенности, нестабильности. Дизайн — эффективный инструмент для формирования мышления через сообщения, адресованные аудитории. Сообщения могут содержать информацию не только в форме слов, но и в форме визуальных образов, изображений, звуков. Виртуальное пространство, с одной стороны, является хранилищем культурных ценностей, а с другой стороны, служит бесконечным источником ресурсов, концептуальное осмысление которого предлагает дизайну в сетевом обществе широкие возможности для наполнения жизнедеятельности людей разнообразными смыслами.

- *Не рефлексия, а жизненный опыт!* В виртуальном пространстве сталкиваются различные стили и нестабильность, царят эклектика и различия, разнообразие и непостоянство. Творчество дизайнера постоянно стимулируется встречами в реальном пространстве с новыми людьми, с их разнообразными взглядами и вкусами, жизненным опытом и амбициями, с контрастными культурными предпочтениями, в виртуальном пространстве — с разнообразными дизайн-продуктами. Собственный жизненный и профессиональный опыт дизайнера, выращенный на базе мирового опыта дизайнерского творчества — главный источник профессиональных достижений.

- Особенность культуры постсовременности делает упор на *творческие возможности всех людей и их* расположенность к играм. Люди любят играть, экспериментировать, совершенствоваться. В виртуальной среде дизайн реализуется в интерактивных проектах подразумевающих, что пользователь получает доступ к сотворчеству, перевоплощаясь из пассивного реципиента в

активного созидателя. Приложения для мобильных устройств открывают пользователям возможности для быстрого создания фотографий, видеозаписей, музыки или цифровых рисунков с использованием встроенных эффектов, например, стилизации. Социальные сети или блоги предоставляют каждому индивиду, подключенному к сети, место для ведения заметок или заполнения собственной биографии здесь и сейчас путем внесения информации о только что полученных впечатлениях или путем публикации своих фотографий, музыки, рисунков, видео.

5. *Язык как средство передачи информации и неотъемлемый элемент культуры* в сетевом обществе осваивает новые горизонты. В динамичной среде интернета язык активно функционирует и преобразуется. Язык в виртуальном пространстве — постоянно развивающееся сложное системное знаковое средство передачи информации между пользователями сети. Система языка, которой пользуется дизайнер, содержит в себе бесчисленное множество элементов, способных к филиациям (прямым зависимостям) и трансформациям, к установлению различных контактов друг с другом, к образованию совершенно непредсказуемых, неожиданных конфигураций. Можно утверждать, что *язык дизайна в сетевом обществе сложный, интегративный, гибридный*. Компьютерная гибридизация медиа представляет собой конвергенцию различных типов данных. Для дизайна смешивание медиа как сред разработки становится сильным инструментом для достижения целей клиентов. Манипуляции, которые позволяют создавать цифровые технологии с фотографией, видео, трехмерной графикой, звуком впечатляюще, а цифровой мир предоставляет необъятные возможности для экспериментов, для развития дизайна.

Если рассматривать дизайн как часть культуры, как частное проявление общего, можно заметить ярко выраженное взаимовлияние изменений в общественно-культурном пласте и в области дизайна. В диссертации мы проанализировали специфические черты сетевого общества, и выяснили, что социокультурные условия существенным образом влияют на развитие дизайна.

В следующей главе рассмотрим сущностные особенности, специфические аспекты дизайна в культуре сетевого общества, попробуем разобраться, каким образом дизайн вовлечен в процесс конструирования искусственной виртуальной среды, формирующей новую, третью реальность культуры, виртуальную, существующую сегодня наряду с традиционными реальностями: материальной и духовной.

ГЛАВА 2. КОНСТРУИРОВАНИЕ ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ РЕАЛЬНОСТЕЙ И СПЕЦИФИКА ИНТЕРАКТИВНОЙ ПРИРОДЫ В ДИЗАЙНЕ

Цель второй главы заключается в исследовании *экзистенциальных, сущностных характеристик дизайна* в культуре сетевого общества. Авторская концепция сосредоточена на выявлении креационистской роли дизайна, который создает новую третью, виртуальную реальность, существующую в современной культуре вместе с традиционными первыми двумя реальностями: физической и духовной. Дизайн в культуре сетевого общества рассматривается как деятельность, основанная на интеграции дизайн-мышления с возможностями цифровой техники и технологий и с прикладными, практическими целями и задачами. Посредством дизайна в культуре сетевого общества переописывается реальность, генерируются неожиданные фантастические вселенные, формируются самобытные параллельные миры.

Процессы трансформации культуры в сетевом обществе проявляются в формировании виртуальных социокультурных практик, которые занимают прочное место в культуре наряду с физической реальностью и духовной реальностью. Общество движется от виртуальной реальности к реальной виртуальности¹.

Дизайн в культуре сетевого общества является непосредственным креатором виртуального пространства, новой реальности. В связи с этим особую актуальность приобретает проблема выявления сущностных характеристик дизайна, его особенностей, выразительных средств, функций. Для нас важным является определение особенностей дизайна в культуре сетевого общества, его роли и значения, его влияния на природу и человека.

В первую очередь следует отметить, что в нашем понимании дизайн — феномен массовой культуры. В ракурсе интерпретации дизайна как феномена массовой культуры, можно предложить авторскую дефиницию дизайна. Дизайн

¹ Грибов И.А. Информационное общество: от виртуальной реальности к реальной виртуальности / И.А. Грибов // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. 2012. № 9–2. С. 47–51.

— проектно-творческая деятельность, направленная на эстетизацию искусственно созданной (предметно-пространственной или виртуально-медийной) среды, оптимизацию ее взаимодействия с человеком и обществом. Дизайн — осознанная и одновременно интуитивная деятельность, направленная на решение дизайн-задач, которая не имеет единственно правильного результата (ответа). Дизайн в культуре сетевого общества — это продукт синтеза наук, информационных технологий и эстетики, имеющий междисциплинарные основания, а также гибридность, эклектическое смешение разнообразных языков (художественно-образного, вербального, музыкального и других).

Дизайн представляет собой сферу, где аккумулируются, тиражируются, распространяются материальные и духовные культурные ценности. В культуре сетевого общества дизайн активно осваивает и обогащает виртуальную среду. Виртуальное пространство является некой параллельной реальностью относительно физического пространства. Парадокс современной культуры заключается в том, что человек, пользующийся компьютерными технологиями, одновременно существует в этих параллельных мирах: физическом и виртуальном. Следовательно, и дизайн в культуре сетевого общества существует и работает в параллельных мирах.

Дизайн — это часть культуры; он имеет истоки в культуре, но и изменяет ее, выполняя креационистскую роль по созданию новой реальности, виртуальной реальности. Особенности дизайна в культуре сетевого общества связаны с медианакруженностью окружающего пространства. Многогранный и внутренне противоречивый образ современной культуры подталкивает к пониманию того, что дизайн интегративен, многоаспектен, многофункционален. Основные задачи данной главы — вскрыть междисциплинарные основания дизайна, рассмотреть конструирующую функцию дизайна и выявить креационистское начало, характерное для дизайнерской деятельности в культуре сетевого общества.

2.1 Междисциплинарные основания дизайнерской деятельности

Дизайн как феномен культуры подвержен непрерывным трансформациям, он нестабилен, не завершен и принципиально не допускает однозначного определения. О многогранности и многофункциональности дизайна свидетельствует многообразие вариантов дефиниций дизайна.

Дизайн — профессиональная деятельность, ориентированная на обслуживание бизнеса и предпринимателей, где одним из главных ориентиров в создании продуктов дизайна служит экономическая эффективность, коммерческая выгода. Дизайн как деятельность творческая, работает с разными ингредиентами: такими, как социальные, утилитарные, технологические, эстетические.

Дизайн представляет собой функциональную систему, один элемент которой величина постоянная (дизайн-продукт), а другой — величина переменная (жанр и вид продукта, целевая группа, которая потребляет продукт, средства выразительности, используемые при проектировании продукта)¹. Нужно, чтобы дизайн-продукт решал некую задачу, был открытой системой, ориентированной на взаимодействие с потребителем или пользователем.

Промышленный дизайн работает в области предметно-пространственной среды (промышленные продукты массового производства), графический дизайн работает в области визуальных коммуникаций (печатная продукция), медиадизайн работает в области виртуального пространства (продукты, нацеленные на жизнь в виртуальной среде). Дизайн выстраивается на междисциплинарном фундаменте в каждом из перечисленных направлений.

Если говорить о новом направлении дизайна: медиадизайне, который возник благодаря компьютерным технологиям и активно развивается в культуре сетевого общества, интернете, следует заметить, что дизайн задействован в создании виртуальной реальности.

¹ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М. : Издательская группа «Прогресс»: «Универс», 1994. С. 144

С развитием техники и технологий, переменами, моделирующими новый образ социокультурной жизни, происходит расширение, углубление, изменение понимания дизайна. Дизайн как феномен культуры зависим от времени, от той эпохи, в которой он функционирует, существует. Запросы времени, потребности общества определяют передовые задачи, стоящие перед дизайном.

Сегодняшние изменения в социокультурных процессах свидетельствуют о формировании новой парадигмы, обусловленной перерастанием индустриального общества в общество информационное и далее — сетевое. В связи с развитием науки и техники, с постепенным переходом господства от машинного производства к производству информации, от рыночной экономики к информационной экономике, от культуры индустриального общества к культуре сетевого общества, меняются проблемы, сопровождающие бытие человечества.

Парадигмальный сдвиг влечет за собой трансформации не только общего социокультурного характера, но и взрывает сложившиеся дороги, по которым шло развитие конкретных культурных или общественных явлений. В области художественного проектирования происходит смещение первоочередных целей и задач в иные координатные плоскости, актуализирующее, усиливающее междисциплинарные связи.

Дизайн является сложной многомерной открытой системой, стремящейся к постоянным модификациям. В этой связи огромную важность приобретает задача выявления тенденций развития современного дизайна, его оснований, а также требований к профессиональной подготовке дизайнера. Дизайн — феномен сложный и многогранный, и разные исследователи обращаются к различным аспектам этого феномена.

«Полилинейность» как принцип современной трактовки истории дизайна рассматривает А.С. Михайлова¹. На базе синергетического подхода к культурологическим и историческим наукам можно строить изучение истории дизайна в условиях динамичного информационного общества.

¹ Михайлова А.С. «Полилинейность» как принцип современной трактовки истории дизайна / А.С. Михайлова // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. 2013. № 1. С. 48–52.

Методологию дизайнерской деятельности с точки зрения синергетического подхода предлагает выстроить Н.Е. Камзина¹, прокладывая как основу идею о механизмах и структурных взаимозависимостях сложных открытых систем в подвижном, изменяющемся, динамическом хаосе бытия.

Особенности применения системного подхода в теориях дизайна, развиваемого в русле междисциплинарных исследований, философской методологии и синергетики, описывает Е.Ю. Новикова². Системный подход позволяет исследовать теории дизайна в широком социокультурном контексте, иерархических взаимозависимостях, способствуя преодолению абсолютизации и односторонности в понимании процесса дизайна.

Некоторые элементы статьи «Системный подход в теориях дизайна» Е.Ю. Новиковой пересекаются с элементами нашего исследования, однако автор статьи концентрирует внимание на дискурсе, посвященном теориям дизайна, и не затрагивает особенности дизайна в виртуально-медийном пространстве.

С.М. Михайлов³, Л.М. Кулеева рассматривают основные понятия дизайна, его становление и развитие среди других видов проектно-художественной деятельности. Здесь идет речь об особенностях конструирования, особенностях эргономики, функциональном анализе и колористике в дизайне, специфике проектно-художественного языка дизайнера, стадиях дизайн-проекта.

В.Ф. Рунге⁴, В.В. Сеньковский исследуют специфику и основные понятия дизайна как самобытного вида проектной деятельности, сформировавшейся в двадцатом веке. В ретроспективном аспекте обозревается зарождение, становление и эволюция концепций дизайна в общемировом контексте и в нашей стране. В методологическом аспекте излагаются методы и средства дизайн-

¹ Камзина Н.Е. Философский аспект специфики дизайна / Н.Е. Камзина // Изв. Алтайс. гос. ун-та. 2012. № 2–1. С. 163–165.

² Новикова Е.Ю. Системный подход в теориях дизайна / Е.Ю. Новикова // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. 2012. № 12–1. С. 174–176.

³ Михайлов С.М. Основы дизайна : учебник для специальности 29.02.00 Дизайн архитектурной среды / С.М. Михайлов, Л.М. Кулеева. Казань: Новое Знание, 1999. 240 с.

⁴ Рунге В.Ф. Основы теории и методологии дизайна : учеб. пособие (конспект лекций) / В.Ф. Рунге, В.В. Сеньковский. М. : МЗ-Пресс, 2003. 252 с.

проектирования в общем плане и на конкретных примерах. Акцентируется внимание на эргономической значимости проектирования, а так же на рассмотрении дизайна как объекта промышленной собственности.

Методологические основы дизайн-исследования рассматривает Р.Ю. Овчинникова¹, утверждая, что все циклы дизайн-проектирования в области графического дизайна основаны на исследованиях, позволяющих создавать новые дизайн-объекты и новые знания.

Проблемы, связанные с педагогикой дизайна рассматривает Я.А. Лугина². Становление дизайн-образования в начале XX века в Германии и СССР опиралось на системы обучения Баухауза и ВХУТЕМАСа. Переосмысление педагогического наследия этих школ дизайна необходимо для внедрения их опыта в современную дизайнерскую образовательную систему.

Современные подходы к осмыслению феномена проектной культуры рассматривает Т.В. Пойдина³. Опираясь на культурологические концепции современных ученых, можно выявить основные свойства проектной культуры и обосновать культурологический фундамент, лежащий в основе дизайн-образования.

Инновации и проблемы дизайн-образования в контексте общекультурных ценностей анализирует Е.В. Гончарова⁴. Дизайн-образование является почвой, подпитывающей жизнь материальной и духовной культуры. Для этого важно в русле современных тенденций развитие профессиональных навыков у студентов-дизайнеров.

¹ Овчинникова Р.Ю. Методологические основы дизайн-исследования / Р.Ю. Овчинникова // Омский научный вестник. 2013. № 1–115. С. 205–208.

² Лугина Я.А. К вопросу истории становления и развития дизайн-образования / Я.А. Лугина // Омский научный вестник. 2012. № 3. С. 136–139.

³ Пойдина Т.В. Проектная культура: современные подходы к осмыслению феномена / Т.В. Пойдина // Мир науки, культуры, образования. 2012. № 5. С. 10–13.

⁴ Гончарова Е.В. Инновации и проблемы дизайн-образования в контексте общекультурных ценностей / Е.В. Гончарова // Омский научный вестник. 2013. № 1–115. С. 223–225.

Профессиональную подготовку дизайнеров в контексте эволюции проектирования рассматривают Е.Н. Ковешникова и Н.А. Ковешникова¹. Исследователи выявляют предпосылки зарождения, основные этапы становления и обозначают перспективы развития дизайн-образования, затрагивая организационные, методические, научно-педагогические аспекты. Круг профессиональных задач в области современного дизайна неуклонно расширяется, требуя пересмотра целей и содержания образовательного процесса дизайнерских направлений в высшей школе.

Проблему готовности дизайнера к профессиональной деятельности рассматривает Е.Н. Ковешникова², выделяя наиболее существенные критерии, определяющие данную готовность: зрелое восприятие проектной культуры, сформированность профессионального мышления, соответствие нормативной модели специалиста.

Для развития современной визуальной культуры большое значение имеют компьютерные и информационные технологии. Информационно-коммуникационные технологии в дизайн-образовании рассматривает О.В. Ларина³, выделяя несколько функциональных направлений: как средства поиска, хранения, систематизации информации; как средства обучения; как средства художественного выражения.

Анализ исследовательской литературы позволяет сделать вывод о том, что дизайн рассматривается как проектно-художественная деятельность, исследовательская деятельность, также ряд ученых разрабатывает вопросы педагогики дизайна и дизайн-образования. Многосторонность исследуемого предмета и хаотичность общей картины его научного изучения позволяют сделать вывод о необходимости философского исследования дизайна, позволяющего

¹ Ковешникова Е.Н. Дизайн-образование в контексте эволюции проектирования / Е.Н. Ковешникова, Н.А. Ковешникова // Уч. зап. Орлов. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. 2012. № 2. С. 247–253.

² Ковешникова Е.Н. Критерии готовности дизайнера к профессиональной деятельности / Е.Н. Ковешникова // Уч. зап. Орлов. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. 2012. № 2. С. 244–246.

³ Ларина О.В. Информационно-коммуникационные технологии в дизайн-образовании / О.В. Ларина // Среднее профессиональное образование. 2013. № 3. С. 50–51.

осмыслить его как целостно функционирующее и развивающееся явление, как часть общественной и культурной жизни в современном мире, формирующую новую онтологию культуры сетевого общества.

Несмотря на значительные достижения в исследуемой нами области, следует признать, что практически не разработана проблема междисциплинарных оснований дизайна, которая является предметом авторского исследования в данном параграфе.

Интерес к поиску междисциплинарных оснований дизайна обусловлен особенностями дизайна как профессиональной деятельности, направленной на решение разнообразных дизайн-задач, связанных с развитием технологий и становлением общества потребления. Потребление, по мнению Ж. Бодрийяра¹, — признак, характерный для общества изобилия. Потребление представляет собой интенсивный процесс выбора, организации и регулярного обновления вещей или услуг. Приобретение вещи или использование услуги обусловлены стремлением к постоянно ускользающему идеалу, стремлением к совершенству модных образов или желанного стиля жизни. Механизмом манипулирования потребителями, манипулирования их желанием приобретать, покупать, служат дизайн и реклама. Дизайн может быть направлен на то, чтобы угадать предпочтения потребителя или на то, чтобы создать оригинальный продукт, который опережает время и задает новые функциональные или эстетические векторы спроса. Дизайн может быть средством манипулирования потребителями, когда целью является извлечение прибыли любой ценой (например, роль дизайна в рекламе), но дизайн может решать и созидательные задачи, служить средством продуктивной коммуникации, направленной на установление согласия, «нового исторического консенсуса»². Роль дизайна в современном мире в значительной степени разрослась и усилилась.

¹ Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр; пер. с фр., предисл. С. Зенкина. М. : Рудомино, 1999. 218 с.

² Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие : пер. с нем. / Ю. Хабермас; под ред. Д.В. Складнева, послесл. Б.В. Маркова. — СПб. : Наука, 2006. — 380 с.

Культуротворческую миссию дизайна выявляют И.Г. Пендикова¹ и Л.М. Дмитриева, выдвигая на первый план функционально-эстетические и художественно-образные компоненты дизайна и утверждая, что коммерческая составляющая дизайна — это следствие крепкой веры дизайнеров в собственное дело, в то, что дизайн может изменять, преобразовывать мир, нести собой миссию проводника культуры.

Дизайн-деятельность является проблемно ориентированной и междисциплинарной. Существует множество интерпретаций понятия междисциплинарности. Однако для раскрытия проблематики настоящего исследования наиболее уместным является определение, утверждающее, что междисциплинарность — это сотрудничество двух или более академических, научных, художественных дисциплин; предметных областей; профессий; технологий. Такое сотрудничество подразумевает комплексное, всестороннее исследование предмета². Кроме того, современное определение междисциплинарности, на наш взгляд, включает аспект взаимоотношений разных дисциплин, их взаимодействия, взаимовлияния, взаимозависимости. Деятельность дизайнера сегодня, направленная на решение профессиональных задач, развивается как гибридная деятельность.

Предметом в данном случае является конкретная дизайн-задача, каждый раз индивидуальная и неповторимая. Для решения дизайн-задачи невозможно обойтись без междисциплинарного подхода в мышлении и в деятельности, который предполагает взаимосвязанные знания разных предметных областей и разных дисциплин, умения комбинировать новейшие теоретические и практические достижения человечества, подходы и методы исследования, передовые технологии и материалы, необходимые для производства продукта или реализации услуги. Междисциплинарный подход необходим для того, чтобы собрать цельную картину из взаимосвязанных элементов, которая и станет

¹ Пендикова И.Г. Культуротворческая миссия дизайна / И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева // Омский научный вестник. 2012. № 2. С. 111–114.

² Долгих М.Н. Междисциплинарные основания дизайна / М.Н. Долгих // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 377. С. 58–61.

решением дизайн-задачи. Для решения дизайн-задач важно установление ассоциативных связей между предметами с метафорическими переносами.

Профессия дизайнера очень динамичная, потому что в каждом новом проекте поднимаются уникальные темы и задачи, потому что постоянно меняются инструменты работы, формы конечного продукта и те обязанности, с которыми сталкивается дизайнер.

Для того чтобы понять суть и специфику изменений в проблемах и проектных задачах, стоящих перед дизайном сегодня, можно обозначить ключевые элементы дизайн-задач, требующих от дизайнеров решения в прошлом, во времена возникновения дизайна и на современном этапе эволюции дизайна. Дизайн как феномен культуры тесно связан со сферой техники и технологий.

Промышленная революция конца XVIII — начала XIX веков, привела к возникновению массового производства товаров. С точки зрения экономической эффективности машинное производство, в процессе которого за определенное время можно создать больше продуктов, чем при использовании ремесленного труда, было, несомненно, технологическим прорывом. Но эстетическое содержание продуктов, созданных машинным способом, на первых этапах развития массового производства оказалось неудовлетворительным. В качестве прототипов для массовых товаров производители брали образцы, созданные вручную, поэтому любые мелкие огрехи в состоянии размноженных копий выглядели как очевидные дефекты. Подобные обстоятельства можно было встретить на промышленных выставках, обозначавших и презентующих последние достижения в области промышленного производства. С появлением перепроизводства и конкуренции стала актуализироваться потребность в более тщательной проработке эстетических компонентов промышленных изделий. За функциональность отвечали инженеры, а за эстетику стали отвечать художники (сегодня такие специалисты именуются дизайнерами). Таким образом, начала формироваться профессия дизайнера, в чьи обязанности входило продумывание и проектирование внешнего вида товаров, которые можно запускать в массовое производство. Продумывание и проектирование базировалось на дизайнерском

мышлении, направленном на поиск и выбор наиболее эффективного и необычного, интересного решения поставленной задачи среди множества возможных вариаций. Здесь пригождались знания пропедевтики, эргономики, конструирования, инженерной психологии, умения пользоваться приемами комбинаторики, понимание основ проектирования и пластического моделирования, навыки работы с современными материалами и технологиями.

Для создания готового продукта инженеры работали в сотрудничестве с дизайнерами, но для реализации продукции необходимо было подключение специалистов из других областей. К дизайнерской среде присоединились гуманитарии: антропологи, психологи, специалисты по продвижению и рекламе. Дизайн начинает существовать в междисциплинарной парадигме.

В индустриальное время промышленный дизайн стал лидером проектной культуры, и, находясь на самой вершине разных видов и форм проектно-творческой деятельности, формировал теоретические и методологические базы в дизайне. «Лидерство индастриал дизайна не обсуждалось, а подразумевалось. Все остальные разновидности и направления дизайнерской деятельности нуждались в специальных оговорках, промышленный дизайн был синонимом дизайна вообще. Можно сказать, он был дизайном с большой буквы»¹.

Эра информационных технологий, пришедшая на смену эпохи индустриализации на рубеже XX–XXI веков, несет в себе иную картину мира, иные системы ценностей, иные практики, иные способы решения задач. Культурная роль лидера, определяющего развитие разнообразных форм и видов художественного проектирования, переходит от промышленного дизайна, символизирующего индустриальное производство к графическому дизайну, для которого характерно оперирование информацией через целостные знаково-образные структуры. Корни графического дизайна кроются в двух его крупных направлениях: печатная продукция (книги, журналы, газеты) и брендинг (фирменные стили, визуальные коммуникации, сувенирная продукция).

¹ Серов С.И. Графический дизайн [Электронный ресурс]: Научно-творческая конференция: Инновационный потенциал дизайна. М., 15.09.2010. URL: <http://www.ipdesign.org/sekcia2.php> (дата обращения: 05.05.2012)

Графический дизайн встречается в каждом аспекте повседневной жизни: от интерьеров и экстерьеров до одежды, товаров массового потребления, развлечений. В каждой форме современной коммуникации и современной продукции графический дизайн играет важную роль. Сегодня почти невозможно избежать атаки от визуальных сообщений¹.

Большинство печатных или экранных публикаций склонны к визуальной несогласованности или неясности частично из-за скорости, с которой такие публикации можно создавать и распространять. В мире, ориентированном на информационные взаимодействия, графическим дизайнерам важно стремиться к порядку и ясности в сообщениях. Ключ к решению проблемы — понимание, как аудитория реагирует на визуальный материал, учет уровня их концентрации и времени, которое потребуется на осознание сообщения в зависимости от условий, в которых планируется размещать сообщение. Важно также учитывать, как дизайн может повлиять на культуру и модные тренды. Одинаково важно учитывать, как глаза и мозг работают вместе в процессе сканирования и обработки слов, изображений и тонких визуальных подсказок из форм, цвета, композиции.

С доисторических времен люди использовали знаки и формы для передачи информации и идей об окружающем мире и выражали с их помощью образы, возникающие в воображении.

Первыми графическими дизайнерами можно считать создателей книг — они организовывали текст логическим и эффективным образом. Изобретение печати с потенциалом в создании массовой продукции подготовило почву для графического дизайна. Почерк писца развивался медленно и мягко в течение веков. Изобретение подвижных литер в середине XV века, которое часто связывают с именем Иогана Гутенберга, радикально изменило дизайн литер. Сейчас шрифтовой дизайн стал достаточно быстро движущимся коммерческим процессом. Формы букв стандартизированы и необходимо разрабатывать различные варианты начертаний, которые помогут передавать смысл сообщений.

¹ Gordon B. The Complete Guide to Digital Graphic Design / B. Gordon, M. Gordon. London: T & H, 2005. p. 8.

Графический дизайн развивается как гибридная деятельность благодаря активному сотрудничеству в нем таких направлений как математика, инженерия, психология, изобразительное искусство. Изменения в искусстве, моде, во вкусах, сильный прогресс в области репрографических технологий, особенности современного образа жизни и особенности торговли, рынка, оказывают большое влияние на дизайн. Творческий вклад в развитие дизайна вносят не только сами дизайнеры, но и бесчисленные художники, типографы, технологи, менеджеры.

После первой мировой войны, преподаватели школы Баухаус видели историю как мертвую конвенцию и предпочли пересмотреть или отвергнуть параметры, в рамках которых работали их предшественники. Все авангардное мышление — важный компонент дизайна, вызванный необходимостью уйти от прошлого, чтобы изучать возможности будущего.

Цифровой дизайн — поле, создаваемое не столько развитием компьютера как такового, сколько развитием графических пользовательских интерфейсов, посредством которых пользователи взаимодействуют с виртуальной реальностью. Принятие графического пользовательского интерфейса вместо текстового стало новшеством в области пользовательских интерфейсов. Экраны, способные отображать графику, актуализировали спрос на графический контент, и таким образом родился цифровой графический дизайн.

С момента появления Мака (Mac) в 1984 году, цифровая революция настигла традиционные практики графического дизайна. Многие специализированные промыслы и ремесла стали почти полностью излишними. Большая часть ответственности за технические аспекты производства сместилась в сторону компьютерных издательских систем. В таких условиях дизайнерам самим необходимо осваивать постоянно расширяющийся набор навыков, начиная от работы в различных программных пакетах до понимания особенностей цифрового представления различных цветовых моделей, а также знания процессов подготовки цифрового контента к печати или к публикации в интернете.

Есть, однако, несколько аспектов графического дизайна, которые остаются относительно устойчивыми по отношению к меняющимся технологиям. Они включают в себя генерирование идей и концепций, основы дизайна и типографики, творческое решение проблемы и отличают дизайн от других профессий.

Печать традиционно влияла на то, как выглядит графический дизайн: такие направления как упаковка, выставочный дизайн, реклама в значительной степени определяются процессами печати. Методы печати, которые доминировали в течение большей части двадцатого века, претерпели быстро меняющиеся революции. В 1960-х появилась офсетная печать и в течение десяти лет стала наиболее распространенной формой воспроизводства, обладая преимуществом перед высокой печатью в меньшей трудоемкости. Основные изменения связаны с компьютерной версткой, которая, в конечном счете, была окончательно поглощена персональными компьютерными системами.

Сегодня, файл PDF (Portable Document Format), содержащий всю информацию, необходимую для вывода документа на печать, может быть передан непосредственно в заводской цех, где компьютеризированное оборудование либо делает пластины для офсетной печати, либо выводит работу непосредственно на бумагу, используя цифровую печать. Калибровка цвета может выполняться автоматически в течение всего процесса: от получения изображений с камер и сканеров до вывода их на печать. На практике, дизайнеры вникают в некоторые тонкие технические параметры работы принтеров. Каждый день происходят события, для которых требуются знаки, плакаты, флаеры и даже трехмерные объекты; при этом процесс производства организован практически без промежуточных звеньев между дизайнером и конечным результатом.

Цифровые технологии являются в настоящее время настолько хорошо известными, что возникает вопрос, нужно ли использовать слово "цифровой", если говорить про современный графический дизайн? По мнению Б. Гордона¹, графический дизайн сегодня находится в состоянии перманентной революции.

¹ Gordon B. The Complete Guide to Digital Graphic Design / B. Gordon, M. Gordon. London: T & H, 2005. p. 10.

Каждый аспект проекта может быть создан и доведен до высокого профессионального уровня на одном персональном компьютере. Кроме этого, как дизайнер, так и клиент могут просматривать конечный результат на экране. Доступные цветовые настройки показывают, как распечатанные материалы будут выглядеть; технологии, такие как PDF позволяют мгновенно передавать документы на печать; программное обеспечение для работы с трехмерной графикой позволяет просматривать трехмерные творения; программное обеспечение для проектирования упаковки позволяет рисовать развертки и затем составлять пакеты из плоских конструкций; технологии слайд-шоу и видео позволяют создавать динамичные презентации. В работе над дизайном многие из аспектов, связанных с повторениями или редактированием, были значительно уменьшены, автоматизированы, благодаря функциям, встроенным в большинство приложений: поиск и замена, проверка правописания, графические и типографские стили, управление контентом. Если нет функции, которая автоматизирует повторяющиеся задачи, скорее всего, ее можно создать самостоятельно, записывая последовательность команд.

На наш взгляд, цифровой дизайн, ориентированный на жизнь в виртуальной среде, можно считать мультимедийным. Ведь объекты дизайна, которые функционируют непосредственно в цифровой среде, работают не только с графикой, но и с другими медиа, например, с видео или со звуком. Мультимедийные проекты включают в себя множество функций, позволяющих пользователю взаимодействовать с цифровым пространством, то есть обладают интерактивной природой.

Как это ни парадоксально, в эпоху, которая видела много отраслей и профессий, имеющих узкую специализацию, чтобы выжить, цифровой дизайнер обязан быть мультигранным. Наиболее значительный рост спроса на дизайн-услуги происходит в результате эксплозии интернета и мультимедийной индустрии. Веб-дизайн, например, это дисциплина, в которой менее чем за десять лет изменились до неузнаваемости основные методы проектирования: было

разработано новое программное обеспечение и приняты новые стандарты, как технические, так и практические.

Многие дизайнеры самостоятельно в полной мере занимаются дизайном веб-сайтов: создают уникальную типографику, иллюстрации, анимацию, видео и даже звук. С развитием многочисленных разрозненных, но часто перекликающихся компьютерных программ значительно расширился спектр работ, в которых дизайнеры могут участвовать. Во многих программах в дополнение к богатым возможностям, позволяющим воплощать в жизнь креативный потенциал дизайнера, есть множество встроенных функций, увеличивающих производительность труда. Сегодня существует большой выбор программного обеспечения для редактирования текстовых, графических, мультимедийных данных.

Мультимедийный дизайн — это деятельность, которая актуализирует «потребность в квалифицированных специалистах междисциплинарного профиля, имеющих фундаментальное образование в сфере дизайна, компьютерных технологий и аналитической переработки информации, способных к активному творчеству и адаптации в меняющихся условиях, к освоению новых знаний и технологий»¹.

Так как дизайнеры работают, охватывая множество полей деятельности, они должны быть знакомы с широким спектром различных производственных и технологических процессов и связанными с ним вспомогательными профессиями и навыками. Часто в работе над дизайн-проектом требуется подключить к работе фотографов, иллюстраторов, музыкантов, писателей и кинематографистов, а также технических специалистов по веб-дизайну, программированию баз данных или других специалистов. Оцифровка звука, изображений, анимации, видеофильмов и производственных процессов позволила специалистам сотрудничать и работать с широким спектром сфер деятельности. Междисциплинарность в дизайне с развитием техники и технологий не утратила своей актуальности.

¹ Розенсон, И.А. Основы теории дизайна / И.А. Розенсон. СПб. : Питер, 2006. С. 6.

Появление персональных компьютеров и настольных издательских систем, фотокамер, различных цифровых инструментов, которые стали доступными и простыми в использовании для не дизайнеров, вызывает сомнения о необходимости для дизайнеров профессиональной подготовки. Однако профессиональный дизайн будут процветать, потому что идеи и инновации, опыт, композиционное чутье и творческое видение не могут быть упакованы и выставлены на продуктовые полки для клиентов.

Дизайн является чрезвычайно интересной и динамичной деятельностью, в которую легко вовлечься и которая может стать любимой профессией. Но она требует планирования, выносливости, и хорошего настроения в сочетании с творческими, инновационными и аналитическими методами работы. Дизайнерам необходимо обладать сведениями о бюджете проекта и учитывать требования производственного процесса. Успешные дизайнеры стремятся разработать функциональные и одновременно изобретательные решения визуальных проблем коммуникации в ответ на потребности клиентов, и для того, чтобы это сделать часто работают в тесном контакте с клиентами по составлению брифа и прописыванию стратегии перед началом любой визуальной работы. Хорошее понимание человеческой природы и культурной среды, а также способность вести или быть игроком команды по мере необходимости, вместе с острым вниманием к деталям, отличительная черта профессионального дизайнера.

Тотальное оснащение различных сфер материального производства, а также непроизводственных сфер деятельности человека цифровой техникой, развитие устройств и технологий, активное распространение интернета, увеличение точек свободного доступа (free wi-fi), возможности беспроводного подключения к глобальной сети стимулируют рост коммуникаций и информационных потоков, проходящих через дигитальный мир, включают все больше людей в процесс взаимодействия с цифровыми системами. В последнее время происходит необычайное увеличение количества информации не только текстовой или графической, но и информации, требующей синестетического восприятия в единстве текстовых, визуальных и аудиальных сообщений. Кроме того,

компьютерные технологии подразумевают интерактив, то есть взаимодействие человека с информацией или другими людьми посредством технических устройств.

Область профессиональной деятельности дизайнеров в индустриальном обществе заключается в творческой работе, направленной на создание эстетически выразительной предметно-пространственной среды. В информационно-сетевом обществе передовые дизайнеры работают в виртуальной, цифровой среде.

Интернет наряду с печатными изданиями, радио и телевидением является средством массовой информации. Однако интернет представляет собой специфическое пространство, взаимодействие с которым обусловлено его интерактивной природой. Взаимодействие с интернетом требует от пользователей погружения в виртуальную жизнь.

Объектами профессиональной деятельности в индустриальном обществе являются целостные комплексы предметно-пространственной среды: интерьеры, транспорт, техника и оборудование, товары массового потребления. В информационном обществе объектами дизайна становятся визуальные коммуникации, печатная продукция: фирменные стили, книги, журналы, плакаты, афиши. В сетевом обществе объекты дизайн-деятельности погружаются в виртуальную среду — это мультимедийные информационные ресурсы, например, веб-сайты или порталы, а также различные приложения, например, цифровые книги или журналы, компьютерные игры или программы для разработки.

С развитием компьютерных технологий в сфере профессиональной деятельности дизайнера наблюдается постоянное расширение выполняемых им функций, ограниченных целью и задачами решаемого проекта. Сбор материала, арт-дирекшн, тайм-менеджмент, формирование концепции, образное мышление, эскизирование, фотография, иллюстрация, верстка, прототипирование, тестирование, подготовка и проведение презентаций, запуск проекта в работу, сопровождение — вот краткий перечень основных компетенций. Нередко дизайнеру необходимым становится балансировать на грани эстетики и

эргономики, менеджмента и психологии, философии и права, отточено технично справляться с логической средой программных продуктов, позволяющих придать «вкусную» форму тем креативным концепциям, которые дизайнер придумал в самом начале работы над проектом, оценил как перспективные и согласовал с заказчиком.

В студиях существует разделение труда, и многие из вышеперечисленных обязанностей выполняют разные люди. Более того, концепцию иногда формулирует сам заказчик, но это не означает, что в процессе сотрудничества с дизайнером (или студией) не может произойти уточнений или даже кардинальных изменений в выбранном курсе. Кроме того, сегодня существует альтернатива одновременно фрилансу и студиям: платформы, например, talenthouse.com или godesigner.ru, где заказчик создает питч, а дизайнеры со всего мира предлагают варианты решений (Рисунок А. 14). Привлекательность таких сервисов заключается в том, что модераторы упрощают процесс взаимодействия заказчика и дизайнера.

Сетевое общество диктует дизайну новые условия: для решения сложных комплексных проектных задач необходимо сотрудничество интеллектуальных, организационных, информационных и технических ресурсов. Фундаментом для дизайнерской деятельности продолжает служить междисциплинарность.

Творческие задачи, стоящие перед дизайнером, требуют профессионального мышления, способного компилировать образность, системность, инновационность. Процесс дизайн-проектирования требует нестандартного мышления, креативности, многогранного подхода к решению поставленных задач.

Известно, что одним из наиболее сложных и многогранных механизмов человеческого мышления, языка и речи является метафора. Она играет важную роль в интеграции вербальной и чувственно-образной систем человека¹. Метафора подразумевает перенос значения с одного слова или выражения на

¹ Шевченко Л.Л. Метафора как средство моделирования концептуальной системы автора: На материале произведений Айрис Мердок: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Барнаул, 2005. 194 с.

другое на основе их общего признака. Создавая образ и апеллируя к воображению, метафора порождает смысл, воспринимаемый разумом¹.

Метафора является одной из техник креативного мышления, необходимых для профессионального решения дизайнерских задач и позволяет достичь неожиданного визуального эффекта, вызывающего отклик у потребителя. На уровне поиска ассоциаций через придумывание метафор или через другие техники креативного мышления (мозговой штурм, дерево идей), то есть на локальном уровне дизайнерской деятельности, связанном с рождением идей, проявляются междисциплинарные связи.

Развитие дизайн-мышления как ресурс, полезный для создания креативных стратегий обсуждают А.П. Ряжских² и А.В. Шестакова. Дизайн-мышление позволяет моделировать эффективные и интересные решения любых задач в любых сферах деятельности. Сила заключается в импровизации³.

В связи с тотальной компьютеризацией и информатизацией: повсеместной интеграцией компьютерной техники и сетей, информационных технологий и связи, основанной на телекоммуникациях, а также увеличением объема ежедневных информационных потоков, повышается значение интеллектуального труда в обществе, особую ценность обретают знания и способность к творчеству. Актуальной становится проблема оригинальности, новизны информации. Незаурядные, уникальные решения возникают благодаря личностям, готовым принимать и создавать принципиально новые идеи, отклоняющиеся от шаблонных или традиционных схем мышления.

Выявлением взаимосвязи между текстами культуры и художественными образами, получившими визуальное воплощение в дизайне, занимается И.В. Никитина⁴, характеризуя применение шаблонных унифицированных форм в

¹ Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс. // Теория метафоры. М.: Изд-во «Прогресс», 1990. С. 5—32.

² Ряжских А.П. Развитие дизайн-мышления — ресурс креативных стратегий в системе профессионального образования / А.П. Ряжских, А.В. Шестакова // Герценовские чтения. Начальное образование. 2012. Т. 3, № 3. С. 27—31.

³ Беньямин В. Улица с односторонним движением / В. Беньямин. М.: Ад Маргинем Пресс, 2012. С. 18.

⁴ Никитина И.В. Художественные образные формы графического дизайна как фактор возрастания роли визуальной культуры в информационном обществе / И.В. Никитина // Вестн. Кемеров. гос. ун-та культуры и искусств. 2012. № 21. С. 101—111.

практике дизайна как непродуктивное использование ресурсов визуальной культуры в информационном обществе.

Наличие *творческого, метафорического мышления* — важный аспект работы над дизайном. Для понимания сущности процесса метафоризации в дизайне обозначим основные функции, которыми обладает метафора: образная, номинативная и когнитивная. Образная функция заключается в способности метафоры создавать или вызывать в сознании образы¹. Номинативная функция метафоры проявляется в том, что она является механизмом переосмысления значений слова и таким образом служит источником его новых лексико-семантических вариантов². Когнитивная функция метафоры заключается в том, что она представляет собой отражение в языковой форме способов и результатов познания мира³. В основе метафоры лежит способность мышления усматривать аналогию между сущностями, обладающими разной природой. Аналогия — когнитивный механизм, позволяющий человеку воспринимать новую незнакомую информацию путем соотнесения ее с известной. Будучи способом осмысления действительности и фиксируя в языке результаты этого осмысления, метафора отражает принципы и механизмы взаимодействия языка и языкового сознания с миром.

В концепции метафоры М. Бирдсли аналогия заменена логическим абсурдом. Именно логический абсурд заставляет при интерпретации метафоры отказаться от основного значения слова и искать в спектре его коннотаций ту, которая позволила бы осмысленно связать метафорический предикат с его субъектом. Метафора помогает преодолеть смысловое противоречие или прямую несовместимость семантических характеристик столкнувшихся слов. При метафоризации происходит сдвиг центрального значения слова в пользу маргинального⁴.

¹ Шмелев Д.Н. Слово и образ / Д.Н. Шмелев. М.: Наука, 1964. 120 с.

² Складневская, Г.Н. Метафора в системе языка / Г.Н. Складневская. СПб.: Наука, 1993. 151 с.

³ Jackel O. The Metaphorical Concept of Mind / O. Jackel // Language and cognitive construal of the world. Berlin, NY: Mouton de Gruyter, 1995. P. 197—229.

⁴ Бирдсли М. Метафорическое сплетение. // Теория метафоры. М.: Изд-во «Прогресс», 1990. С. 201—218.

Описание метафоры как сугубо языкового явления не обладает объяснительной силой, не может вскрыть природу метафоры. Э. МакКормак утверждает, что для объяснения метафоры, следует предположить существование глубинных структур человеческого разума в качестве устройства, порождающего язык¹.

По мнению П. Рикера, «метафора — это своего рода категориальная ошибка: представление объектов одной категории в терминах другой. Действие порождающего речевого механизма в области метафоры заключается в размывании логических границ, благодаря которому обнаруживаются новые сходства, невидимые в рамках прежней классификации. То есть сила метафоры — в способности ломать существующую категоризацию»².

Метафора как одна из техник дизайн-мышления оказывает влияние на моделирование современной визуальной культуры. Одним из катализаторов развития визуальной культуры с точки зрения содержательной, повествовательной, нарративной, или смысловой, компоненты является область иллюстрации.

Иллюстрация сегодня — весьма самостоятельный жанр дизайна. Иллюстрация — это визуальная литература. Детская иллюстрация предполагает работу в сфере детской литературы; если говорить о журнальной иллюстрации, то круг задач ограничен областью журналистики, рекламные иллюстрации актуальны в рамках рекламного креатива³.

Самые интересные события в иллюстрации происходят там, где она вступает в острые, конфронтационные отношения с текстом, когда иллюстрация не просто воспроизводит или разъясняет текст, а начинает спорить с текстом, когда появляется новое значение, которое позволяет картинке быть иносказательным комментарием к тексту.

¹ МакКормак Э. Когнитивная теория метафоры. // Теория метафоры. М.: Изд-во «Прогресс», 1990. С. 358—386.

² Рикер П. Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение. // Теория метафоры. М.: Изд-во «Прогресс», 1990. С. 416—434.

³ Виктор Меламед о современных тенденциях в иллюстрации [Видеозапись] / Студия Артемия Лебедева. Россия, 2012. 83 мин.

Многие инструменты, механизмы привлечения внимания, ритмизации, формы, которые используются в литературных произведениях, появляются в иллюстрации. Анафора дает возможность моделировать ритм текста за счет повтора слов, словосочетаний или иных элементов в начале строфы, строки или абзаца. Эпифора подразумевает повторение одного и того же слова в конце смежных отрезков речи. Если сфокусировать внимание на области иллюстрации, то можно заметить, что такие фигуры наиболее ярко проявляют себя в комиксе или искусстве, связанном с последовательностью картинок (sequential art). Эллипсис — фигура речи, основанная на пропуске слова, пропуске того, что ожидаемо. Появляется пауза, где отсутствие создает напряжение, заставляя иллюстрацию быть запоминающейся, заставляя картинку работать.

Одна из наиболее интересных тем в иллюстрации — это игры со смыслами. Игры в слова на интеллектуальном, а не на ритмическом уровне развивают самостоятельность, образность мышления дизайнера, что позволяет найти оригинальные, интересные решения в ответ на задачи, вопросы или проблемы, предложенные текстом. Литературные тропы (риторические фигуры, слова или выражения, используемые в переносном значении) как фигуры переосмысления текста широко используются в иллюстрации. Гипербола — стилистическая фигура явного и намеренного преувеличения, когда явлению приписывается какой-либо признак в такой мере, в какой оно им реально не обладает. В иллюстрации гипербола активно используется в жанре карикатуры. Аллегория — условное изображение абстрактных идей или понятий посредством конкретного художественного образа. Аллегория — это игра символами, и есть некоторые причины, по которым именно этот троп в иллюстрации следует избегать. Аллегория в иллюстрации — это синоним банальности: когда совсем нечего сказать, можно говорить афоризмами. Когда иллюстрация подходит к любому тексту, это пример неудачной иллюстрации. Такие иллюстрации можно найти в жанре стоковой иллюстрации, и они рассчитаны на то, что могут быть использованы в разных текстах. Если аллегория — это оперирование символами, крепко утвердившимися в данной социокультурной системе, то метафора — это

новый символ, который позволяет получить ёмкие образы, основанные на ярких, неожиданных ассоциациях. Способность создавать метафоры подразумевает готовность дизайнера работать в совершенно необычном контексте, склонность к символическому, ассоциативному мышлению, умение увидеть в простом сложное, а в сложном — простое. В основу метафор может быть положено сходство самых различных признаков предметов и явлений: цвета, формы, объёма, назначения, положения и т. д.¹.

«Значение метафоры не заключено ни в одном из отдельно взятых слов, оно рождается в конфликте, в той напряженности, которая возникает в результате соединения слов во фразе. Метафора наглядно демонстрирует символическую функцию языка: буквальный смысл отступает перед метафорическим смыслом, соотносённость слова с реальностью и эвристическая деятельность субъекта усиливаются»².

Придумывание метафоры, придумывание нового символа, генерирование нового текста в ответ на текст, предложенный журналом или книгой, очень ценно в профессии дизайнера. Креативные навыки дизайнера формируются в результате длительного кропотливого труда, однако существуют практические приемы, развивающие способность думать творчески. Процесс создания незаурядной иллюстрации можно конвенционально разграничить на ряд этапов: определение проблемы и задач, сочинение метафор, визуализация (воплощение) новых идей. Лучшие иллюстрации связаны с материалом, с контентом, а, следовательно, анализ содержания текста, который предстоит иллюстрировать, поможет выявить проблему. Методы определения задач часто включают в себя их визуальную фиксацию: формирование списков, представление взаимосвязей в виде диаграмм, составление ассоциативных систем в виде карт. Одним из приемов генерирования визуальных метафор является визуальный мозговой штурм — рисование быстрых набросков путем свободного неограниченного поиска идей. Затем, для получения

¹ Меламад В. Как найти визуальную метафору [Видеозапись] / Институт УНИК. Россия, 2012. 95 мин.

² Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике / П. Рикер; пер. с фр., вступ. ст. и коммент. И.С. Вдовиной. М. : Академический Проект, 2008. С. 33-34

концепций, насыщенных свежими смыслами и новыми функциями можно совместить разрабатываемую тему с образами из области, на первый взгляд, никак не взаимосвязанной с той, над которой идет работа; при этом можно сочетать стили, идеи и функции. Среди бесчисленных концептов может возникнуть множество удачных решений. Создание макетов позволяет конкретизировать идеи и показывает, как концепции будут выглядеть в реальности¹.

В современной социокультурной ситуации наблюдается усиление роли изысканий, посвященных развитию и изменению смысла текстов. Опираясь на теоретико-методологическую базу различных областей знания, мы сфокусировались на рассмотрении метафоры как инструмента создания неожиданных визуальных решений в сфере визуальных коммуникаций. Метафора наряду с другими тропами позволяет сочинять игры на коннотационном уровне, налаживая связи между разнovidными идеями, в отличие от риторических фигур, участвующих в ритмической организации материала. Проведенные исследования позволяют сделать заключение о том, что смысл метафоры раскрывается лишь в определенном контексте. Следует подчеркнуть, что для создания эффективных визуальных сообщений важно не только рисовать, но и вдумчиво, осмысленно работать с текстом.

В дизайнерской деятельности существуют профессиональные хитрости: условное разделение креативного процесса на блоки: выявление проблемы и задач; изобретение идей, которые можно видеть и сравнивать, сортировать и комбинировать; придание новым идеям внешних форм, готовых к воспроизведению. Резюмируя предшествующие рассуждения, можно сказать, что в генерировании новых символов, новых семантических связей, острых визуальных решений осуществляется человеческая способность к творчеству: дизайн с помощью метафор переописывает мир.

Одной из ключевых задач на пути профессионального развития дизайнеров является формирование собственного образного языка возможное благодаря

¹ Луптон Э. Графический дизайн от идеи до воплощения / Э. Луптон; пер. с англ. В. Иванов. СПб. : Питер, 2013. 184 с.

творческому осмыслению инструментов и изобретательных приемов во время работы над дизайн-проектами, нелинейное решение проблем, индивидуальный опыт. Метафорическое мышление дизайнеров служит фундаментом для появления небанальных решений, «прорывов», лидеров среди конкурирующих продуктов.

Мера оригинальности дизайнера есть мера свободы варьирования, комбинирования дизайнерских «топосов» (общих мест) и «узусов» (обычаев); она зависит от умения вживаться в разные роли, предлагаемые средой дизайна, от степени освоения возможностей, техник, инструментов, от навыков свободной игры дизайном. Оригинальность лежит в основании дизайна. Дизайну, который стремится к наименьшей фальшивости, следует быть наиболее оригинальным. Варьирование дизайнерских приемов мышления, кодов, топосов, выразительных возможностей как средство позволяет дизайнеру бороться с банальностью¹.

Дизайнеры являются держателями и генераторами идей. Опираясь на креативными техниками, дизайнеры не только транслируют сообщения, но и метафоризируют их, перемещают одно в другое, миксуют. Дизайнеры как проводники сообщений становятся проводниками идей. Сообщения как носители идей смешиваются, накладываются друг на друга, пересекаются, претерпевают метаморфозы².

Дизайн как феномен современной культуры не способен существовать в качестве замкнутого явления: именно своевременный выход за институциональные и структурные ограничения, пересечение пределов дизайнерских направлений, школ и даже стилевых парадигм позволяют дизайну дышать и двигаться.

В настоящее время окружающий мир быстро меняется, и с ним меняется дизайн: происходит разделение специализаций в сфере дизайна: дизайн архитектурной среды, промышленный дизайн, ландшафтный дизайн, графический

¹ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М. : Издательская группа «Прогресс»: «Универс», 1994. С. 29.

² Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / Ж. Бодрийяр; пер. с франц. Н. Суслова. Екатеринбург : У-Фактория, 2006. 199 с. С. 5.

дизайн, световой дизайн, мультимедийный дизайн. Работа над дизайном становится все более сложной, предполагающей привлечение различных специалистов для успешного выполнения конкретного проекта. Кто знает, с какими медиа и с какими инструментами дизайн столкнется в будущем?

Дизайн — многомерная система, требующая новых идей, форм и нарушения привычного хода вещей¹. Многогранность дизайна обуславливает его многофункциональность. Однако среди прочих аспектов дизайн обладает перманентной основой, заключающейся в его междисциплинарности, которая проявляется в любом дизайн-проекте, в любом направлении дизайна.

Предмет дизайна можно рассматривать как систему, состоящую из ответов на различные запросы человека. Формулировку иерархии запросов человека можно найти в пирамиде потребностей. А.Г. Маслоу выделяет разные виды потребностей человека: физиологические потребности, потребности в безопасности, потребности в принадлежности к социальным группам, потребности в любви, потребности в уважении, познавательные потребности, эстетические потребности, потребности в самоактуализации². Такой подход помогает разрабатывать стратегии дизайна, направленные на различные аспекты жизнедеятельности общества и индивида, а также позволяет оценивать социокультурный контекст деятельности дизайнера.

Продукт дизайна — элемент открытой системы, а, следовательно, дизайнеру неподвластен тотальный контроль над собственными творениями. Продукт дизайна нацелен на жизнь в социуме и зависит от потребителей. Ценность дизайн-продуктов меняется с развитием техники и технологий, с развитием общества, с изменениями мотиваций потребителей.

Несмотря на изменчивость, нестабильность многих параметров дизайнерской деятельности, дизайн обладает междисциплинарностью, которая является стабильной, фундаментальной характеристикой дизайна.

¹ Блуждающий дизайн [Электронный ресурс]: Павел Родькин: Визуальные коммуникации. URL: <http://www.prdesign.ru/text/2011/floatdesign.html> (дата обращения: 10.05.2012).

² Маслоу А.Г. Мотивация и личность / А.Г. Маслоу. СПб. : Евразия, 1999. 478 с.

Междисциплинарность — сущностная характеристика дизайна, которая с развитием общества меняет собственные оттенки, но в целом, остается неизменной чертой дизайна.

Междисциплинарные основания дизайна строятся на основе мышления дизайнера, включающем коллаборацию компонентов образности, системности, инновационности¹. Вместе с историческим развитием дизайна расширяется количество дисциплин, которые имеют непосредственное отношение к дизайну. При работе над дизайн-проектом может потребоваться синтез, сотрудничество разных дисциплинарных, методологических, технологических, стилистических направлений. Важно, чтобы эти направления были между собой согласованы и нацелены на решение стратегической задачи.

Дизайн как феномен культуры зависим от времени, в котором он функционирует и тесно связан с развитием техники и технологий. Промышленная революция рубежа XVIII — XIX веков привела к возникновению массового производства товаров, появилась конкуренция, возникла необходимость уделять особое внимание эстетическим качествам дизайн-продукта. На помощь инженерам, конструировавшим образцы для промышленного производства и отвечавшим за их функциональность, пришли художники с целью решения эстетических задач. Начала формироваться профессия дизайнера. Для создания готового продукта инженеры работали в сотрудничестве с дизайнерами, но для продвижения товаров на рынке требовались специалисты по рекламе, маркетингу, психологи. Дизайн активно развивается на междисциплинарных основаниях.

В индустриальную эпоху промышленный дизайн стал лидером проектной культуры. Переход от индустриального общественного строя к информационному обусловил активное развитие графического дизайна, для которого характерно оперирование информацией. Сетевое общество вывело в лидеры мультимедиадизайн — цифровой дизайн, ориентированный на жизнь в виртуальной среде. Мультимедийные проекты позволяют пользователю

¹ Долгих М.Н. Междисциплинарные основания дизайна / М.Н. Долгих // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 377. С. 58–61.

взаимодействовать с цифровым пространством, то есть обладают интерактивной природой. Несмотря на то, что сегодня актуальна тенденция к узкой специализации, цифровой дизайнер, чтобы быть успешным, должен быть мультигранным. В создании дизайн-проекта часто необходимо участие фотографов, иллюстраторов, музыкантов, писателей и кинематографистов, а также специалистов по веб-дизайну, программированию баз данных или других специалистов. Междисциплинарность в дизайне с развитием техники и технологий только укрепляется и расширяет спектр охватываемых дисциплин. Для решения сложных проектных задач необходимо сотрудничество интеллектуальных, организационных, информационных и технических ресурсов. Фундаментом для дизайнерской деятельности продолжает служить междисциплинарность.

Процесс дизайн-проектирования предполагает решение творческих задач, требует развитого творческого, нестандартного мышления, креативности. Метафора является одной из техник креативного мышления, важных для решения дизайнерских задач.

Требования к дизайн-продуктам изменяются со временем, с развитием техники и технологий, с переменами в обществе. Несмотря на нестабильность многих параметров процесса и результатов дизайн-деятельности, существует характеристика, которая является стабильной, сущностной характеристикой дизайна. Междисциплинарность — характеристика дизайна, которая с развитием общества меняет грани, состав дисциплин, но остается неизменной чертой дизайна.

В следующем параграфе рассмотрим, как дизайн выполняет конструирующую функцию в культуре сетевого общества.

2.2 Дизайн как интерактивные технологии, дигитальные ландшафты

Процесс дизайн-проектирования существенно трансформировался, перебравшись из культуры индустриального общества в культуру сетевого общества. Дизайн, освоивший предметно-пространственную проектную площадь

с помощью направления промышленного проектирования, визуально-коммуникативную сферу с помощью направления графического дизайна, с появлением компьютерной техники погрузился в новое пространство: пространство виртуально-медийное. Новые условия появились во время распространения первых компьютеров, но мутируют, изменяются здесь и сейчас. Дизайн-мышление в коллаборации с возможностями компьютерной техники и информационно-коммуникационных технологий насыщают виртуальную среду все большим количеством информации, все большим ренджем возможностей разного порядка, все большим диапазоном новых образов, новых смыслов, новых ценностей, которые, перешагивая границу экрана, внедряются в физическое пространство¹.

В чем заключается современная ситуация в области дизайна виртуальных миров? Что собой представляют цифровые визуальные ландшафты в аспекте гибридизации медиа? Какова структура и специфика дизайна в интерактивной среде?

Для ответа на эти вопросы нужно рассмотреть с точки зрения дизайн-проектирования дигитальные ландшафты в аспекте новых медиа как феномены виртуальной среды и определить влияние виртуальной среды на формирование нового уклада социокультурных реалий.

Существует множество аспектов исследований дизайна. В рамках данного параграфа нас интересует эволюция дизайна не в широком историческом, культурном контексте, а в более узком: во взаимозависимости развития техники и технологий с изменениями в дизайне. На первый взгляд, кажется: чем дальше шагает прогресс в области техники и технологий, тем проще становится решать дизайн-задачи. Это не всегда так. В культуре сетевого общества дизайн формирует виртуальную среду, заполняет виртуальными артефактами цифровые ландшафты. Для создания виртуального пространства требуются умения оперировать информацией.

¹ Долгих М.Н. Дизайн и виртуальная среда: дигитальные ландшафты в аспекте гибридных медиа / М.Н. Долгих // Вестник Томского государственного университета. 2014. № 379. С. 86–91.

Проблема трансформации информационного общества, по мнению И.А. Грибова¹, заключается в том, что виртуальные социальные практики занимают прочное место в физической реальности.

Наступление информационного века (также известного как эра компьютеров, цифровой век, или эпоха новых медиа) связано с цифровой революцией, основанной на информатизации и компьютеризации общества, которая ознаменовала начало новой эпохи, эпохи дигитальных, или цифровых, ландшафтов.

Визуальное представление цифровых ландшафтов проектируют дизайнеры, работающие в интерактивной среде. Интерактивный дизайн охватывает такие области знания, как семиотика, информационная архитектура, графический дизайн, разработка пользовательских интерфейсов, игровой дизайн, веб-дизайн и различные другие области. Неизбежным аспектом дизайна в интерактивной среде является математическая логика, обернутая в визуальный контекст.

Важным критерием профессионализма дизайнера, работающего в виртуальном пространстве или над интерактивными проектами, является свободное владение компьютерными технологиями, умение работать с интерактивными, цифровыми инструментами.

Интерактивные технологии применяют в искусстве (интерактивные инсталляции, видеомэппинг), информационно-коммуникационных системах (веб-ресурсы, компьютерные игры, скайп), промышленных продуктах (банкоматы, рабочие места пилотов космических кораблей).

С точки зрения дизайн-проектирования влияние цифровых технологий на формирование пространственной среды на примере культурно-развлекательных центров рассматривает Н.А. Васильева².

¹ Грибов И.А. Информационное общество: от виртуальной реальности к реальной виртуальности / И.А. Грибов // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. 2012. № 9–2. С. 47–51.

² Васильева Н.А. Дизайн-проектирование пространственной среды культурно-развлекательных центров с использованием цифровых технологий / Н.А. Васильева // Вестн. Амур. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные науки. 2012. № 56. С. 134–137.

А.Ф. Галиева¹ и А.С. Михайлова анализируют интерактивность в городской среде. Город можно интерпретировать как модель общества, двигатель прогресса. Городская среда является одной из областей развития интерактивности. Информационные стенды упрощают понимание сложно организованной системы города, помогают ориентироваться в незнакомом пространстве. Магнитные карты-ключи повышают уровень безопасности организаций. В банковских терминалах можно произвести финансовые операции в любое время суток. Интерактивные фасады привлекают прохожих к взаимодействию, реагируя на различные сигналы, например, движения или звуки.

Информационно-коммуникационные технологии в дизайн-образовании рассматривает О.В. Ларина², выделяя несколько функциональных направлений: как средства поиска, хранения, систематизации информации; как средства обучения; как средства художественного выражения.

Роль цифровых технологий в формировании искусства постмодернизма и трансдисциплинарной области научного искусства анализирует С.В. Ерохин³, раскрывая потенциал компьютерных технологий как основу для формирования нового «большого» стиля в искусстве.

Особенности эволюции экранной культуры как продукта виртуальной медиареальности в контексте информационной эпохи рассматривает Н.Б. Кириллова⁴, анализируя отличия новых форм искусства в киберпространстве от их традиционных аналогов.

¹ Галиева А.Ф. Интерактивная среда в окружении человека / А.Ф. Галиева, А.С. Михайлова // Дизайн-ревью. 2012. № 1–2. С. 86–95.

² Ларина О.В. Информационно-коммуникационные технологии в дизайн-образовании / О.В. Ларина // Среднее профессиональное образование. 2013. № 3. С. 50–51.

³ Ерохин С.В. Цифровые технологии как основа формирования искусства постмодернизма и трансдисциплинарной области научного искусства / С.В. Ерохин // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. 2012. № 10–1. С. 85–88.

⁴ Кириллова Н.Б. Метаморфозы экранной культуры в новой медиареальности / Н.Б. Кириллова // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2012. Т. 107, № 4. С. 46–57.

Систему игрового искусственного интеллекта рассматривают А.А. Алимов¹ и О.А. Шабалина. На основе мультиагентного подхода они анализируют программную систему управления персонажами игрового мира в виртуальной реальности, уделяя внимание управлению группами агентов, взаимодействию агентов и параллельному решению задач.

Актуальное искусство в культурном пространстве современной России сквозь призму социологического измерения изучают Н.М. Великая² и А.А. Голосеева. Исследователи выделяют критерии, позволяющие отнести то или иное явление к области актуального искусства. Интерактивность и провокативность обозначаются как элементы, позволяющие создать специфическую коммуникационную среду, включающую зрителя в творческий процесс. В этом смысле интерактивность аналогичным образом работает в сфере дизайна, превращая пользователя в соавтора, сотворца происходящих событий.

Компьютерные технологии в современной живописи рассматривает С.А. Прохоров³, описывая методы работы художников-живописцев, использующих фотографическую и компьютерную технику. Новые технологии в области искусства рассматривает С.Н. Ледушкина⁴, охватывая различные стороны художественного мышления и творческой деятельности. Программные и технические средства мультимедийных технологий описывает Н.Н. Елистратова⁵, предлагая внедрить их в образовательный процесс высших учебных заведений для создания качественно новой информационно-образовательной среды.

¹ Алимов А.А. Система игрового искусственного интеллекта / А.А. Алимов, О.А. Шабалина // Изв. Волгоград. гос. техн. ун-та. 2012. Т. 4, № 13. С. 166–169.

² Великая Н.М. Актуальное искусство в культурном пространстве современной России: социологическое измерение / Н.М. Великая, А.А. Голосеева // Вестн. РГТУ. 2013. № 2. С. 29–44.

³ Прохоров С.А. Компьютерные технологии в современной живописи / С.А. Прохоров // Изв. Алт. гос. ун-та. 2012. Т. 2, № 2. С. 202–206.

⁴ Ледушкина С.Н. Новые технологии и субъекты художественной коммуникации: парадоксы компьютерного искусства / С.Н. Ледушкина // Изв. Волгоград. гос. техн. ун-та. 2012. Т. 8, № 11. С. 47–50.

⁵ Елистратова Н.Н. Программные и технические средства технологии мультимедиа в образовательном процессе ВУЗа / Н.Н. Елистратова // Вестн. Рязан. гос. ун-та им. С.А. Есенина. 2012. № 34. С. 14–23

Вопросы становления дизайна музыкальных 3D клипов, закономерности создания анимации трехмерных объектов, особенности применения средств художественной выразительности рассматривает А.А. Сухорукова¹, представляя организацию трехмерной среды как совокупность пространственных и эмоционально-художественных параметров.

Проблемы преемственности и новаторства в современном книжном дизайне рассматривает К.В. Котлова², выявляя особенности, переходящие из поколения в поколение, а также нововведения, обусловленные социокультурной эволюцией.

Анализ литературы показывает, что современные исследователи интересуются вопросами влияния цифровых технологий на формирование пространственной среды с точки зрения дизайн-проектирования; интерактивности в городской среде; применения информационно-коммуникационных технологий в дизайн-образовании; роли цифровых технологий в формировании искусства постмодернизма и трансдисциплинарной области научного искусства; эволюции экранной культуры как продукта виртуальной медиареальности; игрового искусственного интеллекта; интерактивности и провокативности как элементов актуального искусства; применения компьютерных технологий в современной живописи; становления дизайна музыкальных 3д клипов; преемственности и новаторства в современном книжном дизайне. Однако до сих пор не разработана идея о выполнении дизайном в культуре сетевого общества конструирующей функции по созданию виртуальной реальности, по созданию дигитальных ландшафтов.

Интерактивный дизайн определяется как ориентированная на пользователей область разработок, которая фокусируется на процессах коммуникации, осуществляющихся посредством взаимодействия людей с технологиями. Удачные интерактивные проекты имеют простые, четко определенные задачи, сильные цели и интуитивно понятный интерфейс³.

¹ Сухорукова Л.А. Особенности применения средств художественной выразительности в дизайне музыкальных 3д клипов / Л.А. Сухорукова // Проблемы современной науки. 2012. Т.1, № 5–1. С. 118–123.

² Котлова К.В. Преемственность и новаторство в современном книжном дизайне / К.В. Котлова // Фэн-наука. 2012. № 6. С. 52–53.

³ Crawford C. Art of Interactive Design / C. Crawford. San Francisco, CA: William Pollock, 2003. 387 p.

С тенденцией к все более широкому использованию интернета, появлением интерактивных средств массовой информации, и в конечном итоге с появлением цифровых интерактивных потребительских товаров, две культуры: дизайн и инженерия стали тяготеть к общей заинтересованности в использовании гибких систем в интерактивных сервисах и исследованию пользовательского опыта. Наиболее важной характеристикой интернета является его открытость для общения людей с людьми и взаимодействия людей с информацией. Другими словами, каждый может легко общаться и взаимодействовать с кем или с чем захочет в интернете. Понятие интерактивного дизайна приобрело популярность благодаря интернет-среде. Особенность интернета заключается в использовании гипертекста, ссылок, которые позволяет наряду с линейным восприятием информации двигаться и по другим структурным схемам¹.

Интернет — одна из форм новых медиа, вероятно, самая глобальная, самая вездесущая. В настоящее время, в соответствии с развитием науки и техники, различные новые медиа приобретают значимость в разных областях, таких как искусство, производство услуг и товаров, наука. Большинство технологий, именуемых «новые медиа», являются цифровыми, часто имеют такие характеристики, как возможность совершать различные манипуляции, работа в сети и интерактивность (например, социальные сети, видеоигры и программные приложения). Таким образом, "интерактивность" — это важный элемент новых медиа. Компании, занимающиеся производством или услугами, все больше внимания обращают не на продукты сами по себе, а уделяют внимание человеко-ориентированным товарам или услугам.

Новые медиа можно описать как смесь между существующими культурными конвенциями и конвенциями в программном обеспечении. Например, газеты и телевидение прошли путь от традиционных способов производства до формы интерактивных мультимедиа. Новые медиа предлагают аудитории доступ к контенту в любое время и в любом месте, на любом цифровом устройстве. Кроме того, они также способствуют осуществлению

¹ Parker L. Interplay: interactive design / L. Parker. London: Victoria & Albert Publisher, 2004. 128 p.

интерактивной обратной связи, участием в обсуждениях и созданию сообщества вокруг медиа-контента.

Новые медиа — туманный термин, который означает мириады вещей. Интернет и социальные сети являются формами новых медиа. Любой тип технологии, который позволяет совершать цифровые взаимодействия, представляет собой одну из форм новых медиа. Видеоигры, а также Фейсбук (Facebook), являются яркими примерами разных типов новых медиа.

Вернемся к дизайну в интерактивной среде и рассмотрим особенности цифровых ландшафтов, которые осваивают дизайнеры пользовательских интерфейсов, веб-дизайнеры, а также дизайнеры видеоигр.

Интерфейсы являют собой основу взаимодействия пользователя с современными информационными системами. Интерфейсы — это продукты дизайна. Современные интерфейсы ушли далеко от тех, которые работали, например, под операционной системой MS-DOS (MicroSoft Disk Operating System). «В 80-90-х годах ее устанавливали на большинство IBM PC-совместимых компьютеров. Со временем операционная система MS-DOS была полностью вытеснена операционными системами семейства Windows. Примечателен тот факт, что MS-DOS служила загрузчиком для первых версий Windows. Изначально в MS-DOS не было графического интерфейса, а работа в системе осуществлялась путем ручного ввода команд. После загрузки системы MS-DOS мигал белый курсор на черном фоне. Зато существовало несколько альтернативных оболочек для упрощения работы в системе, позже эти оболочки стали называться файловыми менеджерами. До сих пор используются такие оболочки, как FAR или Total Commander. Они являются прямыми потомками графических оболочек того времени. Все они устроены по одному принципу: разделенный на две части экран с содержимым, между которым проводятся различные операции с использованием горячих клавиш. Без преувеличения будет сказано, что MS-DOS это целая игровая эпоха. Именно во времена MS-DOS появились многие

культовые игры, некоторые из которых до сих пор являются прообразами современных бестселлеров»¹.

Интерфейс — это не только окна, пиктограммы, выпадающие меню и мышь. Вышеперечисленные параметры характерны, скорее, для графического пользовательского интерфейса. До появления графического интерфейса существовал текстовый интерфейс. Сегодня взаимодействие с компьютером осуществляется не только посредством мыши или тачпада, но и с помощью голоса. В широком смысле интерфейс «человек-компьютер», или «человек-машина», или пользовательский интерфейс, или просто интерфейс — это способ выполнить некую задачу с помощью определенного продукта².

Дизайн интерфейсов сегодня связан не только с персональными компьютерами, но и с мобильными устройствами связи, экранами в бытовых приборах или в транспорте, различными автоматами в общественных помещениях или в городской среде. Различные системы интерактивности представляют собой актуальные, востребованные сферы для развития прикладного дизайна.

Особенно активно растет количество приложений для мобильных устройств. Ежедневно появляется множество узкоспециальных программных приложений для мобильных устройств, предназначенных для решения конкретной задачи в таких категориях, как образование (дошкольное и начальное образование, наука), здоровье и фитнес (здоровое питание, хороший сон), фото и видео (фильтры и эффекты, приложения для создания анимации), путешествия (бронирование билетов, карты и путеводители), музыка (вокал, звуковые эксперименты), развлечения (калейдоскоп, пересыпание песка), спорт (тренировки, приложения для велосипедистов), образ жизни (мода, приложения для родителей), производительность (заметки, эффективная работа с почтой).

Эволюция интерфейсов — ясный признак рождения целого ряда направлений в области проектирования, в области дизайна.

¹ MS-DOS [Электронный ресурс] : Combonews : новости мира высоких технологий. Режим доступа : URL : <http://www.combonews.ru/encyclopedia/2524-ms-dos.html> (Дата обращения : 25.06.2013)

² Раскин Д. Интерфейс: новые направления в проектировании компьютерных систем / Д. Раскин. М. : Силвол-Плюс, 2005. 161 с. С. 4-5

Дизайн пользовательских интерфейсов или разработка пользовательских интерфейсов — это проектирование интерфейсов веб-сайтов, интерфейсов компьютеров, интерфейсов электробытовых приборов, интерфейсов аппаратов, устройств мобильной связи, программного обеспечения с акцентом на удобстве работы и взаимодействия для пользователя. Цель дизайна пользовательского интерфейса направлена на то, чтобы сделать взаимодействие пользователя эффективным и простым с точки зрения достижения цели пользователей. Такой дизайн часто называют ориентированным на пользователя. Хороший дизайн пользовательского интерфейса облегчает решение задач, не привлекая лишнего внимания к себе. Процесс проектирования должен уравновесить техническую функциональность и визуальные элементы, чтобы создать систему, которая не только работает, но также может адаптироваться к меняющимся потребностям пользователей.

Разработка пользовательского интерфейса требует хорошего понимания потребностей пользователей. Есть несколько базовых этапов и процессов в дизайне пользовательского интерфейса, но востребованность каждого из этих аспектов определяется конкретным проектом. Сбор функциональных требований — составление списка функций, необходимых системе для достижения целей проекта и отвечающих потенциальным потребностям пользователей. Анализ потенциальных пользователей системы — ответы на типичные вопросы: что пользователь хочет, чтобы система умела делать; как система будет вписываться в рабочий процесс пользователя или повседневную деятельность; насколько технически подкован пользователь, и к каким подобным системам он уже обращается; какой стиль отображения информации понравится пользователю. Информационная архитектура — организация данных, отвечающая требованиям юзабилити и структурной эстетики. Прототипирование — разработка макетов, бумажных прототипов или простых интерактивных меню. Эти прототипы лишены стилистических элементов и по большей части сосредоточены на функциональности интерфейса. Проверка юзабилити — проверка оценщиком пользовательского интерфейса. Юзабилити тестирование — тестирование

прототипов фактическими пользователями часто с использованием техники, фиксирующей протокол мыслей, которые озвучивает пользователь во время тестирования. Графический дизайн интерфейса — фактический внешний вид и дизайн конечного графического интерфейса пользователя¹.

Некоторые интерфейсы содержат минимум графики и максимум функционала, например, интерфейс поисковой системы Google. Поисковая система Google позволяет искать информацию на сайтах всемирной паутины, и представляет собой поисковую машину (поисковый движок), устройство которой является коммерческой тайной разработчиков. Запрос на поиск информации в поисковой системе Google можно отправлять с помощью клавиатуры или используя голосовой интерфейс. Улучшение работы поисковых систем — одна из приоритетных задач дизайна, работающего в интернете.

Интерфейс одного из наиболее распространенных в мире графических редакторов Adobe Photoshop состоит из следующих элементов: панель меню, панель инструментов, панель свойств, окно документа и дополнительные плавающие окна программы. Панель меню содержит в себе такие разделы, как «файл», «редактирование», «изображение», «слои», «шрифт», «выделение», «фильтр», «3D», «просмотр», «окно», «справка». Панель инструментов содержит в себе инструменты для создания и редактирования изображений. Панель свойств является контекстнозависимой и отображает информацию о свойствах выбранного инструмента. Окна программы могут быть открыты в разных комбинациях, могут прикрепляться к полям, друг к другу, а также открепляться, сворачиваться и разворачиваться. Среда Photoshop позволяет импровизировать с инструментами, со схемами рабочего пространства, с последовательностью и методами работы для решения различных задач.

Дизайн интерфейсов необходим в широком спектре проектов, которые базируются на одних и тех же основах человеко-компьютерного взаимодействия, однако, требуют и некоторых уникальных навыков и знаний. В результате, как

¹ Johnson J. Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Rules / J. Johnson. S.l.: Morgan Kaufmann, 2010. 200 p.

правило, дизайнеры специализируются на определенных типах проектов и имеют наработки, сосредоточенные вокруг их практического опыта, будь то исследования поведения пользователей, проектирование программного обеспечения, игровой дизайн или веб-дизайн.

Развитие компьютерных и сетевых технологий открывает пользователям более гибкие условия взаимодействия с виртуальной средой. Разрастание интернета связано с разрастанием *веб-сайтов*. Сегодня сайты отличаются от тех, что были на пике актуальности в 90-е годы XX века. На сайтах можно найти информацию в виде текстов, изображений, аудиозаписей, видео, компьютерной анимации или в виде гибридных решений компоновки информации; игры; опросы или голосования; ссылки на различные ресурсы; возможность забронировать билеты на самолет, места в кинотеатре, виртуально оплатить покупку товаров или услуг и другие возможности.

За время экспансии интернета дизайнеры накопили стандартные, шаблонные решения, позволяющие сделать веб-сайт за несколько кликов. Такие решения связаны, скорее, не с разработкой, а с комбинацией готовых элементов — сеток, клипартов, стилей, шрифтов, которые можно вытащить из библиотеки. Здесь воплощается игра с принципами, заложенными в комбинаторике. В работе над проектом с помощью готовых элементов дизайна некоторые технические задачи можно решать быстрее.

Веб-дизайн включает в себя много различных навыков и дисциплин в сфере производства и обслуживания веб-сайтов. Различные области веб-дизайна включают в себя графический дизайн, дизайн интерфейса, авторинг, включая стандартизацию кода и патентование программного обеспечения, дизайн пользовательского опыта и оптимизацию поиска. Термин веб-дизайн, как правило, используется для описания процесса проектирования интерфейса веб-сайта, включая написание разметки. Веб-дизайнеры должны иметь понимание

юзабилити и если их роль включает в себя создание разметки, то они также должны быть знакомы с основными принципами сетевых возможностей¹.

Веб-дизайнеры используют различные инструменты в зависимости от того, в какой части производственного процесса они участвуют. Инструменты обновляются с течением времени в связи с обновлением стандартов и программного обеспечения, но принципы, лежащие в основе веб-дизайна, остаются прежними. Графические дизайнеры используют векторные и растровые графические пакеты для создания изображений, отформатированных для веб, или для дизайна макетов. Технологии, используемые для создания сайтов, включают в себя стандартизированные языки разметки, где код может быть прописан вручную или сгенерирован программным обеспечением визуального редактирования.

Есть два основных направления специалистов: веб-дизайнеры и веб-разработчики, которые часто работают в тесном сотрудничестве над созданием сайта. Веб-дизайнеры отвечают за визуальный аспект, который включает в себя макет, цветовое решение и типографику веб-страницы. Приветствуется, когда веб-дизайнеры имеют практический опыт работы с различными языками, такими как HTML, CSS, JavaScript, PHP и умения создавать флэш анимацию для сайта. В небольших проектах один человек может справляться с дизайном и программированием полноценных веб-сайтов, а в более крупных проектах веб-дизайнер отвечает за визуальный аспект, в то время как кодом занимается веб-разработчик.

Веб-дизайн с точки зрения проектирования можно понимать не только как создание удобного интерфейса, удобной навигации для сайта, но веб-дизайн в определенном смысле — это искусство. Сайт Conclave Obscurum (<http://conclave.ru/>), созданный О. Пащенко, в первые мгновения напоминает флэш-игру, но на самом деле лишь демонстрирует идею о том, что любая игра

¹ Lester G. Different jobs and responsibilities of various people involved in creating a website [Electronic resource] / G. Lester. URL: <http://arts-wales.co.uk/different-jobs-and-responsibilities-of-various-people-involved-in-creating-a-website/> (access date: 25.11.2013).

заканчивается, когда лайф-бар достигает нуля. Поведение страниц сайта зависит от действий пользователя: разные элементы сайта двигаются и звучат в разных ритмах, с разной частотой: это и Nevermore (Ворон), который крутится вокруг собственной оси; и каллиграфия, элементы которой как щупальца осьминога то расправляются, то собираются; и цвет экрана, меняющийся от бледного (почти белого) до темно-розового или заполненного бардовыми каплями; и звуки то равномерные, то нагнетающие состояние паники, то представляющие собой сплетение каких-то голосов, то напоминающие мелодию из музыкальной шкатулки (Рисунок А. 15). Изначально О. Пащенко задумывал сделать из сайта интерактивный анатомический атлас, где хотел показать фантасмогорическую анатомию. В результате получился сайт, пропитанный настроением тревожности, где время от времени случайным образом формируется звукоряд, изображения или видеоряд; периодически появляется протоголист; где можно найти интерактивный мультик с угрожающе двигающимися черными телепузиками; где есть фильм о том, как человек учится летать и множество других странных, необычных вещей. Сайт Conclave Obscurum можно именовать продуктом медиадизайна, который воплощает в себе новую реальность (гибрид творческого мышления дизайнера (или художника) и возможностей современных технологий и современной техники).

Гейм-дизайн представляет собой процесс разработки игр: продумывание содержания и правил игры, дизайн геймплея, окружающей среды, сюжета и персонажей. Роль дизайнера видеоигр в игровой индустрии очень похожа на роль режиссера фильма в киноиндустрии. Дизайнер планирует, предвидит игру и контролирует выполнение художественных и технических элементов игры в соответствии с видением. Игровой дизайн требует художественных и технических компетенций, а также навыков написания текстов.

Игровой дизайн начинается с идеи, часто представляющей собой модификацию от уже существующих концепций. Идея игры может развиваться внутри одного или нескольких жанров. Дизайнеры часто экспериментируют со смешением жанров. Гейм-дизайнер обычно создает первоначальный документ,

описывающий игру и содержащий концепцию, геймплей, список функций, настройки и историю, целевую аудиторию, требования и график работы, список необходимого персонала и бюджетную смету.

Многие решения о дизайне игры принимаются в ходе работы над игрой. Решения, о том, какие элементы будет реализованы, а какие нет, принимает ведущий гейм-дизайнер, основываясь, например, на видении игры, бюджете или аппаратных возможностях и ограничениях. Дизайн может оказать существенное положительное или отрицательное влияние на необходимые ресурсные затраты.

Создание игры можно условно разделить на несколько направлений. Проектирование мира заключается в создании предыстории, установок и темы игры; часто осуществляется ведущим дизайнером. Конструирование игровой системы определяет правила игры и основные математические модели. Дизайном содержания является создание персонажей, предметов, головоломок и миссий. Письменная часть игры включает в себя написание диалогов и текста истории. Дизайн уровней — строительство уровней в мире и проработка их особенностей. Дизайнер пользовательских интерфейсов проектирует взаимодействие с игроком и обратную связь, различные меню и хедс-апы (индикаторы жизни, опыта, доступных способностей и другой информации в зависимости от жанра игры). Аудио-дизайн включает в себя процесс создания или добавления всех звуков, которые встречаются в игре, например, различные саунд-эффекты или голоса персонажей. Геймплей является интерактивным аспектом в дизайне видеоигр. Геймплей включает в себя взаимодействие игрока с игрой, как правило, с целью развлечения, образования или профессиональной подготовки¹.

Существуют различные жанры компьютерных игр: аркады, головоломки, гоночные игры, инди-игры, казуальные игры, квесты, музыкальные игры, ролевые игры, симуляторы, экшены, файтинги и т.д.

Рас-Ман — компьютерная игра в жанре аркады, впервые вышедшая в 1980 году в Японии и устроенная на основе лабиринта. Протагонистом игры является Пакман — круглое жёлтое существо, задача которого — съесть все белые точки

¹ Brathwaite B. Challenges for Game Designers / B. Brathwaite, I. Schreiber. S.l.: Charles River Media, 2009. 317 p.

на уровне, избегая столкновений с привидениями. Привидения в начале уровня находятся в центре экрана в небольшой комнате, откуда они выходят по одному, а одно привидение начинает уровень вне комнаты (Рисунок А. 16). Когда Пакман съедает фрукты, игрок получает бонусы, а съедание большой белой точки (энерджайзера) приводит к тому, что привидения на несколько секунд становятся уязвимыми и сами избегают встречи с Пакманом. В игре есть возможность выходить в коридор, расположенный за границами экрана слева или справа, и входить с противоположной стороны. Уровень заканчивается, когда съедены все точки.

Приключения Джулии — квест, который был выпущен в 2002 году для девочек в возрасте от 8 до 16 лет. Дизайн игры строится на основе увлекательного сюжета с романтической тайной. Веселая, общительная и обаятельная старшеклассница Джулия обыкновенная девчонка, которая однажды отправляется в путешествие во времени и оказывается в эпохе 60-х годов XX века в американском городе Сан-Франциско. Именно здесь разворачиваются главные события: выясняется, что будущие родители Джулии могут не встретиться, и героине необходимо узнать, кто именно задумал помешать ходу истории. Загадки сопровождают путешественницу во времени на всем протяжении игры, а получить важную информацию помогают беседы с окружающими. Игра наполнена яркими интерьерами и пейзажами, интересными персонажами и волшебной музыкой (Рисунок А. 17).

Doom — компьютерная игра в жанре шутера от первого лица, разработанная и выпущенная компанией id Software в 1993 году. Действие игры Doom проходит в научно-фантастических декорациях с использованием приёмов фильма ужасов. Игрок выступает в роли безымянного бойца спецназа, отправленного на Марс (Рисунок А. 18). «Игроку предлагается поочередно исследовать уровни разной сложности, разгадать пространственные задачи, найти тайники, уничтожить как можно больше монстров и выжить. Уровни представляют собой запутанные лабиринты со множеством дверей, ключей, лифтов, шахт, кнопок и секретных комнат. Вместо пола могут быть лава, кислоты

разной силы, вода, ядовитые отходы. На большинстве уровней есть телепорты, мгновенно переносящие игрока в другое место на текущем уровне. В игре представлено множество разнообразных предметов, призванных облегчить игроку прохождение, включая оружие, патроны, дополнительную экипировку и бонусы с временным эффектом. Игровой процесс во многом основывается на сложности и интерактивности окружения»¹.

Компьютерная игра *Alice: Madness Returns* (Алиса: безумие возвращается), релиз которой состоялся в 2011 году, — приключенческий экшн от третьего лица. Игра базируется на классических сказках Л. Кэрролла «Алиса в Стране чудес» и «Алиса в Зазеркалье». Однако, в отличие от произведений Л. Кэрролла, игра представляет другой вариант Страны чудес — мрачный, наполненный жестокостью и насилием. Сюжет состоит из предыстории и шести глав. В игре рассказывается об Алисе Лидделл, девушке, страдающей от эмоциональной травмы, вызванной гибелью её родителей во время пожара.

В кошмарной стране чудес Алиса должна столкнуться с демонами, которые преследуют её через видения. Игрокам предлагается посетить мрачную реальность викторианского Лондона, а затем отправиться в красивый и ужасный мир чудес, чтобы раскрыть корень безумия Алисы и узнать правду смертельной тайны, хранившейся под замком в течение многих лет.

В игре можно исследовать темную и разрушенную страну чудес и встречать знакомые, но теперь странные символы, в том числе чеширского кота, безумного шляпника, гусеницу и красную королеву. В стране чудес Алиса получает специфические способности: уменьшаться или расти в размерах, а также возможности использования нескольких модернизируемых видов оружия для ближнего боя (палка с лошадиной головой и классической клинок) и для дальнего боя (перечница и пушка-чайник).

Дизайнеры, работавшие над проектом, изучали работы различных иллюстраторов сказок Л. Кэрролла, исследовали различные экранизации сказок,

¹ Doom [Электронный ресурс] // Wikipedia : Свободная энциклопедия. Электрон. дан. [б.м.], 2014. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Doom> (дата обращения: 22.09.2014).

посвященных Алисе, но остановились на сюрреалистическом стиле с сильным влиянием викторианской готики. Разработчики спроектировали в игре несколько локаций. Дизайн уровней, связанных с Владениями Шляпника, сделан с сильным влиянием стиля чашек и чайников, с присутствием часовых и других механизмов. Дизайн и декорации театра, находящегося на подводном уровне, вдохновлен опереттами и театрами XIX века. Дизайн замка Червонной Королевы, расположенного в области под названием Страна Королевы вдохновлен работами польского художника Ж. Бексински, который смешивал архитектуру и органические материалы. Дизайн Восточной рощи основан на традиционных элементах китайской, японской и других восточных культур (Рисунок А. 19).

Дизайн компьютерной игры — это проектирование уникального мира, целой вселенной с ее специфическими возможностями и закономерностями, с неповторимыми дигитальными ландшафтами и персонажами.

Обобщая вышесказанное, можно обозначить структуру и специфику дизайна в виртуальной среде. Дизайн — это, прежде всего, решение задачи: это готовность встретить бизнес, встретить менеджера, встретить клиента. *Дизайнер — это субъект дизайна*, которого можно обозначить как плюралистичный субъект, т.к. дизайнер обладает множеством умений и навыков, и деятельность дизайнера многоаспектна, вариативна, многопланова. Дизайнер активно участвует в созидании искусственной природы путем построения целостных гармоничных объектов и связей между ними. Дизайнер — это коммуникатор, это человек, который общается, который находит точки конфликтов, точки соприкосновения интерактивного проекта с пользователями. Дизайнер, с одной стороны, умеет потребовать от себя и от коллег высокого профессионального уровня работы, с другой стороны, умеет вывести проект на те точки эффективности, которые необходимы для клиента, для компании, необходимы для него самого, для успешной реализации проекта. Для того чтобы реализовать проект в диджитал,

дизайнеру необходимо уметь видеть ситуацию глазами художника, пользователя и клиента в разных последовательностях¹.

Реализация проекта в интерактивной среде подразумевает много творчества, эксперимента, с одной стороны, а с другой стороны — рациональные вещи, связанные со временем, бюджетом, доступными инструментами.

Процесс проектирования начинается с обсуждения технического задания, рассматривания целей проекта, выстраивания работы с сотрудниками внутри команды, проведения первичного процесса исследований, исследований темы, бренда, платформы, первичных технических данных, рассматривания маршрута и его планирования.

Дизайн в интерактивной среде — очень активный взрывной процесс, который включает в себя весь этап работы с визуальным материалом, с эстетикой, с сетками, с интерфейсами, с концепциями, с коммуникативными стратегиями в интерактивном режиме. Проектирование образных систем в виртуальном пространстве, — это руководство креативным процессом, процессом создания выразительной визуальной концепции. Для управления воображением, управления мышлением, существуют методики, упражнения и подходы, нацеленные на развитие творческого мышления. Дизайнеру в процессе его работы пригождаются подходы, связанные с выразительностью, с экономичностью, с диверсификацией идей и концепций, с принципами инженерного мышления, с принципами решения исследовательских задач. Основной подход связан с практическими навыками работы с визуальным материалом, с разработкой концепции, разработкой интерактивных взаимодействий, сценариев, с возможностью переложения концепций и подходов на интерактивные медиа и носители. После этапа открытого мышления следует этап рационального анализа, выбора приемов и стратегий, которые хорошо себя зарекомендовали и работают.

При разработке креативных концепций нужно помнить про визуальную точность. Важно понимать: есть различные стилистические приемы реализации

¹ Digital Art Direction. Коротко об интенсиве. Часть первая. [Электронный ресурс] / Дмитрий Карпов. URL: http://www.youtube.com/watch?v=44_A9ZoN-ik (дата обращения: 25.11.2013).

визуальной концепции, реализации интерфейса, реализации принципов взаимодействия, которые являются междисциплинарными и помогают видеть ситуацию целиком. Важно осознанно идти в стилистику, которая будет очевидно выигрышна, вызывать восторг у целевой аудитории или, по крайней мере, интерес.

Сроки, время, необходимое для реализации проекта обычно имеет строгие границы, поэтому важно работать осознанно, ответственно и прогнозировать различные возникающие сценарии. Дизайнеру необходимо уметь оценивать имеющиеся возможности, брать те нужные инструменты, которые помогут реализовать проект. Инструменты — это не только скетчбуки, записные книжки и цифровые инструменты: Фотошоп (Photoshop), Иллюстратор (Illustrator), Индизайн (InDesign), Флэш (Flash), Синема 4Д (Cinema 4D) Пауэрпойнт (PowerPoint), Киноут (Keynote). Инструменты дизайнера еще и люди, которые его окружают, различные профессионалы: проектировщики интерфейсов, иллюстраторы, аниматоры, кодеры и другие специалисты из разных областей, которые доступны.

Один из ключевых этапов активного процесса работы — презентация для клиента. Даже если презентация концепции оказывается под плотным кинжальным огнем критики клиента, можно попасть в целевую аудиторию, используя альтернативную концепцию, альтернативную технологию, возможно, более гуманную, возможно, более предсказуемую, возможно, более бюджетную. Процесс дизайна заключается в том, чтобы исследовать и развивать концепцию до той точки, когда ее можно реализовывать. Работа с клиентом заключается в обмене концепциями, подходами, в правках, в разрушении любых стереотипов, которые возникали, художественных стереотипов, стереотипов общения с целевой аудиторией, представлений о том, чем занимается сам бренд¹.

¹ Digital Art Direction. Коротко об интенсиве. Часть вторая. [Электронный ресурс] / Дмитрий Карпов. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=0XYuv9jOu-g> (дата обращения: 25.11.2013).

Когда клиент убежден в том, что проект должен состояться, наступает следующий этап: сверка проекта с техническим заданием и брифом, финальные правки.

После запуска проекта возникает важный аспект — PR-активность: рассказ о проекте, рассказ внутри индустрии, внутри СМИ о достижениях, используемых процессах, преимуществах относительно конкурентов.

Виртуальная среда приобретает высокую значимость в современном обществе. Виртуальное пространство служит полем для существования и генезиса новых медиа: гибридных данных, переплетающихся и смешивающихся. Новые медиа представляют собой различные сервисы, расположенные в цифровой среде. При этом пользователь может внедряться в виртуальную среду, черпать из нее информацию или наполнять ее информацией. Интерактивность подразумевает возможность вмешательства пользователя в процесс функционирования виртуального пространства.

В определенных ситуациях пользователи выполняют функцию сотворчества в интерактивном пространстве глобальной сети. Пользователи, наделенные креативностью, легко преломляют, извращают, переинтерпретируют первоначальный смысл информации. В связи с тем, что эмпирически полученные знания утрачивают свои позиции, информация теряет прямую связь с чем-то или кем-то. Представление о том, что информация указывает на какую-либо реальность, кроме собственной, лишается достоверности. Информация становится симулякром, замыкая значения на самой себе. Такая информация выстраивает гиперреальность как симуляцию действительности.

Новые медиа как новая коммуникативная среда актуальны сегодня в разных сферах социокультурной, политической и экономической жизни: в производстве товаров и услуг, науке, искусстве, развлечениях. Каждое направление человеческой деятельности состоит из множества элементов, и в каждом случае требуется решить разные задачи по включению того или иного проекта в виртуальную жизнь и его дальнейшему развитию. Широкое влияние виртуальной среды на современную социокультурную онтологию приводит к процессам

разветвления феномена дизайна в виртуальной среде на множество направлений, появлению новых дизайн-практик. Структура проектного процесса, структура дизайна в диджитал варьируется, меняется от проекта к проекту и определяется целями, границами концепции, сроков, бюджета, доступными инструментами и технологиями. Виртуальная среда открывает новые грани перед профессией дизайнера. Наиболее яркими проявлениями деятельности дизайнеров в интерактивной среде являются разработка пользовательских интерфейсов, веб-дизайн и гейм-дизайн. Специфика профессиональной работы в области дизайна смещается в сторону проектирования взаимодействия пользователей с цифровыми ландшафтами дигитальных пространств.

Не смотря на социокультурные и технологические перемены, повлиявшие на изменения в области объектов дизайна, субъектов дизайна, в области самого процесса дизайнерской деятельности, наиболее яркой, наиболее стабильной функцией, которая характерна для дизайна, не зависимо от его направления, остается функция конструирования в широком смысле слова.

В данном параграфе разработана философская интерпретация дизайна в культуре сетевого общества в направлении конструирования новой виртуальной онтологии. Конструирующая функция дизайна проявляется в продуктах, которыми дизайн наполняет окружающее социокультурное пространство.

Процесс дизайн-проектирования в культуре сетевого общества имеет существенные отличия по сравнению с проектной деятельностью в культуре индустриального общества. Если рассматривать взаимозависимость развития техники и технологий с изменениями в дизайне, важно отметить следующее:

1. Благодаря цифровым технологиям и интернет-среде в культуре сетевого общества активно развивается направление *интерактивного дизайна*, которое формирует новую онтологию культуры. Интерактивные проекты как *объект дизайна* определяются как ориентированная на пользователей область разработок, которая фокусируется на процессах коммуникаций или информационного обмена, осуществляющихся посредством взаимодействия людей с технологиями. Дизайнеры, работающие в интерактивной среде, проектируют визуальный облик

цифровых ландшафтов. В культуре сетевого общества дизайн формирует, конструирует виртуальную среду, для создания которой требуются умения оперировать информацией. *Конструирующая функция дизайна* проявляется как результат интеграции дизайн-мышления с возможностями цифровой техники и технологий и с прикладными, практическими целями и задачами. В основе дизайна в интерактивной среде находится математическая логика, обернутая в визуальный контекст.

2. Интерактивная среда открывает новые грани перед профессией дизайнера, ставит новые задачи, предполагает новые требования к профессионалу. *Специфика* профессиональной работы в области дизайна смещается в сторону *проектирования взаимодействия пользователей с цифровыми ландшафтами дигитальных просторов*. Для того чтобы успешно реализовать интерактивный проект, дизайнеру необходимо уметь видеть ситуацию глазами художника, пользователя и клиента в разных последовательностях. Важным показателем профессионализма дизайнера является умение свободно работать с интерактивными, цифровыми технологиями.

3. Виртуальная среда насыщена различными системами интерактивности, которые представляют собой актуальные сферы для развития дизайна. Наиболее яркими проявлениями деятельности дизайнеров в интерактивной среде являются разработка пользовательских интерфейсов, веб-дизайн, дизайн приложений, гейм-дизайн.

4. *Дизайн пользовательских интерфейсов* или разработка пользовательских интерфейсов — это проектирование интерфейсов веб-сайтов, компьютеров, интерфейсов средств мобильной связи. *Цель дизайна* — обеспечить удобство работы и взаимодействий для пользователя. *Этапы (процесс)* проектирования пользовательского интерфейса: составление списка функций, анализ потребностей пользователей, выбор информационной архитектуры — организации данных, отвечающей требованиям юзабилити и структурной эстетики. Далее — разработка макетов (прототипов) — проверка

функциональности интерфейса. Дизайнер *конструирует* фактический внешний вид и дизайн конечного графического интерфейса пользователя.

5. *Веб-дизайнеры* занимаются разработкой сайтов и используют различные инструменты в зависимости от того, в какой части производственного *процесса* они участвуют. Инструменты обновляются с течением времени в связи с обновлением стандартов и программного обеспечения, но принципы, лежащие в основе веб-дизайна, остаются прежними.

Термин веб-дизайн, как правило, используется для описания процесса проектирования интерфейса веб-сайта.

6. Гейм-дизайн представляет собой *процесс* разработки игр: продумывание содержания и правил игры, дизайн геймплея, окружающей среды, сюжета и персонажей. Роль дизайнера видеоигр в игровой индустрии очень похожа на роль режиссера фильма в киноиндустрии. Дизайнер планирует, предвидит игру и контролирует выполнение художественных и технических элементов игры в соответствии с видением. Игровой дизайн требует художественных и технических компетенций, а также навыков написания текстов.

7. Структура *дизайна как деятельности* варьируется, меняется от проекта к проекту и определяется целями проекта, границами концепции, сроков, бюджета, доступными инструментами и технологиями. Реализация проекта в интерактивной среде подразумевает использование соответствующих проекту *средств*:

- *творческий, экспериментальный подход* к реализации проекта;
- *визуальная точность, осознанный выбор стилистики*, которая будет, вызывать восторг или, по крайней мере, интерес у целевой аудитории;
- *рациональный подход*, учитывающий сроки выполнения проекта, бюджет, доступность инструментов;
- *презентация* проекта для клиента;
- *продвижение* проекта в средствах массовой информации.

8. В культуре сетевого общества меняется *субъект дизайна*, то есть в определенных ситуациях *меняется (смещается) роль дизайнера как творца*,

креатора. В индустриальную эпоху соотношение между дизайнерами и потребителями выстраивалось в дихотомии: человек-творец и человек-потребитель. В культуре сетевого общества эта дихотомия размывается, так как не только дизайнеры, но и пользователи выполняют функцию творцов в интерактивном пространстве глобальной сети.

В следующем параграфе рассмотрим, в чем заключается креационистская роль дизайна в культуре сетевого общества, и существуют ли границы виртуальной жизни.

2.3 Границы виртуальной жизни дизайна

В связи с масштабными изменениями в культуре и социуме, к которым привели компьютеризация и информатизация человеческого общества, тотальное распространение интернета, активное вовлечение субъектов в виртуальную жизнь, в XXI столетии в центре внимания философов, культурологов, искусствоведов, дизайнеров и других исследователей, интересующихся проблемами культуры, оказался вопрос об экологии культуры. Дизайн является феноменом культуры, и значительные трансформации, которые происходят сегодня в сфере культуры, отражаются на развитии дизайна. Возникает вопрос о том, каковы возможности и перспективы изменений, произведенных дизайном в области природы и в области культуры, какова роль дизайна в формировании экологии культуры?

По нашему убеждению, дизайн в культуре сетевого общества наделен креационистской ролью по созданию новой реальности: виртуальной реальности. Дизайн сегодня активно развивается на виртуально-медийном поле, поэтому для осмысления креационистской функции дизайна в культуре сетевого общества, важно понимать роль виртуальной среды в современном социокультурном пространстве.

Подходы к изучению феномена виртуальной реальности рассматривает А.В. Морозова¹. Подход, направленный на изучение различных аспектов виртуальных состояний сознания и психики человека, сформирован в центре Виртуалистики при Институте Человека Российской Академии Наук. Виртуальная реальность детерминируется как особый тип взаимодействия между иерархически разноуровневыми объектами, где есть место отношениям порожденности и интерактивности, существуют иные относительно константной реальности «законы природы», характеристики времени и пространства.

Подход, основанный на рассмотрении модусов взаимодействия человека с виртуальной средой, особенностей и закономерностей существования глобальной паутины интернета, складывается под руководством В.В. Тарасенко при Институте Философии Российской Академии Наук. Здесь возможны три направления исследований: интернет как медиа, т.е. коммуникативная среда; интернет как языковые системы, т.е. новые знаково-символические формы, бесконечные гипертексты, смысловые игры; интернет как специфические сообщества людей, объединенных смысловыми и ценностными интенциями, историей развития, культурными парадигмами.

Для определения границ виртуальной жизни дизайна важными являются все три позиции осмысления виртуального пространства: интернет как медиа, или коммуникативное пространство; интернет как открытые языковые системы; интернет как сообщества людей с общими интересами или ценностями.

Классификацию вариантов прочтения и осмысления категории «виртуальность» в контексте философско-культурологического знания выстраивает Д.О. Усанова², обобщая философские концепции «иноного мира» в ретроспективе, начиная с античных времен до настоящих дней. Виртуальность как небытие, не существующая реальность осмыслена через концептуальное обоснование онтологической оппозиции «бытие и небытие» в сочинениях

¹ Морозова А.В. Подходы к изучению феномена виртуальной реальности / А.В. Морозова // Труды Дальневосточ. гос. техн. ун-та. 2005. № 140. С. 182–184.

² Усанова Д.О. Виртуальность культурного пространства: ключевые вариации осмысления / Д.О. Усанова // Челябинский гуманитарий. 2012. Т. 3, № 20. С. 89–93.

Платона, И.-Д. Скотта, Н. Кузанского, Ф. Аквинского. Виртуальность как утопия, идеалистическая реальность понимается через концептуальное обоснование должного и наличествующего социального устройства в утопических трактатах Т. Мора, Т. Кампанеллы. Виртуальность как внутренний мир индивида, субъективно переживаемая реальность обоснована через понимание виртуальной реальности с позиций субъективного представления о реально существующих объектах в концепции символического интеракционизма (Дж. Мид, Ч. Кули, У. Томас) и в психологических концепциях экзопизма. Виртуальность как мнимая, имитационная реальность разработана через понимание виртуальности как симуляции, имиджевого конструирования действительности в концепции симулякра и гиперреальности Ж. Бодрийяра и в концепции общего спектакля Г. Дебора. Виртуальность как информационно-техническое пространство, киберпространство представлена через концептуальное обоснование технически опосредованной медийной среды в концепциях информационного общества, виртуального капитализма, сетевого общества.

Для нашего исследования в рамках данного параграфа важно понимание виртуальности как конструирования дизайнерами гиперреальности, или мнимой реальности (согласно концепции Ж. Бодрийяра), основанной на жонглировании симулякрами.

Онтологический статус виртуальной реальности, а также ее зависимость от современных технологий рассматривают Т.В. Закирова¹ и В.В. Кашин, опираясь на концепцию Ж. Бодрийяра. Центральным понятием в бодрийяровском дискурсе является понятие симулякра как ложного подобия, копии, замещающей отсутствие оригинала. Симулякр влияет на отношения между миром людей и миром вещей, где вещи получают власть над человеком.

Онтологический статус виртуальной реальности в структуре бытия рассматривает А.В. Качмала², обозначая противопоставление между виртуальной

¹ Закирова Т.В. Концепция виртуальной реальности Жана Бодрийяра / Т.В. Закирова, В.В. Кашин // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. 2012. № 7. С. 28–36.

² Качмала А.В. Онтологический статус виртуальной реальности в структуре бытия / А.В. Качмала // Вестн. Челябин. гос. акад. культуры и искусств. 2012. Т. 30, № 2. С. 109–111.

реальностью и константно-эмпирической, где связующим звеном предстает человек. Сама виртуальная реальность обладает двойственной природой: с одной стороны, являет собой недовоплотившуюся реальность, а с другой стороны, — полноценный уровень бытия.

Анализ онтологической специфики виртуальной реальности на основании сравнения бытия человека в физическом и виртуальном пространстве проводит А.А. Трофимова¹. Существенным отличием виртуального мира от физической реальности является невозможность рождения и смерти в виртуальной среде, но возможность создания виртуального Я до момента включения в виртуальные события.

Область виртуальной среды приобретает доминирующее значение в современном обществе². Если мир вещей рассматривать как вторую природу, то мир виртуальных феноменов можно назвать третьей природой, являющейся продуктом синтеза мира сознания и высоких информационных технологий. Виртуальная реальность способствует формированию нового вида культуры: электронной, или цифровой. Парадоксом современного этапа антропогенеза, как утверждает Л.В. Баева, является то, что человек существует в двух иллюзорных измерениях. При этом в аксиологическом смысле виртуальное измерение имеет ценность истинного, а физически реальное несет в себе сопровождающую значимость. На наш взгляд, виртуальная и физическая реальность существуют одновременно и живут параллельной жизнью, при этом влияют друг на друга и обогащают, формируют друг друга в разных направлениях, в том числе, в направлении дизайна.

Интерес многих исследователей относительно виртуальной реальности раскрывается в осмыслении ее специфики и онтологического статуса. По нашему убеждению, виртуальная реальность, виртуальная среда существуют во многом как результат дизайнерской деятельности. Дизайн наполняет «пространство

¹ Трофимова А.А. Онтологическая специфика виртуальной реальности / А.А. Трофимова // Вестн. Том. гос. ун-та. 2012. № 359. С. 47–49.

² Баева Л.В. Виртуальная сансара: трансформация модели реальности в условиях информационной культуры / Л.В. Баева // Информационное общество. 2012. № 2. С. 44–51.

потоков как современную коммуникативную онтологию» интерактивными сервисами, то есть формирует содержание этой онтологии и придает ей форму.

Дизайн через фотографию и компьютерные технологии часто создает симуляцию реальных вещей и поступков. В сети можно найти различные примеры гиперреалистичного дизайна, имитирующие или отображающие физическую реальность или ее элементы.

Проект Squarespace (<http://www.squarespace.com>) предоставляет инструменты, которые помогают любому человеку воплотить идеи в реальность и в изобилии содержит гиперреалистичную графику. На главной странице сайта можно почувствовать себя писателем, художником, шрифтовиком или музыкантом (Рисунок А. 20). Начиная от дизайнеров и проектировщиков, которые создают новые поколения интерактивных сервисов для глобальной паутины или для мобильных платформ, заканчивая каждым, кто впервые решил создать собственный сайт, Squarespace предлагает элегантные решения онлайн публикаций.

На сайте финской компании Jolla (<http://jolla.com/>), которая занимается производством и продажей смартфонов и разработкой операционной системы Sailfish OS, представлены гиперреалистичные видео, демонстрирующие возможности мобильного устройства (Рисунок А. 21).

Загмайстер и Уолш (Sagmeister & Walsh) — расположенная в Нью-Йорке дизайнерская фирма, которая специализируется на создании корпоративных стилей, рекламных роликов, веб-сайтов, приложений, фильмов, книг и предметов для конкретных клиентов, широкой аудитории и для самих себя. На главной странице официального сайта (<http://www.sagmeisterwalsh.com/>) находится фотореалистичный вид сверху на студию (Рисунок А. 22).

Репродукция объектов приводит к размножению аудиовизуальных образов, насыщающих пространство гиперреальности. Субъекты, живущие в параллельных мирах, все чаще находятся в виртуальной среде и все реже в физическом мире. В этой связи у людей происходят трансформации в области

перцепции: физическая реальность меркнет, растворяется в свете торжества совершенной, знаковой, виртуальной реальности.

Функции дизайна в бытии, природе, материальном мире (эстетические, гуманизирующие, организующие, рационализирующие, креативные, сигнификативные); антропологические функции дизайна (воспитательные, коммуникативные, гедонистические); функции дизайна в системе культуры (актуализирующие, знаковые, идеологические, утопические); а также генеральные функции дизайна разрабатывает Т.Ю. Быстрова¹. Функции промышленного дизайна выделяют М.С. Кухта, В.И. Куманин, М.Л. Соколова, М.Г. Гольдшмидт, утверждая, что основной проблемой дизайна является создание культурно- и антропосообразного предметного мира, гармоничного и целостного с эстетической точки зрения².

Анализ литературы по функциям дизайна показывает, что исследователи занимаются разработкой проблемы классификации функций дизайна, обращаясь, преимущественно к промышленному дизайну или дизайну, живущему в предметно-пространственном окружении человека. Однако до настоящего времени в научной литературе не актуализировался вопрос о креационистской роли дизайна по созданию виртуальной среды.

В культуре сетевого общества главная отличительная черта дизайна, на наш взгляд, заключается в том, что дизайн выполняет креационистскую функцию. Дизайн в культуре сетевого общества создает новую реальность, третью реальность, третий мир: не материальный мир как совокупность органических элементов, набор материальных артефактов, и не духовный мир, а виртуальный искусственный мир. При этом дизайнер выполняет функцию Творца, но, в отличие от Бога он создает не реальный, а виртуальный мир, поэтому дизайнера можно назвать иначе: креатор как аналог Творца.

¹ Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна / Т.Ю. Быстрова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. 288 с.

² Кухта М.С. Промышленный дизайн : Учебник / М.С. Кухта, В.И. Куманин, М.Л. Соколова, М.Г. Гольдшмидт. Томск : Изд-во Томского политех. ун-та, 2013. 312 с.

Деятельность человека и человеческого сознания, понимаемые как творческий проект, можно считать философской предпосылкой дизайна, направленного на создание красивой и удобной для человека действительности, по мнению Г.И. Петровой¹.

Творческую активность сознания как общее основание виртуальных реальностей выявляет В.О. Саяпин², разграничивая виртуальные реальности по способу генерации и установкам на естественные и искусственные. Подлинным генератором виртуальных реальностей в любом случае является сознание творца: автора, дизайнера, художника, ученого.

Виртуальную реальность как диалог философии и дизайна рассматривают Д.В. Рева³ и Н.З. Алиева, обозначая процесс становления мировоззренческой концепции глобальной креативности, где творчество является фундаментом для расширения возможностей универсума.

Позиция автора заключается в утверждении, что креационистская роль дизайна включает в себя баланс между свободой и ответственностью в формировании виртуального пространства, в формировании культуры сетевого общества и связана с возможностью дизайна решать не только прикладные проблемы, но и видеть эволюцию человеческой цивилизации, создавать для нее аксиологические основания.

Ответственность дизайнера заключается в том, что созданная им среда оказывает влияние на сознание, мировоззрение субъектов. Задачи, поставленные заказчиком, не единственный ориентир для дизайнера, так как дизайн в более широком контексте является частью культуры и формирует общечеловеческие нормы и ценности. Свобода дизайнера заключается в возможности

¹ Петрова Г.И. Философские основания дизайна // Труды Академии технической эстетики и дизайна. 2013. № 2. С. 24–26.

² Саяпин В.О. Творческая активность сознания как общее основание виртуальных реальностей / В.О. Саяпин // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2013. № 5–2. С. 172–179.

³ Рева Д.В. Виртуальная реальность: диалог философии и дизайна / Д.В. Рева, Н.З. Алиева // Международный журнал экспериментального образования. 2011. № 8. С. 165–166.

экспериментировать с материалами, технологиями, методами, инструментами и т.д.

Продуктами дизайна в виртуальной среде являются различные мультимедийные системы (игры, сайты, приложения, интерфейсы). Мультимедийные системы представляют собой гибкую, открытую, сложную организацию, построенную на математическом, логическом начале, что несет в себе как положительные характеристики, так и некоторые недостатки. И.Г. Елинер¹ утверждает, что мультимедиа систему можно оптимизировать за счет выявления общечеловеческих ценностей и последующей гармонизации и гуманизации цифровых дизайнерских образов, формирующих культуру мультимедиа.

Несмотря на то, что дизайн сегодня активно развивается в виртуальном пространстве и выполняет креационистскую роль по созданию информационно-медийной среды, дизайн перешагивает границы виртуальной жизни, обладая широкими возможностями по конструированию физической реальности и большой ответственностью в этой области.

Разговор о дизайне, который обладает интерактивной природой и живет виртуальной жизнью, будет не полным, если не затронуть контекст, в котором существует дизайн. Дизайн и технологии, прогрессивные технические достижения существуют в контексте материальной, физической реальности. В связи с технологическим прогрессом, нарушающим естественную, природную организацию окружающей среды, актуализируются проблемы различного характера, в том числе, экологические проблемы.

Экологические проблемы связаны с деятельностью человека, например, проблема загрязнения окружающей среды связана с отходами, появляющимися при промышленном производстве. По мнению А.Г. Воржецова², отходы можно

¹ Елинер И.Г. Роль медиадизайна в мультимедийной культуре / И.Г. Елинер // Вестн. СПбГУКИ. 2012. № 4. С. 97–101.

² Воржецов А.Г. Модернизационный потенциал биотехнологии / А.Г. Воржецов // Вестн. Казан. технолог. ун-та. 2012. № 6. С. 125–127.

преобразовывать в безвредные или полезные продукты с помощью биотехнологий.

Биотехнологии позволяют конструировать нужные гены, а, следовательно, управлять наследственностью. Появляется возможность создавать организмы с новыми свойствами. Проектирование новых продуктов, новых организмов предполагает дизайнерское мышление. Это одно из направлений проектирования, одно из направлений дизайна, которое представляет собой большой интерес для человека: здесь живет мечта человечества об управлении продолжительностью жизни, о вечной жизни.

Анализ истоков и принципов экологического дизайна проводит М.В. Панкина¹, обозначая цели и задачи экологического подхода в дизайне как актуального направления проектной практики. Формирование экологической компетентности и культуры в процессе дизайн-образования утверждается необходимым в связи с социокультурной ролью дизайна в аспекте экологической парадигмы.

Сегодня в сферу свободы и ответственности дизайна входит не только создание функционально-конструктивных и формально-стилевых решений в предметно-пространственной или информационной среде, но и проектирование новых экологических и философских ценностей, видение эволюции человеческой цивилизации. Н.М. Жиркова² предлагает внедрить в дизайн-мышление и дизайн-производство ноосферный подход, так как считает, что в дизайне кроется большой потенциал для решения экологических проблем.

Экологический дизайн как инструмент проектирования глобального социокультурного пространства изучает А.О. Глазачева³ и О.Е. Перфилова.

¹ Панкина М.В. Экологическая парадигма дизайна / М.В. Панкина // Академ. вестн. УралНИИпроект РААСН. 2012. № 2. С. 80–82.

² Жиркова Н.М. Новые подходы в развитии дизайна / Н.М. Жиркова // Вестн. Тамбов. гос. ун-та. Сер.: Естественные и технические науки. 2013. Т. 18, № 3. С. 1057–1059.

³ Глазачева А.О. Экологический дизайн: инструменты и критерии проектирования глобального социокультурного пространства / А.О. Глазачева, О.Е. Перфилова // Вестник МГТУ им. М.А. Шолохова. Социально-экологические технологии. 2012. Т. 1, № 1. С. 27–37.

Процесс глобализации может стать катализатором объединения человечества с целью разработки стратегии проектирования социально и экологически безопасного планетарного взаимодействия. Альтернативой экологическому кризису могут стать технологии проектирования предметно-пространственной среды, основанные на принципах «биосферсовместимости».

Одну из приоритетных задач современного дизайна предлагают решить С.Б. Языева¹ и Н.Н. Холин. В связи с повсеместным использованием полимеров возникают угрозы для состояния экологии. Чтобы предотвратить тотальное загрязнение окружающей среды, можно реутилизировать полимеры, создавать биоразлагаемые полимеры и биопласты. Альтернативным подходом к решению экологической проблемы может стать привлечение дизайнерских ресурсов: на этапе конструирования можно оптимизировать срок службы изделия, подводя его в соответствие с периодом сохранения эксплуатационных качеств полимера.

Возможности, которые открывает синтез дизайна и альтернативной энергетики, рассматривают С.А. Рыбаченко² и М.И. Горнова, описывая основные способы включения устройств, преобразующих энергию, в интерьерный, экстерьерный и ландшафтный дизайн.

С нашей точки зрения, дизайн в виртуальной среде может актуализировать существующие в физической реальности проблемы, в том числе, проблемы экологии и через интерактивные проекты стимулировать их разрешение. Электронные медиа вещают на символическом языке образов, формируют картину мира, задают видение мира. Е.Г. Прилукова³ отмечает, что человек, включающийся в виртуальную реальность, попадает под влияние новых медиа.

¹ Языева С.Б. Ещё одна из приоритетных задач современного дизайна / С.Б. Языева, Н.Н. Холин // Дизайн. Теория и практика. 2012. № 10. С. 170–177.

² 142. Рыбаченко С.А. Эко-дизайн. Соединение новых технологий и нетрадиционных художественных решений / С.А. Рыбаченко, М.И. Горнова // Новые идеи нового века : Материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. 2012. Т. 1. С. 568–572.

³ Прилукова Е.Г. Власть образов: виртуализация общества / Е.Г. Прилукова // Вестн. Южно-Урал. гос. ун-та. Сер. : Социально-гуманитарные науки. 2012. № 10 (296). С. 151–154.

Обозначая социокультурную роль дизайна, еще раз обратимся к ответственности дизайнера и креационистской роли дизайна, формирующего как виртуальное пространство, так и физическую реальность. Выявляя креационистскую роль дизайна в культуре сетевого общества, мы опираемся на утверждение, что в область профессиональных интересов дизайна входит «создание непреходящих культурных ценностей; развитие дизайна как разновидности массового искусства; развитие дизайна как инновационной деятельности и как технической культуры; достижение большей эргономичности, экономичности и экологичности»¹.

Этот тезис требует обращения к литературе, связанной с изучением роли дизайна в формировании экологии культуры.

Приоритетные творческие направления в дискурсе «человек-среда-культура» рассматривают Т.В. Пойдина² и С.Д. Бортников, формулируя основные подходы к осмыслению проектных и художественных форм в дизайне как целостном социокультурном явлении. Актуальные векторы дизайнерского творчества определяют взаимозависимость между эколого-культурологическими и этнокультурными аспектами проектной деятельности.

Проблему культурных ценностей в аспекте культурных процессов, происходящих в современном информационном обществе, рассматривает Л.А. Волова³. Культурные ценности сегодня преодолевают национальную и временную изолированность, способствуя сближению народов, расширению сотрудничества в области образования, науки, культуры.

Прогнозы относительно будущего развития дизайна выстраивает И.З. Раузеев⁴, опираясь на ряд тенденций: научно-технический прогресс и

¹ Новикова Е.Ю. Системный подход в теориях дизайна / Е.Ю. Новикова // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. 2012. № 12–1. С. 175.

² Пойдина Т.В. Актуальные векторы архитектурно-дизайнерского творчества в дискурсе «человек — среда — культура» / Т.В. Пойдина, С.Д. Бортников // Мир науки, культуры, образования. 2012. № 2. С. 402–405.

³ Волова Л.А. Культурные процессы в современном информационном обществе / Л.А. Волова // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2012. № 1. С. 32–41.

⁴ Раузеев И.З. Будущее дизайна / И.З. Раузеев // Дизайн-ревью. 2012. № 1–2. С. 81–86.

автоматизация производства; комплексность, массовость решаемых обществом проблем потребления; преобразование и совершенствование сферы дизайн-проектирования.

Проведенный анализ литературы по выявлению роли дизайна в формировании экологии культуры показывает, что исследуются проблемы культурных ценностей в аспекте культурных процессов в информационном обществе; взаимоотношений человек-среда-культура; экологического дизайна как инструмента проектирования глобального пространства; использования нанотехнологий в дизайне, но не разработана креационистская роль дизайна в формировании экологии культуры.

Дизайн виртуального пространства — необъятное поле для конструирования и визуализации ценностей современной культуры. В заэкранном компьютерном мире воображаемое становится реальным. Дизайн выполняет креационистскую роль по созданию новой реальности. Дизайн как явление социокультурное и массовое имеет заметное влияние на формирование общественных настроений, мировоззренческих позиций.

Примером расширения возможностей дизайна в направлении формирования взглядов и убеждений субъектов человеческого общества является Московская международная биеннале графического дизайна «Золотая пчела». «Золотая пчела» проходит с 1992 года, но с созданием в 2012 году сайта, позволяющего совершать прием и отбор конкурсных работ через интернет, масштаб дизайнеров, участвующих в проекте стал поистине глобальным, охватывающим весь мир. Подавляющее большинство конкурсных работ — плакаты, являющиеся способом компрессии впечатлений и эмоций от происходящего в общественном и личном пространстве. Здесь ведущие мировые школы плаката работают над актуальными темами. В последние годы Биеннале обращается к проблемам экологии, в том числе, экологии культуры, в номинациях «Территориальный брендинг» в 2013 году, «Экология» в 2014 году, а также затрагивает проблемы духовности, актуализирующиеся в таких номинациях, как «Графический дизайн и религия» в 2010 году, «Десять заповедей» в 2012 году, «Вера, надежда, любовь» в 2014 году.

«Золотая пчела» делается, прежде всего, дизайнерами для дизайнеров, но визуальность как доминирующий модус современности важна не только специалистам, ее создающим, но и широкой публике.

Информационные технологии предлагают новые возможности для межкультурного обмена посредством новых форм коммуникации. Виртуализация общества связана с формированием альтернативной символической среды, где можно осуществлять взаимодействие с культурными ценностями. Пересечение естественных и виртуальных культурно-информационных систем можно обозначить как процесс взаимодействия контрастирующих пространств, на границе которых концентрируются проблемы логического, эстетического, нравственного выбора источника познания, системы ценностей, критериев оценки результатов жизнедеятельности в искусственном и реальном мире. Идеалы аксиологической равнозначимости многообразных культур, интеграция логических знаний и гуманистического отношения к окружающей среде, коэволюция человека и биосферы могут стать опорой для формирования нового типа рациональности. В современной многоаспектной мозаичной социокультурной ситуации образы и явления культурных ценностей могут служить ориентиром в аксиологическом выборе человека.

Дизайн создает виртуальную реальность, то есть обладает креационистской ролью по созданию новой реальности. Виртуальный креационизм дизайна проявляется в богатстве дигитальных ландшафтов, построенных в условиях медиатизации, свидетельствует о созидательном потенциале дизайна, проектирующего эмоционально-художественные, визуально выразительные пространства виртуальных миров. В этой связи дизайнеры несут ответственность за созданный мир и должны понимать, какое влияние оказывает виртуальное пространство на общую картину современной культуры. Дизайн — уникальный феномен, который разрастается шире и шире, вбирая в область собственных интересов все больше предметов, приобретая все большее влияние на жизнь. Дизайн в культуре сетевого общества можно рассматривать как средство

конструирования виртуальных миров, которые в свою очередь влекут за собой социальные и культурные трансформации.

Цифровые технологии оказывают большое влияние на онтологию современного социокультурного пространства. Компьютерные технологии в сетевом обществе представляют собой концентрат информации, а также являются средством коммуникации. Дизайн, активно использующий цифровые, компьютерные, сетевые технологии, создает новую культуру, виртуальную, а также наполняет артефактами материальную и духовную культуру. Промышленный дизайн конструирует предметно-пространственную среду, графический дизайн конструирует системы визуальных коммуникаций, медиадизайн конструирует виртуальные миры.

Дизайн в культуре сетевого общества влияет на социальные и духовные трансформации. Эстетика, рожденная цифровыми технологиями и распространяемая интерактивными дизайн-проектами, сосредоточена не только внутри виртуальных миров, но и меняет физическое пространство естественной природы. Она активно внедряется в современную онтологию, модифицируя культурные нормы и ценности через воплощение новых идей и форм не только в мультимедийных проектах, требующих синестезийного восприятия, но и в предметно-пространственной среде: архитектуре, транспорте, мебели, костюме, робототехнике.

Сложность и целесообразность объектов дизайна объясняется сознательным замыслом дизайнера. Само понятие замысла подразумевает наличие субъекта замысла, то есть Творца. Дизайнер создает третий мир, виртуальный (где первый мир — физический, второй мир — духовный). Для того чтобы обозначить принадлежность или сопричастность к этому новому третьему миру людей, которые его проектируют, создают, можно обозначить специфические профессии, нацеленные на творение виртуального мира: программисты, дизайнеры, проектировщики. В связи с тем, что речь идет о третьем мире, о виртуальной реальности, таких людей можно назвать не Творцами, а креаторами.

Интенсификация потоков даты приобретает силу беспощадного водоворота, или дремучего леса, в котором можно легко заблудиться. Наука традиционно считалась двигателем прогресса, а культура — хранителем традиций. Власть принадлежит информации, но проблема заключается в том, что натиск ее потоков сегодня может сбить человека наповал или же одарить широкими возможностями. В мультикультурной ситуации сетевого общества выбор жизненного пути остается открытым.

Проблема свободы традиционно является одной из центральных в философии. Ретроспективный взгляд на историю философии позволяет понять, что на разных этапах развития общества на первый план выходили разные аспекты свободы человека. Между тем, можно выделить две ведущих трактовки понятия свободы. Понимание свободы как свободы выбора из альтернативных возможностей в большей степени присуще западной философской традиции.

Понимание свободы как творчески преобразующей деятельности характерно для русской философской традиции. Объектом деятельности здесь, прежде всего, является человек, и свобода проявляется как творческая самореализация личности, как обогащение духовности человека. Через свободу человек устремлен к самоопределению, к самоорганизации, к воплощению своей индивидуальности в достижении целей. Такое понимание свободы актуализирует вопрос о границах свободы, и мыслители приходят к выводу: истинная свобода заключается в духовной самостоятельности.

В полисмысловом, мультифункциональном пространстве современной культуры, которая существует в физической, духовной и виртуальной реальностях, нетрудно потерять ориентиры, потерять духовность, растворившись в сиюминутном бытии. Существуют ли какие-то опорные точки, фундаментальные векторы, о которых не стоит забывать ни при каких условиях? Х. Ортега-и-Гассет утверждает, что жить — значит упражняться в свободе.

События, процессы, происходящие в виртуальной среде, являются существенным фактором социальной и культурной динамики. Дизайну в этом

смысле при решении прагматических целей и задач следует прорабатывать направление сохранения и развития духовных идеалов цивилизации.

Итак, сформулируем выводы по третьему параграфу второй главы:

1. Значение виртуальной среды увеличивается в современном обществе. На наш взгляд виртуальная и физическая реальность существуют одновременно и живут параллельной жизнью, при этом влияют друг на друга и обогащают, формируют друг друга. Анализ онтологического статуса виртуальной реальности, а также ее зависимости от современных технологий опирается на концепцию Ж. Бодрийяра. Центральным понятием в бодрийяровском дискурсе является понятие симулякра как ложного подобия, копии, замещающей отсутствие оригинала. Симулякр влияет на отношения между миром людей и миром вещей, где вещи получают власть над человеком.

2. Дизайн посредством использования фотографии и компьютерных технологий часто создает симуляцию реальности. Образцы дизайна, имитирующие или отображающие физическую реальность, насыщают пространство гиперреальности. В споре двух параллельных миров физическая реальность проигрывает, у человека происходит трансформация в области перцепции: физическая реальность меркнет, растворяется в свете торжества совершенной, знаковой, виртуальной реальности.

3. В культуре сетевого общества главная отличительная черта дизайна, на наш взгляд, заключается в том, что дизайн выполняет креационистскую функцию. Дизайн создает новую, третью реальность, третий мир: не материальный мир как совокупность органических элементов, набор предметно-пространственных артефактов, и не духовный мир, а виртуальный искусственный мир. Дизайнер выполняет функцию Творца, но, он создает не реальный, а виртуальный мир, поэтому дизайнера можно назвать иначе: креатор как аналог Творца.

4. Креационистская роль дизайна предполагает соблюдение баланса между свободой и ответственностью дизайнера. Ответственность дизайнера заключается в том, что созданная им среда оказывает влияние на сознание, мировоззрение субъектов, формирование общечеловеческих норм и ценностей. Свобода

дизайнера заключается в возможности экспериментировать с материалами, технологиями, методами, инструментами и т.д.

5. В связи с технологическим прогрессом, нарушающим естественную, природную организацию окружающей среды, актуализируются экологические проблемы. Сегодня в сферу свободы и ответственности дизайна входит не только создание функционально-конструктивных и формально-стилевых решений в предметно-пространственной или информационной среде, но и проектирование новых экологических и философских ценностей, видение эволюции человеческой цивилизации.

6. Дизайн виртуального пространства — необъятное поле для конструирования и визуализации ценностей современной культуры. В связи с масштабными изменениями в культуре и социуме, к которым привели компьютеризация и информатизация человеческого общества, тотальное распространение интернета, активное вовлечение субъектов в виртуальную жизнь, в XXI столетии в центре внимания философов, культурологов, искусствоведов, дизайнеров и других исследователей, интересующихся проблемами культуры, оказался вопрос об экологии культуры. Дизайн является феноменом культуры, и значительные трансформации, которые происходят сегодня в сфере культуры связаны с развитием дизайна.

7. Информационные технологии предлагают новые возможности для межкультурного обмена посредством новых форм коммуникации. Виртуализация общества связана с формированием альтернативной символической среды, где можно осуществлять взаимодействие с культурными ценностями. Идеалы аксиологической равнозначности многообразных культур, интеграция логических знаний и гуманистического отношения к окружающей среде, коэволюция человека и биосферы могут стать опорой для формирования нового типа рациональности. В современной многоаспектной мозаичной социокультурной ситуации образы и явления культурных ценностей могут служить ориентиром в аксиологическом выборе человека. Дизайн создает виртуальную реальность, то есть обладает креационистской ролью по созданию

новой реальности. В этой связи дизайнеры несут ответственность за созданный мир и должны понимать, какое влияние оказывает виртуальное пространство на общую картину современной культуры.

8. Дизайн — уникальный феномен, который разрастается шире и шире, вбирая в область собственных интересов все больше предметов, приобретая все большее влияние на жизнь. Дизайн в культуре сетевого общества можно рассматривать как средство конструирования виртуальных миров, которые в свою очередь влекут за собой социальные и культурные трансформации. Промышленный дизайн конструирует предметно-пространственную среду, графический дизайн конструирует системы визуальных коммуникаций, медиадизайн конструирует виртуальные миры. Эстетика, рожденная цифровыми технологиями и распространяемая интерактивными дизайн-проектами, сосредоточена не только внутри виртуальных миров, но и меняет физическое пространство естественной природы. Дизайн, активно использующий цифровые, компьютерные, сетевые технологии, создает новую культуру, виртуальную, а также наполняет новыми артефактами материальную культуру и новыми смыслами и ценностями духовную культуру.

Подводя итоги второй главы, сформулируем вывод, обозначающий *сущностные характеристики дизайна* в культуре сетевого общества. Во второй главе мы сформировали авторское представление о междисциплинарных основаниях дизайна, выявили конструирующую функцию дизайна, раскрыли креационистскую роль дизайна, который создает новую третью, виртуальную реальность, существующую в современной культуре вместе с традиционными двумя реальностями: материальной и духовной. Итак, сделаем некоторые обобщения.

1. Эволюцию дизайна можно рассматривать в тесной связи с изменениями в социально-культурной ситуации и достижениями науки и техники. Проведенный ретроспективный анализ развития дизайна показал, что дизайн появился в индустриальную эру в связи с возникновением промышленного производства, когда произошло разделение, разграничение замысла и исполнения. Дизайн в это

время был индустриальным, направленным на проектирование изделий, которые можно производить в массовых, промышленных масштабах. Промышленный дизайн предполагал инженерную направленность, и в основе подготовки дизайнера лежало инженерное образование. Со временем выявилась «гуманитарная недостаточность» профессии, необходимость понимания таких аспектов работы как менеджмент, антропология, психология, реклама, и в дизайнерскую среду были привлечены люди с гуманитарным складом ума.

2. Значительные трансформации происходят в сфере дизайна в постиндустриальную эпоху. Роль лидера переходит от промышленного дизайна, который доминировал в индустриальном обществе к мультимедийному дизайну — лидеру сетевого общества, работающему с информацией и мультимедийными технологиями в виртуальной среде. *Дизайн как деятельность* в настоящее время представляет собой результат профессиональной работы специалистов из самых разных областей, и *междисциплинарность* является отличительным атрибутом дизайна в культуре сетевого общества.

В процесс дизайн-исследований, в процесс поиска решений, а также для реализации дизайн-проекта подключаются специалисты из различных областей знаний; это необходимое условие для успешного функционирования конкретного проекта, независимо от того, о каком направлении дизайна идет речь, будь то промышленный дизайн, графический дизайн, медиадизайн или любое другое направление дизайна. Фундаментом здесь являются кооперация креативного и технического начал, подкрепленная компетенциями в области гуманитарных и прикладных наук, диапазон и направление которых определяется конкретным проектом.

3. В культуре сетевого общества происходят изменения в профессиональных требованиях к *субъекту дизайна*. Прежде всего актуализируется потребность в специалистах междисциплинарного профиля. Информационно-сетевая эпоха подразумевает свободное владение дизайнером информационными технологиями. Междисциплинарный характер дизайнерского

знания обогащается и усиливается за счет большого блока дисциплин, связанных с информатикой и программированием.

Работа с предметно-пространственной средой уступает место плоским экранам, за которыми создаются и существуют, развиваются и даже конструируют физическую реальность виртуальные миры. Изменения, касающиеся субъекта дизайнерской деятельности, связаны с необходимостью интеграции профессионального мышления дизайнера, включающего в себя образность, системность, инновационность, с новейшими технико-технологическими возможностями, которые служат фундаментом для решения дизайн-задач в культуре сетевого общества.

В связи с тотальной компьютеризацией и информатизацией, увеличением объема ежедневных информационных потоков, среди требований к квалификации дизайнера особую ценность обретает способность к творчеству, наличие *творческого, метафорического мышления*. Одной из ключевых задач на пути профессионального развития дизайнеров является *формирование собственного образного языка*, способствующего появлению нестандартных решений, формирующих окружающее пространство.

4. Кардинальные изменения происходят в *объекте современного дизайна*: в сетевом обществе объектом дизайн-деятельности становятся мультимедийные сервисы. Компьютерные технологии, получившие активное развитие и широкое распространение в последние десятилетия, активизируют развитие медиадизайна. Медиадизайн сегодня становится лидером среди актуальных практик художественного проектирования.

5. Изучение природы, содержания, структуры, динамики, специфических черт, технологий функционирования дизайна позволило определить роль дизайна в культурном контексте современности. В культуре сетевого общества дизайн захватывает все большее и большее пространство, все шире и шире его влияние. Дизайн как деятельность обладает междисциплинарным характером и как феномен культуры выполняет конструирующую функцию. *Дизайн*, оснащенный передовыми технологическими возможностями, *конструирует параллельные*

вселенные через виртуальную среду, создает дигитальные ландшафты культурного опыта.

6. Социокультурная обстановка, в частности, развитие технико-технологической базы человечества влияет на дизайн. В индустриальном обществе дизайн эстетизировал предметы промышленного производства, в информационном обществе дизайн выстраивал визуальные коммуникации, в сетевом обществе дизайн формирует не только среду обитания, но и проектирует виртуальную культуру, которая через интернет распространяется в массовых объемах, которая в массовых объемах задает различные мировоззрения, видения мира формирует сознание. В культуре сетевого общества *дизайн создает новую реальность*: виртуальную реальность, которая существует наряду с физической и духовной реальностью. Осмелимся предположить, что деятельность в области дизайна *обладает креационистским началом*.

7. В культуре сетевого общества произошли смещения в иерархии функций дизайна. Значительно усилилась аксиологическая функция дизайна, способствующая формированию мировоззрения. Дизайн в культуре сетевого общества функционирует в параллельных мирах в пространстве физической реальности и в пространстве виртуальной реальности. Фундаментальная, перманентная функция дизайна заключается в конструировании бытия. Функция конструирования проявляется во всех направлениях дизайна, начиная с промышленного дизайна, такого актуального в культуре индустриального общества, и заканчивая широким ренджем современных направлений дизайна, разветвившихся на узкие специализации. В культуре сетевого общества конструирующая роль дизайна приобретает глобальный, всеобъемлющий характер. Конструирование при этом заключается не только в преобразовании предметно-пространственной, не только в создании виртуальной среды, но и во *внедрении дизайна в сферу аксиологии*, в проектировании с помощью дизайна ценностных векторов, мировоззренческих ориентиров.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги диссертационного исследования, сформулируем выводы о том, как особенности социальных и культурных реалий оказывают влияние на феномен дизайна, какие условия вырастили дизайн в культуре сетевого общества, какова природа и специфика эволюции дизайна.

В связи с активным развитием науки и техники на рубеже XX–XXI века, увеличением роли цифровых технологий и интернета, культура современности отражает высший уровень развития информационного общества, и ее можно охарактеризовать как *культуру сетевого общества*. В культуре сетевого общества важную роль занимает виртуальная жизнь, широко распространенная за счет компьютерных технологий и глобальной сети интернет. Компьютерные технологии служат как площадкой для создания дизайн-продуктов, так и площадкой для виртуальной жизни дизайна. Феномен дизайна трансформируется, сталкиваясь с виртуальной средой, с компьютерными и сетевыми технологиями.

Технологические изменения в культуре приводят к кардинальным трансформациям дизайна, который смещается в виртуальное пространство. Продукты дизайна, живущие в виртуальной среде, обладают интерактивной природой, нацеленной на взаимодействие пользователей с пользователями или на взаимодействие пользователей с информацией. Трансформации, *связанные со сферой занятости* проявляются в том, что все больше людей работает в сфере дизайна, а также растет число потребителей дизайн-продуктов и дизайн-услуг. *Географический* аспект изменений — это масштабное развитие дизайна, стирающее географические границы; возникновение возможностей дистанционной работы для дизайнеров на основе сетевых технологий; формирование виртуальных площадок, объединяющих дизайнеров и потребителей. Трансформация *дизайна в рамках культурных изменений* сетевого общества, — это изменение традиционных видов дизайна, развитие дизайна в направлении мультимедийных и сетевых ландшафтов; работа с двумерной и трехмерной графикой и анимацией в цифровой среде; постоянное расширение

возможностей дизайна на основе многообразия и вариативности инструментов и технологий.

В сетевом обществе происходит виртуализация коммуникаций, формируются различные виртуальные площадки для информационного обмена, что в свою очередь влияет на развитие дизайна. Проведенный анализ позволил обозначить *особенности дизайна, живущего в культуре сетевого общества*.

- *Детерриторизация* дизайна заключается в том, что сеть интернет, охватывая весь мир, разрушает изолированность дизайнеров, основанную на территориальных различиях. Общение по сети позволяет организовывать профессионально заинтересованные виртуальные группы или сообщества, в которые удаленно собираются дизайнеры из разных уголков мира для обмена опытом и знаниями. Виртуальное пространство нивелирует территориальные границы дизайна.

- Глобальные коммуникации приводят к актуализации *дизайна, ориентированного на глобальное пространство*, то есть дизайна унифицированного, понятного представителям разных культурных традиций; с другой стороны, глобальные коммуникации актуализируют вопрос о *сохранении местных, самобытных традиций визуальной культуры*, которая находит проявление в дизайне.

- *Виртуализация дизайна* в сетевом обществе заключается в том, что профессиональная деятельность дизайнеров неуклонно смещается в виртуальное пространство. Глобальная сеть становится полем профессионального взаимодействия отдельных дизайнеров и дизайн-сообществ, местом жизни дизайн-продуктов.

- *Интерактивная природа дизайна* базируется на принципах организации дизайнерских продуктов, позволяющих пользователю взаимодействовать с информацией или с другими пользователями. Иными словами, информационно-коммуникационные системы, которые являются продуктами дизайна в цифровом пространстве, способны реагировать на действия пользователя.

- *Мультимедийность* заключается в том, что в культуре сетевого общества тотально распространены коммуникации, воздействующие на разные каналы восприятия: визуальный, аудиальный, тактильный и другие. Дизайн рекламных обращений, веб-дизайн, дизайн компьютерных игр, дизайн интерфейсов и другие направления дизайна актуализируют мультимедийные коммуникации, составляющие единство текстовых, имейджевых, аудио и видео сообщений. Современный дизайн становится многокомпонентным, гибридным с точки зрения его воздействия на различные перцептуальные каналы.

- *Вездесущность* заключается в том, что социокультурная среда, созданная человеком, насыщена продуктами дизайна, с которыми человек в сетевом обществе взаимодействует всегда и везде: как в физической реальности, так и в виртуальной реальности.

- Дизайн-продукты в культуре сетевого общества — это мощные инструменты, *формирующие массовое сознание*. Дизайн позволяет создавать информацию, в том числе искаженную и недостоверную, а средства коммуникаций распространяют эту информацию в массовых масштабах. Как в физическом, так и в виртуальном мире дизайн формирует наши чувства, мысли, эмоции.

- *Гетерархичность* заключается в том, что виртуальное пространство открыто для творческого, свободного проектирования. Дизайн как коммуникативная система развивается энтропийно и динамично. Некоторые направления дизайна ориентированы на проектирование физической реальности, другие направления дизайна ориентированы на проектирование виртуальной реальности. Продукты дизайна в культуре сетевого общества живут не в иерархической, а в ризоматической системе.

Концептуальные идеи, влияющие на облик современного дизайна, можно уловить в философии постмодернизма. Философы-постмодернисты рассматривают значимую роль информации и коммуникации как отличительную черту современной эпохи. *Идеи свободного манипулирования, свободной игры с информацией*, существенным образом влияют на развитие дизайна.

Постмодернисты отрицают тотальные теории, придерживаясь позиций релятивизма: множественность описаний действительности и отсутствие единой истины, но наличие разнообразных ее интерпретаций. Релятивистские векторы, характерные для постмодернизма, характерны для *дизайна*. Можно выделить аспекты современной культуры, которые находят свое проявление в дизайне.

- Одной из характерных черт эстетики дизайна является отказ от *поиска аутентичности*, осмысленности, подлинности, настоящести. Эстетика дизайна в современной культуре часто не следует образцу, норме, канонам. Важен процесс творчества, возможны и значимы сиюминутные эффекты, элементы случайности, алогичность, эфемерность и поверхностность.

- *Пристрастие к разнообразию, поверхностности, видимости, изменчивости, стилизациям* реализуется в рамках дизайна в культуре сетевого общества. Появление новых модусов дизайна, рожденных непосредственно в цифровой среде (например, компьютерные игры, веб-сайты), способствует гибридизации языка дизайна, сочетающего различные способы передачи информации: вербальный, визуальный, звуковой, и приправленного возможностями интерактивности.

- В связи с плюрализмом смыслов в культуре сетевого общества *в дизайне безнадежен поиск единственного смысла*. Характерная для современности значительная утрата ориентиров в ценностях и смыслах наполняет людей ощущением неуверенности, нестабильности. Дизайн становится эффективным инструментом для формирования мышления через сообщения, адресованные аудитории. Сообщения могут содержать информацию не только в форме слов, но и в форме визуальных образов, изображений, звуков. Виртуальное пространство, с одной стороны, является хранилищем культурных ценностей, а с другой стороны, служит бесконечным источником ресурсов, концептуальное осмысление которого предлагает дизайну в сетевом обществе широкие возможности для наполнения жизнедеятельности людей разнообразными смыслами.

- В виртуальном пространстве сталкиваются различные стили и нестабильность, царят эклектика и различия, разнообразие и непостоянство, что

отражает *приоритет жизненного опыта по отношению к рефлексии*. Творчество дизайнера постоянно стимулируется встречами в реальном пространстве с новыми людьми, с их разнообразными взглядами и вкусами, жизненным опытом и амбициями, с контрастными культурными предпочтениями, в виртуальном пространстве — с разнообразными дизайн-продуктами. Собственный жизненный и профессиональный опыт дизайнера, выращенный на базе мирового опыта дизайнерского творчества — главный источник профессиональных достижений.

- Особенность культуры постсовременности делает акцент на *творческие возможности всех людей и их* расположенность к играм. Люди любят играть, экспериментировать, совершенствоваться. В виртуальной среде дизайн реализуется в интерактивных проектах подразумевающих, что пользователь получает доступ к сотворчеству, перевоплощаясь из пассивного реципиента в активного созидателя. Приложения для мобильных устройств открывают пользователям возможности для быстрого создания фотографий, видеозаписей, музыки или цифровых рисунков с использованием встроенных эффектов, например, стилизации. Социальные сети или блоги предоставляют каждому индивиду, подключенному к сети, место для ведения заметок или заполнения собственной биографии здесь и сейчас путем внесения информации о только что полученных впечатлениях или путем публикации своих фотографий, музыки, рисунков, видео.

Язык дизайна как средство передачи информации и неотъемлемый элемент культуры в сетевом обществе осваивает новые горизонты. В динамичной среде интернета язык дизайна активно функционирует и преобразуется. Язык дизайна в виртуальном пространстве — постоянно развивающееся сложное системное знаковое средство передачи информации между пользователями сети. Система языка, которой пользуется дизайнер, содержит в себе бесчисленное множество элементов, способных к филиациям (прямым зависимостям) и трансформациям, к установлению различных контактов друг с другом, к образованию совершенно непредсказуемых, неожиданных конфигураций. Можно утверждать, что *язык дизайна в сетевом обществе сложный, интегративный, гибридный*.

Компьютерная гибридизация медиа представляет собой конвергенцию различных типов данных. Для дизайна смешивание медиа как сред разработки становится сильным инструментом для достижения целей клиентов. Манипуляции, которые позволяют создавать цифровые технологии с фотографией, видео, трехмерной графикой, звуком впечатляющи. Особое внимание стоит уделить тем возможностям, которые предоставляют цифровые технологии пользователям. В компьютерных играх пользователь становится непосредственным участником событий, а приложения для мобильных устройств делают пользователей настоящими креаторами, творцами визуального контента. Дизайнеры участвуют в разработке компьютерных игр, графических интерфейсов для программных приложений, и в то же время используют множество программных приложений для профессиональной работы (для создания шрифтов, иллюстраций, макетов, презентаций и т.д.). Это значит, что в цифровой среде дизайн нужен повсеместно, а цифровой мир в свою очередь предоставляет необъятные возможности для развития дизайна.

Дизайн как феномен культуры обладает междисциплинарным характером и выполняет конструирующую функцию. В культуре сетевого общества конструирующая функция дизайна реализуется на трех уровнях: дизайн создает физическую реальность, виртуальную реальность и формирует ценностные ориентации, то есть конструирует духовную реальность. Осмелимся предположить, что деятельность в области дизайна обладает креационистским началом, что проявляется во внедрении дизайна в сферу аксиологии, в проектировании с помощью дизайна ценностных векторов, мировоззренческих ориентиров. В культуре сетевого общества дизайн захватывает все большее и большее пространство, все шире и шире его влияние. Дизайн, оснащенный передовыми технологическими возможностями, конструирует параллельные вселенные через виртуальную среду, создает дигитальные ландшафты культурного опыта.

Виртуальные цифровые миры находятся по ту сторону экрана. Однако жизнь технической силы определяется сегодня ресурсами внешнего мира. Если

планета сегодня лишится электричества, экзистенция компьютерных технологий навсегда остановится. События, процессы, происходящие в виртуальной среде, являются существенным фактором развития социума. Информационные технологии реализовали мечты человечества о безграничном доступе к информации из любой точки земного шара, о консолидации людей на основе интересов или целей посредством глобальной паутины. Однако многие исследователи определяют ситуацию, связанную с современным технико-технологическим развитием человечества как кризис цивилизации. Причина кризиса таится в противоречии между темпами, содержанием прогресса и порожденными им социальными последствиями. Опасения ученых вызывает беспрецедентное распространение технократического мышления, когда человек забывает, что он есть мера всех вещей, когда техника возвышается над человеком. Дизайну в этом смысле при решении локальных дизайн-задач следует, прежде всего, решать задачу сохранения и развития духовных идеалов цивилизации.

На основании выводов диссертационного исследования можно наметить круг вопросов, расширяющих и углубляющих проблемное поле дизайна в культуре сетевого общества. Весьма перспективными представляются исследования, нацеленные на философское осмысление различных направлений интерактивного дизайна, например, дизайна компьютерных игр, веб-дизайна, дизайна приложений; изучение развития стилей и школ в дизайне с точки зрения культурной динамики и в связи с развитием компьютерных и сетевых технологий; составление практических рекомендаций по применению дизайнерского потенциала в направлении формирования экологических и духовных ценностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адорно Т. Эстетическая теория : пер. с нем. / Т. Адорно. — М. : Республика, 2001. — 527 с.
2. Аксенов Г.П. Эволюция художественно-образной выразительности графического дизайна в процессе развития полиграфических средств : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Г.П. Аксенов. — М., 2008. — 20 с.
3. Алимов А.А. Система игрового искусственного интеллекта / А.А. Алимов, О.А. Шабалина // Изв. Волгоград. гос. техн. ун-та. — 2012. — Т. 4, № 13. — С. 166–169.
4. Аристотель. Сочинения. В 4 т. Т. 1 / Аристотель. — М. : Мысль, 1976. — 550 с.
5. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. — Благовещенск : Изд-во БГК им. И.А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. — 392 с.
6. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс / Н.Д. Арутюнова // Теория метафоры. М.: Изд-во «Прогресс», 1990. — С. 5—32.
7. Арутюнова Н.Д. Языковая метафора (синтаксис и лексика) / Н.Д. Арутюнова // Лингвистика и поэтика метафоры. — М.: Наука, 1979. — С. 147—173.
8. Ахмадуллин М.Л. Дизайн арабоалфавитной печатной продукции Поволжья и Урала : конец XIX — начало XX в. : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / М.Л. Ахмадуллин. — СПб., 2011. — 23 с.
9. Ахутин А.В. Поворотные времена / А.В. Ахутин. — СПб. : Наука, 2005. — 743 с.
10. Баева Л.В. Виртуальная сансара: трансформация модели реальности в условиях информационной культуры / Л.В. Баева // Информационное общество. — 2012. — № 2. — С. 44–51.
11. Байкова Е.В. Биоморфизм как система образного моделирования в культуре : автореф. дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / Е.В. Байкова. — Саратов, 2011. — 39 с.

12. Барт Р. S/Z / Р. Барт; пер. с фр. Г.К. Косикова, В.П. Мурат; под ред. Г.К. Косикова. — 3-е изд. — М. : Академический проект, 2009. — 373 с.

13. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика : пер. с фр. / Р. Барт; сост., общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. — М. : Издательская группа «Прогресс»: «Универс», 1994. — 616 с.

14. Барт Р. Нулевая степень письма : пер. с фр. / Р. Барт. — М. : Академический проект, 2008. — 431 с.

15. Бауман З. Актуальность Холокоста / З. Бауман. — М. : Европа, 2010. — 316 с.

16. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества : пер. с англ. / З. Бауман. — М. : Весь Мир, 2004. — 188 с.

17. Бауман З. Индивидуализированное общество : пер. с англ. / З. Бауман; под ред. В.Л. Иноземцева. — М. : Логос, 2005. — 390 с.

18. Бауман З. Свобода / З. Бауман; пер. с англ. Г.М. Дашевского, предисл. Ю.А. Левады. — М. : Новое издательство, 2006. — 132 с.

19. Бауман З. Текучая современность : пер. с англ. / З. Бауман; под ред. Ю.В. Асачакова. — СПб. : Питер, 2008. — 240 с.

20. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М. : Академия, 1999. — 956 с.

21. Белов М.И. Дизайн пешеходной улицы: принципы организации предметно-пространственной среды : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / М.И. Белов. — М., 2012. — 23 с.

22. Беньямин В. Улица с односторонним движением / В. Беньямин. — М. : Ад Маргинем Пресс, 2012. — 128 с.

23. Беньямин В. Учение о подобию. Медиаэстетические произведения : сб. ст. / В. Беньямин; пер. с нем. И. Болдырева [и др.]. — М. : Изд-во РГГУ, 2012. — 288 с.

24. Бергер А. Видеть — значит верить. Введение в зрительную коммуникацию : пер. с англ. / А. Бергер. — 2-е издание. — М. : Издательский дом "Вильямс", 2005. — 288 с. : ил.

25. Бердичевский Е.Г. Визуальная метафора в прикладном дизайне / Е.Г. Бердичевский // Сборники конференций НИЦ Социосфера. — 2012. — № 9. — С. 154–160.
26. Бердяев Н.А. Смысл творчества: Опыт оправдания человека / Н.А. Бердяев. — М. : Аст Москва: Хранитель, 2007. — 668, [4] с.
27. Бердяев Н.А. Творчество и объективация / Н.А. Бердяев; сост. А.Г. Шиманского, Ю.О. Шиманской. — Минск : Экономпресс, 2000. — 304 с.
28. Бердяев Н.А. Человек и машина (проблема социологии и метафизики техники) / Н.А. Бердяев // Путь. — 1933. — № 38. — С. 3–37.
29. Бирдсли М. Метафорическое сплетение. // Теория метафоры. М.: Изд-во «Прогресс», 1990. — С. 201—218.
30. Бобков П.М. Концепция будущего на проблемном поле социальной философии : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / П.М. Бобков. — М., 2008. — 25 с.
31. Богданов Д.В. Социальные функции Интернета / Д.В. Богданов // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. Сер. : Социальные науки. — 2011. — № 1. — С. 114–120.
32. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту / Ж. Бодрийяр; пер. с франц. Н. Сулова. — Екатеринбург : У-Фактория, 2006. — 199 с.
33. Бодрийяр Ж. Америка / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. Д. Калугин. — СПб. : Владимир Даль, 2000. — 204 с.
34. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2000. — 96 с.
35. Бодрийяр Ж. Забыть Фуко / Ж. Бодрийяр. — СПб. : Владимир Даль, 2000. — 92 с.
36. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрийяр; пер. с фр. Д. Кралечкин. — М. : Академический проект, 2007. — 335 с.
37. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. — М. : Республика; Культурная революция, 2006. — 269 с.

38. Бодрийяр Ж. Прозрачность Зла / Ж. Бодрийяр. — М. : Добросвет, 2000. — 258 с.
39. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. — М. : Добросвет, 2000. — 387 с.
40. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр; пер. с фр., предисл. С. Зенкина. — М. : Рудомино, 1999. — 218 с.
41. Бодрийяр Ж. Соблазн / Ж. Бодрийяр. — М. : Ad Marginem, 2000. — 318 с.
42. Болховской А.Л. Информационно-сетевое общество: социально-философский анализ : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / А.Л. Болховской. — Черкесск, 2010. — 159 с.
43. Бондаренко Т.А. «Бегство» в мир Интернета / Т.А. Бондаренко, С.Н. Яременко // Вестн. Донского гос. техн. ун-та. — 2012. — № 2–1. — С. 60–66.
44. Бочарова Т.А. Сетевое общение: особенности конструирования социокультурного взаимодействия / Т.А. Бочарова // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. — 2013. — № 4–2. — С. 28–30.
45. Бревнова Ю.А. Компьютерные игры в современной субкультуре детства: социокультурный аспект : автореф. дис. ... канд. культурологии : 24.00.01 / Ю.А. Бревнова. — М., 2012. — 23 с.
46. Бурнаева Е.М. «Человек виртуальный» в пространстве информационной культуры : автореф. дис. ... канд. культуролог. наук : 24.00.01 / Е.М. Бурнаева. — Комсомольск-на-Амуре, 2012. — 21 с.
47. Бхаскаран Л. Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре / Л. Бхаскаран; пер. И. Голыбина. — М. : Арт-Родник, 2007. — 256 с.
48. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стил: Введение в философию дизайна / Т.Ю. Быстрова. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. — 288 с.
49. Ван М. Художественно-коммуникативные особенности современного плаката: новейшие концепции и тенденции развития в зарубежной практике : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / М. Ван. — СПб., 2010. — 32 с.

50. Василенко В.В. Математические алгоритмы анализа цифровых изображений : дис. ... канд. физ-мат. наук : 05.13.18 / В.В. Василенко. — Ставрополь, 2006. — 112 с.

51. Васильева Н.А. Дизайн-проектирование пространственной среды культурно-развлекательных центров с использованием цифровых технологий / Н.А. Васильева // Вестн. Амур. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные науки. — 2012. — № 56. — С. 134–137.

52. Васильева Т.С. Влияние новых технологий на формообразование в дизайне одежды: на примере светодизайна костюма : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Т.С. Васильева. — М., 2011. — 37 с.

53. Великая Н.М. Актуальное искусство в культурном пространстве современной России: социологическое измерение / Н.М. Великая, А.А. Голосеева // Вестн. РГГУ. — 2013. — № 2. — С. 29–44.

54. Вершинин Г.В. Контекст в архитектуре, дизайне, искусстве XX века : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.04 / Г.В. Вершинин. — Екатеринбург, 2005. — 26 с.

55. Виктор Меламед о современных тенденциях в иллюстрации [Видеозапись] / Студия Артемия Лебедева. — Россия, 2012. — 83 мин.

56. Вирильо П. Машина зрения / пер. с фр. А.В. Шестакова. — СПб.: Наука, 2004. — 144 с.

57. Власов В.Г. Теоретико-методологические концепции искусства и терминология дизайна : автореф. дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.06 / В.Г. Власов. — СПб., 2009. — 50 с.

58. Волова, Л.А. Культурные процессы в современном информационном обществе / Л.А. Волова // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. — 2012. — № 1. — С. 32–41.

59. Воржецов А.Г. Модернизационный потенциал биотехнологии / А.Г. Воржецов // Вестн. Казан. технолог. ун-та. — 2012. — № 6. — С. 125–127.

60. Воробьева Л.П. Модернизм и постмодернизм в эволюции массовой культуры: философский анализ : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Л.П. Воробьева. — Ставрополь, 2006. — 196 с.

61. Гак В.Г. Метафора: универсальное и специфическое / В.Г. Гак // Метафора в языке и тексте. — М.: Наука, 1988. — С. 11—26.

62. Галиева А.Ф. Интерактивная среда в окружении человека / А.Ф. Галиева, А.С. Михайлова // Дизайн-ревю. — 2012. — № 1–2. — С. 86–95.

63. Галкин Д.В. От кибернетических автоматов к искусственной жизни: теоретические и историко-культурные аспекты формирования цифровой культуры : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / Д.В. Галкин. — Томск, 2013. — 48 с.

64. Галкин Д.В. Виртуализация опыта в культуре постмодерна: метаморфозы дискурсивного ландшафта : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Д.В. Галкин. — Томск, 2002. — 174 с.

65. Гегель Г. Сочинения. В 14 т. Т. 12. Лекции по эстетике. Кн. 1 / Г. Гегель. — М.: Издательство социально-экономической литературы, 1938. — 494 с.

66. Гегель Г. Сочинения. В 14 т. Т. 13. Лекции по эстетике. Кн. 2 / Г. Гегель. — М.: Издательство социально-экономической литературы, 1940. — 363 с.

67. Гегель Г. Сочинения. В 14 т. Т. 14. Лекции по эстетике. Кн. 3 / Г. Гегель. — М.: Издательство социально-экономической литературы, 1958. — 440 с.

68. Герасимова С.А. Культурология и теория телекоммуникации: элементарный курс : учеб. пособие / С.А. Герасимова. — М. : Гардарики, 2007. — 173 с.

69. Гиль А.Ю. Музей в культуре информационного общества : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / А.Ю. Гиль. — Томск, 2009. — 177 с.

70. Глазачева А.О. Экологический дизайн: инструменты и критерии проектирования глобального социокультурного пространства / А.О. Глазачева, О.Е. Перфилова // Вестник МГТУ им. М.А. Шолохова. Социально-экологические технологии. — 2012. — Т. 1, № 1. — С. 27–37.

71. Глазычев В.Л. Гемма Коперника. Мир науки в изобразительном искусстве / В.Л. Глазычев. — М. : Советский художник, 1989. — 416 с.

72. Голубятников И.В. Визуализация в дизайне / И.В. Голубятников, Н.Е. Мильчакова // Дизайн. Теория и практика. — 2012. — № 10. — С. 61–66.

73. Гончарова Е.В. Инновации и проблемы дизайн-образования в контексте общекультурных ценностей / Е.В. Гончарова // Омский научный вестник. — 2013. — № 1–115. — С. 223–225.

74. Горинский А.С. Понятие виртуального бытия: Поливариантность эволюции : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.01 / А.С. Горинский. — Екатеринбург, 2004. — 26 с.

75. Городищева А.Н. Историческая динамика технологий в культуре : автореф. дис. ... д-ра культуролог. наук : 24.00.01 / А.Н. Городищева. — Кемерово, 2008. — 48 с.

76. Грачев В.И. Феномен социокультурной коммуникации в современной художественной культуре: информационно-аксиологический анализ : автореф. дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / В.И. Грачев. — М., 2008. — 40 с.

77. Грегори Р.Л. Глаз и мозг. Психология зрительного восприятия / Р.Л. Грегори. — М. : Прогресс, 1970. — 271 с.

78. Грибов И.А. Информационное общество: от виртуальной реальности к реальной виртуальности / И.А. Грибов // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. — 2012. — № 9–2. — С. 47–51.

79. Грибова В.В. Интерпретатор проекта виртуальной среды для интерактивных компьютерных систем в интернете / В.В. Грибова, Л.А. Федорищев // Технические науки — от теории к практике. — 2013. — № 19. — С. 7–14.

80. Гурова Е.А. Концепции визуальной коммуникации в журнальном дизайне США: конец XIX — середина XX вв. : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Е.А. Гурова. — М., 2011. — 24 с.

81. Делёз Ж. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. — Екатеринбург : У-Фактория, 2008. — 672 с.

82. Делёз Ж. Различие и повторение / Ж. Делёз. — СПб. : Петрополис, 1998. — 384 с.
83. Делёз Ж. Тысяча плато: Капитализм и шизофрения / Ж. Делёз, Ф. Гваттари. — Екатеринбург : У-Фактория; М.: Астрель, 2010. — 895 с.
84. Дембич Н.Д. О двойственности природы фирменного стиля / Н.Д. Дембич, С.М. Михайлов, А.С. Михайлова // Мир науки, культуры, образования. — 2012. — № 5. — С. 221–223.
85. Дизайн. Материалы. Технологии. Энциклопедический словарь / Под ред. В.И. Куманина, М.С. Кухта. — Томск: Изд-во Томского политех. ун-та, 2011. — 320 с.
86. Долгих М.Н. Дизайн в культуре сетевого общества / М.Н. Долгих // Известия Томского политехнического университета. — 2013. — Т. 323, № 6. — С. 272–276.
87. Долгих М.Н. Дизайн и виртуальная среда: дигитальные ландшафты в аспекте гибридных медиа / М.Н. Долгих // Вестник Томского государственного университета. — 2014. — № 379. — С. 86–91.
88. Долгих М.Н. Междисциплинарные основания дизайна / М.Н. Долгих // Вестник Томского государственного университета. — 2013. — № 377. — С. 58–61.
89. Егорова В.И. Деперсонификация виртуальной реальности / В.И. Егорова // Изв. Юго-Запад. гос. ун-та. — 2012. — № 4–1. — С. 212–215.
90. Егорова В.И. Карнавальные и обыденные жанры виртуальной коммуникации / В.И. Егорова // Теория языка и межкультурная коммуникация. — 2012. — № 1. — С. 11–15.
91. Елинер И.Г. Роль медиадизайна в мультимедийной культуре / И.Г. Елинер // Вестн. СПбГУКИ. — 2012. — № 4. — С. 97–101.
92. Елистратова Н.Н. Программные и технические средства технологии мультимедиа в образовательном процессе ВУЗа / Н.Н. Елистратова // Вестн. Рязан. гос. ун-та им. С.А. Есенина. — 2012. — № 34. — С. 14–23.

93. Ерохин С.В. Тенденции актуального искусства: виртуал-арт и научное искусство / С.В. Ерохин // Вестн. Череповец. гос. ун-та. — 2012. — Т. 3, № 4. — С. 133–137.

94. Ерохин С.В. Цифровые технологии как основа формирования искусства постпостмодернизма и трансдисциплинарной области научного искусства / С.В. Ерохин // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. — 2012. — № 10–1. — С. 85–88.

95. Жиркова Н.М. Новые подходы в развитии дизайна / Н.М. Жиркова // Вестн. Тамбов. гос. ун-та. Сер.: Естественные и технические науки. — 2013. — Т. 18, № 3. — С. 1057–1059.

96. Загоруйко И.Н. Интернет-дискурс в современном коммуникационном пространстве / И.Н. Загоруйко // Вестн. Костром. гос. ун-та им. Н.А. Некрасова. — 2012. — Т. 18, № 3. — С. 56–60.

97. Закирова Т.В. Концепция виртуальной реальности Жана Бодрийяра / Т.В. Закирова, В.В. Кашин // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. — 2012. — № 7. — С. 28–36.

98. Золотарев Д.А. Дизайн печатных изданий в интерактивной среде : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Д.А. Золотарев. — Екатеринбург, 2012. — 26 с.

99. Зубанова Л.Б. Современная культура в постклассических концепциях и актуальных социокультурных трендах / Л.Б. Зубанова // Вестн. Челяб. гос. акад. культуры и искусств. — 2013. — № 1. — С. 47–54.

100. Зырянова А.А. Композиция мультимедийной презентации : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / А.А. Зырянова. — СПб., 2011. — 23 с.

101. Иванов В.И. Родное и вселенское / В.И. Иванов; сост., вступ. ст. и прим. В.М. Толмачева. — М.: Республика, 1994. — 428 с.

102. Ивлева А.Ю. Культурное пространство художественного текста: от символа-предела к символу-образу : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / А.Ю. Ивлева. — Саранск, 2009. — 38 с.

103. Игошина Т.С. Графический дизайн отечественного социального плаката: история и современные тенденции : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Т.С. Игошина. — М., 2009. — 25 с.

104. Информационная эпоха: вызовы человеку / под ред. И.Ю. Алексеевой и А.Ю. Сидорова. — М. : Российская политическая энциклопедия, 2010. — 335 с.

105. Какорина Е.В. Метафоры Интернета в речи компьютерных пользователей / Е.В. Какорина // Человек и язык в коммуникативном пространстве : сборник научных статей. — 2013. — Т. 4, № 4. — С. 145–150.

106. Калихман А.Д. К концепции поверхности в дизайне / А.Д. Калихман // Дизайн. Теория и практика. — 2012. — № 10. — С. 77–84.

107. Каменская О.Л. Текст и коммуникация: Учеб. пособие для ин-тов и фак-тов иностр. яз / О.Л. Каменская. — М. : Высш. шк., 1990. — 152 с.: ил.

108. Камзина Н.Е. Философский аспект специфики дизайна / Н.Е. Камзина // Изв. Алтайс. гос. ун-та. — 2012. — № 2–1. — С. 163–165.

109. Кант И. Сочинения. В 8 т. Т. 3. Критика чистого разума / И. Кант. — М.: Чоро, 1994. — 741 с.

110. Кассирер Э. Познание и действительность. Понятие субстанции и понятие функции / Э. Кассирер. — М. : Гнозис, 2006. — 400 с.

111. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.

112. Кастельс М. Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / М. Кастельс; пер. с англ. А. Матвеевой. — Екатеринбург : У-Фактория, 2004. — 328 с.

113. Качмала А.В. Онтологический статус виртуальной реальности в структуре бытия / А.В. Качмала // Вестн. Челябин. гос. акад. культуры и искусств. — 2012. — Т. 30, № 2. — С. 109–111.

114. Кашкина М.Г. Медиакультура информационного общества в аспекте философского дискурса : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / М.Г. Кашкина. — Краснодар, 2012. — 25 с.

115. Кириллова Н.Б. Метаморфозы экранной культуры в новой медиареальности / Н.Б. Кириллова // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. — 2012. — Т. 107, № 4. — С. 46–57.

116. Климова Л.Е. Массовая культура и личность: Культурфилософский аспект : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Л.Е. Климова. — Ставрополь, 2005. — 27 с.

117. Кнабе Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа / Г.А. Кнабе. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2006. — 736 с. : ил.

118. Книгин А.Н. Междисциплинарность: основная проблема // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2008. — № 3 (4). — С. 14—20.

119. Ковешникова Е.Н. Дизайн-образование в контексте эволюции проектирования / Е.Н. Ковешникова, Н.А. Ковешникова // Уч. зап. Орлов. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. — 2012. — № 2. — С. 247–253.

120. Ковешникова Е.Н. Критерии готовности дизайнера к профессиональной деятельности / Е.Н. Ковешникова // Уч. зап. Орлов. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. — 2012. — № 2. — С. 244–246.

121. Кононова М.Ю. Философия современного научно-технического сообщества России : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.08 / М.Ю. Кононова. — М., 2008. — 26 с.

122. Котлова К.В. Преемственность и новаторство в современном книжном дизайне / К.В. Котлова // Фэн-наука. — 2012. — № 6. — С. 52–53.

123. Кравец Д.В. Проблема свободы в коммуникативном пространстве интернета / Д.В. Кравец // Вестн. Южно-Урал. гос. ун-та. Сер. : Социально-гуманитарные науки. — 2011. — № 9 (226). — С. 135–138.

124. Красильников А.А. Звуковое оформление в структуре художественно-выразительных средств интерактивной компьютерной игры : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.09 / А.А. Красильников. — СПб., 2012. — 26 с.

125. Крашенинников А.И. Применение наноматериалов в дизайне художественных изделий / А.И. Крашенинников, Д.С. Кобзев, В.Б. Лившиц // Дизайн. Теория и практика. — 2012. — № 10. — С. 95–101.

126. Кривуля Н.Г. Эволюция художественных моделей в процессе развития мировых аниматографий : автореф. дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.03 / Н.Г. Кривуля. — М., 2009. — 60 с.

127. Кузнецов М.М. Опыт коммуникации в информационную эпоху. Исследование стратегии Т.В. Адорно и М. Маклюэна / М.М. Кузнецов ; Рос. акад. наук, Ин-т философии. — М. : Изд-во ИФРАН, 2011. — 143 с.

128. Кузнецова Е.П. Всемирная паутина в цифрах. Аудитория Интернета в России / Е.П. Кузнецова // Телескоп : журнал социологических и маркетинговых исследований. — 2011. — № 3. — С. 40–44.

129. Куманин В.И. Диалог о дизайне / В.И. Куманин. — Томск: Изд-во STT, 2012. — 150 с.

130. Купер А. Об интерфейсе. Основы проектирования взаимодействия / А. Купер, Р. Рейман, Д. Кронин; пер. с англ. М. Зислис. — СПб. : Символ-Плюс, 2009. — 688 с.

131. Кухта М.С. Особенности формообразования предметно-функциональных структур в дизайне / М.С. Кухта, А.И. Захаров // Известия Томского политехнического университета. — 2012. — Т. 321, №. 6. — С. 204–210.

132. Кухта М.С. Промышленный дизайн : Учебник / М.С. Кухта, В.И. Куманин, М.Л. Соколова, М.Г. Гольдшмидт — Томск : Изд-во Томского политех. ун-та, 2013 — 312 с.

133. Кухта М.С. Смысловая емкость вещи в дизайне // Труды Академии технической эстетики и дизайна. — 2013. — № 1. — С. 31–33.

134. Кухта М.С. Восприятие визуальной информации: философия процесса / М.С. Кухта. — Томск: Изд-во Томского гос. пед. ун-та, 2004. — 202 с.

135. Лавренова, О.А. Семантика культурного ландшафта : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / О.А. Лавренова. — М., 2010. — 38 с.

136. Ларина О.В. Информационно-коммуникационные технологии в дизайн-образовании / О.В. Ларина // Среднее профессиональное образование. — 2013. — № 3. — С. 50–51.
137. Лауэр Д. Основы дизайна / Д. Лауэр, С. Пентак. — СПб. : Питер, 2014. — 304 с.
138. Ледушкина С.Н. Новые технологии и субъекты художественной коммуникации: парадоксы компьютерного искусства / С.Н. Ледушкина // Изв. Волгоград. гос. техн. ун-та. — 2012. — Т. 8, № 11. — С. 47–50.
139. Лемешко Т.В. Графический дизайн полиграфической упаковки: история, методика, практика : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Т.В. Лемешко. — М., 2006. — 26 с.
140. Лещенко А.М. Мультифункциональность сетевых коммуникаций в современном обществе / А.М. Лещенко // Вестн. Адыгейс. гос. ун-та. Сер. 1 : Регионоведение : философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. — 2011. — № 2. — С. 54–58.
141. Лещенко А.М. Энтропийность сетевой коммуникации и ее аксиологический статус в современном обществе / А.М. Лещенко // Научные проблемы гуманитарных исследований. — 2011. — № 6. — С. 268–275.
142. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / Ж.-Ф. Лиотар. — М. : Ин-т эксперим. социологии; СПб.: Алетейя, 1998. — 160 с.
143. Литовчин Ю.М. Эволюция выразительных средств телевизионной рекламы в 1990–2010 гг. : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.03 / Ю.М. Литовчин. — М., 2012. — 30 с.
144. Лобанова Ю.В. От телевидения к интернету: открытая стратегия коммуникации / Ю.В. Лобанова // Точки над ё. — 2012. — № 1. — С. 74–77.
145. Лугина Я.А. К вопросу истории становления и развития дизайн-образования / Я.А. Лугина // Омский научный вестник. — 2012. — № 3. — С. 136–139.
146. Лукьянова Н.А. Коммуникативно-семиотическое моделирование социокультурных изменений : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / Н.А. Лукьянова. — Великий Новгород, 2010. — 37 с.

147. Луман Н. Дифференциация / Н. Луман; пер. с нем. Б. Скуратов. — М. : Логос, 2006. — 320 с.
148. Луман Н. Медиа коммуникации / Н. Луман; пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. — М. : Логос, 2005. — 280 с.
149. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; пер. с нем. А.Ю. Антоновского. — М. : Праксис, 2005. — 256 с.
150. Луптон Э. Графический дизайн от идеи до воплощения / Э. Луптон; пер. с англ. В. Иванов. — СПб. : Питер, 2013. — 184 с.: ил.
151. Мазурина Т.А. Дизайн отечественного товарного знака: символика и стилистика : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / Т.А. Мазурина. — М., 2008. — 27 с.
152. МакКормак Э. Когнитивная теория метафоры. // Теория метафоры. М.: Изд-во «Прогресс», 1990. — С. 358—386.
153. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / М. Маклюэн. — Киев : Ника-Центр, 2004. — 432 с.
154. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / М. Маклюэн; пер. сангл. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. — М.; Жуковский: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.
155. Мамардашвили М. Сознание и цивилизация. Тексты и беседы / М. Мамардашвили. — М. : Логос, 2004. — 272 с.
156. Маньковская Н.Б. Современное искусство как феномен техногенной цивилизации / Н.Б. Маньковская, В.В. Бычков. — М. : Изд-во ВГИК, 2011 — 208 с.
157. Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма / Н.Б. Маньковская. — СПб. : Алетейя, 2000. — 347 с.
158. Маньковская Н.Б. Париж со змеями (Введение в эстетику постмодернизма) / Н.Б. Маньковская. — М. : Изд-во ИФРАН, 1995. — 220 с.
159. Мартишина Н.И. Реальность и ее конструирование : [Монография] / Н.И. Мартишина. — Новосибирск : изд-во Сиб. гос. ун-та путей сообщ., 2009. — 171 с.
160. Маслоу А.Г. Мотивация и личность. — СПб. : Евразия, 1999. — 478 с.

161. Меламад В. Как найти визуальную метафору [Видеозапись] / Институт УНИК. — Россия, 2012. — 95 мин.
162. Михайлов С.М. Дизайн современного города: комплексная организация предметно-пространственной среды: теоретико-методологическая концепция : автореф. дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.06 / С.М. Михайлов. — М., 2011. — 57 с.
163. Михайлов С.М. Основы дизайна : учебник для специальности 29.02.00 Дизайн архитектурной среды / С.М. Михайлов, Л.М. Кулеева. — Казань: Новое Знание, 1999. — 240 с.
164. Михайлова А.С. «Полилинейность» как принцип современной трактовки истории дизайна / А.С. Михайлова // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. — 2013. — № 1. — С. 48–52.
165. Молчанова Е.Н. Телевидение в культуре современного информационного общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Е.Н. Молчанова. — Ставрополь, 2005. — 27 с.
166. Морозова А.В. Подходы к изучению феномена виртуальной реальности / А.В. Морозова // Труды Дальневосточ. гос. техн. ун-та. — 2005. — № 140. — С. 182–184.
167. Надыршин Н.М. Параметрические паттерны в архитектурном дизайне / Н.М. Надыршин // Дизайн-ревю. — 2012. — № 1–2. — С. 6–10.
168. Наумова Д.Н. О процессах коммуникации современного общества / Д.Н. Наумова // Уч. зап. Орлов. гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. — 2012. — № 4. — С. 139–141.
169. Никитин М.В. О семантике метафоры / М.В. Никитин // Вопросы языкознания. — 1979. — №1. — С. 91–102.
170. Никитин М.В. Концепт и метафора / М.В. Никитин // Studia Linguistica. Проблема теории европейских языков. — СПб.: Тритон, 2001. — Вып. 10. — С. 16–35.
171. Никитина И.В. Художественные образные формы графического дизайна как фактор возрастания роли визуальной культуры в информационном

обществе / И.В. Никитина // Вестн. Кемеров. гос. ун-та культуры и искусств. — 2012. — № 21. — С. 101–111.

172. Новикова Е.Ю. Системный подход в теориях дизайна / Е.Ю. Новикова // Истор., филос., полит. и юрид. науки, культурология и искусствоведение. Вопр. теории и практики. — 2012. — № 12–1. — С. 174–176.

173. Овчинникова Р.Ю. Методологические основы дизайн-исследования / Р.Ю. Овчинникова // Омский научный вестник. — 2013. — № 1–115. — С. 205–208.

174. Огурчиков П.К. Экранная культура как новая мифология (на примере кино) : автореф. дис. ... д-ра культуролог. наук : 24.00.01 / П.К. Огурчиков. — М., 2008. — 42 с.

175. Панкина М.В. Экологическая парадигма дизайна / М.В. Панкина // Академ. вестн. УралНИИпроект РААСН. — 2012. — № 2. — С. 80–82.

176. Пелевина Н.Ф. Стилистический анализ художественного текста / Н.Ф. Пелевина. — Л. : Просвещение, 1980. — 270 с.

177. Пендикова И.Г. *Savoir-vivre* как доминанта художественно-эстетической модели французского графического дизайна / И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева // Омский научный вестник. — 2012. — № 5. — С. 248–250.

178. Пендикова И.Г. Культуротворческая миссия дизайна / И.Г. Пендикова, Л.М. Дмитриева // Омский научный вестник. — 2012. — № 2. — С. 111–114.

179. Петрова Г.И. Философские основания дизайна // Труды Академии технической эстетики и дизайна. — 2013. — № 2. — С. 24–26.

180. Петрова Г.И. Междисциплинарность университетского образования как современная форма его фундаментальности // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. — 2008. — № 3 (4). — С. 7–13.

181. Познин В.Ф. Выразительные средства экранных искусств: эстетический и технологический аспекты : автореф. дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.09 / В.Ф. Познин. — СПб., 2009. — 46 с.

182. Пойдина Т.В. Актуальные векторы архитектурно-дизайнерского творчества в дискурсе «человек — среда — культура» / Т.В. Пойдина, С.Д. Бортников // Мир науки, культуры, образования. — 2012. — № 2. — С. 402–405.
183. Пойдина Т.В. Проектная культура: современные подходы к осмыслению феномена / Т.В. Пойдина // Мир науки, культуры, образования. — 2012. — № 5. — С. 10–13.
184. Прилукова Е.Г. Власть образов: виртуализация общества / Е.Г. Прилукова // Вестн. Южно-Урал. гос. ун-та. Сер. : Социально-гуманитарные науки. — 2012. — № 10 (296). — С. 151–154.
185. Прохоров С.А. Компьютерные технологии в современной живописи / С.А. Прохоров // Изв. Алт. гос. ун-та. — 2012. — Т. 2, № 2. — С. 202–206.
186. Раскин Д. Интерфейс: новые направления в проектировании компьютерных систем / Д. Раскин. — М. : Силвол-Плюс, 2005. — 161 с.
187. Раузеев И.З. Будущее дизайна / И.З. Раузеев // Дизайн-ревью. — 2012. — № 1–2. — С. 81–86.
188. Рева Д.В. Виртуальная реальность: диалог философии и дизайна / Д.В. Рева, Н.З. Алиева // Международный журнал экспериментального образования. — 2011. — № 8. — С. 165–166.
189. Рикер П. Метафорический процесс как познание, воображение и ощущение. // Теория метафоры. — М. : Прогресс, 1990. — С. 416—434.
190. Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике / П. Рикер; пер. с фр., вступ. ст. и коммент. И.С. Вдовиной. — М. : Академический Проект, 2008. — 695 с.
191. Родькин П.Е. Новое визуальное восприятие / П.Е. Родькин. — М. : Юность, 2003. — 172 с.
192. Розенсон И.А. Основы теории дизайна / И.А. Розенсон. — СПб. : Питер, 2006. — 224 с.
193. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники : учеб. пособие. Издание в двух книгах. Книга первая / В.Ф. Рунге. — М. : Архитектура-С, 2006. — 368 с.

194. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники : учеб. пособие. Издание в двух книгах. Книга вторая / В.Ф. Рунге. — М. : Архитектура-С, 2007. — 432 с.
195. Рунге В.Ф. Основы теории и методологии дизайна : учеб. пособие (конспект лекций) / В.Ф. Рунге, В.В. Сеньковский. — М. : МЗ-Пресс, 2003. — 252 с.
196. Руснак Н.А. Социокультурные маркеры и особенности трансформации образа и знака в художественном творчестве : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 09.00.13 / Н.А. Руснак. — Ставрополь, 2003. — 21 с.
197. Рыбаченко С.А. Эко-дизайн. Соединение новых технологий и нетрадиционных художественных решений / С.А. Рыбаченко, М.И. Горнова // Новые идеи нового века : Материалы международной научной конференции ФАД ТОГУ. — 2012. — Т. 1. — С. 568–572.
198. Ряжских А.П. Развитие дизайн-мышления — ресурс креативных стратегий в системе профессионального образования / А.П. Ряжских, А.В. Шестакова // Герценовские чтения. Начальное образование. — 2012. — Т. 3, № 3. — С. 27–31.
199. Савчук В.В. Философия фотографии / В.В. Савчук. — СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2005. — 256 с.
200. Сайко Е.Л. Культурфилософский анализ СМИ: механизмы конструирования медиареальности : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Е.Л. Сайко. — Томск, 2012. — 24 с.
201. Сакович И.С. Эволюция традиции в культуре новационного общества : автореф. дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / И.С. Сакович. — Н. Новгород, 2004. — 25 с.
202. Сальникова Е.В. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры : автореф. дис. ... д-ра культурологии : 24.00.01 / Е.В. Сальникова. — М., 2012. — 52 с.
203. Самоненко О.С. Ассоциативно-образный метод проектирования костюма : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / О.С. Самоненко. — СПб., 2011. — 23 с.

204. Саяпин В.О. Смысловые реалии гипертекста в виртуальной коммуникации / В.О. Саяпин // Вестн. Перм. ун-та. Философия. Психология. Социология. — 2012. — № 3. — С. 105–113.

205. Саяпин В.О. Творческая активность сознания как общее основание виртуальных реальностей / В.О. Саяпин // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. — 2013. — № 5–2. — С. 172–179.

206. Седловский А.А. Художественное пространство экранного произведения: типология, образность, стилистика : автореф. дис. ... канд. искусств. : 17.00.09 / А.А. Седловский. — СПб., 2012. — 22 с.

207. Селезнев А.Е. Компьютерная графика в экранных искусствах рубежа XX–XXI веков : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.09 / А.Е. Селезнев. — СПб., 2012. — 21 с.

208. Сергеев Д.В. Онтология культурного смысла / Д.В. Сергеев. — Новосибирск: Наука, 2009. — 167 с.

209. Серов С.И. Графический дизайн [Электронный ресурс]: Научно-творческая конференция: Инновационный потенциал дизайна. — М., 15.09.2010. — URL: <http://www.ipdesign.org/sekcia2.php> (дата обращения: 05.05.2012).

210. Серов С.И. Здесь и сейчас [Электронный ресурс] / С.И. Серов // [kAk).ru : портал о дизайне. — Электрон. дан. — М., 1996–2013. — URL : <http://kak.ru/columns/serov/a3225/> (дата обращения: 20.06.2013).

211. Серов С.И. Парадигмы графического дизайна [Электронный ресурс] / С.И. Серов // [kAk).ru : портал о дизайне. — Электрон. дан. — М., 1996–2013. — URL : <http://kak.ru/columns/serov/a1112/> (дата обращения: 20.06.2013).

212. Серов С.И. Самое удивительное в графическом дизайне [Электронный ресурс] / С.И. Серов // Живой Журнал. — Электрон. дан. — URL : <http://sergeserov.livejournal.com/59781.html> (дата обращения: 20.06.2013).

213. Серов С.И. Семиотика виртуальности [Электронный ресурс] / С.И. Серов // [kAk).ru : портал о дизайне. — Электрон. дан. — М., 1996–2013. — URL : <http://kak.ru/columns/serov/a3819> (дата обращения: 20.06.2013).

214. Складеревская Г.Н. Метафора в системе языка / Г.Н. Складеревская. — СПб.: Наука, 1993. — 151 с.
215. Соколова М.Л. Дизайн : Учебник / М.Л. Соколова, Р.М. Лобацкая, М.С. Кухта , М.М. Черных, И.А. Зайцев, Н.Е. Мильчакова — Москва : Изд-во МГУПИ, 2013 — 142 с.
216. Соловьев А.В. Культурная динамика информационного общества: от пост- к протокультуре : автореф. дис. ... д-ра филос. наук : 24.00.01 / А.В. Соловьев. — СПб., 2009. — 34 с.
217. Сухорукова Л.А. Особенности применения средств художественной выразительности в дизайне музыкальных 3d клипов / Л.А. Сухорукова // Проблемы современной науки. — 2012. — Т.1, № 5–1. — С. 118–123.
218. Тавризян Г.М. Философы XX века о технике и «технической цивилизации» / Г.М. Тавризян. — М. : Российская Политическая энциклопедия, 2009. — 216 с.
219. Тальнишних Н.К. Культура "сетевых сообществ" : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / Н.К. Тальнишних. — Ростов н/Д., 2004. — 128 с.
220. Телия В.Н. Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В.Н. Телия. — М.: Наука, 1986. — 143 с.
221. Телия В.Н. Метафоризация и ее роль в создании языковой картины мира / В.Н. Телия // Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира. — М.: Наука, 1988. — С. 173—204.
222. Техника и природа (Интервью с Жан-Люком Нанси) [Электронный ресурс] // Ruthenia : Сайт объединенного гуманитарного издательства / Каф. рус. лит. Тарт. ун-та. — Электрон. дан. — Тарту, 2014. — URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/1997_09/08.htm (дата обращения: 22.09.2014).
223. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — М.: Аст, 2004. — 784 с.
224. Трофимова А.А. Онтологическая специфика виртуальной реальности / А.А. Трофимова // Вестн. Том. гос. ун-та. — 2012. — № 359. — С. 47–49.

225. Усанова Д.О. Виртуальность культурного пространства: ключевые вариации осмысления / Д.О. Усанова // Челябинский гуманитарий. — 2012. — Т. 3, № 20. — С. 89–93.

226. Усманова О.С. Производство киноискусства как пространство межкультурного диалога: автореф. дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01 / О.С. Усманова. — Казань, 2012. — 21 с.

227. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер; пер. с англ. М.В. Арапов, Н.В. Малыхина; под. ред. Е.Л. Вартановой. — М. : Аспект Пресс, 2004. — 400 с.

228. Филиппов М.В. Компьютерные средства визуальной информации в современной графической культуре : Скрин-дизайн: эволюция, основные характеристики, структура : дис. ... канд. искусств. : 17.00.06 / М.В. Филиппов. — СПб., 2003. — 216 с.

229. Фоменко А.Н. Поэтика советского фотоавангарда и концепция производственно-утилитарного искусства : автореф. дис. ... д-ра искусствоведения : 17.00.06 / А.Н. Фоменко. — СПб., 2009. — 32 с.

230. Хабермас Ю. Будущее человеческой природы : пер. с нем. / Ю. Хабермас. — М. : Весь Мир, 2002. — 144 с.

231. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие : пер. с нем. / Ю. Хабермас; под ред. Д.В. Складнева, послесл. Б.В. Маркова. — СПб. : Наука, 2006. — 380 с.

232. Хабермас Ю. Проблема легитимации позднего капитализма / Ю. Хабермас; пер. с нем. Л.В. Воропай; общ. ред. и вступ. ст. О.В. Кильдюшов; прим., имен. и предм. указатели Т.А. Дмитриев. — М. : Праксис, 2010. — 264 с.

233. Хабермас Ю. Техника и наука как «идеология» / Ю. Хабермас; пер. с нем. М.Л. Хорькова. — М. : Праксис, 2007. — 208 с.

234. Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. Двенадцать лекций : пер. с нем. / Ю. Хабермас. — 2-е изд., испр. — М. : Весь мир, 2008. — 416 с.

235. Хайдеггер М. Время и бытие : Статьи и выступления : пер. с нем. / М. Хайдеггер; сост., пер., вступ. ст., коммент. и указ. В.В. Бибихина. — СПб. : Наука, 2007. — 621 с.
236. Халиуллина О.Р. Гендерный фактор в дизайне предметной среды : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / О.Р. Халиуллина. — М., 2011. — 23 с.
237. Хомякова К.В. Разработка методики оценки качества цифровой печати : автореф. дис. ... канд. тех. наук : 05.02.13 / К.В. Хомякова. — М., 2006. — 22 с.
238. Чепель Ю.В. Функции языка интернета / Ю.В. Чепель // Теория языка и межкультурная коммуникация. — 2011. — № 1. — С. 78–80.
239. Чернийчук И.А. Тотальный дизайн. Исследование возникновения и развития : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / И.А. Чернийчук. — М., 2010. — 26 с.
240. Чижиков В.В. Дизайн в формировании культурной среды : дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01 / В.В. Чижиков. — М., 1997. — 152 с.
241. Шак Т.Ф. Музыка в структуре медиатекста : на материале художественного и анимационного кино : автореф. дис. ... д-ра искусств. : 17.00.02 / Т.Ф. Шак. — Ростов н/Д., 2010. — 46 с.
242. Шевченко Л.Л. Метафора как средство моделирования концептуальной системы автора: На материале произведений Айрис Мердок: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Барнаул, 2005. — 194 с.
243. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации : социологический анализ : автореф. дис. ... канд. социолог. наук : 22.00.06 / А.Н. Шеремет. — Екатеринбург, 2004. — 25 с.
244. Шмелев Д.Н. Слово и образ / Д.Н. Шмелев. — М.: Наука, 1964. — 120 с.
245. Шульцман П.Э. Феномен зрелищности в программах реалити-шоу : опыт искусствоведческого исследования : автореф. дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.03 / П.Э. Шульцман. — М., 2012. — 30 с.
246. Шунейко А.А. Вир — вариант мира / А.А. Шунейко // Уч. зап. Комсомольского-на-Амуре гос. техн. ун-та. — 2012. — Т. 2, № 11. — С. 120–121.

247. Шустрова О.И. Проектирование мультимедийного АРТ-пространства средствами современного дизайна : дис. ... канд. искусствоведения : 17.00.06 / О.И. Шустрова. — СПб., 2009. — 243 с.
248. Шутемова Е.А. Художественные принципы формообразования в дизайн-проектировании / Е.А. Шутемова // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2012. — Т. 101, № 2. — С. 135–143.
249. Эко У. От Интернета к Гутенбергу : текст и гипертекст [Электронный ресурс] // Philosophy.ru : Философский портал. — Электрон. дан. — [Б.м.], 2014. — URL : <http://philosophy.ru/library/eco/internet.html> (дата обращения: 22.09.2014).
250. Эко У. Открытое произведение: форма и неопределенность в современной поэтике / У. Эко. — СПб. : Академический проект, 2004 — 384 с.
251. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко; пер. с итал. В.Г. Резник, А.Г. Погоняйло. — СПб. : Симпозиум, 2006. — 544 с.
252. Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста / У. Эко; пер. с англ. и итал. С.Д. Серебряного. — СПб. : Симпозиум, 2007. — 502 с.
253. Эстетика на переломе культурных традиций / под ред. Н.Б. Маньковской. — М. : Изд-во ИФ РАН, 2002. — 237 с.
254. Юм Д. Сочинения. В 2 т. Т. 1 / Д. Юм. — М.: Мысль, 1996. — 733 с.
255. Юм Д. Сочинения. В 2 т. Т. 2 / Д. Юм. — М.: Мысль, 1996. — 799 с.
256. Языева С.Б. Ещё одна из приоритетных задач современного дизайна / С.Б. Языева, Н.Н. Холин // Дизайн. Теория и практика. — 2012. — № 10. — С. 170–177.
257. Ясперс К. Призрак толпы / К. Ясперс, Ж. Бодрийар. — М. : Алгоритм, 2007. — 272 с.
258. Яцюк О.Г. Мультимедийные технологии в проектной культуре дизайна: гуманитарный аспект : автореф. дис. ... д-ра искусств. : 17.00.06 / О.Г. Яцюк. — М., 2009. — 64 с.
259. Achiche S. Genetic fuzzy modeling of user perception of three-dimensional shapes / S. Achiche, S. AhmedKristensen // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing. — 2011. — Vol. 25, issue 01. — P. 93–107.

260. Barron I. The future with microelectronics: forecasting the effects of information technology / I. Barron, R. Curnow. — London : Pinter, 1979. — 243 p.
261. Brathwaite B. Challenges for Game Designers / B. Brathwaite, I. Schreiber. — S.l.: Charles River Media, 2009. — 317 p.
262. Buchanan L. Graphically speaking : a visual lexicon for achieving better designer-client communication / L. Buchanan. — Ohio, Cincinnati : North Light Books, 2002. — 208 p.
263. Chakrabarti A. A course for teaching design research methodology / A. Chakrabarti // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing. — 2010. — Vol. 24, special issue 03. — P. 317–334.
264. Crawford C. Art of Interactive Design / C. Crawford. — San Francisco, CA: William Pollock, 2003. — 387 p.
265. Dertouzos M. What will be: how the new world of information will change our lives / M. Dertouzos, B. Gates. — New York, NY : HarperOne, 1997. — 384 p.
266. Digital Art Direction. Коротко об интенсиве. Часть вторая. [Электронный ресурс] / Дмитрий Карпов. — URL: <http://www.youtube.com/watch?v=0XYuv9jOu-g> (дата обращения: 25.11.2013).
267. Digital Art Direction. Коротко об интенсиве. Часть первая. [Электронный ресурс] / Дмитрий Карпов. — URL: http://www.youtube.com/watch?v=44_A9ZoN-ik (дата обращения: 25.11.2013).
268. Doom [Электронный ресурс] // Wikipedia : Свободная энциклопедия. — Электрон. дан. — [б.м.], 2014. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Doom> (дата обращения: 22.09.2014).
269. Download: The True Story of the Internet [Videorecording] / star: John Heilemann; Oxford Scientific Films. — USA: Science Channel, 2008. — Part 1: Browser Wars — The rise and fall of Netscape and its battle against Microsoft. — 44 min.; Part 2: Search — The rise of Google and Yahoo. — 43 min.; Part 3: Bubble — The dot.com crash of 2000 and the mainstays of the Internet — Amazon.com and Ebay. — 44 min.; Part 4: People Power — Peer to peer technology, web2.0, and social networking. — 44 min.

270. Drucker P. The age of discontinuity: Guidelines to our changing society / P. Drucker. — New York, NY: Harper & Row, 1969. — 394 p.
271. Eckert C. Interactive generative systems for conceptual design : An empirical perspective / C. Eckert, I. Kelly, M. Stacey // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing. — 1999. — Vol. 13, issue 04. — P. 303–320.
272. Evans C. The mighty micro: the impact of the computer revolution / C. Evans. — London : Gollancz, 1979. — 240 p.
273. Foucault M. Power / Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977 / M. Foucault. — Brighton : Harvester, 1980. — 334 p.
274. Gates B. The Road Ahead / B. Gates. — Harmondsworth, NY : Penguin, 1995. — 286 p.
275. Globalization [Electronic resource] // Stanford Encyclopedia of Philosophy. — Electronic data. — [s. l.], 2014. — URL : <http://plato.stanford.edu/entries/globalization/> (access date: 12.09.2014).
276. Gordon B. The Complete Guide to Digital Graphic Design / B. Gordon, M. Gordon. — London: Thames & Hudson, 2005. — 224 p.
277. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas. — Cambridge : Polity, 1989. — 301 p.
278. Harvey D. The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change / D. Harvey. — Oxford : Blackwell, 1991. — 392 p.
279. Heim M. Virtual Realism / M. Heim. — Oxford: Oxford University Press, 2000. — 254 p.
280. Heller S. Becoming a Graphic Designer: A Guide to Careers in Design / S. Heller, T. Fernandes. — New York: John Wiley & Sons, Inc., 2005. — 368 p.
281. Jackel O. The Metaphorical Concept of Mind / O. Jackel // Language and cognitive construal of the world. — Berlin, NY: Mouton de Gruyter, 1995. — P. 197—229.

282. Johnson J. Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Rules / J. Johnson. — S.l.: Morgan Kaufmann, 2010. — 200 p.
283. Landa R. Graphic Design Solutions / R. Landa. — Independence, KY: Wadsworth Publishing, 2011. — 480 p.
284. Lash S. The End of Organized Capitalism / S. Lash, J. Urry. — Cambridge: Polity Press, 1987. — 392 p.
285. Lester G. Different jobs and responsibilities of various people involved in creating a website [Electronic resource] / G. Lester. — URL: <http://arts-wales.co.uk/different-jobs-and-responsibilities-of-various-people-involved-in-creating-a-website/> (access date: 25.11.2013).
286. Machlup F. The Production and distribution of knowledge in the United States / F. Machlup. — Princeton, NJ : Princeton University Press, 1972. — 416 p.
287. Maher M.L. Agents for multidisciplinary design in virtual worlds / M.L. Maher, M. Rosenman, K. Merrick // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis, and Manufacturing. — 2007. — Vol. 21, issue 03. — P. 267–277.
288. Martin J. Telematic society: a challenge for tomorrow / J. Martin. — s.l. : Prentice-Hall, 1981. — 244 p.
289. Martin J. The Wired Society / J. Martin. — Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall, 1978. — 300 p.
290. Oehlberg L. Tangible interactions in a digital age : Medium and graphic visualization in design journals / L. Oehlberg, K. Lau, A. Agogino // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing. — 2009. — Vol. 23, issue 03. — P. 237–249.
291. Parker L. Interplay: interactive design / L. Parker. — London: Victoria & Albert Publisher, 2004. — 128 p.
292. Parmee I.C. Towards the support of innovative conceptual design through interactive designer/evolutionary computing strategies / I.C. Parmee, C.R. Bonham // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing. — 2000. — Vol. 14, issue 01. — P. 3–16.

293. Perkin H. The rise of professional society: England Since 1880. London : Routledge, 1990. — 624 p.
294. Porat M. The information economy / M. Porat. — Ann Arbor, Michigan : University of Michigan Press, 1977. — 556 p.
295. Shaughnessy A. How to Be a Graphic Designer without Losing Your Soul / A. Shaughnessy. — New York : Princeton Architectural Press, 2006. — 176 p.
296. The Thirteenth Floor [Videorecording] / director J. Rusnak, producer R. Emmerich; cast: C. Bierko, A. Mueller-Stahl [et al.]; Centropolis Entertainment. — United States; Germany : Columbia Pictures, 1999. — 100 min.
297. Van Dijk, J. The network society: social aspects of new media / J. Van Dijk. — London: Sage Publications, 2006. — 304 p.
298. Vattam S.S. A content account of creative analogies in biologically inspired design / S.S. Vattam, M.E. Helms, A.K. Goel // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing. — 2010. — Vol. 24, special issue 04. — P. 467–481.
299. Vattimo G. The transparent society / G. Vattimo. — Cambridge : Polity Press, 1992. — 129 p.
300. Virtual Communication [Electronic resource] // Flat Classroom. — Electronic data. — [s. l., s. a.]. — URL : <http://flatclassroom09-3.flatclassroomproject.org/Virtual+Communication> (access date: 20.06.2013).
301. Virtual Communications [Electronic resource] // National Aeronautics and Space Administration. — Electronic data. — [s. l., s. a.]. — URL : <http://blogs.nasa.gov/cm/wiki/?id=2741> (access date: 20.06.2013).
302. Visser W. The role of gesture in designing / W. Visser, M.L. Maher // Artificial Intelligence for Engineering Design, Analysis and Manufacturing. — 2011. — Vol. 25, Issue 03. — P. 213–220.
303. Walter A. Designing for Emotion / A. Walter. — New York, NY : Jeffrey Zeldman, 2011. — 104 p.
304. Wheeler A. Designing brand identity: an essential guide for 1the entire branding team / A. Wheeler. — Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, Inc., 2009. — 320 p.

Список иллюстраций

1. Рисунок А. 1 – Игра ОХО, запущенная на эмуляторе компьютера EDSAC, 1952
2. Рисунок А. 2 – Tennis for two, первая компьютерная игра для двоих игроков, 1958
3. Рисунок А. 3 – Видеоигра Spacewar, 1962
4. Рисунок А. 4 – Первый графический браузер Mosaic, 1990-е
5. Рисунок А. 5 – Блог российского дизайнера, шрифтовика Ю. Гордона в ЖЖ, 2014
6. Рисунок А. 6 – Сайт книжно-журнального иллюстратора В. Меламеда, 2014
7. Рисунок А. 7 – Сайт исландской актрисы и музыканта Бьорк, 2014
8. Рисунок А. 8 – Официальный магазин Apple Store, 2014
9. Рисунок А. 9 – Трехмерное пространство в видеоигре Need for Speed Revals, 2013
10. Рисунок А. 10 – Рекламная кампания Dior Secret Garden 2 – Versailles, 2013
11. Рисунок А. 11 – Абстрактные фигуры на главной странице сайта дизайнера Ю. Ким, 2014
12. Рисунок А. 12 – Абстрактные образы в проектах дизайнера и медиахудожника П. Темена, 2013
13. Рисунок А. 13 – Коллажи бразильского художника Э. Рисифа, 2008
14. Рисунок А. 14 – Talenthouse, сайт, на котором размещены объявления о работе для креативщиков, 2014
15. Рисунок А. 15 – Conclave Obscurum, сайт разработанный О. Пащенко, 1999
16. Рисунок А. 16 – Компьютерная игра Pacman, 1980
17. Рисунок А. 17 – Компьютерная игра Приключения Джулии, 2002
18. Рисунок А. 18 – Компьютерная игра Doom, 1993
19. Рисунок А. 19 – Компьютерная игра Alice: Madness Returns, 2011
20. Рисунок А. 20 – Сайт Squarespace, 2014
21. Рисунок А. 21 – Сайт компании Jolla, 2014
22. Рисунок А. 22 – Сайт дизайн-студии Sagmeister & Walsh, 2014

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Иллюстрации

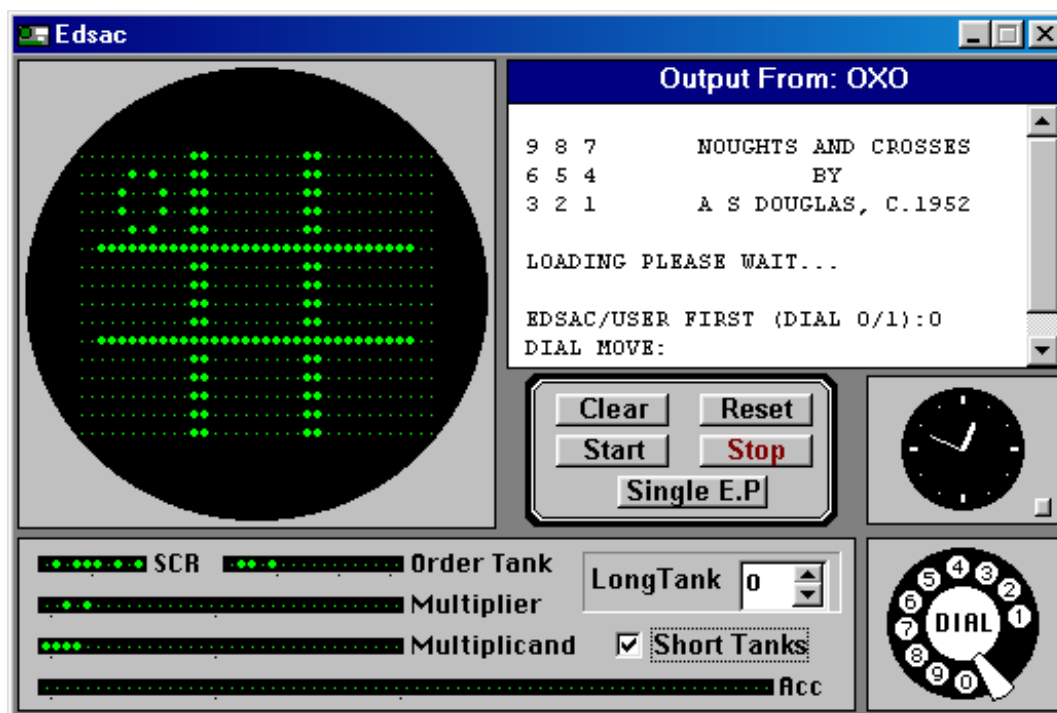


Рисунок 1 – Игра ОХО, запущенная на эмуляторе компьютера EDSAC, 1952

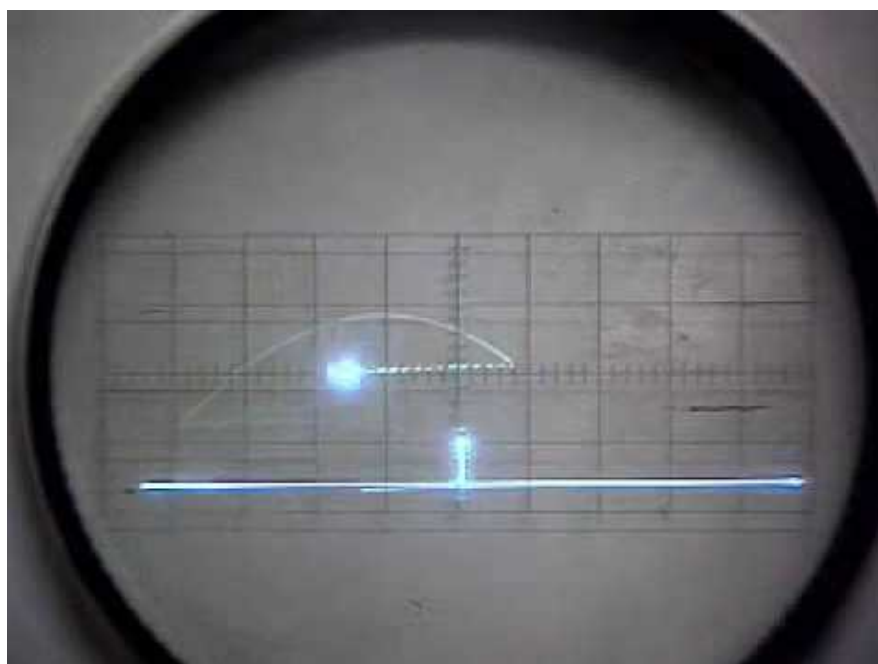


Рисунок 2 – Tennis for two, первая компьютерная игра для двоих игроков, 1958

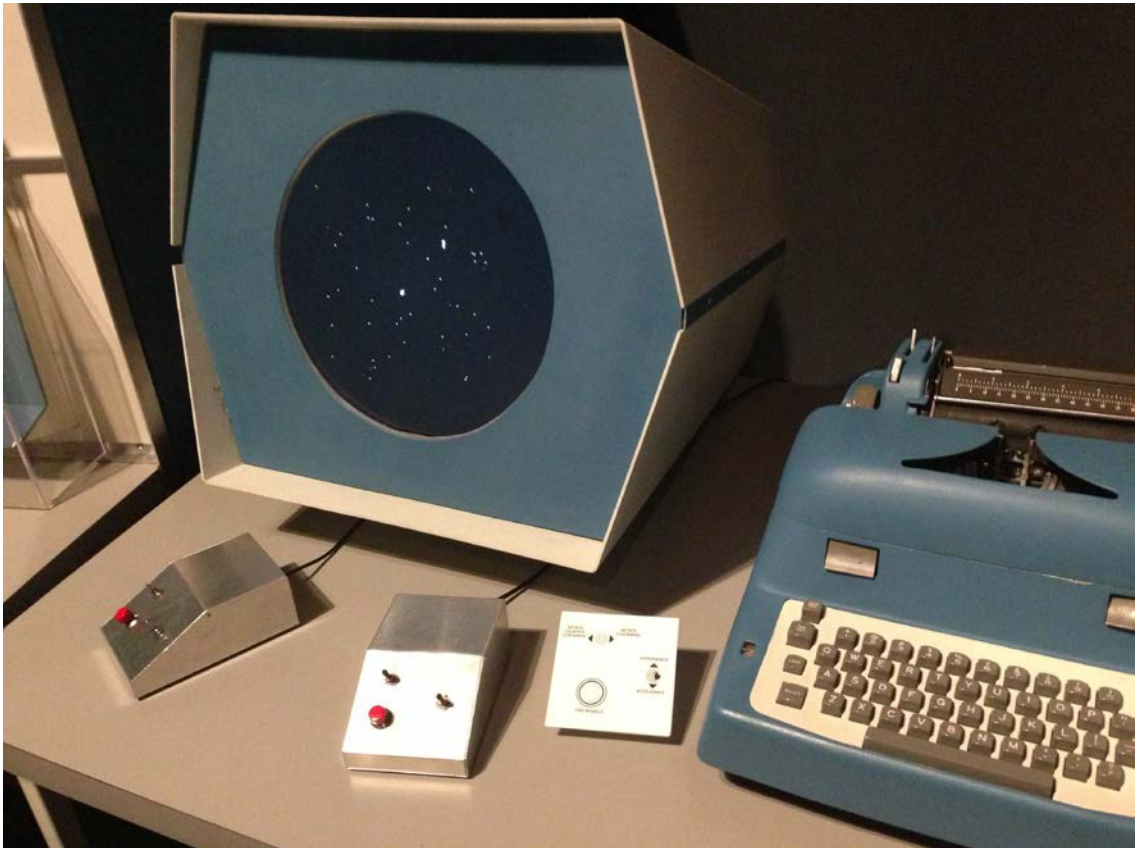


Рисунок 3 – Видеоигра Spacewar, 1962

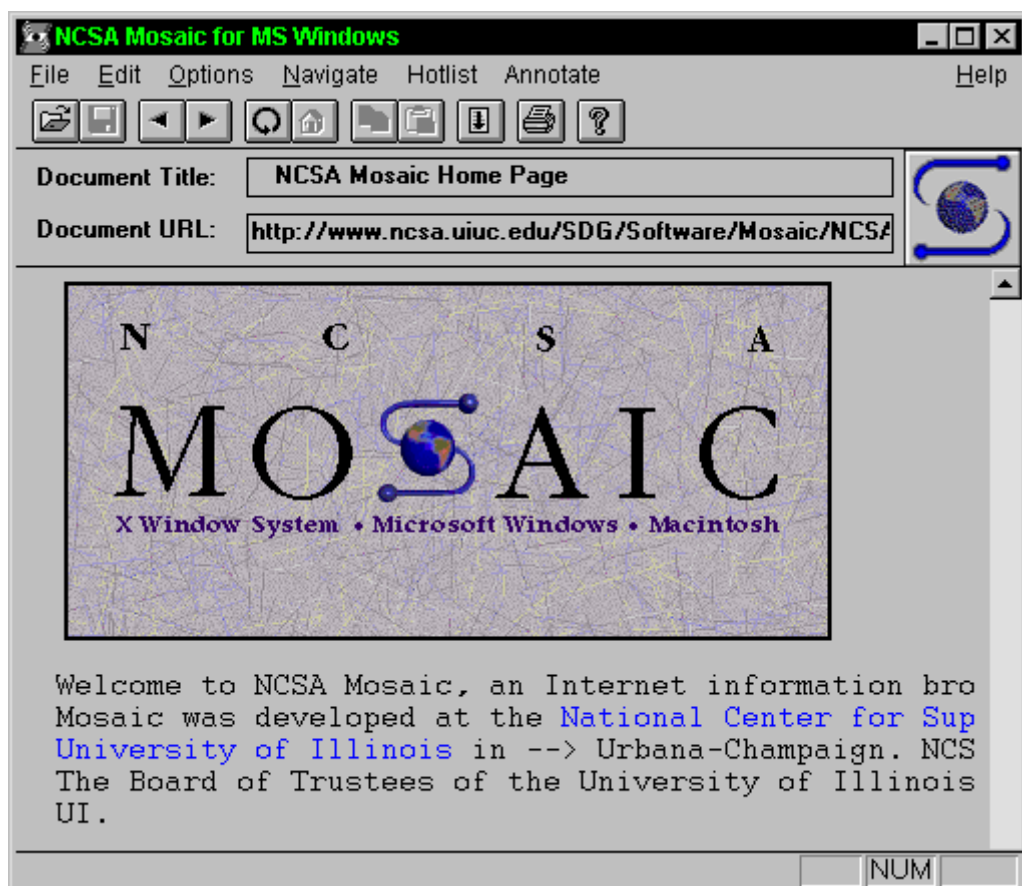


Рисунок 4 – Первый графический браузер Mosaic, 1990-е

Links

[Мои шрифты на MyFonts](#)

[Шрифты студии Letterhead](#)

[Мои картиннки на Фликре](#)

[Alcools, все выпуски](#)

Tags

20 Копеек 2013 2014 21 Цент
 am alcools antiquas apple
 daily type fontlab harry new
 user ipad iphone issai
 jumpier letterhead
 letterhead.ru miami myfonts
 via ljarr yota Алуция
 базиликата Барокко Мортале
 Британка Бродский Гварди-Ола
 Гофман ДР Делли тап
 Дублин Евро 2012 Заниски на
 траве Иллюстратор Италия К
 про б II К про б II —
 структура Круг друзей Юг
 Милан Мои Мак Моранди
 Москва Мураново Неаполь
 Ницца Парки Пермь Питер
 Прованс Притей Рим Россия
 Сделано на заказ Серебро
 набора Сильные Боги
 Сицилия Сорренто Стокгольм
 Тандили Франция Хармс
 Харперс Базар Цветы Зла
 ЧБ анализ аукцион британка

буквы

буквы
 будущее визуальная
 поэзия винтажная
 типография выставка
 выставка на Фабрике
 выступление гаджетомания
 глупости голова диалог
 друзья журнальный дизайн
 заслуживает пристального
 внимания знак рубля игра
 идея иллюстрация инстаграм
 интенсив итоги как колонка
 каллиграфия карта
 картинка картинка для
 разговора
 картинки
 руками кириллица
 книга коллаж комикс
 конкурс конференция
 леттеринг лица логотипы
 майки мастера москва
 московский стиль
 навигация навстречу сайту
 неосуществлена
 неофициальная Москва обзор
 объявление опрос
 опыты орнамент офсайд
 памяти платки разговоры
 поехали поэты праздники
 пропуски публикации реклама
 рецензия светское сиди в
 —Сестрах Гриним— скатерти
 слова современная кириллица
 софит сликс сушка текстовый
 шрифт текущее время теория
 композиции техническое
 типографика у себя у
 сестер убит бота упавшая
 фестиваль фирменный стиль
 флюидомаль чтение чужое
 шрифт язык
 композиции

[View my Tags page](#)

Честно говоря, как-то не верится, что вещь, начатая год назад, была сделана за неделю. Но таки вот она, смотрите.



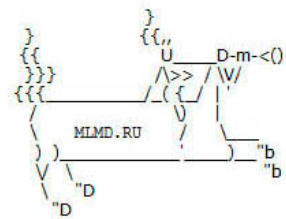
Для увеличения клик на картинку.

Оригиналы ушли в типографию. Алексей Веселовский (24Print), печатавший все мои карты, обещает успеть с тиражом к открытию выставки на Винзаводе 16 декабря. Если так и случится, на вернисаже устрою «официальное представление».

А пока некоторые подробности.



Питерская карта похожа на Литературную карту Москвы, придуманную и заказанную мне журналом Russia! Однако, это совсем другой жанр. «Говорит город» — визуально-поэтический объект. На новой карте тексты не просто привязаны к месту — они составляют общий текст. Соседние цитаты разговаривают друг с другом, дальние перекликаются.



faces > stories > clmn >
email > tzeh > >

[search] >>

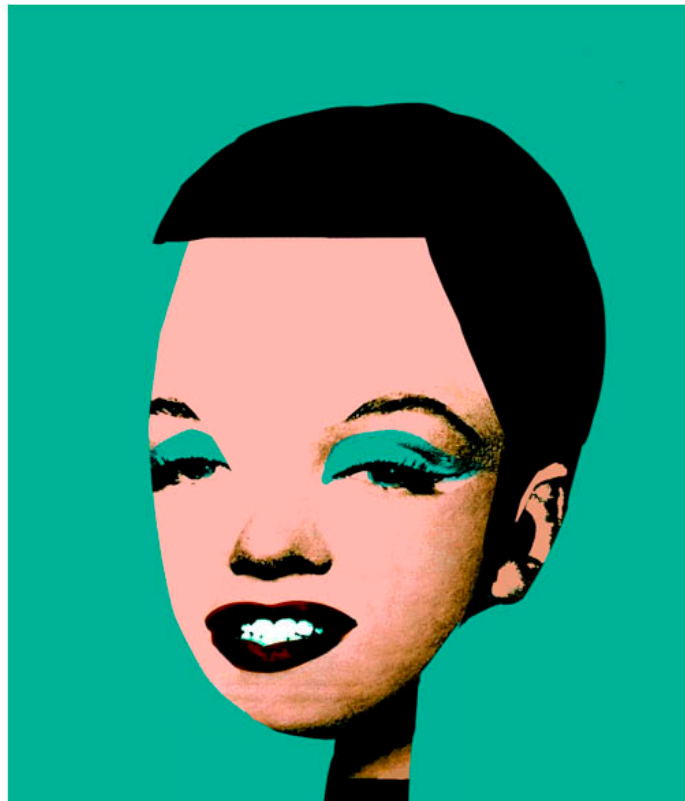
 subscribe

I'm Victor Melamed, illustrator and teacher from Moscow
I work in illustration since 1997, currently mostly do portraits
for New Yorker and Rolling Stone Russia
run a two-year long illustration course at the [BHSAD](#)
Also I'm art director for [Samokat](#) children's books publisher
and manager of a community of illustrators called [Tzeh](#)
that unites 70 russian-speaking artists from around the world

here's my [behance portfolio](#)

and a [facebook blog about illustration](#)

Feb. 4, 2013 |



Ирина Троицкая

Feb. 4, 2013 |

Рисунок 6 – Сайт книжно-журнального иллюстратора

В. Меламеда, 2014

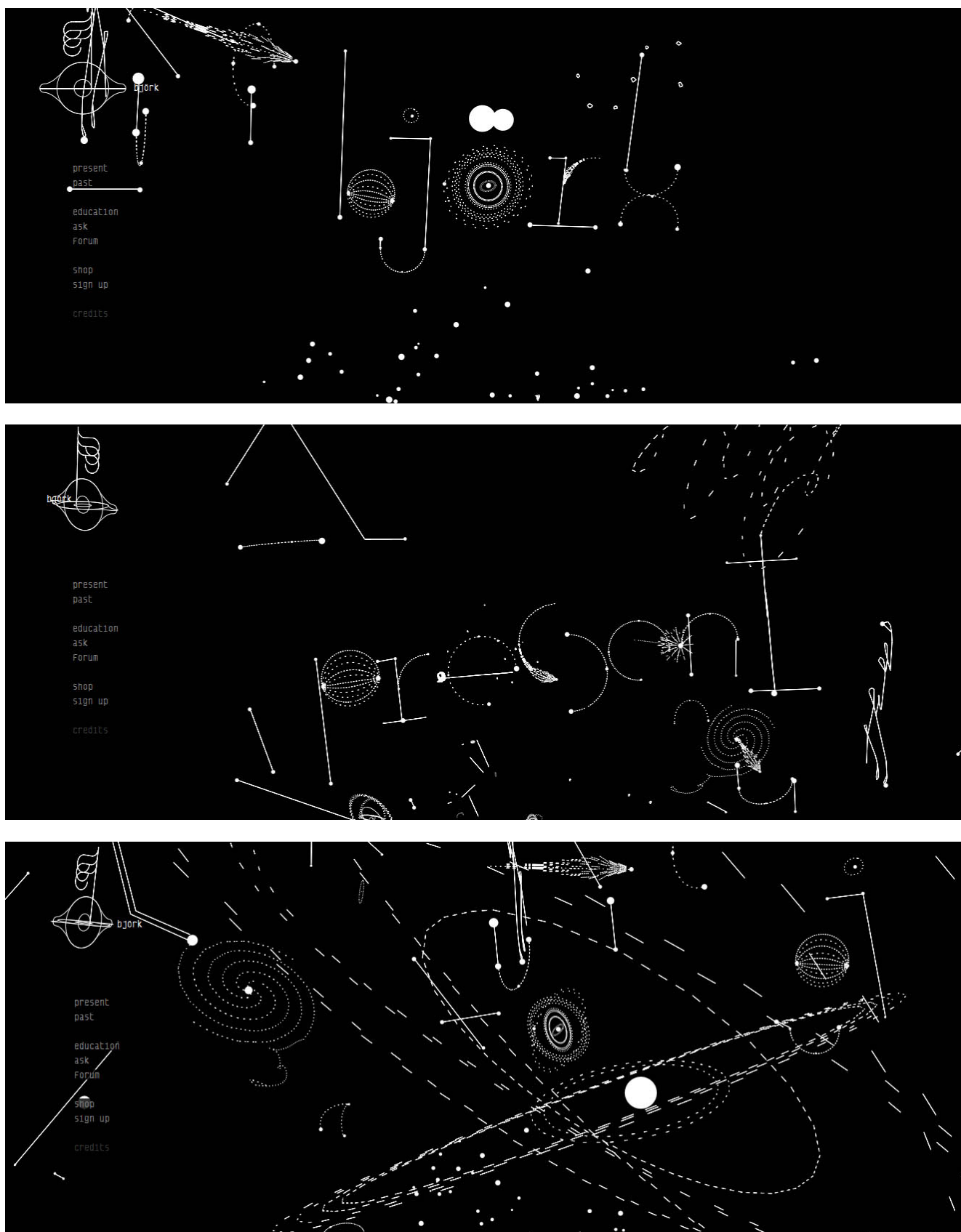


Рисунок 7 – Сайт исландской актрисы и музыканта Бьорк, 2014



Рисунок 8 – Официальный магазин Apple Store, 2014



Рисунок 9 – Трехмерное пространство в видеоигре Need for Speed Revals, 2013



Рисунок 10 – Рекламная кампания Dior Secret Garden 2 – Versailles, 2013

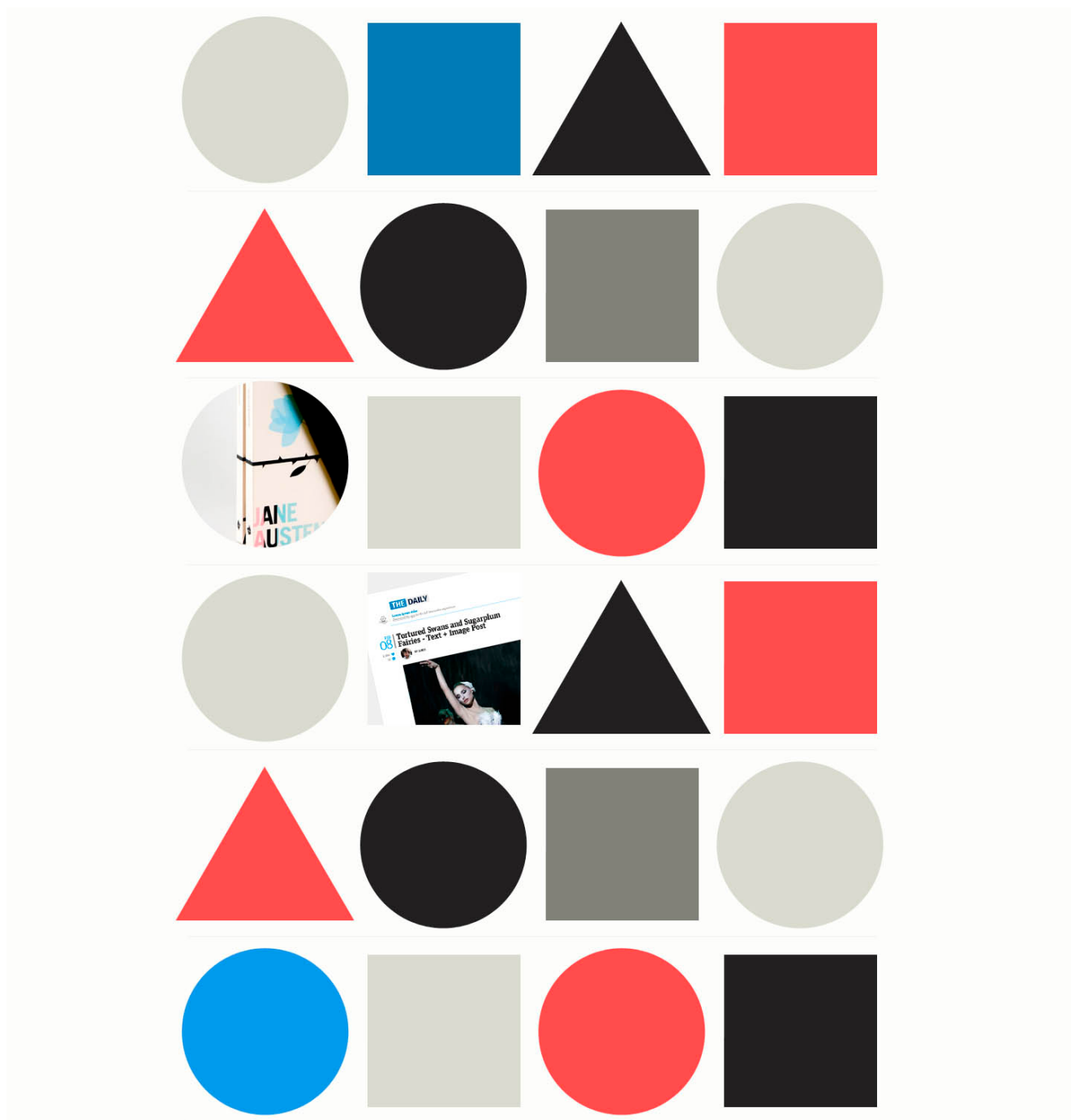


Рисунок 11 – Абстрактные фигуры на главной странице сайта
дизайнера Ю. Ким, 2014

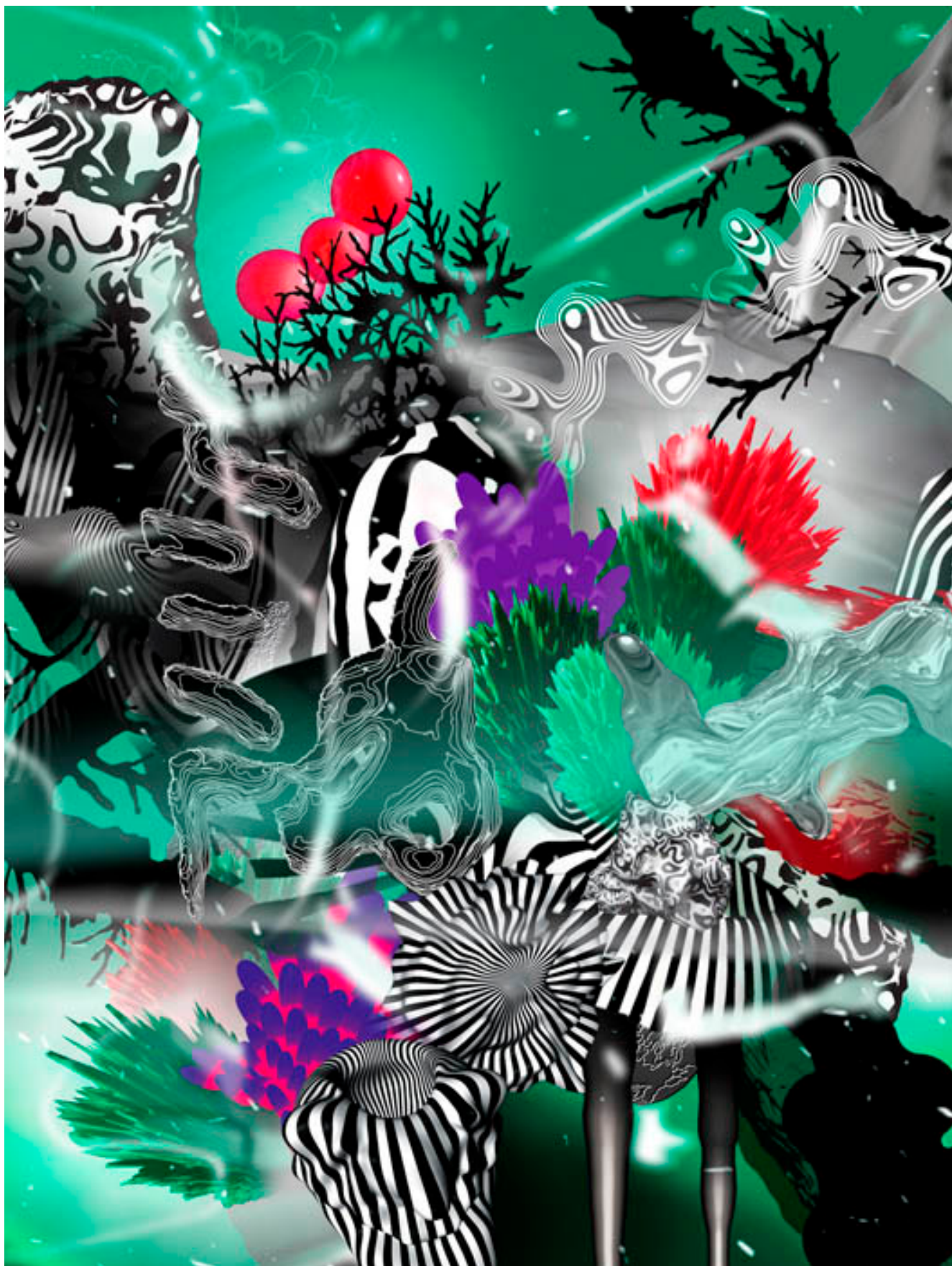


Рисунок 12 – Абстрактные образы в проектах дизайнера и медиахудожника П. Темена, 2013



Рисунок 13 – Коллажи бразильского художника Э. Рисифа, 2008

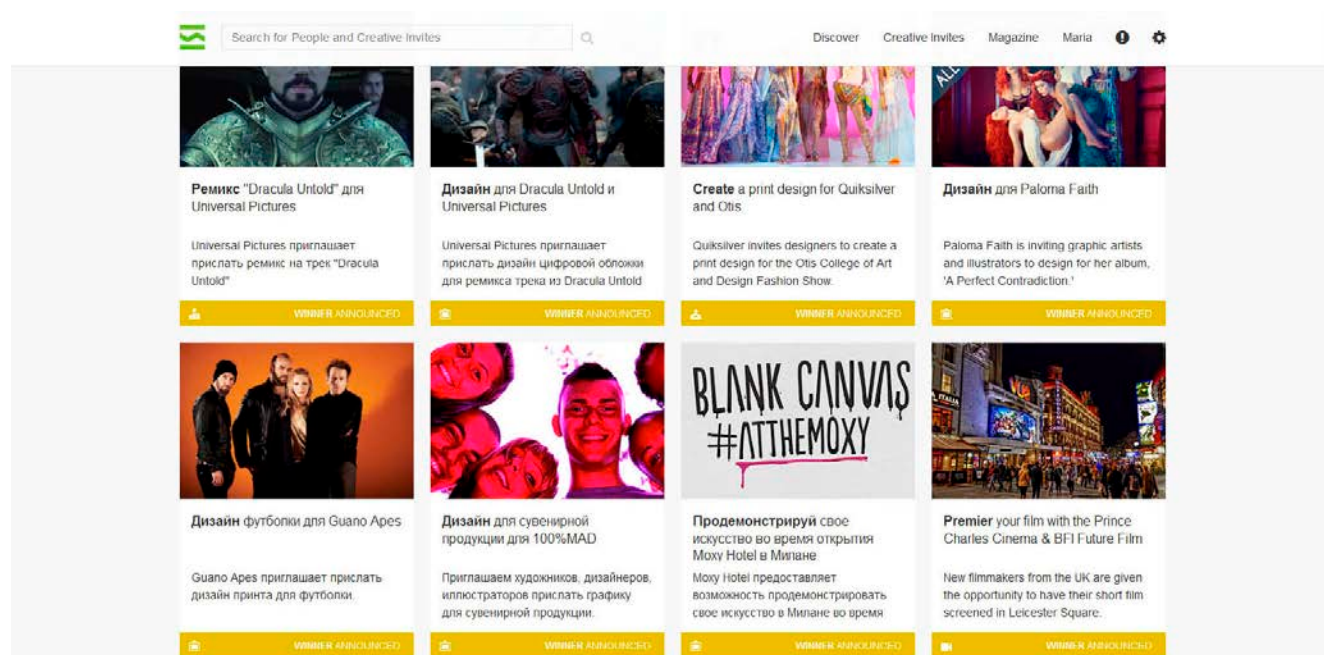
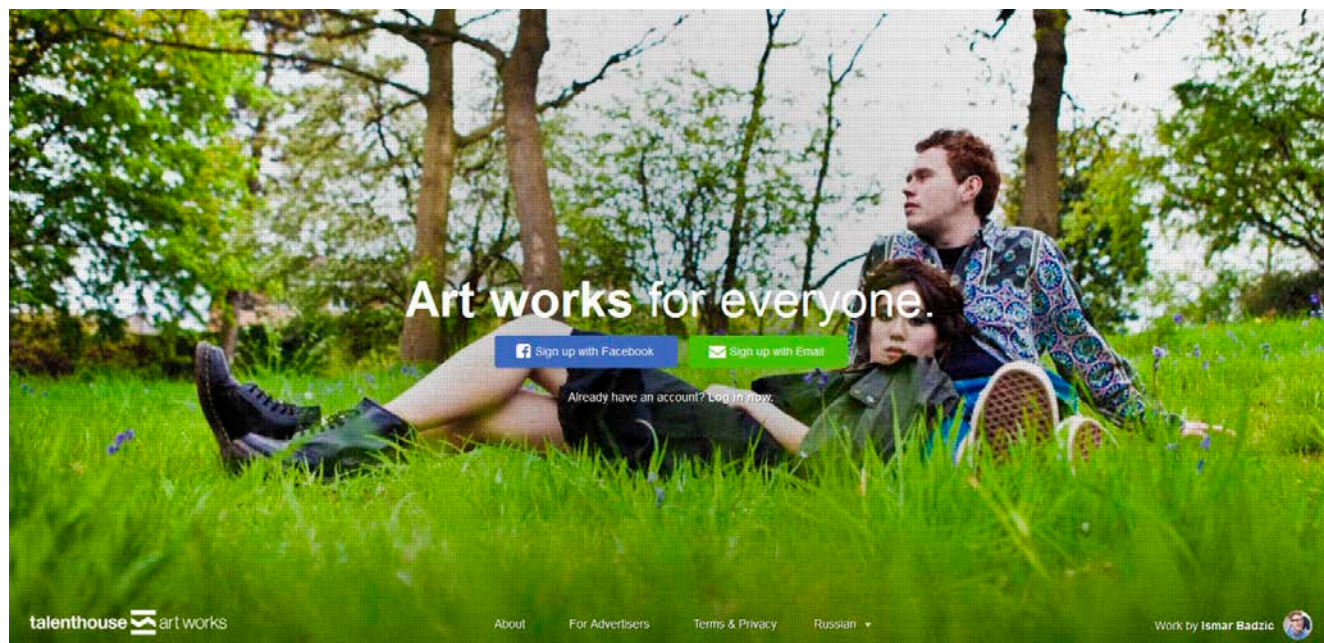


Рисунок 14 – Talenthouse, сайт, на котором размещены объявления о работе для креативщиков, 2014



Рисунок 15 – Conclave Obscurum, сайт разработанный О. Пащенко, 1999

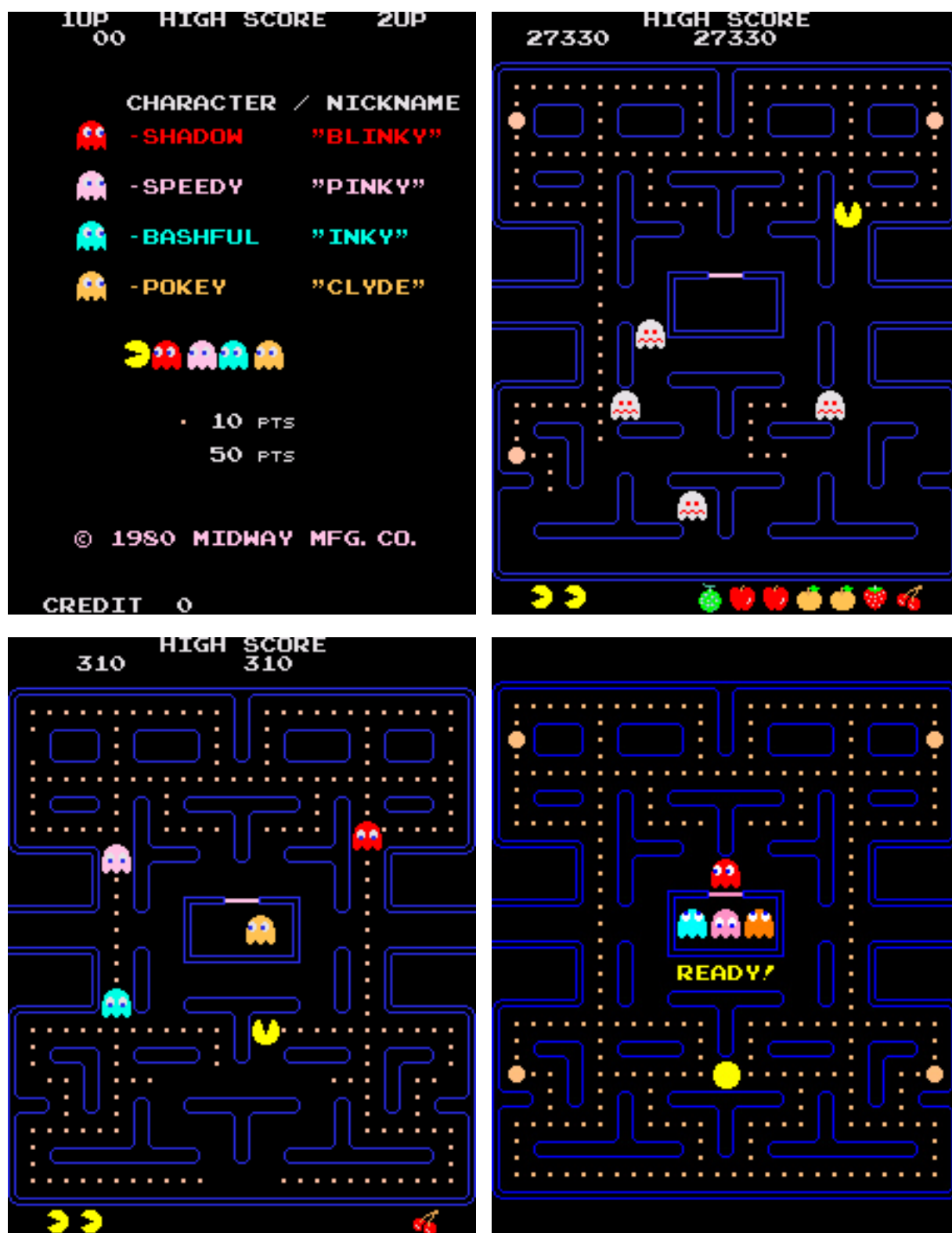


Рисунок 16 – Компьютерная игра Pacman, 1980



Рисунок 17 – Компьютерная игра Приключения Джулии, 2002



Рисунок 18 – Компьютерная игра Doom, 1993

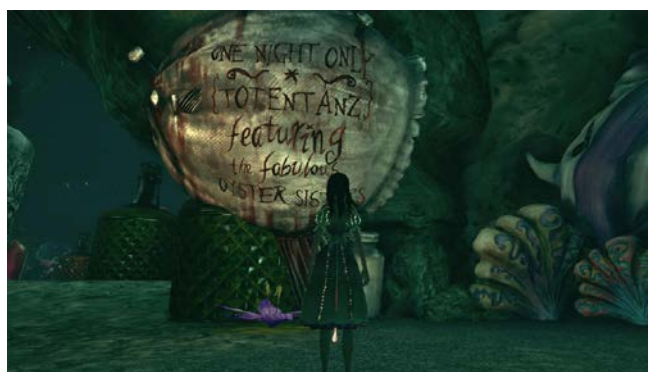
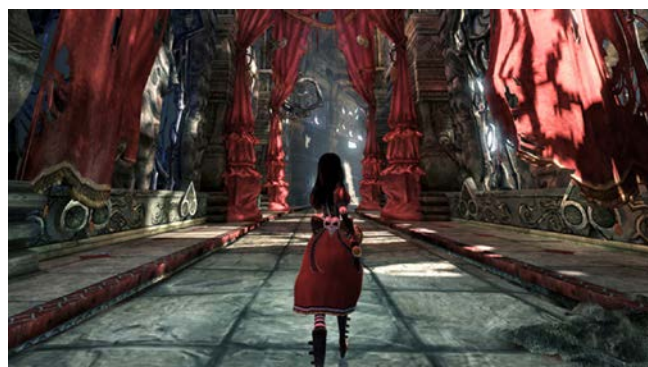


Рисунок 19 – Компьютерная игра Alice: Madness Returns, 2011

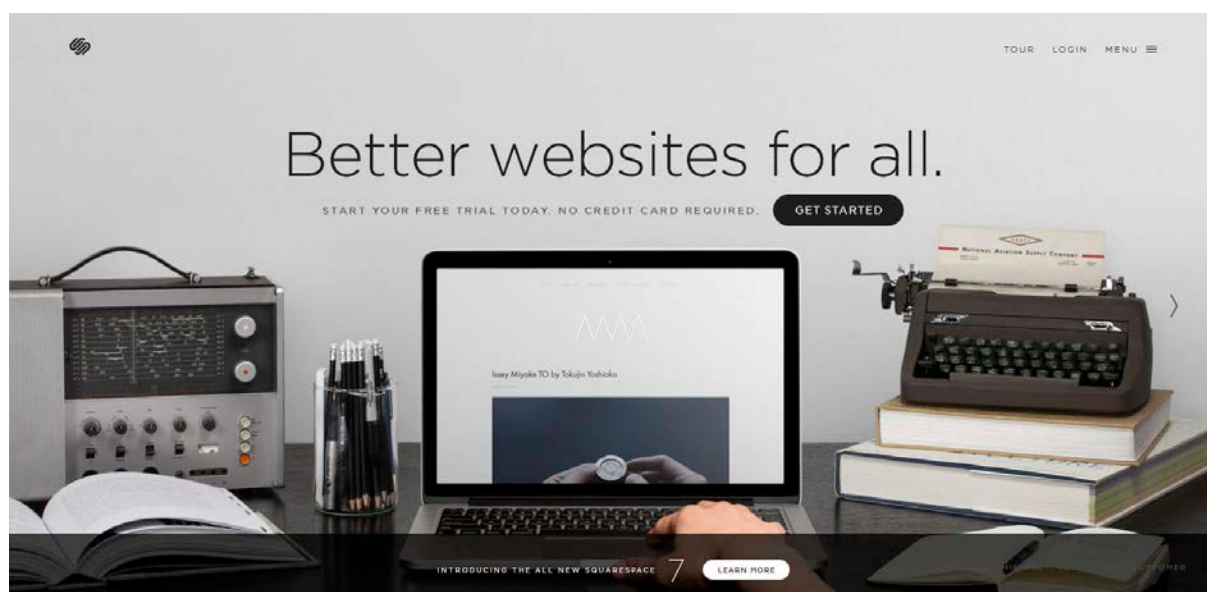
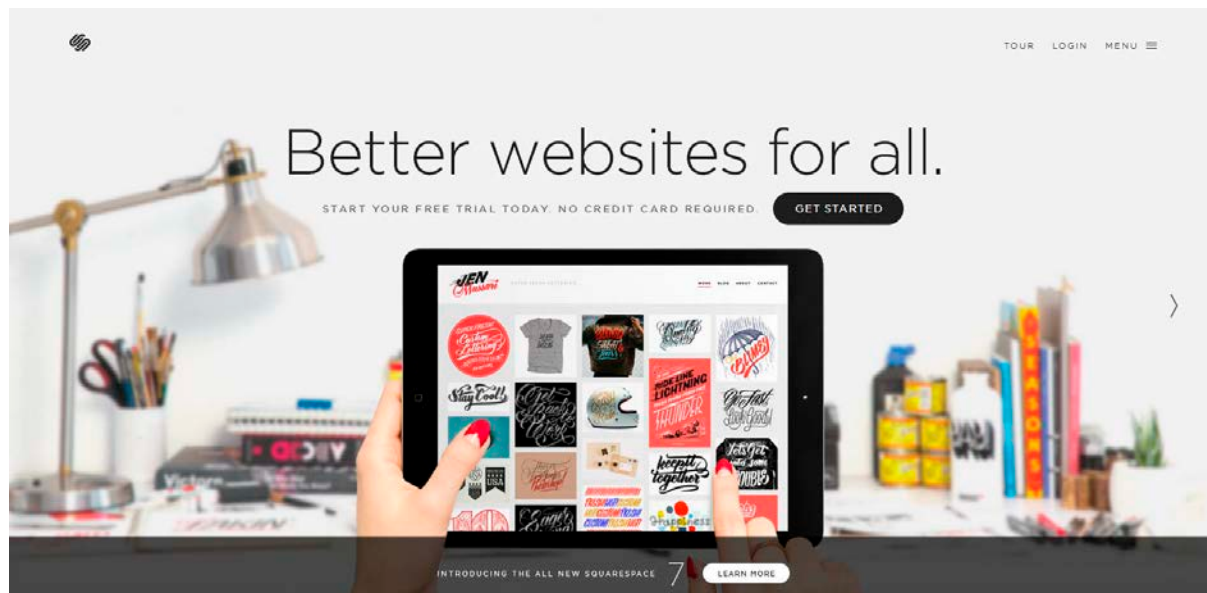


Рисунок 20 – Сайт Squarespace, 2014

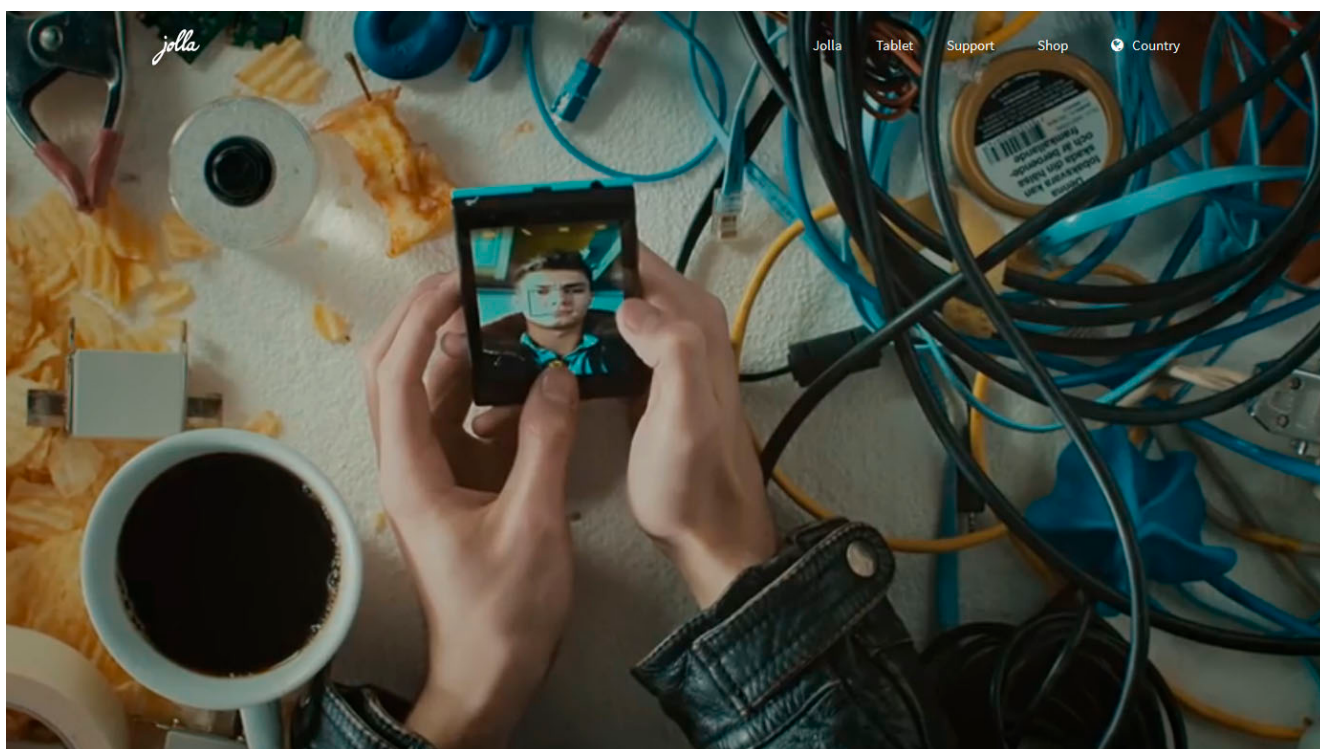
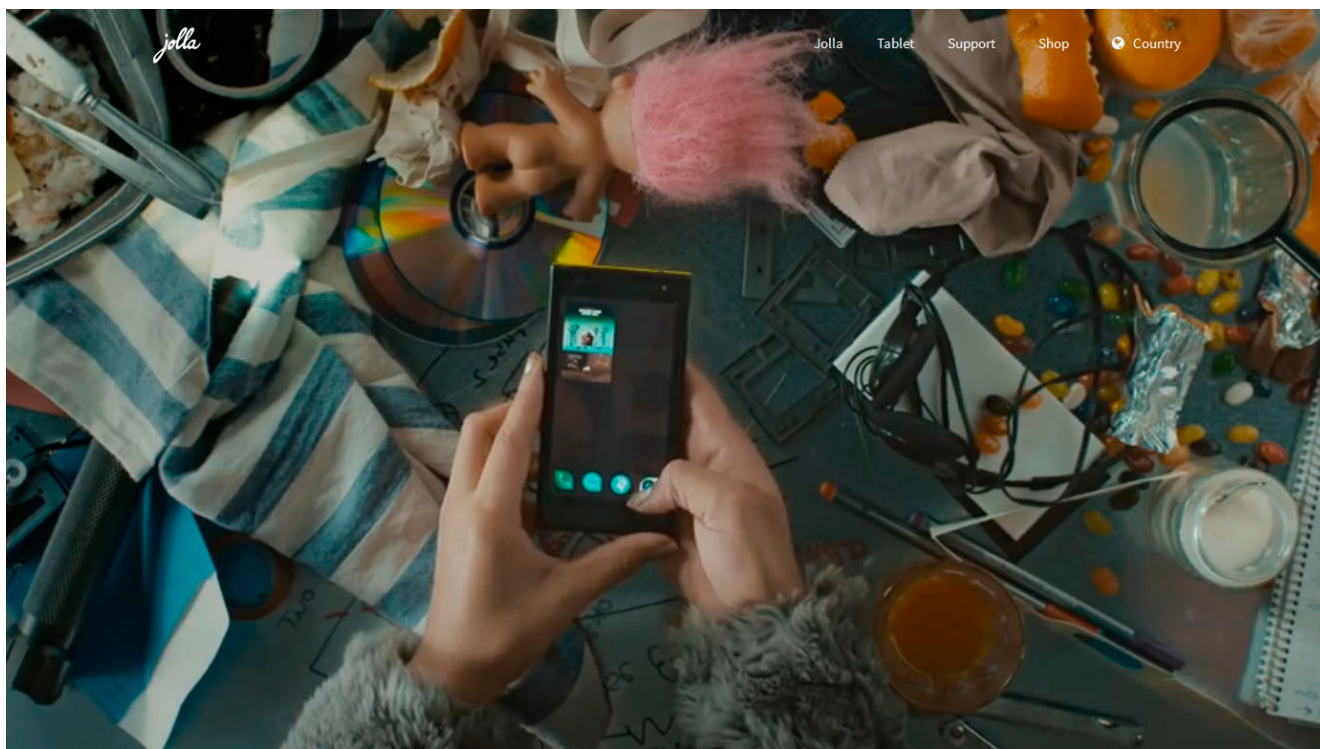


Рисунок 21 – Сайт компании Jolla, 2014

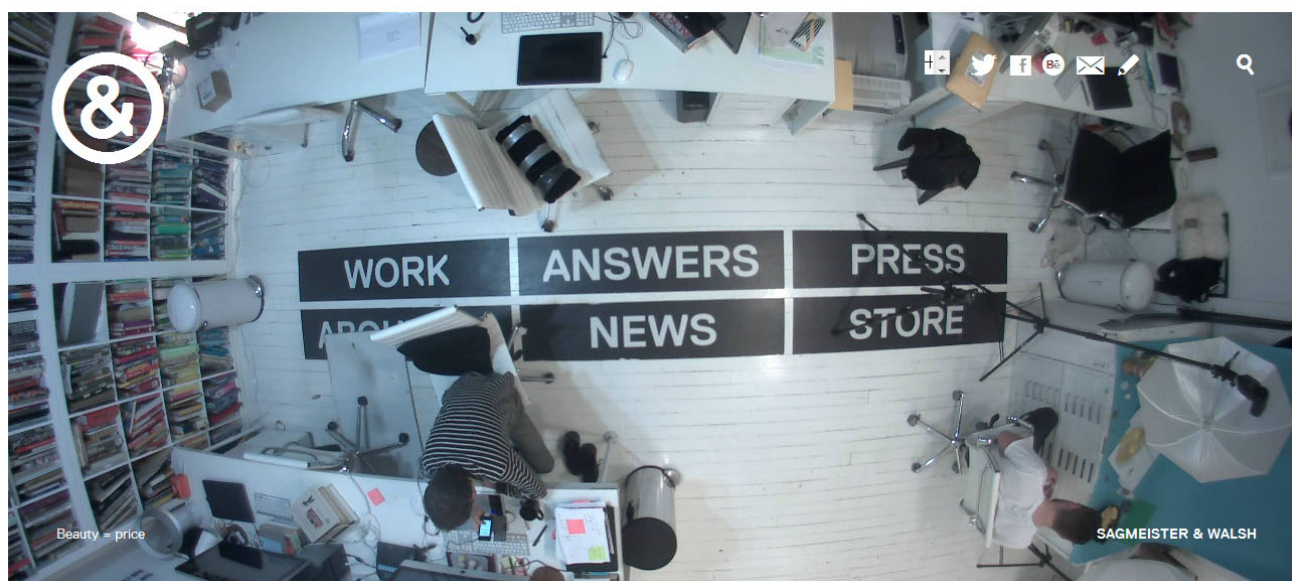


Рисунок 22 – Сайт дизайн-студии Sagmeister & Walsh, 2014