О.Л.В. ШАРП

Магистр. Независимый исследователь. Соискатель на степень кандидата искусствоведения. Факультет креативных индустрий / Школа дизайна, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
e-mail: olucasharp@gmail.com

O.L.V. SHARP

Master of science, applicant, Faculty of Creative Industries, School of Design, National Research University Higher School of Economics,
e-mail: olucasharp@gmail.com

DOI: 10.37485/1997-4663_2024_4_2_231_238

«СОЦИАЛЬНЫЙ ДИЗАЙН» КАК ЗОНТИЧНЫЙ ТЕРМИН: ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ЕГО КЛЮЧЕВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

SOCIAL DESIGN AS AN UMBRELLA TERM: ITS DEFINITION AND KEY CHARACTERISTICS

Статья исследует концепцию социального дизайна, его различные определения и основные характеристики. Автор утверждает, что социальный дизайн является зонтичным термином для ряда социально-ориентированных дизайн-практик, использующих общий инструментарий. В статье описаны отличительные черты социального дизайна, отражающие его гуманистическое начало.

The article explores the concept of social design, its various definitions and basic characteristics. The author argues that social design is an umbrella term for a number of socially-oriented design practices, based on practical common tools. The article describes the distinctive features of social design, reflecting its humanistic values-driven origin.

Ключевые слова: социальный дизайн, социально-ответственное проектирование, ценностное проектирование, практика социального дизайна.

Keywords: social design, socially-responsible design, value-driven design, social design practice.

С середины XX века началась новая эра дизайна, в которой дизайнеры выходят за рамки проектирования предметно-коммуникационной среды в принципиально новые области организационного или даже институционального проектирования (1). «First Things First Manifesto» Кена Гарланда (1964) стал одним из основополагающих документов, который обратил внимание дизайн-сообщества на концептуальный разворот в своей профессии в сторону проблем реального мира. Целый ряд исследователей, среди первых стоит назвать и Виктора Папанека (2), начали говорить об ответственности членов дизайн-сообщества за содействие капиталистическим ценностям рынка и необходимости ценностного самоопределения.

Хотя термин «социальный дизайн» получил широкое распространение, особенно среди развитых стран, концептуальной ясности ему все еще не хватает. Кроме того, разрозненная практика вокруг неоднородного типа социальных проблем, обилие инновационных подходов к попытке стимулировать трансформации для решения разного рода задач привели к формированию множества схожих по сути направлений внутри дизайна: Социально-ориентированный дизайн (англ. — socially-oriented design), Социально-ответственный дизайн (англ. — socially responsible design), Дизайн ради социального блага (англ. — design for social good), Дизайн социальных инноваций и устойчивого развития (англ. — design for social innovation and sustainability), Трансформационный дизайн (англ. — transformation design), Системный дизайн (systemic design), Транзиторный дизайн (transition design), Направление социальных и институциональных инноваций (social innovation as institutional innovation). Были также высказаны мнения о том, что требуется различать социальный дизайн и практики социальных инноваций и предпринимательства (3) как отдельные направления.

Применение традиционных методов и принципов к решению совершенно новых для дизайнеров вопросов привело к формированию социального дизайна как самостоятельного социально-ответственного направления, чей трансформационный потенциал признается многими авторами (4).

Армстронг и коллеги, признавая многообразие практики и пытаясь выделить отличительные черты социального дизайна, утверждали,

что он построен на партисипаторном подходе, движим целями социального благополучения, а не [преимущественно] коммерческими целями [1]. В целом аспект, связанный с именно с коммерческой составляющей, был предметом многих дискуссий в дизайн-сообществе. Так, например, Виктор и Сильвия Марголин предлагали смотреть на коммерческий и социальный аспект работы дизайнера не как на две противоположности, а как на две стороны одного континуума [3, с. 5–7].

Многие некоммерческие организации, занимающиеся проектированием в социально-ориентированном направлении, например, IDEO.org, DESIS Network, Brainport Development, Frog design, Shift Design, Ruta N и многие другие, не идентифицируют себя с социальным дизайном имплицитно, тем не менее отражая все принципы и ценности данного направления и, главное, используя сходные подходы к решению задач. Также похожие подходы активно используются и разрабатываются в рамках многочисленных одноименных образовательных программ в образовательных учреждениях по направлению социального дизайна. При этом сферы применения социального дизайна крайне обширны: это и дизайн в условиях катастроф, и проектирование решений по повышению эффективности систем здравоохранения и образования, и проекты по развитию инклюзивности публичных сервисов или инфраструктуры общественных организаций, и вовлечение жителей в жизнь города, и так далее, причем результатами работы социальных дизайнеров могут быть как предметы и услуги, так и принципиальная трансформация существующих процессов, в том числе и на организационном уровне, и на уровне ключевых социальных институтов.

В целом вопрос масштаба проектов в области социального дизайна также являлся отдельной веткой научной дискуссии. Есть, например, мнение, которое обозначает социально-ориентированный дизайн как практику решения локальных «проблемных ситуаций» [4, с. 59] разного рода. Были высказаны идеи о том, что социальный дизайн работает с так называемыми «проблемами порочного круга» (wicked problems), не имеющие однозначно «хорошего» решения.

Были также предприняты попытки найти общие цели и даже векторы социально ориентированного проектирования. Так, например, Нинке Тромп и Стефане Виаль выделяли пять ценностей и соответствующих им целей социального проектирования. Эти цели и ценности объединены стремлением к социальному благополучию и описаны так [5, с. 256]:

— забота и благополучие малоимущих людей;

— ответственность и создание «ответственных» систем управления;

— политический прогресс и наделение полномочиями граждан;

— социальный капитал и благополучие сообществ;

— устойчивость и устойчивые системы.

Кроме того, авторы предлагали рассматривать социальный дизайн как дизайн для общества в целом, включая институты и социальные системы. Пять целей дизайна они рассматривали как компоненты социального дизайна, которые также могут сочетаться друг с другом, образуя комплексные сложные дизайн-проекты, в которых различаются объекты, а фокус работы смещается на изменение его качества.

Отличительной чертой проектов можно назвать использование человекоцентрированного подхода, техник дизайн-мышления и системного дизайна на всех этапов проектирования: от определения цели до создания системы обратной связи с конечным пользователем при реализации готового решения. В большинстве случаев результатом работы социальных дизайнеров становится не готовое решение (рыба), а передача в руки пользователей инструмента самопомощи (удочки).

Таким образом, при общем концептуальном сходстве множества направлений социально-ответственного проектирования, форм реализации подобных проектов можно констатировать отсутствие общего языка и общепринятого понятия для определения феномена социально-ответственного проектирования в среде современных дизайнеров. И отсутствие общей для всех дефиниции затрудняет квалификацию дисциплины (5), постановку исследовательских задач, а также формирование векторов ее развития.

На наш взгляд, существует важная особенность, которая выделяет практику социально-ответственного проектирования: это используемые экспертами инструменты дизайна, которые направляются ценностными установками на решение реальных общественных проблем, таким образом при разных предметах и целях есть общее во всех этих социально-ориентированных практиках — это метод и общая этическая и ценностная ориентация.

Очевидно, что понятие социального дизайна выходит далеко за рамки помощи незащищенным слоям населения. Ключевыми характеристиками этого направления в дизайне, которые с наибольшей точностью описывают практику дизайн-проектирования, можно назвать следующие.

1. Центрированность на человеке: акцент на понимании и решении потребностей, ценностей и точек зрения людей, которых касается проект.

2. Контекстуальность: проекты социального дизайна отталкиваются от конкретных социальных, культурных и экологических условий, в которых они реализуются.

3. Совместное проектирование: проекты часто предусматривают сотрудничество с заинтересованными сторонами из самых разных областей, включая представителей местных сообществ, государственных органов и некоммерческих организаций.

4. Система обратной связи: важной частью совместного проектирования является создание системы обратной связи, которая должна обеспечить гибкость и сохранение фокусировки на потребностях человека.

5. Направленность на устойчивые трансформации: проекты направлены на создание ощутимых, долгосрочных и устойчивых изменений. Проекты учитывают долгосрочные последствия принимаемых решений.

Социальный дизайн, таким образом, рассматривается в современной литературе как минимум с трех позиций:

— как нравственно-идеологическая установка дизайнера по отношению к своей деятельности, к результатам и последствиям этой деятельности и, разумеется, к адресату изменений;

— как проектирование ради намеренной трансформации социальных и социотехнических систем с целью реализации гуманистического, социально ответственного вектора, в том числе путем создания «пограничных объектов» (англ. — boundary objects), метаязыка для создания общего видения в междисциплинарных командах;

— как самостоятельное направление в области современного дизайна, создающее собственный инструментарий в области трансформирования и/или создания сложных социотехнических систем (6).

Таким образом, несмотря на существующую пока проблему отсутствия общего языка, устоявшейся терминологии или какого-либо единого паттерна проектирования среди приверженцев социального дизайна (7), примеры из конкретной практики социального дизайна создают фундамент для продуктивной дискуссии — позволяют очертить общую методологическую основу работы со сложными социотехническими объектами, определить устоявшиеся паттерны и, разумеется, наметить вопросы для дальнейшего исследования. Таким образом, в нашем

понимании объективно существует проектная практика внутри дизайна, ставящая во главу угла социальную и экологическую ответственность, направленная на решение сложных социальных проблем и содействие позитивным изменениям. Руководствуясь описанными выше общими характеристиками такой проектной дизайн-практики, мы понимаем социальный дизайн как зонтичный термин для выделения всего множества социально-ориентированных направлений в современном дизайне.

Под социальным дизайном мы предлагаем понимать такое социально-ответственное направление современного дизайна, которое нацелено на исследование сложных социотехнических систем, разработку и применение методов и технологий создания, модернизации и трансформации таких систем во имя позитивных изменений, устойчивого развития, с опорой на социальную и экологическую ответственность. Укорененность в сфере ценностей является здесь существенной характеристикой.

Принципиально важным для дальнейшего развития стратегий социально-ответственного дизайна является понимание его целей и задач широкой аудиторией, поскольку такого рода проекты нуждаются не только в авторе, но и в новом типе потребителей дизайна. Это не «покупатель», как в случае с обычным продуктом индустриального производства, а соучастник, единомышленник, осознанно стремящийся к устойчивому будущему. Художественные и технические решения, предлагаемые дизайнером в этом случае, являются также этическими решениями, потому объективно существует необходимость поддерживать научную дискуссию о принципах и актуальном направлении развития социально-ответственного дизайна. Именно поэтому одной из целей дальнейших исследований в этом направлении является включение в поле дискуссии более широкого круга специалистов из числа как дизайнеров, так и социологов, урбанистов, специалистов по управлению муниципальными проектами, широкой аудитории.

Стоит отметить, что тенденция к социально ответственному проектированию проникает во многие сферы человеческой деятельности в том числе в области бизнеса, в сферы маркетинга, менеджмента, организационного проектирования, корпоративной социальной ответственности и другие. Эту тенденцию также можно обозначить как одно из перспективных направлений для дальнейшего изучения потенциала работы социальных дизайнеров с коммерческими организациями в части оказания консалтинговых услуг и помощи в реализации программ принципиальной

трансформации стратегий реализации ценностей компании, в том числе ценностей корпоративной социальной ответственности, на практике.

Отдельная тема из области социального дизайна — это сферы его применения в рамках концепции «умных городов», где также можно найти множество примеров социально-ориентированных проектов, среди которых есть и такие крупномасштабные проекты, как создание «Умной системы управления» (Smart Governance), которые трансформируют подход к управлению городами, превращая ее в систему совместной работы жителей с госорганами. Заслуживает внимания, например, содержание публикации Boston Smart City Playbook, где сформулированы основные идеологические ценности, которыми необходимо руководствоваться при создании если не «умных городов» (Smart cities), то как минимум в терминах авторов, «разумных городов» (Clever cities). Авторы данного манифеста ставят себе цель создания среды для ответственного, человекоцентрированного использования сенсорных технологий для решения конкретных проблем [2]. Открытые порталы данных, публичные слушания, сервисный кодизайн, парадигма «приверженности ответственности» (англ. — Agency as responsiveness) — все это новые понятия, регулирующие создание новых продуктов сервисов в «умных городах». Применение новейших конвергентных технологий, таких как AR/VR/MR, API, IoT, ИИ, для решения социальных проблем ответственным образом — это новые направления для дальнейших исследований в области социального дизайна.

Примечания:

1. Moholy-Nagy Laszlo Vision in Motion. — USA, Chicago, Paul Theobald & Co; First Edition, 1946. — P. 371

2. *Papanek V.* Design for the Real World: Human ecology and social change. — London: Bantam Books, 1971. — P. 386.

3. См., например, *Markussen T.* Disentangling «the social» in social design's engagement with the public realm // CoDesign, №13(3), 2017. — p. 160–174.

4. См., например, работы *Simon H.* The sciences of the artificial. — Cambridge: MIT Press, 1996. — P. 248, а также книгу *Thackara J.* In the bubble: designing in a complex world. — Cambridge: MIT Press, 2005. — P. 321.

5. Об этом пишут, например, авторы работы «Transformation Design» в материале от Design Council: *Cottam H., Burns C., Vanstone C. and Winhall J.* RED paper 02: Transformation Design. — URL: https://www.designcouncil.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/red-paper-health.pdf (дата обращения: 25.03.2024).

6. См., например, работы: Papanek V. Design for the Real World: Human ecology and social change, 2021; D. Norman, Human-centered design considered harmful // Interactions, 2005. — №12 (4). — p.14–19; а также Lasky J. Design and Social Impact: A Cross Sectorial Agenda for Design Education, Research and Practice // Design and Culture. The Journal of the Design Studies Forum. — Volume 7, Issue 1, 2015. — P. 133–135.

7. См., например, Drake D., Cerminaro D., Drenttel W. Design and the Social Sector: An Annotated Bibliography. URL: https://www.designobserver.com/feature/design-and-the-social-sector-anannotated-bibliography/30158 (дата обращения 01.07.2024), а также ранее упомянутую работу Thackara J. «In the bubble: designing in a complex world». — Cambridge: MIT Press, 2005. — P. 321.

Список литературы:

1. *Armstrong L., Bailey J., Julier G., & Kimbell L.* Social Design Futures: HEI Research and the AHRC. — University of Brighton, 2014. — URL: http://mappingsocialdesign.org (дата обращения: 30.01.2023).

2. Boston Smart City Playbook. — URL: https://monum.github.io/playbook/ (дата обращения: 30.01.2023).

3. *Margolin V., Margolin S.* A «social model» of design: issues of practice and research // DRS International Conference September, UK, London, 2002 . — P. 5–7.

4. *Manzini E.* Design, When Everybody Designs. An Introduction to Design for Social Innovation. — MIT Press. 2015. — P. 256.

5. *Tromp N. and Vial S.* Five components of social design: A unified framework to support research and practice. // The Design Journal, 2022. — № 26 (1). — P. 1–19.