Д.Г. Ткач

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ СОВРЕМЕННОГО ДИЗАЙНА В МАНИФЕСТЕ ФРАНЦУЗСКИХ ШКОЛ

Статья содержит обзор основных положений концептуального Манифеста, опубликованного Ассоциацией французских образовательных учреждений по подготовке дизайнеров (France Design Education). Этот документ формулирует задачи, стоящие перед дизайнерами в современном обществе и предлагает новые подходы к их подготовке.

Article contains the review of basic provisions of the conceptual Manifesto published by Association of the French educational institutions of design (France Design Education). This document formulates the tasks facing designers in modern society and offers new approaches to their preparation.

Ключевые слова: Манифест дизайнеров, французский дизайн, дизайнерское образование, дизайн в современном обществе.

Keywords: The manifesto of designers, the French design, design education, design in modern society.

Сегодня ни один предмет повседневной жизни не обходится без участия дизайнера. Дизайн завоевывает весь мир, становясь составной частью глобальной стратегии всех предприятий.

В этой общемировой тенденции поиска совмещения прекрасного с полезным Париж традиционно играет одну из первых ролей. В настоящее время за старшим поколением французских дизайнеров, наиболее известным из которых является Филипп Старк, поднимается новое поколение, стремящееся продвигать ценности французского дизайна, несмотря на растущую конкуренцию. Молодые французские

дизайнеры постоянно расширяют границы своей деятельности и вносят вклад в демократизацию самого дизайна, долгое время считавшегося элитарным в силу высокой стоимости продукции дизайнеров.

Новые образцы товаров небольших фирм-производителей появляются на рынке, ранее принадлежавшем только известным фирмам. «Молодые дизайнеры Франции сами становятся предпринимателями, — утверждает Филипп Брокар, генеральный директор салона «Дом и предмет». — Они создают свои сообщества и сами занимаются производством, они берут ответственность на себя, чтобы творить и продвигать свои произведения по своему усмотрению. Это и объясняет их динамизм» [1, p. 108].

Французская система образования не могла не отреагировать на рост интереса к дизайну. Уже в 2005 году в результате объединения 14 престижных высших школ дизайна была создана Ассоциация FDE (France Design Education) Ассоциация французских образовательных организаций по подготовке дизайнеров. Среди членов Ассоциации: Ecole Superieure des Arts Appliques Duperre (Paris) — Высшая школа прикладных искусств Дюпере (Париж); ENSAD — Ecole nationale superieure des Arts Decoratifs (Paris) — Высшая национальная школа декоративных искусств (Париж); ENSCI — Les Ateliers — Ecole nationale superieure de creation industrielle — Высшая национальная школа промышленного творчества — Ателье и другие, известные за пределами Франции вузы в области прикладного искусства.

По примеру французских университетов и «больших школ», объединяющихся по сетевому принципу в так называемые «Полюса превосходства», FDE способствует интеграции потенциалов, входящих в ассоциацию учебных заведений разного статуса (публичные, частные) и разного подчинения (министерствам образования, культуры, промышленности), и всячески поддерживает объединение разных направлений подготовки во время обучения — совместные междисциплинарные проекты и учебные программы студентов, изучающих одновременно инженерное дело, маркетинг и дизайн в рамках совмещенных двойных программ, двойных дипломов и в иных учебных формах. Предлагаемые программы обучения

охватывают весь спектр видов деятельности, связанных с дизайном: производство изделий, графическое оформление, коммуникация, дизайн интерьера, дизайн пространства, мода, окружающая среда, новые технологии, сервис, менеджмент. Высшие школы дизайна — члены Ассоциации — подписали Киотский протокол (глобальное экологическое соглашение по предотвращению изменений климата), подчеркнув тем самым осознание своей ответственности в построении гармоничного созидательного общества, центром которого является человек.

В 2015 г. Ассоциация опубликовала «le Manifesto» («Манифест») — основополагающий документ, утверждающий ценности дизайна для современного мира и подчеркивающий ответственность перед обществом соответствующих учебных заведений. Документ широко обсуждался в профессиональной и академической среде Франции. Во вступлении к Манифесту авторы текста пишут: «В момент, когда вся Франция, а может быть, и вся Европа, задаются вопросом о своей идентичности и своем будущем в открытом и нестабильном мире, нам представляется важным взять слово и взглянуть на мир, его проблемы и возможности и поделиться нашей уверенностью в том, что студенты, которых мы готовим, и дисциплина, которую они осваивают, являются главным козырем для страны. Цель данного Манифеста — объяснить, почему дизайн. Дизайнеры и учебные заведения, которые их выпускают, составляют силу, недостаточно используемую для того, чтобы усилить, заново изобрести, обогатить и даже разблокировать развитие нашего общества в производительном, экономическом и даже политическом направлении» [2].

Первый большой раздел Манифеста озаглавлен «Мир изменился». В нем представлены концептуальные подходы авторов к выделенным ими восьми основным социально-экономическим и политическим явлениям, определяющим условия жизни и само существование современного человека. Назначение дизайна и профессия дизайнера должны реагировать на эти вызовы адекватным образом. В тезисной форме направленность этих подходов изложена ниже с сохранением их оригинальных заголовков соответствующих подразделов текста.

Новый экологический Императив.

Авторы Манифеста утверждают, что если раньше человек стремился подчинить себе природу, то теперь речь идет о том, чтобы ее спасти. Потепление климата, уменьшение ресурсов, загрязнение окружающей среды, рост населения — все это заставляет нас пересмотреть наш образ жизни и наши привычки, поскольку речь идет о спасении нашей планеты и человечества в целом.

Смешение культур и идентичностей.

Глобализация приводит к смешению культур и их взаимному обогащению, но одновременно ставит под вопрос основы права и мораль, которые формулируются. «Кому верить, во что верить, чтобы жить вместе и при этом не отказываться от того наследства, с которым ты пришел», — такие вопросы ставят перед собой авторы, явно находящиеся в смятении ввиду признанного повсеместно в Европе провала политики «мультикультуризма».

Новое отношение к науке.

Утверждается, что «в области науки все, что может быть сделано, будет сделано — всегда!». Наука и технологии долгое время были векторами прогресса, но в конце XX-го века возникли вопросы, которые порождают сомнения и на которые нет очевидных ответов:

— принесет ли прогресс науки нам вечность или же конец человечеству?

— ГМО — борьба с голодом или конец биоразличий?

— раскодирование генома — конец болезням или конец евгеники?

— ядерная физика — неистощимый источник энергии или путь к апокалиптической катастрофе?

Новое отношение к экономике.

В настоящее время 97% мировых финансовых обменов не основываются ни на какой продукции с реальной ценностью. Огромное богатство, производимое глобализированной экономикой, не приносит соответствующих благ большинству. Оно имеет тенденцию концентрироваться и увеличивать разрыв между богатыми и бедными. Политические усилия ни к чему не приводят, поскольку государства не располагают еще пока механизмами для установления стабильности и равновесия.

Новое отношение к политике.

С ростом массовости и уровня образования информация создается, передается и обсуждается в невиданных ранее масштабах. Огромное количество и изменчивость информации, транспарентность, незащищенность личного пространства — все это изменяет отношение населения к властям и требует проведения новой демократической политики. Более, чем когда-либо, представляется верной формула «Think Global, Act local!» (Думай глобально, действуй локально!). По мнению авторов Манифеста, государственная политика и само государственное устройство нуждаются в преобразованиях, отвечающих современным вызовам.

Экспоненциальное технологическое развитие.

Отмечается, что промежуток времени, за который новая технология переходит из лаборатории на рынок, как и время ее использования, становятся все короче. В основе этого ускорения лежат информационные технологии, применяемые в процессе инновации. Сами эти процессы скрыты от потребителя, и только их использование делает их видимыми для населения, которое их воспринимает и интегрирует их коды и эргономику.

Новые промышленные парадигмы.

В настоящее время в сфере производства пока еще преобладает стратегия менеджмента, которая в качестве модели использует конкурентоспособность, основанную на прибыли, в соответствии с установкой: «Делать все лучше и лучше то, что умеем делать!». Однако развитие производства в новых странах, вступающих в конкурентную борьбу, заставляет пересмотреть эту модель или, вернее, ее обогатить. Новая установка «Делать иначе или что-то другое одновременно с тем, что мы уже умеем делать!» становится стратегической задачей предприятий, которые заботятся о своем будущем. Менеджмент обновлений заменяется научным менеджментом.

Новые парадигмы рынка.

Отмечается появление новой тенденции в потреблении. Она заключается в том, что потребители начинают осознавать экологическую хрупкость планеты и более не выбрасывают старую технику, стремятся ремонтировать ее, сохранять и снова использовать,

делиться ею с другими. Промышленный сектор должен будет адаптироваться к этой новой реальности. Совмещать производство продукции с ее обслуживанием — это задача многих промышленных предприятий, производящих предметы потребления.

Второй и по существу главный раздел Манифеста называется «Ответственность дизайнера». В нем в декларативной форме сформулированы четыре основные концептуальные задачи, которые предстоит решать современным дизайнерам.

Способствовать приходу новой Эры — так в самом общем виде обозначена первая задача. Мир, в котором сегодня работают дизайнеры, — это мир открытый, быстро меняющийся, сложный, нестабильный, без четких ориентиров. Эпоха Просвещения имела цель — эмансипацию человека, инструментом которой был провозглашен человеческий разум. Просвещение породило промышленные революции, основными действующими лицами которых были технические специалисты, называемые инженерами. Технические достижения XX века принесли надежду на обретение материального богатства и изобилия для всех, однако господство рынка повернуло мир на путь потребления и желание потреблять. В XXI веке стали очевидной ограниченность действующих моделей потребления. Это требует изменения сложившихся моделей потребления и поведения. Это обуславливает необходимость жить и преуспевать вместе, иначе, по-другому, на этой планете, «такой маленькой, такой хрупкой, такой драгоценной». Способствовать соответствующему изменению существующей ситуации является, таким образом, первейшей задачей дизайнера.

Вернуть смысл. Представляется возможным соединить проект Просвещения с эмансипацией индивидуума таким способом, который возвращает зачастую утраченный смысл малым и большим событиям нашей жизни, общественной или частной, профессиональной или интимной, индивидуальной или коллективной. Эта задача может решаться с помощью дизайнеров, которые располагают методами и умениями, направленными на человека, учитывающими его жизненную ситуацию, и могут создать условия для успешных и перспективных экспериментов.

Объединить знания для инноваций. Одна из сильных сторон школ дизайна, объединившихся в Ассоциации по подготовке дизайнеров, состоит во взаимодействии между направлениями подготовки, участвующими в эксперименте, и в общем случае — между всеми направлениями и специальностями, изучаемыми в отдельных вузах. Дизайн должен придти на предприятия, в их администрации, в их лаборатории, в проектные группы. Благодаря привлечению дизайнеров, открывается возможность внедрения инноваций, поскольку инновации означают соединение новшества с его использованием, то есть с рынком.

Создавать красоту. Так обозначена в Манифесте четвертая и, по-видимому, самая естественная и самая востребованная задача дизайнера. Предоставить каждому человеку возможность качественного преобразования условий своей жизни, способствовать гармоничной общественной жизни с учетом требований сохранения глобальной стабильности — все это резюмируется одной фразой: «Создавать красоту». Эта красота не есть цель сама по себе, она создается в результате демарша, ориентированного на человека. В XXI веке дизайн является гуманизмом.

Заключительный большой раздел Манифеста называется «Ответственность школ дизайна». В нем формулируются три основные задачи, стоящие сегодня перед вузами, готовящими дизайнеров.

Готовить менеджеров завтрашнего дня — в этом заключается общая задача подготовки дизайнеров для социально-экономических реалий XXI века. В ходе своей практической деятельности дизайнеры должны стать «междисциплинарными медиаторами», учитывая при этом, что в центре процесса должно быть творчество, а целью как индивидуальных, так и коллективных экспериментов должна быть красота. Университеты, инженерные и экономические вузы формируют элиты в области науки, технологий, маркетинга и финансов. Что касается школ дизайна, то на них возлагается ответственность за подготовку менеджеров XXI века.

Дизайн, менеджмент, предпринимательство: объединенный дизайн. Школы дизайна уже достаточно давно предлагают

многодисциплинарное обучение — объединенный дизайн, т.е. систему, в которой объединены исследования, подготовка и в которой задействованы субъекты с различным социальным и экономическим статусом. В настоящее время техника изображения, преобразованная и обогащенная благодаря информационным технологиям, находится в центре педагогического процесса в школах дизайна. Однако обучение становится полноценным только будучи связанным с гуманитарными науками во всей их сложности и полноте. Методология обучения включает ведение проектов и обязательное их обсуждение. Большое значение при этом придается ясности и четкости формулируемых концепций. Студенты изучают также предпринимательство как в плане прикладной организации (новая продукция, новое обслуживание), так и с позиций стратегии его развития (новые специальности, новые способы организации, новый менеджмент), и все это — с точки зрения их использования. Речь идет о том, чтобы выработать у студентов способность превращения в антрепренеров своих собственных проектов. Иметь идею теперь недостаточно, следует ее осуществить и протестировать в обществе и на рынках. Таким образом, вторая, содержательная по сути задача формирования дизайнеров заключается в том, что школы дизайна должны стать инкубационными центрами новых проектов для более ответственного и долговременного предпринимательства.

Обобщенное изучение дизайна. Так названа третья основная задача подготовки дизайнеров. Здесь авторы Манифеста утверждают необходимость сотрудничества с другими учреждениями высшего образования, что они обозначают понятием взаимосвязанности (трансверсальности), которая находится в центре внимания вузов дизайна. Такое сотрудничество позволяет расширять проблематику дизайна, академическое партнерство, нацеленное на обмен знаниями и практикой. В многогранную проблематику современного образования дизайн вносит новый подход, при этом он продвигает творчество и инновации внутри национальной системы образования, а совместная творческая работа, характерная для обучения дизайнеров, приводит к появлению новых видов образования, таких, например, как МООС, проектная педагогика и др.

Манифест завершается энергичным призывом: «К действиям!». Мир изменяется, утверждают авторы Манифеста, и дизайнеры берутся придать этому изменению позитивный вектор направления. Школы дизайна отдают отчет в своей ответственности за подготовку менеджеров завтрашнего дня в социально-экономической среде, основанной на парадигмах, которые эволюционируют. Дизайн — это рычаг развития предприятий и сообществ, находящихся в процессе изменений и нуждающихся в инновациях и предвидении. Школы дизайна выполняют задачу формирования профессионалов общества завтрашнего дня и одновременно ответственных членов человечества, которое нужно сохранить, если не спасти. Наконец, французские школы дизайна несут ответственность за распространение французской культуры, французского духа и гения в Европе и мире [Ibid].

Опубликование Манифеста вызвало широкий отклик как в профессиональной, так и в общественной среде. В интернет-издании «Еженедельник стратегий дизайна» от 30 марта 2015 г. [3, с. 2] появилась статья «Школы дизайна манифестируют». В статье утверждается, что Манифест имел двойную цель: внешнюю и внутреннюю. Что касается внутренней цели, то Манифест должен сплотить ряды и активизировать «дремлющее», по мнению автора статьи, объединение школ FDE. Внешняя же задача состояла в том, чтобы заявить о роли, которую могут сыграть школы дизайна в обществе. В большинстве откликов подчеркивается большое объединяющее значение публикации Манифеста.

Библиография:

1. Parisworldwide. — 2016. — № 13, mai/juin.

2. URL: www.strate.design/galerie/actualite/manifesto-france-design-education (дата обращения: 12.04.2017).

3. La lettre hebdomadaire des strategies design. http://www.design-fax.fr (дата обращения: 12.04.2017).