А.В. УВАРОВ

*Кандидат искусствоведения, член Союза Дизайнеров России, действительный член Национальной Академии Дизайна, доцент кафедры «Дизайн, изобразительное искусство и реставрация» Владимирского государственного университета им. А.Г. и Н.Г. Столетовых*
*e-mail: abbaka@mail.ru*

Ю.В. НАЗАРОВ

*Доктор искусствоведения, профессор, профессор кафедры «Средовой дизайн» ФГБОУ ВО «Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство)*
*e-mail: nazaret48@yandex.ru*

A.V. UVAROV

*PhD of Art, member of Russia Designers Association, member of the National Academy of Design, Associate Professor of the Department of Design, Fine Arts and Restoration, Vladimirsky State University A.G. and N.G. Stoletovs*
*e-mail: abbaka@mail.ru*

Y.V. NAZAROV

*Doctor of Art History, Professor, Professor of the Department of Environmental Design, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education Russian State University named after A.N. Kosygin (Technology. Design. Art)*
*e-mail: nazaret48@yandex.ru*

DOI: 10.37485/1997-4663_2022_1_2_37_50

## СОВРЕМЕННАЯ ДИЗАЙНЕРСКАЯ ПРАКТИКА. ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

## MODERN DESIGN PRACTICE. ETHICAL ISSUES

Статья посвящена анализу ситуации, радикально изменившей роль дизайна в современном обществе. В публикации подчерки-

вается необходимость включения дизайна в глобальные процессы, связанные с формированием нового мира, в соответствии с этикой и гуманитарными задачами XXI века. Целью работы является исследование дизайнерской деятельности с позиции современной этики. В статье рассматриваются проблемы, возникающие в связи с глобальным переходом к информационному обществу. В работе анализируется возросшая роль информации, а также усиление движений, связанных с развитием экологии и социума.

The article is devoted to the analysis of the situation that has radically changed the role of design in modern society. The publication emphasizes the need to include design in the global processes associated with the formation of a new world, in accordance with the ethics and humanitarian tasks of the XXI century. The aim of the work is to study design activity from the standpoint of modern ethics. The article deals with the problems arising in connection with the global transition to the information society. The paper analyzes the increased role of information, as well as the strengthening of movements associated with the development of ecology and society.

**Ключевые слова:** дизайн, устойчивое развитие, этика, информационное общество, образование, ответственное проектирование.
**Keywords:** design, sustainable development, ethics, information society, education, responsible design.

## Введение

За последние три десятилетия общество привыкло к поляризационному суждению о дизайне: с одной стороны, дизайн представляется нам исключительно инструментом успешного бизнеса, где прибыль компании производителя становится единственным мерилом качества разработки; с другой — раздаются голоса о том, что задачей дизайна является тотальная гуманизация производства. Однако неверно было бы говорить о том, что дизайн оперирует исключительно понятиями, лежащими в плоскости обслуживания интересов бизнеса; также неверно говорить и о том, что цель дизайна — исключительно социальные обязательства, как об этом декларативно заявил В. Папанек в книге «Дизайн для реального мира» [1].

Современный мир и происходящие в нем процессы невероятно сложны, и дизайн, являющийся отражением нашего социального устройства, здесь не исключение. Отсюда — следует детально рассмотреть, как этические нормы современного общества, переложенные на язык проектной деятельности, «работают» в дизайне. Если в области инженерии и архитектуры этические исследования проводятся регулярно, что зафиксировано во множестве научных работ и действующих стандартов, то для дизайна поле современной этики является новым, малоизученным пространством, не говоря уже о практическом применении этических кодексов. Старт изучению и применению этических норм в профессиональной проектной практике был дан в 1834 году создателями Королевского института британских архитекторов (RIBA). Кодекс, являющийся основным документом Института, постоянно совершенствуется, включая в себя нормы, касающиеся профессионального поведения, специфики внутрипрофессионального взаимодействия, образования и целей проектной практики [2].

Дизайнеры вслед за архитектурным сообществом пришли к необходимости использовать этические нормы в профессиональной практике, это было осуществлено с помощью таких манифестов, как «first things first: манифест ответственного дизайна» [3]. Документ был опубликован в 1964 году, его автор Кен Гарланд сосредоточился в тексте манифеста на обязанностях дизайнеров, работающих в рекламе. В 2007 году проект Валери Кейси «Designer's Accord» объединил дизайнеров, преподавателей и руководителей бизнеса с целью определить руководящие принципы экологической устойчивости в дизайне [4]. В 2009 году Дэвид Берман написал свою декларацию «Do Good Pledge» [5], стремясь мотивировать дизайнеров посвящать десять процентов своего рабочего времени «совершению добрых дел» и одновременно с этим в своей профессиональной деятельности соблюдать нормы этики.

Принципы этики в дизайне начали формироваться с появлением новой профессии и развиваются до сих пор несмотря на то, что в других областях эти процессы идут гораздо активнее [6]. Данная ситуация связана с неопределенностью границ профессии, со слабо очерченными пределами дизайнерской деятельности, с еще не выявленными зонами ответственности проектировщика. В определении, данном ICSID, дизайн обозначен как всеобъемлющая деятельность, связанная с массовым производством. В определении WDO 2015 года дизайну отводится место в цепочке процессов, связанных с проектированием, производством и

сбытом продукции. При этом дизайну посвящен только один из разделов этого цикла, что существенно сужает рамки профессиональной деятельности, лишает дизайнера возможности влиять на макропроцессы, связанные с созданием предметной среды и взаимодействием человека с ней [7]. Хотя в научной практике «дизайн» всегда выступал как «особый» вид проектной деятельности, напрямую влияющий на жизнь человека, вопросы этики здесь не затрагивались вовсе; при этом этика в инженерной и изобретательской деятельности рассматривались всесторонне. Отвечая на вопрос об этике в дизайне, следует найти приемлемое определение, соответствующее поставленным задачам.

Нобелевский лауреат Герберт Саймон, темой работ которого, наряду с экономикой и социальным поведением, стали вопросы анализа и принятия решений, дал наиболее емкое и подходящее для данного исследования определение: «Дизайн — это систематическая дисциплина, включающая выбор, направленный на изменение существующих ситуаций в предпочтительные» [8]. Это определение своей тональностью созвучно исследованию этических норм в проектно-художественной деятельности. Однако для того, чтобы определить место этики в дизайне, необходимо ответить на основные вопросы:

*В каких процессах дизайнер может принимать решения?*

*Как они связаны с этикой в процессе выбора объекта проектирования и принятия решения?*

*Как этические нормы влияют на сам процесс проектирования, на особенности построения коммуникации с коллективом дизайнеров и заказчиком?*

*Какую ответственность несет дизайнер за проект?*

*Как эта ответственность может быть разделена между всеми участниками процесса создания и реализации продукта?*

Если в начале XX века продукт рассматривался только как осязаемый материальный объект, будь то потребительский товар, промышленное оборудование или здание, то в начале XXI века категория материального расширилась и включила в себя химические и биологические продукты в качестве физических артефактов, возникающих в результате работы проектировщика. Кроме того, информационные продукты, визуальные коммуникации, сервисы, процессы и даже организации являются продуктами дизайнерской деятельности, обдуманными, требующими тщательного, ответственного принятия решений при их создании. Понимание того, что

последствия, возникшие в результате работы дизайнера, являются индикатором их эффективности, изменило отношение к профессии и, в том числе, определило ценностные категории в проектировании продукта [9]. Оценка последствий создания продукта для жизни людей, общества и мира природы с этической точки зрения — это ключевая позиция при формировании принципов проектной культуры. Отчасти это произошло благодаря влиянию физики и биологии, с помощью которых удалось отслеживать влияние продуктов производства на природу и человека.

Процессы, связанные с работой дизайнеров, их взаимодействие с заказчиками, сторонними организациями и проектными коллективами также важны для понимания этического отношения к конечному продукту и производственным процессам. Важно понимать, что дизайнеры не являются нейтральными участниками проектирования и производства продуктов. Они обладают ценностями и предпочтениями, убеждениями, пониманием того, что, по их мнению, хорошо и что плохо для потребителя. Как и любой человек, дизайнер обладает множеством интеллектуальных и моральных достоинств и недостатков, составляющих индивидуальный характер личности, что в дальнейшем находит отражение в процессе проектирования и в продуктах, создаваемых разработчиками. Дизайн становится одной из форм гражданского протеста, полем для критических высказываний. Личная позиция — это основа любого движения, сила индивидуального манифеста зачастую ярче и острее общественной позиции. Джеймс Картрайт в своей статье приводит фразу графического дизайнера Николь ЛаРюе, концентрирующейся в своих работах на проблемах равенства и подчеркивающей роль женщины в современном обществе: «Я не писатель, не владею художественным словом, поэтому я могу протестовать только своим дизайном» [10].

Однако дизайн не является областью, где могут быть заняты исключительно индивидуальные специалисты, как, например, в изобразительном искусстве. Дизайн всегда являлся деятельностью, связанной с коллективным взаимодействием, с построением сложных коммуникационных систем. В этой связи заслуживает отдельного внимания эксперимент, описанный в издании «smashingmagazine». В нем дизайнеры Сиара Тейлор и Саманта Демпси (Иллинойский технологический институт) попытались ответить на вопрос — как этические установки из личных становятся этическими нормами целого сообщества? Что именно должно произойти чтобы была сформирована система этических норм, наподо-

бие тех, которые существуют в медицине? Авторы опросили большое количество экспертов и смогли создать модель единого этического кодекса, применимого к дизайну. Исследование было проведено в три этапа: на первом была рассмотрена возможность переноса этических обязанностей с отдельных лиц на сообщество, на втором сформирована проектная этика, на третьем создано пространство диалога в профессиональном сообществе и осуществлен перенос этической ответственности с отдельных лиц на профессиональные сообщества. Были собраны и систематизированы положения, высказанные сообществом, далее переложенные в форматы этического кодекса и задокументированных принципов. Эксперимент показал, что ориентация на этические принципы меняет ход работы, определяя манеру проектирования, в которой проводятся исследования и осуществляется коммуникация с заказчиком. Этические нормы, принятые в рамках проектной группы, побуждали авторов выбирать нестандартные, остроумные решения, больше опираться на результаты исследования и на интервью, а также в большей мере осуществлять междисциплинарное взаимодействие, включая в процесс работы медиков, психологов и социологов [11].

Этическая оценка дизайна коренится в самом процессе создания проектов, в планировании и воплощении объекта проектирования, в выстраивании отношений с заказчиком и потребителем продукта [12]. Этика в дизайне — это, прежде всего, личностные установки, моральные качества и ответственность разработчика. Дизайнер в современном мире должен нести непосредственную ответственность не только за свой продукт, но и за этику процессов, предшествующих и следующих за его созданием [13]. Работа дизайнера выстраивается не только в соответствии с его личными качествами, она также зависит от профессиональных этических кодексов, сформулированных и принятых профессиональными сообществами. В качестве примера таких документов можно привести Кодексы этики таких национальных организаций, как Королевский Институт Британских Архитекторов (RIBA), Американский институт архитекторов (AIA), Американское общество промышленных дизайнеров (IDSA), Американский институт графических искусств (AIGA). Эти организации начали работу с выработки этических стандартов профессии, с вопросов компетентности, сертификации, с вопросов профессиональной подготовки и оценки специалистов, с их добросовестности и профессионализма. Тем самым были подчеркнуты этические стандарты и в технической прак-

тике, и в образовании, и в вопросах бизнеса, а сами стандарты должны быть приведены в соответствие с законами и нормативными кодексами, определяющими безопасность. Несмотря на то, что большинство этических кодексов регулируют формальные отношения между специалистами, заказчиками и потребителями, ее существуют области, остающиеся за рамками нормативных документов. В этой связи возникает вопрос о механизмах регуляции, не связанных с директивными указаниями.

Продукты дизайна должны содержать целеполагание — это непреложная истина для всех видов проектной деятельности [14]. Однако проектировщик должен соотносить свой продукт с конкретной целью. В среде дизайнеров существуют специалисты, ограничивающие сферу своих действий только теми продуктами, которые, по их мнению, не приносят вреда человеку и окружающей среде. Например, кто-то из них отказывается от проектирования продуктов, связанных с оружием или военной амуницией, воздерживается от производства рекламы, товаров или услуг, идущих вразрез с их личными установками. Все, что прямо или косвенно наносит вред человеку или кому-либо, или чему-либо, представляет серьезную задачу для проектировщика, требующую от него поиска взвешенного решения.

В отличие от промышленного дизайна, где автор может сделать выбор в пользу собственных интересов, исключив, например, оружие, в графическом или коммуникационном дизайне рассуждение об этике следует принципам информации, которую дизайнер стремится донести, подавая ее через призму собственного отношения к предмету путем включения в исходный материал собственного «визуального» текста. Еще одним элементом выбора становится эстетическая ценность и то, насколько широко создатель продукта ее понимает. Честность и правда становятся серьезными этическими нормативами, когда коммуникационный дизайн используется в маркетинге, упаковке или в учебных материалах.

Этические проблемы связаны с эстетическим удовлетворением от продукта, а эстетика используется в качестве инструмента, влияющего на развитие общества и культуры. Однако эта и другие формы эстетического удовлетворения от использования продуктов дизайна часто переходят от вопросов индивидуального удовольствия к общественным интересам, приобретая дополнительное этическое и моральное звучание. Можно считать, что создание определенного вида формальной привлекательности в продуктах будет иметь прямое влияние на повышение их

ценности и на поведение людей. Эстетика касается социального, культурного и даже политического аспекта жизни общества. Однако чаще всего потребители сталкиваются с неправильным пониманием эстетики, связанным с самим термином. Часто в нашем понимании эстетика имеет ограниченное значение и воспринимается лишь как «наука о прекрасном». В своем первоначальном и самом широком значении эстетика относится к любым приятным или негативным ощущениям, испытываемым людьми. В этом смысле все продукты дизайна, вне зависимости от того, что вложил в них автор, имеют эстетический элемент. Звук закрывающейся двери, текстура поверхности, визуальное отображение информации в программном интерфейсе, запах полимера, вкус лекарств — все это примеры эстетического компонента дизайн-объекта. Эстетика становится одной из важнейших категорий, которыми оперирует новая этика. Эстетика — это то, что заставляет человека идентифицировать себя с продуктом. Идентификация с продуктом становиться частью образа жизни, опытом, системой коммуникации и навигации личности.

Сегодня каждый дизайнер должен ответить определенные вопросы:

*Каково моральное значение конкретных целей, которые реализуют дизайнеры?*

*Какова моральная ценность продуктов, создаваемых дизайнерами, посредством которых достигаются эти цели?*

*Какие последствия будут иметь продукты для людей, общества и окружающей среды?*

*Какие этические стандарты могут использовать дизайнеры при проектировании объектов дизайна?*

Следует рассматривать этику дизайна как отдельную проблему с четким отношением к индивидуальной и социальной жизни. Например, естественные и общественные науки изучают то, что уже существует в мире, при этом дизайн стремится создать то, что еще не существует в природе; дизайн связан с изобретениями и инновациями и, как правило, с задачами, еще не решенными на данный момент. В этой связи потенциал для моральных конфликтов настолько велик, что этические проблемы дизайна, по существу, совпадают с этическими проблемами общества в целом.  Вот почему современный дизайн «работает» именно в поле «новой этики», вот почему невозможно опереться на традиционные представления об этических нормах. Новая этика, описанная Эрихом Нойманом, предлагает отказ от деления окружающего мира на «хорошее»

и «плохое», призывает освободиться от попытки радикализировать мир и признать все стороны человеческой натуры. Новая этика базируется не на насильственном переходе к новым формам существования, а на личной ответственности дизайнера и на его нравственной зрелости [15].

Началом системной работы дизайна и общества в решении гуманитарных задач стал конкурс, организованный Всемирным советом по дизайну, в январе 2011 года в Монреале, где ICSID представил международную премию, вручаемую за инновационную деятельность, посвященную расширению возможностей и стимулированию социально ответственных проектов и инициатив в области дизайна. Организаторы задались вопросом, что происходит, когда дизайн-проекты и инициативы меняют мир. Хотя сегодня ряд конкурсов демонстрирует социальные преимущества дизайна, «World Design Impact Prize» сохраняет свою уникальность. Конкурс открыл новые возможности для дизайна, где отсутствует ярко выраженная коммерческая составляющая; конкурс стал альтернативной многочисленным выставкам и соревнованиям, представляющим коммерческий дизайн и модную индустрию [16].

Для ведущих учебных заведений, связанных с дизайном, этика также становится новой вводной: проект, помимо технической и коммуникативной составляющих, должен помогать решить социальную задачу. Так в 2018 году появился конкурс для молодых дизайнеров Small Project Awards, где гуманитарная составляющая является одним из главных критериев оценки. В рамках конкурса был представлен проект дома BI(h) OME, разработанный студией «Kevin Daly Architects», создавшей альтернативу временным палаткам, спроектировавшей дешевый и прочный дом, где с достаточным комфортом могут находиться те, кто по тем или иным причинам не может проживать в полноценном жилище [17]. Музеи также включились в процессы, меняющие взгляд на дизайн. Дизайн может решать базовые задачи, стоящие перед обществом, в том числе и задачу установления равенства между людьми. Лео Бернет и Лондонский Музей Дизайна создали выставку, на которой представлены объекты и графика, говорящие об этических проблемах. На постере музея запечатлены люди и предметы, необычные для традиционной выставки дизайна: фокус смещен на человека, на его истинные потребности. Главным посылом этой выставки и связанной с ней рекламной компании является тезис, что дизайн помогает людям в достижении всего того, о чем они мечтают, помогает им стать тем, кем они хотят быть, о чем хотят гово-

рить с обществом, как хотят показывать свою индивидуальность. В интервью Чак Собхани, креативный директор «Leo Burnett London», сказал: «Дизайн — один из самых важных инструментов, имеющихся у человечества для понимания и изменения мира, где мы живем. Мы надеемся, что эта выставка покажет всем силу и всеобъемлющей характер дизайна» [18]. Дизайнеры повсюду ищут возможность для объединения усилий в борьбе с глобальными вызовами, волонтерство и помощь возможны не только в виде сбора пожертвований или непосредственного участия в работе миссий, но и при оказании профессиональной помощи, как это делают медики. «The New York Times» опубликовал обзор проектов, созданных сетью проектных бюро «Project H Design», основанной в январе 2008 года. Разработчики участвовали в десятках проектов, направленных на решение социальных и экологических задач. Темы проектов варьировались от разработки устройств для транспортировки воды для жителей засушливых регионов Африки до создания средств помощи бездомным в Сан-Франциско или дизайна мебели для сельских школ в удаленных районах Мексики [19].

Финские дизайнеры также находятся на переднем крае борьбы за право участвовать в глобальной мировой повестке. Финский бренд «Rens Original» создал первые в мире кроссовки из переработанных зерен кофе и пластика. Бренд был основан двумя молодыми дизайнерами, обеспокоенными влиянием обувного производства на окружающую среду. Сегодня «Rens Original» готов стать любимым брендом для всех думающих об экологии потребителей. Еще она компания из Финляндии «Cuitu» из г. Турку построила всю бизнес-модель вокруг экологической ответственности. «Cuitu» — не только модный бренд, предлагающий современную одежду и аксессуары для жителей мегаполисов, компания хочет продвигать фирмы, разрабатывающие новые экологичные материалы. Бренд постоянно ищет инновационные решения в производстве текстильной продукции и уже сотрудничает с некоторыми из крупнейших игроков в этой области, среди них «Spinnova» и Центр технических исследований Финляндии «VTT» [20].

В традиционном этическом дискурсе подчеркивается необходимость выносить моральные суждения в виде критики или оценки относительно уже предпринятых действий. Сегодня можно говорить о том, что этика в проектировании может рассматриваться с точки зрения морального аспекта, помогающего разрабатывать этические способы действия.

Новая этика сама по себе является формой проектирования, направленной, в первую очередь, на конструирование профессионального поведения; этика помогает дизайнерам творчески и ответственно реагировать на этические и моральные стороны в своей работе. Работа дизайнера оценивается не только по уровню владения материалом, формой и технологией — его вклад рассматривается в неразрывной связи с созданными произведениями, с этическими и моральными установками, которые автор через них транслирует публике.







Рис. 1. Компания «Cuitu» из Турку построила всю бизнес-модель вокруг экологической ответственности

Рис. 2. Финский бренд «Rens Original» создал первые в мире кроссовки из переработанных кофе и пластика

Рис. 3. Hippo Roller Re-design — устройство для транспортировки воды, созданное Project H Design для развивающихся стран

Сегодня в России новая этика — это форма коммуникации, пока реализуемая не сообществами, а только с помощью частных инициатив. Еще в достаточной степени не сформировано движение, способное объединить специалистов. Однако формы взаимодействия могут и должны быть построены на базе функционирующей бизнес-модели; такая форма отражает принципы новой этики, не разделяющей мир на черное и белое, не перекладывающей всю полноту ответственности на дизайнера, а осуществляющей работу за счет формирования условий, способствующих положительным изменениям. Так, агентство «Human After All» [21] выстроило свою модель на сетевых взаимодействиях, при помощи которых стремится внести изменения в

систему взаимодействия «проектировщик-потребитель». Сегодня клиентами «Human After All» стали Гринпис, Всемирный экономический форум и «International Alert». Создавая агентство на основе социальной ответственности, разработчики привлекли клиентов, желающих поддержать миссию XXI агентства и предпринять необходимые этические действия. Это дает «Human After All» возможность не подвергать сомнению этическую позицию своих клиентов и дизайнеров; само взаимодействие с агентством рассматривается как позитивное изменение. Подобные сети формируются благодаря поддержке, создаваемой конкурсами и рейтинговыми системами, среди них: Белый карандаш от D&AD. Успех этих компаний говорит о том, что дизайнеры стремятся работать с социально ориентированными компаниями [22].

Современному дизайнеру зачастую не так важен гонорар, как ощущение социальной значимости проектов, и даже если заказ является социальным проектом, не предполагающим вознаграждение, такие проекты все чаще привлекают специалистов. В Нью-Йорке набирает обороты социальный проект «New York Cares» [22], где принимают участие дизайнеры, обучающие детей искусству графики и программированию. К таким разработкам относится проект «Catch a Fire» [23], придуманный как помощь небольшим некоммерческим фирмам в виде дизайнерской практики, нуждающимся в разработке буклета, лого или консультации по интерьеру. Кроме того, дизайнер может бросить вызов самому себе и создать собственные социально ориентированные проекты, которые, возможно, принесут пользу благотворительной организации или выполнят другую важную социальную миссию.

В нашей стране также появляются проекты, заявляющие о себе как ответственные разработки, выражающие позицию автора или целого сообщества. Среди них проект zerowaste.lab, основателем которого стала молодой дизайнер Буляш Тодаева [24], или «институт Гелиотектуры», основанный Сергеем Непомнящим [25]. Эти проекты, в первую очередь, стали выражением личной позиции создателей, а образованные ими структуры используются как возможность громче и более аргументированно излагать свою позицию. Для России характерно, что «этика» становится не сводом правил, а существует как ощущение собственного я, часто выражающееся в противоречивых и сложных проектах на стыке искусства и дизайна. Одной из излюбленных сфер проявления этики становится политический дискурс, обнажение ключевых проблем российского обще-

ства; именно благодаря этому «социальный плакат» как художественное явление громко заявляет о себе в России. Одной из инициатив, лежащих в плоскости новой этики, можно назвать деятельность дизайнеров вне коммерческого рынка. Это не только плакат, это еще и ландшафтный дизайн. Именно так родился феномен фестиваля «Никола ленивец», выросший как фиксация социальной позиции автора, объединившего в проекте как художников, так и людей, ранее не занимавшихся искусством. В любом случае «Никола ленивец» — это феномен не только художественный или проектный, это феномен социальный, равного по силе социального явления в нашей стране, наверняка, нет.

**Примечания:**

**1.** *Папанек В.* Дизайн для реального мира. — М.: Издатель Д. Аронов, 2004.

**2.** URL: https://www-architecture-com.translate.goog/knowledge-and-resources/resources-landing-page/code-of-professional-conduct?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата обращения: 10.10.2022).

**3.** URL: https://britanka.media/first-things-first-manifest-otvetstvennogo-dizayna/ (дата обращения 10.10.2022) (дата обращения 14.10.2022).

**4.** URL: http://www.designersaccord.org/ (дата обращения: 9.10.2022).

**5.** URL: https://davidberman.com/social/dogood/ (дата обращения: 10.12.2022).

**6.** *Шабатура Л.Н., Шпильская К.А.* Формирование этики дизайнера // Ценности и смыслы. — 2015. — № 2 (36). — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-etiki-dizaynera (132). (дата обращения: 9.10.2022).

**7.** URL: https://wdo.org/about/definition/ (дата обращения: 10.11.2022).

**8.** Revisiting Herbert Simon's «Science of Design» DJ Huppatz Design Issues: Volume 31, Number 2 Spring 2015. — URL: https://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/DESI_a_00320 (дата обращения: 10.10.2022).

**9.** *Дмитриева Л.М., Балюта П.А.* Место дизайна в современном культурном пространстве // ОНВ. — 2015. — № 1 (135). — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-dizayna-v-sovremennom-kulturnom-prostranstve (1) (дата обращения: 10.10.2022).

**10.** *James Cartwright.* «Should Designers Take Responsibility for the Ethics of Their Clients?» Eye on Design, published February 13, 2017. — URL: https://eyeondesign.aiga.org/designers-should-take-responsibility-for-the-ethics-of-their-clients/ (дата обращения: 7.11.2022).

**11.** URL: https://www.smashingmagazine.com/2017/11/designing-ethics/ (дата обращения: 7.11.2022).

**12.** *Быстрова Т.Ю.* Этика проектной деятельности дизайнера // Электронный научный архив УрФУ. — 2015. — URL http://hdl.handle.net/10995/37037] (дата обращения: 9.11.2022).

**13.** Revisiting Herbert Simon's «Science of Design» DJ Huppatz Design Issues: Volume31, Number 2 Spring 2015. — С. 40. — URL: https://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/DESI_a_00320] (дата обращения: 10.10.2022).

**14.** *Дмитриева Л.М., Балюта П.А*. Цит. произв. — С. 18.

**15.** *Лесевицкий А.В.* Метафизика «новой и старой этики» в творчестве Ф.М. Достоевского и психоанализе Э. Нойманна // Гуманитарные научные исследования. — 2014. — № 1.

**16.**URL:https://wdo.org/wdo-launches-call-for-submissions-for-wdip2021/ (дата обращения: 23.10.2022).

**17.** URL: https://www.aia.org/showcases/197466-bihome (дата обращения: 15.12.2022).

**18.** URL: https://www.moreaboutadvertising.com/2019/09/leo-burnett-and-design-museum-unveil-design-humanitys-best-friend/ (дата обращения: 15.12.2022).

**19.** The New York Times г. — URL: https://www.nytimes.com/2009/09/07/fashion/07iht-design7.html (дата обращения: 20.12.2022).

**20.** URL: https://www.goodnewsfinland.com/ru/feature/finskaya-pyaterka-otvetstvennaya-moda/?fbclid=IwAR3x7gSrdioadZxnx8YXckdveQ-lN6SD5lTyXjAiPdW6fWvBVOywXy0zchI (дата обращения: 15.12.2022).

**21.** URL: https://humanafterall.studio/ (дата обращения: 15.12.2022).

**22.** URL: https://www.dandad.org/en/d-ad-white-pencil-explained/ (дата обращения: 15.12.2022).

**22.** URL: https://www.newyorkcares.org/?gclid=CLHNzaXLgNECFZePswodozAFZQ (дата обращения: 14.12.2022).

**23.** URL: https://www.catchafire.org/ (дата обращения: 15.12.2022).

**24.** URL: https://zerowastelab.ru/ (дата обращения: 15.12.2022).

**25.**URL:https://www.conferencecast.tv/ru/speaker-12026-sergei-nepomnyashchii (дата обращения: 10.10.2022).