А.В. УВАРОВ

Кандидат искусствоведения, член Союза Дизайнеров России, член Московского Союза Художников «Промграфика», заведующий ка-федрой ДПТ Самарского Государственного Института Культуры
e-mail: abbaka@mail.ru

В.В. СТАВИЦКИЙ

Президент Союза Дизайнеров России. Профессор Национального Института Дизайна. Член Общественного совета при Министерстве культуры РФ. Член Совета по инжинирингу и промышленному ди-зайну при Минпромторге РФ. Член Экспертного совета при Агентстве Креативных Индустрий
e-mail: stavitsky1@yandex.ru

A.V. UVAROV

PhD of Art, member of Russia Designers Association. Head of decorative and applied art Department. Samara State Cultural Institute,
e-mail: abbaka@mail.ru

V.V. STAVITSKY

President of Russia Designers Association. Professor of National Design Institute. Member of the Public Council under the Ministry of Culture of the Russian Federation. Member of the Council for Engineering and Industrial Design under the Ministry of Industry and Trade of the Russian Federation. Member of the Expert Council of the Creative Industries Agency
e-mail: stavitsky1@yandex.ru

ДИЗАЙН В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

DESIGN IN THE CONCEPT OF CREATIVE ECONOMY

Статья посвящена дизайну как организующему началу в рамках концепции креативной экономики. Целью работы является исследование механизмов дизайна и их актуализация в

формах творческих, креативных и культурных индустрий. В статье критически рассматриваются особенности понимания дизайн-составляющей и проблемы «выноса» дизайна в отдельные «сектора» в рамках определений «креативных индустрий», «культурных индустрий», «творческих индустрий». Объектом исследования является проблема соотношения понятий дизайна и креативной экономики. Предметом исследования — понятийный аппарат культурных творческих и креативных индустрий как системы формирующей процессы креативной экономики.

The article is devoted to design as a phenomenon in the concept of the creative economy. The aim of the work is to study the mechanisms of design, within the framework of the creative economy, their actualization in the forms of creative and cultural industries. The article critically examines the peculiarities of understanding the design component, the problem of «taking out» design, in separate «sectors», within the definitions of creative industries and cultural industries. The object of the research is the problem of the relationship between the concepts of design and creative economy. The subject of this research is the conceptual apparatus of cultural and creative industries as a system that forms the processes of the creative economy.

Ключевые слова: дизайн, креативная экономика, креативные индустрии, творческие индустрии, терминология.
Keywords: design, creative economy, creative industries, terminology.

На сегодняшний день существует много неисследованных аспектов философского и культурологического характера в области механизмов креативной экономики и осмысления ее процессов. Эти вопросы возникают из-за продолжающегося процесса понимания роли «проектности» в формировании концепции креативной экономики. В частности, сегодня отсутствует общепринятая система критериев, по которым происходит идентификация типов деятельности в рамках креативной экономики. Это приводит к разночтениям и спорам о роли индустрий, формирующих креативную экономику, в частности, о роли дизайна.

Термин «креативная экономика» стал логическим обобщением всплеска, возникшего вокруг творческих видов деятельности. Впервые

термин «креативная экономика» был обозначен в журнале Business Week в августе 2000 года в статье Питера Койа «Креативная экономика». Он отмечает, что двигателем новой экономики станет важность идеи. Он указывает на то, что произошел переход от материального ресурса к идее, от индустриальной к постиндустриальной ступени развития общества [1]. Для нас крайне важно понимание того, что дизайн сегодня вовлечен в глобальные экономические процессы. Сегодня существуют целые сектора экономики, где дизайн играет ключевую роль, — это области, связанные с индустрией моды, развлечений, туризмом, производством цифрового контента, и т.д. Эти сектора экономики принято называть «творческими», «креативными» или «культурными» индустриями. В России о значимости этих проектов говорит тот факт, что еще в 2019 году им была оказана поддержка Администрацией президента и фондом Президентских грантов. Основными организаторами выступили: «Роскультцентр», «Инносоциум» и проекты, направленные на развитие креативных индустрий. Динамика изменений в нашей стране, связанная с поддержкой креативных индустрий, дает нам возможность рассчитывать на методологическое изучение феномена креативной экономики, особенно в части ролей проектных практик и дизайна в глобальных экономических процессах [2].

Однако сегодня большинство исследований, рассматривающих «творческие», «креативные» или «культурные» индустрии, выделяют дизайн как одно из направлений, ставя через запятую «архитектура, дизайн, театр, индустрия развлечения». Такой подход содержит противоречие, одновременно включая дизайн в «корневую систему» креативной экономики и вместе с тем, выводя его в один из «обеспечивающих» секторов.

Исследования креативной экономики раскрывают механизмы ее формирования, обозначая позиции характерные для дизайн-проектирования. Р. Флорида говорит о том, что креативность является основным источником развития современной экономики. В представлении Р. Флориды «знание» и «информация» являются инструментами и рабочим материалом для креативности, где результатом или продуктом становится инновация [3]. Дизайн сегодня уже не оперирует понятием индустриальной логики, родившийся как элемент артельной и заводской культуры, дизайн прошел путь от адаптированного к логике серийного производства «прикладного творчества» до методологической системы, позволяющей применять ее принципы ко всем областям человеческой деятельности. Это показывает опыт середины XX века, когда перед дизайном, помимо «тра-

диционных задач», встали гуманитарные и методологические проблемы. Эти вопросы нашли еще большее развитие в русле технического прогресса, связанного с быстрым развитием цифровых технологий, появлением новых сервисов, форматов создания и продвижения продуктов и услуг. Теперь, в эпоху постиндустриальности, дизайн охватил еще более широкий спектр областей, вобрав как предметное (создание двухмерных или трехмерных материальных объектов), так и внепредметное проектирование. Сегодня некого не удивляют появившиеся в проектной терминологии «food design», или «fashion design», так и понятия, обозначающие внепредметный характер проектов, «sound design», «process design». Дизайн сегодня оперирует не только широким спектром областей применения, но и совершенно специфическим подходом к технологиям, в отличие от инженерных наук, нацеленных на постоянное движение вперед, на освоении новых технологий. Дизайн охватывает весь спектр технологических приемов, от самых передовых, еще не используемых в повседневной практике, до традиционных, оперирующих накопленным опытом и отсылающим к технологическим принципам протодизайна, — это направление в западной практике получило название «low-tech design» [4]. Это позволяет дизайну существовать как практике, объединяющей весь спектр технологий, методов и принципов проектирования, проникая во все сектора креативной экономики, становясь неотъемлемой частью всех ее процессов.

В современной практике, наряду с понятием «креативная экономика», утвердились и такие понятия как, «экономика впечатлений», «экономика символического обмена», а также концептов «креативные индустрии», «творческие индустрии», «культурные индустрии». Основой креативной экономики являются проектное творчество, авторское право и интеллектуальная собственность, творческий труд, умные и высокие технологии, устремленность в будущее. Креативная экономика — совокупность творческих, культурных и креативных индустрий. В данном случае, именно креативные индустрии являются «витриной» креативной экономики. Для того чтобы понять роль дизайна в креативных индустриях, необходимо привести ключевое определение, предложенное Департаментом по вопросам культуры, медиа и спорта Великобритании Department for Culture, Media and Sport (сокр. DCMS), в котором «креативные индустрии» были представлены как «совокупность отраслей, берущих начало в индивидуальном творчестве, мастерстве и таланте, имеющих потенциал для получения прибыли и создания

новых рабочих мест, путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности» [5]. Следует отметить, что в областях, относящихся к «креативной экономике», роль дизайна является ключевой. Это связанно со основополагающим значением проектной составляющей в областях, нацеленных на производство продуктов или услуг, ориентированных на рынок. Те же положения касаются и индустрии моды, с которой дизайн неразрывно связан. Мода не является принадлежностью только производства одежды. Мода — это предметы быта, автомобили, аксессуары, электроника, цифровые продукты и многое другое. Мода — это внецеховое понятие, которое в равной степени относится ко всем областям креативной экономики. Без феномена моды не существует актуализации продукции, не существует адаптации к потребностям рынка. Таким образом, за последние полвека определение «дизайн», а также отраслевое деление профессиональной деятельности, подвергались критике, а определение переживало и переживает череду обновлений.

Однако существующие сегодня определения дизайна и креативной экономики не позволяют выделить дизайн-составляющую как организующий элемент. Так, в большинстве определений целые сектора могут быть ориентированы на дизайн, например, реклама, производство медиа, компьютерные игры, однако расширенное определение «креативной экономики» включает «дизайн» как отдельный элемент, вынося этим проектную (дизайн) составляющую за рамки системообразующих процессов креативной экономики. В настоящее время широко используется термин «креативные индустрии». Он охватывает широкий спектр видов деятельности, которые включают как культурные индустрии, так и все культурное и художественное производство. В опубликованном в 2014 году определении UNESCO делает ставку на перечень творческих профессий, в список которых включена архитектура и реклама, то есть определение креативных и культурных индустрий формулируется через перечень, представляющий конкретные виды деятельности, так или иначе связанные с творческим трудом. Туда же включен и «дизайн» как один из видов деятельности [6]. В современной научной литературе под словом «design» могут пониматься и стиль, и проект, и проектирование, и собственно дизайн как профессиональная деятельность. На сегодняшний день существует огромное количество объектов, имеющих в основе эту дефинцию (промышленный дизайн, коммуникативный дизайн, интерьерный и средовой дизайн, сервис дизайн), однако следует выделить

то, что термин вводится для обозначения специфического механизма проектирования, в основе которого лежит авторская, творческая позиция, новаторство, междисциплинарность, бизнесориентированность. В 2015 году всемирная организация дизайна WDO ввела определение, достаточно полно отразившее современное понимание механизмов и целей дизайна: «Дизайн — это стратегический процесс решения проблем, который стимулирует инновации, способствует успеху в бизнесе и ведет к улучшению качества жизни благодаря инновационным продуктам, системам, услугам и опыту. Дизайн устраняет разрыв между тем, что есть, и тем, что возможно. Это междисциплинарная профессия, которая использует творческий подход для решения проблем и совместного создания решений с целью сделать продукт, систему, услугу, опыт или бизнес лучше. По своей сути, дизайн обеспечивает более оптимистичный взгляд на будущее, рассматривая проблемы как возможности. Он связывает инновации, технологии, исследования, бизнес и клиентов для обеспечения новых ценностей и конкурентных преимуществ в экономической, социальной и экологической сферах» [7].

Дизайнерская деятельность в парадигме креативной экономики является основой в создании уникального творческого продукта посредством индивидуальных знаний, умений и навыков. Основой креативной экономики, является проектная составляющая — способность создавать новый и актуальный продукт. В связи с этим есть все основания утверждать, что дизайн является ключевым компонентом креативных творческих индустрий, так как в современный подход к отраслям предполагает в своей основе дизайн-мышление. Ключевую роль дизайна в формировании креативной экономики можно проиллюстрировать на сопоставлении ключевых характеристик дизайна и агентов креативной экономики — творческих, культурных и креативных индустрий. Дизайн не является одним из компонентов культуры — это ресурс, который использует креативная экономика. Дизайн существует в ее пространстве культуры с момента начала индустриализации общества. Чем более развитым, с точки зрения индустриализации, становилось общество, тем плотнее дизайн-составляющая входила в его структуру. Сегодня невозможно представить себе мир без дизайна, который стал «второй природой», окружив человека товарами и услугами, задуманными и спроектированными дизайнерами. Дизайн стал ключевым ресурсом экономики. Именно дизайн определяет принцип продвижения продуктов на рынке.

Наряду с этим, дизайн становится ретранслятором культурных кодов, ключевым источником информации в современном мире, не менее, а может быть более мощным, чем кино или телевидение. Дизайн оперирует всем материалом культурного капитала, накопленным человечеством за всю его историю, который использует «дизайн» для создания новых продуктов и услуг. Таким образом дизайн, в том числе дизайн продукции массового производства, приобретает культурную ценность, наравне с искусством, литературой, наукой. При этом дизайн — это всегда продукт времени, отражающий современные тенденции «моды» и багаж культурных кодов, которые предоставляет конкретная ситуация.

Особенностью креативной экономики является то, что в ее фокусе всегда находиться человек как потребитель продута, человек как создатель продукта и услуг и человек, выражающий авторскую позицию. Специфика дизайна в рамках креативной экономики заключена именно в том, что своим продуктом или услугой дизайнер воздействует непосредственно «на человека», ставя во главу угла его потребности, желания и стремления. В тоже время, продукт дизайна — это продукт, в котором первостепенная роль автора, его креативной мысли, художественного таланта. Основой креативной экономики является принцип тиражирования индивидуального творческого решения, в основе которого лежит идея, капитализация и ориентация на рынок. Креативная экономика опирается на творчество и креативность, которую зачастую обеспечивает синергия и междисциплинарность в организации проектной деятельности. Креативная экономика как новое направление развития экономики подразумевает разделение труда, выделяя непосредственно проектирование продукта, которое обеспечивают дизайнеры и те структуры, которые обеспечивают его производство и продвижение продукта. Изучив механизмы креативной экономики, можно прийти к выводу, что дизайн как метод является основополагающим в формировании креативных и творческих индустрий, сочетая в себе творчество как индивидуальную деятельность и индустрию как массовое производство.

Заключение

Несмотря на то, что в нашей стране стратегии развития креативной экономики была признана ключевым элементом социального и экономического развития, инструментарий не разработан в полной мере. Ее структура и понятийный аппарат находятся в стадии формирования.

Сегодня у дизайнеров есть возможность включиться в глобальные процессы формирования блока инициатив по развитию креативной экономики. Профессиональное сообщество в России нацелено на включение дизайна в общероссийские и мировые процессы по развитию креативной экономики. Универсальная проблема креативной экономики состоит в формировании научной базы, изучении методов и форм «креативности», которые являются необходимым условием развития этого сектора экономики. Креативная экономика и дизайн объединены в монолит, в котором дизайн и есть та сила, которая формирует современную экономическую модель. Дизайн — осознанная и объективная часть экономических процессов — это естественное следствие развития общества, его социальной и экономической структуры. Таким образом, необходима развернутая теоретическая и методологическая база для осмысления сложных процессов взаимодействия дизайна и экономических процессов. Система матриц и кодов современного общества, связанных с понятием индустриальности, развитием новых экономических моделей, определяется именно синтезом «творчества», «креативности», «культуры», то есть элементами, корневым понятием которых в парадигме индустриальности является дизайн. Таким образом, с помощью концепции включения дизайна в «корневые» процессы креативной экономики актуализируются содержание и формы экономических моделей, в основе которых лежит проектное творчество.

Список литературы:

1. bloomberg. the-creative-economy. — URL:https://www.bloomberg.com/news/articles/2000-08-27/the-creative-economy (дата обращения: 15.11.2020).

2. Росконгресс. Потенциал креативных индустрий для России будущего. — URL: https://roscongress.org/sessions/specialproject-2020-potentsial-kreativnykh-industriy-dlya-rossii-budushchego/about/ (дата обращения: 17.11.2020).

3. *Олейников Ю.В.* Зрелое общество: проблема, реальность, перспективы / Ю.В. Олейников. — Москва: Перспектива, 2010. — 780 с.

4. lowtechmagazine. — URL:https://www.lowtechmagazine.com (дата обращения: 17.11.2020).

5. Creative Industries Task Force Report. London: DCMS, 1998

6. Understanding Creative Industries. Cultural statistics for public-policy making / UNESCO, 2006. — URL:http://portal.unesco.org/culture/es/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf] (дата обращения: 21.11.2020).

7. WDO. — URL: https://wdo.org/about/definition/ (дата обращения: 21.11.2020).