

Фролова Н. Ю.

Белорусский государственный университет,

Минск, Беларусь

ОТ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ К КУЛЬТУРЕ ДИЗАЙНА

Аннотация: В статье актуализируется переход от визуальной культуры к культуре дизайна. Современный дизайн сегодня является важным участником трансформационных процессов, связанных с возникновением новых форм и методов коммуникаций. Исследование культуры дизайна дает возможность проследить меняющийся характер взаимоотношений артефактов, процессов и систем и вносит свой вклад в структурирование практики взаимодействия современного человека с искусственным миром.

Ключевые слова: дизайн, визуальная культура, культура дизайна, коммуникации, образность.

Frolova N. U.

Belarusian state university

Minsk, Belarus

FROM VISUAL CULTURE TO DESIGN CULTURE

Annotation: The article is actualised the transition from visual culture to design culture. Contemporary design today is an important participant of transtformational processes associated with the emergence of new forms and methods of communication. The study of design culture provides an opportunity to trace the changing nature of relationships between artefacts, processes and systems and contributes to structuring the practice of interaction between modern man and the artificial world.

Keywords: design, visual culture, design culture, communications, imagery.

Введение

Сегодня мы можем наблюдать ситуацию главенства визуального восприятия мира. Такая ситуация обусловлена тем, что развитие современных коммуникаций значительно расширили свое влияние на форму взаимоотношения между людьми. Мы пересылаем друг другу эмодзи, картинки и гифки. Современный человек вынужден находиться в поле новой визуальности, считывая и интерпретируя образы и знаки. Если еще недавно это касалось профессиональной и общественной сфер человеческой деятельности, то с развитием технологий и коммуникаций, индивидуально-личностная сфера стала наполнена визуальными практиками в различных режимах манипуляции. Сегодня цифровой инфлюэнсер создает свой контент сидя дома, превратив свою личную жизнь с бесконечный сериал. От зрелищности и масштабности образа мы постепенно перешли к зрительности и вуайеризму: «общество, базирующееся на современной индустрии, не является зрелищным случайно или поверхностно – в самой своей основе оно является зрительским» [2; 23].

В процессе восприятия на первый план выходит образ, картинка, звук, а текст, как нечто второстепенное, уходит на второй план. Это можно заметить по тенденции исчезания текста из рекламы, роликов, особенно это касается цифрового контекста: «Не надо пояснять, покажите образно». Восприятие мира становится визуальным, а это оказывает существенное влияние на форму коммуникаций. Процесс перехода к визуальной культуре или как его назвал Бранд «революция изображений» [8; 53] начался еще в прошлом века и прошел эволюцию от визуальной культуры к культуре дизайна, или так называемый «иконический поворот (iconic turn)» [1; 394].

В такой ситуации, дизайн, как организатор, оформитель и кодировщик процессов коммуникаций оказывает существенное влияние на ценностные ориентиры и установки современного человека. Дизайн из состояния «тотальности» [6; 15], которое показывало хаотичный характер развития, постепенно переходит в состояние «влиятельности», что доказывает его важность в процессах организации современным обществом потребления.

Визуальная культура

Культуру XX века вполне можно назвать визуальной культурой, однако истоки господства визуальности мы обнаруживаем в XIX веке и связываем с открытием фотографии. Развитие фотографии, затем кинематографа сформировало у общества навык смотрения на фиксацию реальной жизни, сформировав навык манипуляции с картинками. Сьюзен Зонтаг писала, что «индустриальные общества подсаживают своих граждан на картинки» [5; 39]. Это породило любовь к картинке, как выверенному образу и сформировало культуру украшения своего пространства разноплановыми и разнокачественными картинками. Такой опыт стал полезным для человека, поскольку манипулятивное взаимодействие с образами является признаком включенности в мировые процессы. Реальность оперирует образами, представляя мир как гигантский коллаж, составленный из фрагментов: «Значимость этого феномена определяется тем, что визуальность (фотография, кино, графический дизайн, визуальные медийные образы) – это не просто дополнение к вербальным формам репрезентации мира, а это базовый модус существования современной культуры, общий принцип структурирования ее форм» [3; 3].

Пространство визуального представляет нашу повседневность через цифровой и изобразительный контент, структурируя наши знания об окружающем мире. Наше представление об окружающем мире формируется контентом, который мы потребляем. Этот контент

представляет собой полифоничное и, как нам кажется, разнообразное представление о времени и пространстве актуальной ситуации. Однако все артефакты культуры, которые нас окружают (объекты, предметы, процессы, знаки и образы) сливаются в один поток «визуального шума».

Главным в визуальной культуре становится образ, а его особенностью является непоследовательность и изменчивость. Восприятие реальности происходит через картинки, которые заменяют существование, происходит симуляция симулянта. В этом процессе важным становится зритель, поскольку он является соавтором создания новой реальности. Визуальная культура характеризуется некоторыми характеристиками, необходимыми для взаимодействия с ней.

Во-первых, визуальная культура подразумевает вовлеченность зрителя во все процессы, то есть без зрителя она не существует. Зритель должен обладать навыками манипуляции и интерпретации образов, то есть он должен быть внутри функционирования, поскольку он одновременно является и соавтором всех процессов.

Во-вторых, визуальный образ имеет тенденцию к превращению в «идола», который характеризуется «непрозрачностью и принадлежностью к зрелищу» [3; 148]. Такую ситуацию мы наблюдаем в медиапространстве, когда образ некоего персонажа, который сознательно выбирает человек превращается в идеализированного субъекта, демонстрирующего спроектированную реальность. «Желание визуально зафиксировать «настоящих героев» говорит о том, что изображения все больше приобретают индексальный, несамостоятельный характер, превращаясь в объект, постав, развернутый перед зрителем» [3; 149].

В-третьих, скорость воспроизводства и быстротечность существования визуальных образов, которая объясняется развитием средств массовой коммуникации и доступностью цифровой информации. Каждый потребитель в любой точке мира посредством цифрового девайса может наблюдать за жизнью другого, причем не обнаруживая себя.

Каждую секунду в мире идут миллионы стримов и эфиров, выкладываются фото и сториз. Главной задачей всего цифрового контента является актуальность.

Поток визуальных образов сформировал новую реальность – медиареальность, в которой не работают механизмы традиционных культурных иерархий. Здесь важен индивидуальный подход к производству образа, что создает фрагментарность, полифоничность и разрозненность визуального пространства.

Поворот от визуальной культуры к культуре дизайна

Возникнув в начале прошлого века как практика придания эстетических качеств промышленных продуктов, дизайн сегодня является важным участником культурных процессов. Культура пережила эпоху тотального дизайна, и сегодня мы наблюдаем переход дизайна к новому статусу. От тотальности дизайн перешел к положению влиятельности на социальные и культурные изменения в мире. Тотальная функциональность сменилась тотальной всепроницаемостью, то есть включенностью дизайна практически во все сферы общественной деятельности. Мобильность и маневренность дает дизайну возможность быстро реагировать на различные тенденции и подстраиваться к социальным и культурным запросам общества. Такая ситуация дала дизайну преимущество во влиянии на культурно-ценностные ориентиры современного человека и определила возникновение феномена культуры дизайна.

Формирование феномена культуры дизайна с его пограничным положением. Анализ состояния границ феномена и его статуса в современной культуре был впервые осуществлен Г. Н. Лола, которая предполагает, что вопрос о границе дизайна сегодня уже не актуален, так как дизайн сам превращается в границу: «дизайн и есть искомое операционализованное понятие границы, которое позволяет увидеть

Design...» [4; 162]. Так, дизайн становится важным участником определения границ бытия.

Пограничное положение феномена определили и междисциплинарность его теоретического осмысления: «Как таковая, культура дизайна принимает участие в исследованиях и дискурсах в области бизнеса и менеджмента, географии человека, антропологии, медиа и исследования коммуникаций, культурологии, и это лишь некоторые из ее родственных дисциплин. Можно считать, что она более ориентирована на внешний мир и проницаема в своих дисциплинарных границах» [7; 1].

Именно пограничное состояние дизайна, его междисциплинарность позволили сформироваться дискурсу дизайна, которое вырабатывает свои коды и ориентиры, оказывая существенное влияние на другие феномены культуры. Сегодня дизайн не рассматривается исключительно как работа с предметностью, будь то серийное производство или авторская малая серия. В наши дни дизайн скорее представляется как практика создания связей, состоящих из предметов, людей и процессов и знаков. Системы, такие, как например мобильное приложение, требуют взаимодействия материальных и нематериальных артефактов. В такой ситуации объектом проектирования становится культура дизайна, а не отдельные объекты как таковые.

Культура дизайна основывается на универсальных принципах дизайн-проектирования, что делает ее космополитичной и существует благодаря агентству объектов и субъектов. Если рассматривать их как постоянное конституирование и реконституирование, то они одновременно являются и существами, и становлениями. И именно здесь мы видим переход к культуре дизайна. Это приводит нас от рассмотрения сингуляризованных объектов дизайна к множественным комбинациям и также требует изменения концепции самого феномена.

Культура дизайна представляет собой динамичное и изменчивые проектирование, которое включает в себя различные процессы и методики. Она представляется новой формой дисциплинарного исследования, которая в сочетании с необходимостью контекстуального понимания порождает и особую форму практики. Дизайн-культура может быть как объектом, так и дисциплиной.

Для понимания культуры дизайна в ней нужно двигаться, следя за связями и потоками, проходящими через нее, чтобы ее существование понималось не только как сумма отдельных знаков, но и как коммуникация между субъектами и объектами, а с появлением AI и между объектами и объектами.

Культура дизайна имеет большое преимущество перед другими культурами благодаря своей всепроницаемости и активности. Мы можем не знать о художественной жизни общества, быть выключенным из социальных процессах, но дизайн неустанно вмешивается в повседневный мир через наши девайсы.

Заключение

Современный дизайн вошел в новую стадию своего развития. От практики преобразования предметно-пространственной среды дизайн переходит в практику формирования культурных ориентиров. Процесс, переходя в новый статус, обусловлен развитием коммуникаций и цифрового пространства, в котором дизайн выступает проводником и организатором многих процессов. Дизайн XXI века стал агентом перемен, олицетворяющим современность и передающим ценностные ориентиры. Дизайнерская деятельность теперь воплощает социокультурное содержание современных процессов конструирования образа жизни. Сегодня дизайн не только является эффективным посредником между различными системами, но и завоевывает мировое признание в качестве одного из гуманитарных направлений исследования и проектирования.

Библиографические ссылки

1. Бахманн-Медик Д. Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре / Дорис Бахманн-Медик; пер. с нем. С. Ташкенова. – М.: Новое литературное обозрение, 2017. – 504 с.
2. Дебор Г. Общество спектакля. / Ги-Эрнст Дебор; перевод с фр. Ст. Офертаса, М. Якубович. – М.: Логос, 2000. – 183 с.
3. Дроздова А. В. Визуализация повседневности в современной медиакультуре. дис. ... доктора культурологии: 24.00.01. / А.В. Дроздова. – М., 2017. – 347 с.
4. Зонтаг С. О фотографии. / Сьюзан Зонтаг. – М.: ООО «Ад Маргинем Пресс», 2013. – 272 с.
5. Лола Г. Н. Дизайн: опыт метафизический транскрипции / Г. Н. Лола; послесл. Н. Б. Иванова. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1998. – 217 с.
6. Чернийчук И. А. Тотальный дизайн. Исследование возникновения и развития: автореф. дис. ... канд. искусствоведения: 17.00.06 / И. А. Чернийчук. – М., 2010. – 26 с.
7. Design culture: objects and approaches / ed. by G. Julier [et al.]. – London: Bloomsbury Visual Arts, 2019. – 248 p.
8. Brandt R. Bilderfahrungen – Von der Wahrnehmung zum Bild // Christa Maar, Hubert Burda (Hg.): Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder. Köln, 2004, S. 44-54.