

ДИСКУССИИ О БУДУЩЕМ ДИЗАЙНА И ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

Павловская Елена Эммануиловна,

доктор искусствоведения, профессор, зав. кафедрой графического дизайна,
Уральский государственный архитектурно-художественный университет имени Н.С. Алфёрова,
Россия, Екатеринбург,
e-mail: digra2006@list.ru

Клименко Виктор Александрович,

кандидат технических наук,
директор НОЦ «Сибирский центр промышленного дизайна и прототипирования»,
Национальный исследовательский Томский государственный университет,
ORCID 0000-0001-7995-4728,
Россия, Томск,
e-mail: klimenko@siberia.design

УДК: 7.012

Шифр научной специальности: 5.10.3

DOI: 10.47055/19904126_2025_2(90)_16

Аннотация

В статье рассматриваются основные векторы изменений, характерные для сферы дизайна и определяющие его будущее: расширение границ профессиональной деятельности, участие дизайна в продуцировании социальных инноваций, развитие принципов устойчивого и плюриверсального дизайна, влияние технологий генеративного искусственного интеллекта на процессы дизайн-проектирования. Анализируются проблемы дизайн-образования с точки зрения готовности к этим изменениям. Представлены рекомендации ведущих зарубежных специалистов по совершенствованию образовательных программ в сфере дизайна.

Ключевые слова:

дизайн для социальных и бизнес инноваций, устойчивый и плюриверсальный дизайн, будущее дизайн-образования

DISCUSSIONS ABOUT THE FUTURE OF DESIGN AND DESIGN EDUCATION

Pavlovskaya Elena E.,

Doctor of Art Studies, Professor, Head of Graphic Design Department,
Ural State University of Architecture and Art,
Russia, Yekaterinburg,
e-mail: digra2006@list.ru

Klimenko Victor A.,

PhD (Engineering),
Director, Siberian Center of Industrial Design and Prototyping,
Tomsk State University,
ORCID 0000-0001-7995-4728,
Russia, Tomsk,
e-mail: klimenko@siberia.design

УДК: 7.012

Шифр научной специальности: 5.10.3

DOI: 10.47055/19904126_2025_2(90)_16

Abstract

The article examines the main vectors of changes that are characteristic of the design sphere and are determining its future: expansion of the boundaries of professional activity, participation of design in the production of social innovations, development of principles of sustainable and pluriversal design, and influence of generative artificial intelligence technologies on design processes. The problems of design education are analyzed from the point of view of readiness for these changes. Recommendations of leading foreign experts on improving educational programs in the field of design are presented.

Keywords:

design for social and business innovation, sustainable and pluriversal design, the future of design education

Введение

Размышления о будущем, столь привычные и понятные в контексте любой проектной деятельности (и дизайн здесь не является исключением), приобретают в последние годы особую остроту. В отличие от большинства других сфер, формирующих представления о будущем (таких как политика, художественное творчество, научное или псевдонаучное прогнозирование, мифические предсказания и т. п.), дизайн как профессиональная сфера призван *воплощать будущее* в конкретных формах, образах, структурах, опираясь на свое визионерское предназначение, опережающее видение, четко выстроенную последовательность действий. Однако такая миссия оказывается все более трудновыполнимой: будущее утрачивает свойства линейной экстраполярности, вынуждая дизайн искать новые «места обитания», новые формы существования, новые ценностные ориентиры... Как все это может и должно сказаться на дизайн-образовании – данный вопрос предполагает необходимость постоянных размышлений, обсуждений и действий.

Цель статьи – проанализировать представления о возможных путях развития дизайн-образования в соответствии с представлениями о будущем самого дизайна. Мы попытаемся отследить основные векторы дискуссий, связанных с будущим дизайна и дизайн-образования, обращаясь к исследованиям зарубежных (по большей части) и российских авторов, опубликованным в последние несколько лет.

Часть 1. Дизайн

Будущее туманно... На рубеже десятых-двадцатых годов XXI столетия всколыхнувшая весь мир пандемия поставила перед человечеством множество экзистенциальных вопросов. Дискуссии о будущем, будоражившие умы в конце XX в. и оказавшиеся на периферии научного дискурса после того, как новое тысячелетие стало обыденной реальностью, вспыхнули с новой силой. Разумеется, дизайн не может оставаться сторонним наблюдателем в этом процессе: «какая из профессий лучше всего подходит и специально обучена для того, чтобы представлять, размышлять, исследовать, придумывать, визуализировать и показывать, а не рассказывать, как на самом деле может выглядеть трансформация общества? Конечно, это дизайнеры и исследователи дизайна. Дизайнеров учат «делать реальным» то, что в противном случае остается только в воображении» [1].

Однако эта, казалось бы, безупречная с точки зрения логики, позиция Стюарта Уокера, профессора Школы дизайна Манчестерского университета, далеко не столь однозначна, бесспорна и поддерживаема коллегами. Например, Павел Родькин свою книгу «Дизайн будущего и будущее дизайна» начинает с утверждений о том, что центральной проблемой теории и практики современного дизайна – как особого вида проектной деятельности, как профессии и как индустрии – является «отсутствие адекватных представлений о будущем» [2, с.4]. И это, парадоксальное, на первый взгляд, заявление одного из теоретиков российского дизайна по отношению к сфере деятельности, весь смысл которой заключается в созидании будущего, оказывается, на наш взгляд, даже ближе к реальности, чем высказывание его коллеги из Туманного Альбиона...

Действительно, головокружительные технологические изменения, социальные, экономические, климатические, экологические потрясения, сопровождающие нас в последние годы, во многом способствуют тому, что даже ближайшее будущее, в том числе будущее дизайна, ускользает от проверенных исследовательских и проектных методик и становится предметом осторожных предположений, размышлений и дискуссий. «Определенная неопределенность», отмеченная шведским профессором Йоханом Рёдстремом как характеристика современного состояния профессии, означает реальный вызов системе дизайн-образования: «С одной стороны, мы представляем, какие инструменты, навыки, методы, процессы и т.д. должен знать студент, чтобы компетентно войти в профессию дизайнера. С другой стороны, есть много вещей, которых мы не знаем о будущем дизайна, например, что потребуется, чтобы преуспеть в профессии дизайнера... Перед нами сложный компромисс между оттачиванием навыков современной практики и принятием риска развития компетентности в областях, которые могут или не могут стать более важными в будущем» [3].

Разумеется, у системы образования в целом есть немало общих проблем, охватывающих все ее уровни и любые профессиональные направления. Однако ключевые проблемы, определяющие развитие дизайн-образования, на наш взгляд, связаны именно с изменениями, происходящими в сфере самого дизайна. Не случайно количество публикаций в ведущих дизайнерских журналах, посвященных переосмыслению самого дизайна, а вместе с ним – и дизайн-образования, исчисляется сейчас десятками.

Экспансия дизайна: новые возможности или утрата идентичности? Как отмечают многие исследователи, в последние десятилетия дизайн как сфера проектной деятельности претерпел существенную трансформацию. Прежде всего, речь идет о расширении возможностей и влияния дизайна. «Дизайн начинался как ремесло. Он был сосредоточен в первую очередь на создании красивых объектов, чтобы стать мощной силой в промышленности» [4]. Однако на протяжении всей своей новейшей истории дизайн развивался вместе с изменениями в обществе, науке, технологиях, распространяя свои методы, подходы, принципы на все более широкий спектр характеристик окружающей среды. Эндрю Блаувельт, один из самых влиятельных американских дизайнеров, предположил, что мы движемся к тому типу дизайна, который основан на отношениях и специфичен для контекста. Описывая эволюцию дизайна, он выделяет три основных этапа: *modern design* (охватывает период с 1900 по 1950 г.) и сфокусирован на формах; *post-modern design* преобладает с 1960 до середины 90-х гг. и ориентирован на создание смыслов дизайна, символической ценности, семантическом измерении и повествовательном потенциале. И наконец, *relational design*, начиная с середины 90-х гг. до настоящего времени фокусируется на эффектах для пользователей, способности к социальному взаимодействию, переходя от проектирования отдельных объектов «к созданию систем и более открытых структур для взаимодействия: дизайн для создания дизайнов» (цит. по [5]).

Майкл Мейер и Дон Норман, представляющие Лабораторию дизайна Калифорнийского университета, утверждают, что «дизайнеры начинают играть все большую роль не только в про-

ектировании, но и в управлении за пределами дизайн-студии и даже в принятии решений о действиях, которые необходимо выполнять в рамках бизнеса» [6]. Об этом же идет речь в публикации группы профессоров факультета индустриального дизайна Дельтского технологического университета (Нидерланды). Авторы отмечают, что в течение долгого времени после Баухауса школы дизайна готовили будущих профессионалов исключительно для работы в дизайнерских студиях и соответствующих отделах компаний. Но последние два десятилетия показали, что дизайн получает все более широкое признание в бизнесе и в обществе, и не только потому, что он делает продукты привлекательными и удобными для использования. Дизайн актуализируется как способ мышления, работы и решения проблем, дизайн-мышление благодаря деятельности целого ряда институций (в первую очередь, американской компании IDEO, возглавляемой известным дизайнером Тимом Брауном) становится весьма востребованной управленческой технологией: «Дизайнеры вошли в зал заседаний совета директоров и приглашаются не только промышленностью, но и различными общественными партнерами... мы видим все более широкое признание навыков, методов и инструментов дизайна» [7].

Вслед за этими и многими другими зарубежными авторами можно было бы утверждать, что дизайн-мышление в новом тысячелетии стало своеобразной технологией менеджмента для самого дизайна, обеспечив его возрастающее влияние в сферах бизнеса и социальных коммуникаций. Однако в такой экспансии ряд исследователей усматривает не только плюсы для самого дизайна, позволяющие легче доносить до окружающих возможности и преимущества дизайнерских идей, концепций, методов, подходов и решений, но и минусы. В редакционной статье журнала «Design Studies» с говорящим названием «Расширение границ дизайна: благословение или проклятие?» Габриэла Гольдшмидт поднимает целый ряд вопросов, связанных с укрепляющимся во многих кругах утверждением, что «все есть дизайн». Является ли это достижением профессии или характеризует «пагубное состояние», лишаящее концепцию дизайна того прочного содержания, которое было сформировано в течение многих десятилетий? «Вопросы, поднимаемые этой дилеммой, многочисленны, и они относятся к процессу дизайна, базе знаний дизайна, роли технологий в дизайне, образовательной базе для дизайнеров и, что самое важное, к дизайнеру или дизайнерам – кто они сейчас и кем они будут в будущем?» [8]. Отрицательной стороной описанной дизайн-экспансии, по мнению самих дизайнеров, становится то, что формируется поверхностное отношение к профессии, впечатление, что «дизайн можно сделать за день в зале заседаний руководства» [7]. Наиболее радикально эта проблема сформулирована в «Амстердамском дизайн-манифесте», опубликованном в 2019 г. группой ведущих нидерландских дизайнеров: «Дизайн прекратил свое существование как отдельная дисциплина, когда было заявлено, что дизайн-мышление шагает по планете в качестве целебной стратегии управления» [9].

В этом контексте закономерны и критические высказывания, связанные с необходимостью переосмысления ценности дизайн-мышления, ставшего, по сути, визитной карточкой для вышедшей из-под контроля дизайн-экспансии. Несмотря на его видимый успех, растет понимание того, что интенсивно пропагандируемая дизайн-мышлением ориентация на интересы пользователя все больше превращается в завуалированную версию «потребительства». А это, в свою очередь, способствует обострению тех самых проблем, которые оно должно было решать. Подобную точку зрения формулируют Ирина Кукса и Энтони Кент (Ноттингемская школа искусств и дизайна, Великобритания) и Гарри Уэст (профессор Колумбийского университета, США). По их мнению, цифровая эпоха увеличила символизм и значение брендов, а также их доступность для потребителей. Трагедия заключается в том, что взаимодействие с брендами через цифровой маркетинг приводит к тому, что люди становятся невольными участниками чрезмерного потребления и зачастую даже не осознают наносимый ими ущерб окружающей среде [10]. Основой для критики дизайна, ориентированного на интересы потребителя, стано-

вится существенная ограниченность обсуждаемых и решаемых им вопросов. «Сосредотачиваясь почти исключительно на непосредственных потребностях и желаниях пользователей, он рискует упустить из виду более широкие системные проблемы и долгосрочные последствия. Этот подход может преуспеть в предоставлении постепенных улучшений, но он не справляется с решением сложных, взаимосвязанных проблем, которые определяют современный мир, – проблем, которые включают не только отдельных пользователей, но и коллективные экосистемы заинтересованных сторон, технологий и сред», – утверждают Элизабет Кристофоретти (Гарвардская высшая школа дизайна) и Роберто Верганти (Гарвардская высшая школа бизнеса), активно призывая к выходу за его рамки. По их мнению, однонаправленная ориентация на пользователей является не только устаревшей, но и потенциально вредной для осознания дизайном своей миссии. «По своей сути, цель дизайна – представить иное будущее и через него актуализировать стремление к человеческому смыслу. Речь идет не только о решении проблем или удовлетворении потребностей; речь идет о возвышении человеческого опыта и помощи отдельным людям и обществам в достижении их наивысшего потенциала. Это требует перехода от видения дизайна как инструмента оптимизации к его рассмотрению как стремления к созданию новых смыслов и возможностей» [11].

Дизайн для социальных инноваций: стремление вверх через движение вниз. Достижение высоких социальных целей декларируется в качестве важнейшей миссии дизайна как сферы профессиональной деятельности. В эпоху общих кризисов и обостряющихся проблем, связанных с изменением окружающей среды, социальным неравенством и неконтролируемым ростом влияния искусственного интеллекта, «дизайн дает возможность для преобразующих, а не постепенных изменений, выходя за рамки «создания лучшей мышеловки» к более радикальному и тонкому сочетанию лидерской интуиции и дизайна снизу вверх, основанного на методах участия» [11]. Наиболее последовательно реализует эти идеи глобальная сеть DESIS (Design for Social Innovation towards Sustainability). Основанная в 2009 г. почетным профессором Миланского университета Эцио Манзини вместе с группой дизайнеров и исследователей, DESIS в настоящее время состоит из более чем 80 автономных, но взаимосвязанных лабораторий, расположенных в школах дизайна по всему миру. Количество лабораторий меняется по мере создания новых и закрытия некоторых из них. Лаборатории работают с местными, региональными и глобальными партнерами для продвижения и поддержки социальных инноваций. Их цель – генерирование полезных знаний о дизайне и создание значимых социальных проектов в сотрудничестве с другими заинтересованными сторонами, выступающими в качестве агентов изменений [12].

Следует подчеркнуть два важных отличия «дизайна для социальных инноваций» от «социального дизайна», который, несомненно, выступает в роли его предшественника. Во-первых, предложенные много десятилетий назад концепции социального дизайна подразумевают использование его в качестве инструмента для решения острых социальных проблем (болезни, бедность, чрезвычайные ситуации и т. д.), на которые рынок не способен отреагировать или не заинтересован в этом. Отправная точка – выявление наиболее важных и неотложных из них и разработка проектов для их решения максимально быстрым и эффективным способом. Однако это, как правило, не подразумевает системных изменений условий, породивших сами проблемы. Дизайн для социальных инноваций предполагает именно серьезные системные изменения, которые захватывают в том числе местную экономику, организации и сообщества. Во-вторых, дизайн для социальных инноваций обязательно включает в себя участие граждан и общественных организаций, которые формально не обучены дизайну (их деятельность называют «диффузным дизайном»). Такие «неспециалисты» наделяются полномочиями работать совместно с дизайнерами и экспертами в области дизайна («экспертный дизайн»). Чтобы более четко представить эти отличия, Э. Манзини приводит простой пример: проектирование функ-

ционального, удобного и доступного ортопедического протеза является хорошим образцом социального дизайна. Если же спроектировать его таким образом, чтобы можно было организовать локальное производство, в том числе нанимая тех людей, которые будут им пользоваться, использовать местные ресурсы и технологии, мы сможем говорить о некоторых системных изменениях в местной экономике. То есть это будет реальный шаг в направлении дизайна для социальных инноваций и возможностей устойчивого развития [12].

Устойчивый дизайн: утопия или надежда? Дизайн социальных инноваций выводит нас на представления о будущем дизайна, связанные с включением его в решение проблем устойчивого развития. В самом общем виде определение устойчивого развития означает удовлетворение потребностей социума, не ставящее под угрозу способность будущих поколений удовлетворять их собственные потребности. Джереми Фалуди, профессор факультета промышленного дизайна (Делфтский технический университет, Нидерланды) со своими коллегами из рабочей группы Future of Design Education именно в обеспечении устойчивого развития видят основную цель дизайна и главное требование к нему: «Дизайнеры обладают большой властью в создании продуктов, услуг и систем, которые либо вызывают проблемы, либо стимулируют решения в области устойчивого развития. Влияние дизайна – как положительное, так и отрицательное – является результатом не только того, что именно создается, и какие проблемы решаются, но и того, как продукт разрабатывается, производится, используется и утилизируется... это включает в себя взаимодействие со всеми людьми, вовлеченными в цепочку создания стоимости... Выбор, сделанный на каждом этапе процесса проектирования, приводит к положительным и/или отрицательным результатам, как прямым, так и косвенным, в краткосрочной и долгосрочной перспективе» [13].

При этом в отличие от идей дизайн-мышления, стремительно завоевавших популярность во многих сферах благодаря его ставке на креативность и интересы потребителей, продвижение идеологии устойчивого дизайна связано с серьезными проблемами. Устойчивый дизайн требует критического переосмысления целого ряда понятий, концепций, методик, сложившихся в дизайне во второй половине XX в. и не отвечающих проблемам и требованиям нового времени. «Исследования показывают, что дизайнеры понимают критическую ценность устойчивости; однако они не включают устойчивость в свою практику. Дизайнеры ограничены другими приоритетами, определенными руководством и политикой» [14]. На протяжении многих десятилетий стилистические изменения, продуцируемые дизайном и активно подпитываемые рекламой, поощряли непрерывное потребление; «ресурсы казались бесконечными, а быстрое технологическое развитие стало синонимом прогресса» [15]. Создаваемая при непосредственном участии дизайна иллюзия устойчивости, которая все это время поддерживалась обществом потребления, утрачивается вместе с непрерывной чередой экологических и техногенных кризисов. Социальные последствия потребительского экстремизма проявляются, в частности, в том, что люди теряют связь с природой, оценивая личностный статус лишь через призму потребляемых товаров и обменивая идентичность, связанную с принадлежностью к конкретной локации, «на участие в промышленной монокультуре» [15]. При этом специалисты предупреждают, что «само устойчивое развитие и устойчивый дизайн очень легко могут превратиться в потребительский и корпоративный бренд, в маркетинговый и рекламный прием, символическую и коммуникативную конструкцию, оторванную от своего реального содержания» [16].

Готов ли дизайн к кардинальному изменению подходов к проектированию, в частности – к ориентации на иные модели потребления, необходимые для перехода к стратегиям устойчивого развития? С одной стороны, поиск дизайнерских решений для сокращения или замедления потребления чрезвычайно сложен: «дизайнерам платят за создание желаемых товаров и услуг

или за то, чтобы они делали существующие товары более привлекательными, чтобы увеличить продажи производителей. Стимулирование потребления является частью должностных обязанностей дизайнеров» [10]. С другой стороны, можно предположить, что глобальные потрясения, показательным проявлением которых стала пандемия COVID-19, способны сыграть роль триггера в процессе смены профессиональных приоритетов дизайнерской деятельности. Как отмечают западные исследователи, опыт принятия личных ограничений во время пандемии доказал, что «мы можем отдать приоритет коллективному благосостоянию над индивидуальным выбором, и со временем эти регулируемые модели поведения становятся предпочтительными для многих из нас. После кризиса, связанного с пандемией, нам предоставляется возможность переориентировать цифровой мир на коллективную выгоду, а не только на индивидуальное самовыражение или корпоративную прибыль» [10]. Разумеется, эта революционная в своей сути идея требует огромных усилий со стороны лидеров профессиональных дизайнерских сообществ по ее продвижению. И в первую очередь установку на заботу об общем будущем должна воспринять и транслировать система дизайн-образования.

Плюриверсальный дизайн: крушение основ или новый вектор развития? Не менее радикальный сценарий, опирающийся, в том числе, на принципы устойчивого дизайна, связан с идеями так называемого плюриверсального дизайна. Уже упоминавшаяся рабочая группа Future of Design Education, ядро которой составляют представители стран Латинской Америки, Карибского бассейна, Африки, Океании, Южной и Юго-Восточной Азии, критически оценивает мировое доминирование европоцентристских канонов дизайна. Концепция плюриверсального дизайна, отражающая множественность культур и разнообразие их жизненного опыта, противопоставлена концепции универсальности человеческого опыта, определившей монокультуру дизайна XX в. Представители группы отмечают, что современные методы дизайна, берущие начало в европейской и американской традиции, стали всепоглощающей силой уже с XIX в. Массовое производство, поддерживаемое маркетинговыми и социальными коммуникациями, поощряет стандартизацию и распространение товаров далеко за пределами мест их создания. «Принципы восприятия, основанные на гештальт-психологии, рассматривались как универсальные, а полученные формы считались «социально объединяющими» в бурный политический период, отмеченный двумя мировыми войнами, ростом иммиграции и растущими социальными проблемами урбанизации. Это распространение современного дизайна способствовало созданию... исключительно «желательного» взгляда на экономический и социальный прогресс – в ущерб местным идентичностям и традициям». Чтобы сохранить будущее, утверждают члены группы, нужен другой образ жизни и способ отношения к ней, «не меньше, чем новое представление о человеке». Нужно выйти за рамки устоявшихся мировоззрений, чтобы осуществить значительные преобразования. «Мы сталкиваемся с современными проблемами, для которых нет современных решений, отсюда необходимость учиться на несовершенных или а-современных мировоззрениях» [13].

Плюриверсальный дизайн сконцентрирован на глубоком понимании взаимозависимости природных, социальных, экономических и технических систем, специфичных для мест и культур и определяющих их жизненный опыт. Ценностные установки группы базируются на идеях Артуро Эскобара, американского антрополога колумбийского происхождения, автора книги «Designs for the Pluriverse: Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds», вышедшей в 2018 г. Как отмечено в одном из отзывов на книгу, Эскобар представляет теорию дизайна, «которая позволяет нам жить с этой планетой, а не против нее». Плюриверсум – это «мир, в котором могут поместиться многие миры». В книге, в частности, идет речь о том, что каждое сообщество практикует «дизайн себя» посредством совместных процессов, не зависящих от экспертов. В концепции плюриверсальности культура охватывает больше, чем насле-

дие, географию или внешние проявления идентичности. Она также включает в себя различные мировоззрения, представляющие собой существенные отношения между природными, социальными и техническими системами, определяющими жизненный опыт [17].

Данная позиция нашла понимание и у ряда представителей западной модели дизайна, критикуемой сторонниками плюриверсальности. Так, Мередит Дэвис (почетный профессор Школы дизайна Университета в Северной Каролине, США) и Хью Дабберли (руководитель студии дизайна Dubberly, США) согласны, что индустриальная эпоха способствовала формированию монокультуры дизайна. Дизайнеры всего мира обучались, опираясь на философские взгляды, основанные на принципе универсальности человеческого опыта и едином понимании прогресса. Данные представления, сформировавшиеся в Европе в первой половине XX в., уже не соответствуют требованиям времени. «Растет спрос на дизайнеров, которые будут опираться на существующие местные культуры и структуры ценностей, включая культуры коренных народов, граждан в экономически развивающихся регионах мира и подгруппы, которые подвергаются системной дискриминации или маргинализации» [15]. Эта, пока не до конца осознанная потребность, в свою очередь, определяет совершенно новые задачи для системы дизайн-образования.

Следует подчеркнуть, что описанные сценарии развития будущего дизайна – экспансия в сферы бизнеса, управления, социальных инноваций, устойчивый и плюриверсальный дизайн – опираются на серьезные научные (в том числе междисциплинарные) исследования, проектные и образовательные эксперименты. Все они сопровождаются развернутыми теоретическими и профессиональными дискуссиями, формируя устойчивые группы единомышленников, обретая сторонников и последователей во всем мире. Тем самым дизайнерские сообщества становятся важнейшими субъектами развития своего профессионального будущего, воплощая его в представимых образах.

Искусственный интеллект: замена или поддержка? И, наконец, еще один сценарий, пришедший «извне», который многими сейчас воспринимается как наиболее сильно влияющий на современное развитие и будущее дизайна. Стремительное завоевание искусственным интеллектом (ИИ) самых различных сфер жизнедеятельности побудило некоторых ученых охарактеризовать текущий период как «революцию ИИ», разграничивающую человеческую историю на эпохи до и после его появления. Сравнение с промышленной и цифровой революциями отнюдь не выглядит преувеличением: ИИ относится к системам, которые демонстрируют разумное поведение, анализируя окружающую среду и предпринимая (с определенной степенью автономности) целенаправленные действия. Дизайн наряду с искусством становится одним из сегментов творческих индустрий, который в наибольшей степени подвержен влиянию ИИ. Для сферы дизайна ИИ становится мощным ресурсом, предлагая многочисленные возможности в процессе проектирования, что делает его «интригующим будущим соавтором». Интеграция ИИ в творческий процесс дизайнеров «направлена на преодоление человеческих ограничений и расширение возможностей, оптимизацию распределения ресурсов и стимулирование креативности» [18]. В этом контексте возможности искусственного интеллекта могут стать союзником для дизайнеров, улучшая как процесс проектирования, так и конечные результаты. Один из важных аргументов в пользу GenAI (генеративного искусственного интеллекта) заключается в том, что, взаимодействуя с этими системами, дизайнеры способны повысить собственную креативность. Как отмечает профессор Гарвардского университета Венди Фаньвэнь, системы GenAI могут выступать в качестве «соавторов», помогая дизайнерам визуализировать, тестировать и итерировать идеи быстрее; кроме того, они могут предлагать дизайнерам альтернативные способы смотреть на вещи, учитывая огромный объем данных, которые могут обрабатывать модели. GenAI может демонстрировать формы комбинаторного творчества,

включающие в себя «новое сочетание (или расширение) знакомых идей». Большинство моделей GenAI способны имитировать визуальные стили и комбинировать их между собой. «Крайне важно понять, как ИИ влияет на этап создания и на когнитивные функции дизайнеров, такие как креативность, решение проблем и когнитивная гибкость. Эти знания необходимы для оптимизации сотрудничества человека и ИИ в будущем дизайне» [18].

Метафорически мы можем представить, что сейчас дизайнер и система ИИ находятся в отношениях работодателя и сотрудника. В этом сценарии «дизайнер-работодатель решает, какую работу необходимо выполнить, инструктирует сотрудника ИИ о правилах, которым нужно следовать, и оценивает конечный результат. Сотрудник ИИ, с другой стороны, выполняет запрошенную работу. Таким образом дизайнер может вмешиваться в работу ИИ до ее начала и после ее завершения, без моментов одновременного сотрудничества» [19]. Иными словами, дизайнеры освобождаются от рутинной ручной деятельности, их внимание переключается на решение проектных задач более высокого уровня.

В то же время, как отмечает китайский профессор Юнци Лу, «многие люди взволнованы появлением этой технологии, испытывая неопределимое чувство потери и тревоги перед лицом внезапных изменений, вызванных искусственным интеллектом... ИИ приносит неожиданные потрясения в некогда возвышенные сферы творчества и дизайна, и многие художники и дизайнеры обеспокоены» [20]. На сегодняшний день одной из основных проблем при использовании ИИ, по мнению ряда исследователей, является сложность понимания его возможностей, превращающая его из инструмента для проектирования в «черный ящик» с непредсказуемым содержанием. Это затрудняет не только начальные этапы процесса проектирования, но и обработку финальных результатов. Существует риск того, что дизайнеры станут чрезмерно зависимыми от ИИ, и это может привести к снижению уровня креативности и навыков критического мышления. Немалую опасность видят и в возрастающей доступности технологий, способствующей тому, что роль «работодателя-дизайнера» возьмут на себя те, кто в свое время с легкостью вытеснил дизайнеров из пространства принятия системных решений: маркетологи, продуктовые и бренд-менеджеры... Некоторые влиятельные компании, занимающиеся консалтингом и обучением, заявляют о неизбежности включения GenAI в практику дизайна, утверждая что «те, кто не принимает ИИ, рискуют стать метафорическими ошибками – «устаревшими и раздавленными» на лобовом стекле инноваций, основанных на этой технологии. Так, компания IDF (Interaction Design Foundation) продвигает обучение программам «ИИ для дизайна» с помощью слогана: «ИИ не отнимет у вас работу, но кто-то, кто его использует, наверняка это сделает». Такая точка зрения подразумевает, что технологическая безработица может коснуться творческой работы, а это значит, что дизайн в том виде, в котором мы его знаем, может радикально измениться [21]. Соответственно, предполагается, что дизайн-образование неизбежно столкнется с необходимостью выстраивать особые взаимоотношения с новой технологической реальностью.

Часть 2. Дизайн-образование

В какой степени современное дизайн-образование готово к тем профессиональным вызовам, о которых шла речь в первой части статьи, и способно ответить на происходящие изменения? Ответ на этот вопрос включает в себя две взаимосвязанные истории: обзор критических оценок существующих образовательных практик и обзор предложений по совершенствованию системы (или систем) дизайн-образования. В обоих случаях мы будем следовать логике описанных выше сценариев развития дизайна.

Критика дизайн-образования: инновации против традиций... Более полувека назад известный американский дизайнер Виктор Папанек подверг острой критике систему дизайн-

образования за ее несоответствие требованиям времени: «Образование для дизайнеров (как и почти любое образование) основано на обучении навыкам, развитии талантов, понимании концепций и теорий, которые формируют эту область, и, наконец, приобретении философии. К сожалению, наши школы дизайна исходят из неправильных предположений. Навыки, которым мы обучаем, слишком часто связаны с процессами и методами работы эпохи, которая закончилась» [22]. С тех пор мало что изменилось, сегодняшняя критика сосредоточена вокруг подобной проблемы: дизайн-образование, основанное на традициях художественного и ремесленного обучения, все более явно входит в противоречие с изменяющейся ролью дизайна в современном мире. М. Мейер и Дон Норман утверждают, что нынешняя система образования в области дизайна слабо готовит студентов ко все более сложным и важным задачам, которые стоят перед дизайном: «Когда мы изучаем, чему и как наша система учит молодых дизайнеров, мы обнаруживаем, что наиболее ценные элементы с точки зрения процесса дизайна преподаются редко». Дизайн традиционно был сферой художественной практики, поэтому совершенно естественным было его преподавание в школах архитектуры, искусства, дизайна. Сейчас дизайн вышел далеко за прежние рамки: «смещение дизайнеров с художниками оказывает медвежью услугу обеим областям». Дизайн – это не искусство, хотя в нем и присутствуют компоненты искусства. Сегодняшние дизайнеры должны глубже понимать социальные проблемы, человеческое поведение и современные бизнес-модели. Они должны справляться с новыми этическими вызовами, уметь взаимодействовать с различными культурами и системами ценностей. По их мнению, «неэффективный механизм неявной передачи знаний» приводит к тому, что лишь некоторые начинающие дизайнеры способны выйти за рамки своего образования благодаря опыту работы в промышленности, обучаясь, по сути, случайно [6].

Об этом же пишет и Шарон Поггенполь, бывшая в течение 26 лет редактором журнала *Visible Language* и профессором ряда известных дизайнерских школ: «Студенты шокирующе не готовы к миру бизнеса... Базовые концепции, словарный запас и бизнес-модели отсутствуют в дизайн-образовании, заставляя новых дизайнеров интуитивно догадываться, как вписать свои дизайнерские навыки в более широкую схему вещей. Сфера дизайна близорука – люди в ней думают только о дизайне» [23]. По мнению Дональда Нормана, современный дизайн – «это интерфейс между технологиями и людьми, однако в дизайн-образовании мало изучают и то, и другое. Нет глубокого понимания людей или социальных наук, нет глубокого понимания науки, математики или инженерии – базовых основ технологий. Обучение – это обучение ремесленника, наставляемого опытными ремесленниками... Результатом являются блестящие поделки, способные создавать приятные предметы, которые мы используем сегодня в наших домах, школах и на рабочих местах. Хотя это и превосходно, одних только навыков по изготовлению недостаточно для проектирования все более сложных технологий для дома, бизнеса, образования и развлечений в двадцать первом веке» [4].

Кен Фридман, главный редактор «*She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*», заведующий кафедрой исследований инноваций в дизайне Университета Тунцзи и почетный профессор Технологического университета Суинберна, отмечает, что самая большая проблема дизайн-образования заключается в инерции традиционной культуры ремесленной гильдии, в рамках которой функционирует большинство школ дизайна. «Существует несколько десятков прекрасных школ дизайна. Люди в этих школах занимаются тщательным самоанализом и стремятся к постоянному совершенствованию. Возможно, не хватает одного элемента – широкого обзора дизайнерского образования, основанного на понимании различных проблем, которые можно увидеть в университетском образовании по дизайну по всему миру». Необходимо, по его мнению, более глубокое понимание различных национальных и международных систем высшего образования – болонской, англо-австралийской, североамериканской и китайской систем. Сейчас, когда многие школы дизайна вошли в университеты или получили статус уни-

верситетов, образование в области дизайна требует осмысления того, что значит быть университетом и почему [24].

Следует отметить, что обсуждения, связанные со все более распространяющимся «университетским статусом» дизайн-образования, вылились в отдельную дискуссию, в рамках которой речь идет о необходимости более глубокого и серьезного теоретического обучения и необходимости развития у будущих дизайнеров метакомпетенций – основных личностных и профессиональных навыков, которые позволяют человеку адаптироваться к постоянно меняющимся обстоятельствам. Многие специалисты отмечают недостаточность теоретико-методологической базы дизайна и, как следствие, соответствующей базы дизайн-образования. Так, Ш. Поггенполь выделяет целый ряд связанных с этим проблем: дизайн-образованию не хватает философских и теоретических исследований в области дизайна (которые, по ее мнению, находятся в зачаточном состоянии); дизайн-проекты плохо учитывают культурный и технологический контекст; междисциплинарное сотрудничество требует существенно большего (чем сейчас) уважения к другим профессиональным дисциплинам и их методам; следовательно, студентам-дизайнерам необходимы соответствующие знания и навыки [23].

М. Дэвис и Х. Дабберли подчеркивают, что деятельность дизайнеров в информационном обществе все чаще связана со сложной и постоянно расширяющейся сетью взаимозависимостей. Их работа больше не является простым уравнением «форма следует за функцией» (если оно когда-либо и было), а становится посредничеством динамических отношений между людьми и природными, социальными и техническими системами. Но, несмотря на описанный рост влияния дизайнеров в сферах организационного управления, бизнеса, масштабных социальных проектов, очевидна неготовность системы образования к таким переменам в профессии: «направленность большинства программ дизайна на артефакты, ориентированные на потребителя, плохо подходит для работы, связанной с целями организации, управлением, инфраструктурой и стратегией... Многие программы дизайна, заинтересованные во влиянии на управление, полагаются на попури курсов, существующих в бизнес-школах, а не на исследования, нацеленные на преобразующие и управленческие роли, которые дизайн может играть в организациях. Особенно критично отсутствие управленческого контента в программах, обещающих карьеру в области социальных инноваций, которая зависит от полного понимания политик, процедур и межсекторальных взаимодействий, посредством которых работают крупномасштабные социальные, политические и экономические системы» [15].

Стюарт Уокер подвергает дизайн-образование жесткой критике с точки зрения его слабой ориентации на будущее, связанное с устойчивым развитием: по его мнению, большинство дизайнерских школ придерживается устаревших правил модернизма, обучая студентов навыкам, востребованным современным обществом потребления, а не готовя их к ответственному вкладу в менее материалистическое будущее. «За некоторыми заметными исключениями, существует относительно немного школ, где устойчивый дизайн является основой учебной программы; если он вообще включен, устойчивость – это просто запоздалая мысль, прикрученная к уже существующему набору курсов, которые служат для поддержания статус-кво» [1].

По мнению В. Фаньвения, несмотря широко признанную необходимость интеграции ИИ в дизайн-образование, в современной литературе практически отсутствуют представления о том, как этого добиться: «Существует очевидная необходимость в образовательных стратегиях, которые могут снабдить дизайнеров навыками и знаниями, необходимыми для эффективного использования ИИ в своей работе, а также учитывать быстро меняющуюся природу ИИ [18].

Следует отметить, что часть критических рассуждений относится не только к изменениям сферы дизайна, игнорируемым системой дизайн-образования, но и к ее собственным проблемам. Как отмечают Е. Кристофоретти и Р. Верганти, университетская среда (как физическое про-

странство) и традиционные принципы обучения студентов не меняются уже на протяжении полутора столетий. Хотя стоит добавить, что многие университетские комплексы в Европе функционируют еще с XIII–XV вв. «То, как люди взаимодействуют в обществе, и то, как работает промышленность, кардинально изменилось, однако классная комната, как концепция, осталась в значительной степени неизменной. Многие учебные пространства сегодня продолжают следовать стандартам образования индустриальной эпохи. В результате прогрессивным педагогам трудно поощрять творчество в среде, созданной для его подавления... Модель, основанная на лекциях, которая характеризовала высшее образование с момента его создания, теперь проблематична» [11].

Еще одна важная проблема, с которой столкнулись преподаватели дизайна во многих университетах мира, связана с жесткими требованиями к их академическому статусу. Как отмечают Шейла Понтис и Карел ван дер Ваарде (Базельская школа дизайна, Швейцария), в университетах от преподавателей ожидают, что они помимо преподавания будут проводить научные исследования, защищать диссертации, публиковать статьи, участвовать в конференциях и т. д. «До недавнего времени можно было работать неполный рабочий день в высшем учебном заведении и неполный рабочий день в качестве профессионального дизайнера, но давление, связанное с необходимостью работать в качестве профессионального исследователя, заставило многих пересмотреть свои взгляды. Этого стало просто слишком много» [25]. Стоит заметить, что для России эта проблема вылилась в острейший кадровый кризис, означающий нежелание молодых успешных дизайнеров совмещать свою деятельность с вузовским преподаванием.

«Что делать?»: проектирование будущего дизайн-образования. Большинство авторов, процитированных в данной статье, не просто критикует систему дизайн-образования, но и предлагает конкретные решения, способные повлиять на ее трансформацию в интересах будущего – как самого дизайна, так и того мира, который он создает. Разумеется, это далеко не простая задача: «Мы не можем проанализировать наш выход из кризиса, но мы можем представить себе наш выход из него. Это требует размышлений, исследований и идей» [1]. Ричард Бьюкенен, профессор дизайна и инноваций, редактор международного журнала *Design Issues*, утверждает, что если дизайн претендует на статус значимого культурного явления, добавленной стоимостью дизайн-образования должно стать обучение искусству дизайн-мышления. Стоит отметить, что в данном случае речь идет именно о дизайне как субъекте культуры, а не только о новых позициях дизайна в бизнесе и управлении. Основные элементы, которые, по мнению Бьюкенена, следует добавить или существенно усилить, связаны с такими аспектами дизайн-образования, как коммуникация, креативность, этика, методология. Студенты-дизайнеры продолжают быть весьма слабыми в том, как они представляют свою работу. Им следует развивать способности четко определять проблему, которую решает их работа, центральную идею проекта, ее обоснование, развитие и ожидаемую значимость проекта. Понимание методологических принципов, которыми руководствуется дизайнер в своей работе, должно помочь студентам лучше объяснять и обосновывать решения, которые они принимают в отношении характеристик и качеств продуктов. Студентам необходимо более тонкое понимание источников креативности, поскольку современная культура в качестве синонима креативности рассматривает инновации, игнорируя другие ее измерения – изобретения, открытия и интуицию. Кроме того, утверждает Бьюкенен, программы дизайна не предоставляют помощи в этических аспектах проектирования и раскрытию более глубокой цели дизайна, связанной со служением людям. Очень важно показывать студентам, как они могут рассуждать, чтобы решать этические дилеммы, с которыми они обязательно столкнутся [24].

Ш. Поггенполь отмечает, что наряду с усилением теоретической подготовки образовательные программы должны развивать у студентов лидерские навыки, чтобы креативные дизайнеры

могли раскрывать свой потенциал за границами профессиональной сферы. В современном образовании каждая область изучения (коммуникативный, промышленный, средовой дизайн и т. д.) по-прежнему разделена в соответствии с соответствующими границами и ценностями, в то время как в профессиональной практике люди из разных областей все чаще работают вместе как команды. Масштабы и объемы проблем, решаемых с участием дизайна, требуют работы междисциплинарных команд. Необходимы специальные исследования, которые посвящены разработке проектов, формирующих навыки, связанные с работой в междисциплинарных командах [23]. «Способность мыслить и обсуждать дизайн за пределами самой дисциплины позволит дизайнерам создавать новые виды совместных партнерских отношений и взаимодействовать с новыми видами знаний в непрерывном, саморефлексивном, восстанавливающемся процессе; это позволит дизайнерам постоянно обновлять нашу дисциплину в направлении локального, но глобально чувствительного воздействия» [26].

Э. Манзини видит цель лабораторий, объединяемых глобальной сетью DESIS, в том, чтобы продвигать дизайн для социальных инноваций в высших учебных заведениях, реализующих программы дизайна. По его мнению, дизайн-образование должно раскрывать сложную природу современного дизайна, множество сфер, в которых он применим, разнообразие артефактов, в разработке и реализации которых могут участвовать дизайнеры, и, наконец, скорость, с которой за последние несколько лет меняются роли и возможности дизайнеров. Учитывая это, дизайн-образование должно давать студентам четкое понимание того, какова их конкретная роль и вклад в процессы совместного проектирования. В каждом разрабатываемом проекте они должны уметь объяснять инструменты дизайна, компетенции и возможности, которые они могут и будут использовать, описывать принятую ими точку зрения и тот культурный вклад, который они вносят. Вдобавок ко всему, им необходимо умение представлять себя эффективным и убедительным образом. «Для меня сердцем дизайнерского образования является развитие у студентов способности вступать в дизайнерский диалог, питать его своим критическим чувством, идеями и креативностью. И делать это чутко и конструктивно, умея слушать и предлагать одновременно» [12, 24].

Джордже Фраскара говорит о необходимости подготовки студентов и преподавателей к непрерывному обучению, а также открытому, индивидуальному и личностному образованию. Обучение, в основе которого лежат классические (ремесленные) компетенции дизайнера, может передаваться, и большинство дизайнерских программ, как уже отмечалось, сосредоточено именно на нем. Образование же – это пробуждение, которое невозможно передавать, но можно поощрять и поддерживать. Главное, как отмечает Дон Норман, не выбирать один из фокусов: необходимы и образование и обучение [24]. «Образование обеспечить сложнее, но его нельзя упускать из виду. Нам нужно обучать дизайнеров владеть ремеслом, быть умелыми и изобретательными, но мы также должны обучать их быть культурно осведомленными, социально ответственными и проактивными. Стремительно меняющийся мир сегодняшнего дня фундаментально расширил фокус образования и подстегнул развитие метакомпетенций – основных жизненных навыков, которые позволяют человеку адаптироваться к постоянно меняющимся обстоятельствам. Помимо сосредоточения на том, что студенты должны изучать о дизайне, мы также должны поощрять их желание участвовать в непрерывном обучении и помогать им развивать навыки и компетенции, которые требуются для жизни, полной гибкости и адаптивности» [26].

Рабочая группа Future of Design Education по устойчивому развитию разработала подробнейший перечень рекомендаций для образовательных программ. Их цель – внедрение в дизайн-образование научно обоснованных инструментов, методов и установок, которые поддерживают формирование социальной и экологической ответственности будущих профессионалов. Ключевые принципы обучения основаны на идеях устойчивого развития, в том числе внедре-

нии круговой экономики, формировании системного мышления, коммуникативных навыков и лидерства. Центральным моментом является необходимость проектировать так, чтобы сделать мир более привлекательным не только для сегодняшних привилегированных, но и для любых пользователей, в том числе – для будущих поколений. «Сегодняшним студентам и практикам отрасли нужно начать разрабатывать устойчивые решения сейчас, а не через десять лет. Знания и инструменты уже здесь, нет лучшего времени или большей срочности, чтобы встроить их в будущее дизайн-образования» [27].

В. Фаньвэнь в своем обзоре публикаций, посвященном проблемам использования искусственного интеллекта в дизайнерской деятельности, выделяет целый спектр требований к будущим дизайнерам для профессионального взаимодействия с ИИ. Эти требования включают в себя необходимость базового понимания возможностей и ограничений ИИ, что существенно осложняется быстро меняющейся природой этих технологий, способность принимать обоснованные решения об использовании ИИ, творчески применять имеющийся арсенал, осознавать потенциальные последствия и сознательно использовать спекулятивные подходы вместо того, чтобы относиться к ИИ как к «джокеру». По мнению автора, это предъявляет высокие требования к преподавателям дизайна, которые должны обладать хорошими знаниями в области технологий искусственного интеллекта и постоянно идти в ногу с инновациями, чтобы предоставлять полезные рекомендации студентам. Необходимо разработать учебные программы, которые не просто вооружат будущих дизайнеров навыками эффективного взаимодействия с ИИ. Эти программы должны поощрять креативное и критическое мышление, когнитивную гибкость для успешной навигации и эффективного решения проектных задач в быстро развивающейся сфере ИИ [18].

Следует отметить, что все чаще специалисты задумываются о той среде, в которой происходит обучение дизайнеров, и о тех методах, которыми оно реализуется. Чтобы обеспечить современный уровень и качество образования, «школы дизайна должны внедрять инновации в способы взаимодействия и вовлечения студентов. Одной из самых насущных задач сегодня является преобразование традиционных классов и студий в иммерсивные и инклюзивные лаборатории и среды, поддерживаемые новейшими технологиями» [28]. Необходимо создание новой образовательной среды, которая вдохновляет и ориентирована на будущее. Эта среда должна бросать вызов существующим условностям и служить моделью для рабочей среды дизайнеров завтрашнего дня. Современные технологии (в том числе педагогические) позволяют учиться в любом месте и в любое время. «Чтобы оставаться актуальными, школы дизайна должны будут предложить то, чего нельзя найти больше нигде – вдохновение, чувство принадлежности к сообществу и опыт осмысленного обучения», утверждает Джоко Муратовски, директор Школы дизайна при Университете Цинциннати [28]. Критически важным шагом должна стать интеграция исследований, теории и студийной практики более целостным образом, а не рассмотрение их как отдельных курсов. «По сути, нам необходимо заменить наши студии и классы полевыми исследованиями и сетью специализированных лабораторий» [6].

Предлагаемые изменения, безусловно, определяют особую ответственность тех, кто обучает будущих дизайнеров, за их собственное развитие, постоянное стремление к совершенствованию: «Наша проблема как преподавателей дизайна заключается в том, что мы на самом деле не знаем, как это делать так хорошо, как следовало бы. В педагогических исследованиях очень мало показано, как продвинуть этот новый горизонт в образовании в области дизайна. Помимо передачи лучших современных концептуальных и инструментальных знаний о дизайне, мы в области дизайн-образования должны подготовить себя к тому, чтобы помочь студентам научиться учиться, стать способными преуспевать и адаптироваться в меняющихся условиях и открыть для себя силу любви к обучению» [24]. Иными словами, тенденции, характерные

для системы высшего образования в целом, связанные с возрастанием роли самообразования, готовности к постоянному обучению на протяжении всей жизни, становятся для дизайн-образования ориентирами, определяющими его будущее.

Как отмечают российские исследователи, представления о целях и содержании профессиональной подготовки будущих специалистов в отечественной дизайнерской школе остаются довольно устойчивыми на протяжении многих десятилетий [29]. К сожалению, это не тот случай, когда мы можем говорить об устойчивом дизайне. Чаще всего попытки оценить проблемы отечественного дизайн-образования оборачиваются мягкой критикой определенных недостатков, устранение которых и является перспективной задачей системы. Так, в докладе Национального института дизайна и Союза дизайнеров России, опубликованном в 2020 г., утверждается, что серьезным недостатком отечественного дизайн-образования по сравнению с лучшими мировыми тенденциями в этой области является его оторванность от практики. Хотя, по мнению авторов, в документах вузов достаточно емко и вполне актуально фиксируются матрицы компетенций, в реальности существуют вопросы по поводу их соответствия рынку труда и потребностям работодателей. При этом выпускники зачастую не обладают в полной мере даже теми компетенциями, которые прописаны в стандартах [30]. Галина Кувшинова отмечает, что в российском образовательном стандарте (54.03.01 – Дизайн, бакалавриат) не встречаются или представлены в других ракурсах такие компетенции, как: коммуникация (устная и письменная речь, презентация, восприятие); правила вежливости (манеры, бизнес-этикет); адаптивность (умение подстраиваться, обучаемость, желание развиваться и учиться в течение всей жизни); профессиональная добросовестность (честность, этичность, моральные качества); ответственность (подотчетность, внимание к дедлайнам, умение обходиться имеющимися ресурсами, самодисциплина); командная работа (навыки сотрудничества и координации, умение поддержать партнеров и помочь им, навыки согласования точек зрения) [31]. Разумеется, все эти компетенции, относимые к так называемым *soft skills*, чрезвычайно важны для будущих дизайнеров и во многом соотносятся с позициями зарубежных авторов. Но в данном контексте они являются универсальными по своей сути и не связаны с теми изменениями, которые происходят и будут происходить в профессиональной сфере.

Довольно жестко ситуация стагнации в отечественном дизайн-образовании описана Леонидом Салминым: «Очевидно, что возможность институциональных изменений системы дизайн-образования тормозится отсутствием у нее представлений об альтернативных вариантах построения образовательного процесса и непониманием своего места в будущем. Система образования настроена на воспроизводство самой себя и воспринимает любые сценарии смысловой трансформации как угрозы, как посягательство на ее монополию в сфере подготовки профессиональных кадров дизайна...» [32]. Разумеется, на уровне отдельных вузов и кафедр, осуществляющих подготовку дизайнеров, многое делается для повышения роли и статуса научных исследований, изменения содержания учебного процесса, внедрения новых образовательных форматов, однако это не меняет ситуацию в целом.

Заключение

Казалось бы, основная часть приведенных в статье рассуждений, связанных с будущим дизайн-образования, имеет весьма отдаленное отношение к отечественным проблемам: мы крайне далеки от ситуации дизайн-экспансии, для нас задачи устойчивого дизайна выглядят почти фантастикой, а идеи плюриверсальности, как правило, начинаются и заканчиваются на уровне использования национальных орнаментов... Однако определенные выводы для российского дизайн-образования хотелось бы сделать.

Во-первых, продвижение (менеджмент) дизайна как инновационного, экономически целесообразного, социально ориентированного, этически ответственного вида деятельности – это задача для самих дизайнеров, которую никто не будет решать за них. И с этой задачей, к сожалению, не справились предыдущее и нынешнее поколения российских дизайнеров... Соответственно, миссия, связанная с качественным изменением статуса дизайн-деятельности в России, может быть отражена именно системой дизайн-образования. Это означает ее нацеленность не только на достойное ремесленное обучение (с чем она справляется довольно успешно), но и на формирование метакомпетенций студентов. В первую очередь, метакомпетенций, позволяющих будущим дизайнерам на любых уровнях представлять (продвигать), обосновывать, доказывать возможности, преимущества, перспективы использования дизайна в решении широкого спектра социальных, экономических, культурных задач, а также эффективно управлять профессиональными и межпрофессиональными коммуникациями, справляться с самыми неординарными задачами в постоянно изменяющихся условиях.

Во-вторых, идеи дизайна для социальных инноваций, устойчивого и плюриверсального дизайна, значительно расширяющие проблематику привычных для нашего дизайн-образования социального и экологического подходов, становятся настоятельной необходимостью ближайшего будущего. А это означает важность серьезного углубления теоретической подготовки дизайнеров, включая не только вопросы эстетического и технологического сопровождения профессии, но и, прежде всего, актуализацию философской, социальной, культурологической, этической проблематики дизайна. Необходимо, на наш взгляд найти (точнее – спроектировать, создать) возможности вернуться к целостному пониманию профессии, практически утраченному с введением жесткой профилизации еще на уровне довузовской подготовки.

В-третьих, развитие дизайн-образования не может происходить вне изменения и развития преподавательского сообщества – как на уровне отдельных вузов, так и системы в целом. Поэтому очень важно, чтобы дискуссии российских авторов о будущем дизайн-образования стали не только обсуждением образовательных стандартов, формулировок компетенций и учебно-методических рекомендаций для тех или иных профилей и дисциплин, но и содержательным проблематизирующим диалогом представителей разных университетов, разных подходов к образованию, разных направлений профессии, разных взглядов на будущее дизайна и дизайн-образования.

Закончить статью хочется оптимистичной цитатой из редакционной статьи журнала *Design Studies*: «Ландшафт исследований дизайна претерпел глубокую метаморфозу в XXI веке – трансформацию, характеризующуюся приверженностью решению первостепенных проблем, с которыми сталкивается наш мир. Этот сдвиг парадигмы перемещает мир дизайна от довольно близорукого фокуса на традиционном процессе проектирования и чистом исследовании к открытию области для более крупных идей и более широкого спектра охвата и применения – сейсмическое изменение в нашей концепции, исполнении и практике дизайна. Дизайнеры... являются катализаторами изменений, сторонниками справедливости и архитекторами более справедливого будущего. Эта эволюция дизайна требует нового дискурса – прочного диалога, который продвигает нашу область вперед за пределы простых эстетических проблем. Дизайнеры, воодушевленные духом смелости и инноваций, готовы наметить новые границы, перепределить параметры возможности и проложить путь к более светлому завтра» [33].

Библиография

1. Walker, S. Design is ... Lost / S. Walker // *The Design Journal. An International Journal for All Aspects of Design.* – 2023. – Vol. 26. – Issue 1.

2. Родькин, П.Е. Дизайн будущего и будущее дизайна / П.Е. Родькин. – М.: Совпадение, 2020 – 200 с.
3. Redström J. Certain Uncertainties and the Design of Design Education / J. Redström // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2020, Spring. – Vol. 6. – Issue 1. – P. 83–100.
4. Norman, Donald A. When You Come to a Fork in the Road, Take It: The Future of Design / Donald A. Norman // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2016, Winter. – Vol. 2. – Issue 4. – P. 343–348.
5. Galdon, F., & Hall, A. (Un) Frayling design research in design education for the 21 Cth / F. Galdon, A. Hall // *The Design Journal*. – 2022. – № 25 (6). – P. 915–933.
6. Meyer, M., Norman, D. Changing Design Education for the 21st Century / M. Meyer, D. Norman // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2020, Spring. – Vol. 6. – Issue 1. – P. 13–49.
7. Voûte E. Innovating a Large Design Education Program at a University of Technology / E. Voûte, P.J. Stappers, E. Giaccardi, S. Mooij, A. van Boeijen // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2020, Spring. – Vol. 6. – Issue 1. – P. 50–66.
8. Goldschmidt ,G. Editorial: Expanding the frontiers of design: A blessing or a curse? / G. Goldschmidt // *Design Studies*. – 2023, May. – Vol. 86. – 101186.
9. Amsterdam Design Manifesto. – URL: https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2019/07/amsterdam_design_manifesto.pdf
10. Kuksa, I. Pathways to green personalization: Reducing consumption through design / I. Kuksa, , A. Kent, & H. West // *The Design Journal*. – 2024. – № 27 (5). – P. 823–842.
11. Christoforetti, E., Verganti R. Designing for our better selves – a call for design in the 21st century to move beyond a user-centered approach / E. Christoforetti & R. Verganti // *The Design Journal*. – 2025, 1–4.
12. Muratovski, G. In Conversation with Ezio Manzini: Design for Social Innovation –What We’ve Learned So Far / G. Muratovski // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2023, Spring. – Vol. 9 – Issue 1. – P. 76–85.
13. Faludi, J. Sustainability in the Future of Design Education / J. Faludi, L. Acaroglu, P. Gardien, A. Rapela, D. Sumter, C. Cooper // *The Journal of Design, Economics, and Innovation* – 2023, Summer. – Vol. 9. – Issue 2. – P. 157–178.
14. Mejía, G. M. How do professional designers engage with sustainability? A systematic literature review / G.M. Mejía, D. Fischer, J. Silver, Y. Xie, M. Fehler // *Journal of Design Research*. – 2022. – Vol. 20. – No.4. – P. 297–317.
15. Davis, M., Dubberly, H. Rethinking Design Education / M. Davis, H. Dubberly // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2023, Summer. – Vol. 9. – Issue 2. – P. 97–116.
16. Родькин, П.Е. Устойчивый дизайн как источник будущего: концептуальные проблемы и вызовы / П.Е. Родькин // *Коммуникации. Медиа. Дизайн*. – 2022. – Т. 7, № 3. – С. 129–147.
17. Thompson, M. Designs for the Pluriverse – [book review] / M. Thompson. – URL: <https://anthrodendum.org/2018/08/27/designs-for-the-pluriverse-book-review/>
18. Fangwen, Y.W. AI as a co-creator and a design material: Transforming the design process / Y.W. Fangwen // *Design Studies*. – 2025, March. – Vol. 97. – 101303.
19. Figoli, F.A. AI-against-design map: A systematic review of 20 years of AI-focused studies in design research / F.A. Figoli, R. Bruggeman, L. Rampino, P. Ciuccarelli // *Design Studies*. – 2025, January. – Vol. 96. – 101279.
20. Lou, Y. Human Creativity in the AIGC Era / Y. Lou // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2023, Winter. – Vol. 9. – Issue 4. – P. 541–552.
21. Hernández-Ramírez, R., Ferreira, J.B. The Future End of Design Work: A Critical Overview of Managerialism, Generative AI, and the Nature of Knowledge Work, and Why Craft Remains

- Relevant / R. Hernández-Ramírez, J.B. Ferreira // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2024, Winter. – Vol. 10. – Issue 4. – P. 414–440.
22. Папанек, В. Дизайн для реального мира: экология человека и социальные изменения / В. Папанек. – Нью-Йорк: Van Nostrand Reinhold Co., 1971;1984. – 285 с.
 23. Poggenpohl, S.H. Blindspots in Economics and Design: A Review of John Heskett's Design and the Creation of Value / S.H. Poggenpohl // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2017, Winter. – Vol. 3. – Issue 4. – P. 251–261.
 24. Frascara, J. Design Education, Training, and the Broad Picture: Eight Experts Respond to a Few Questions / J. Frascara // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2020, Spring. – Vol. 6. – Issue 1. – P. – 106–117.
 25. Pontis, Sh., Waarde, K. Looking for Alternatives: Challenging Assumptions in Design Education / Sh. Pontis, K. Waarde // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2020, Summer. – Vol. 6. – Issue 2. – P. 228–253.
 26. Wilde, D. Design Research Education and Global Concerns / D. Wilde // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2020, Summer. – Vol. 6. – Issue 2. – P. 170–212.
 27. Noel, L.-A. Pluriversal Futures for Design Education / L.-A. Noel, A. Ruiz, F. Amstel, V. Udoewa, N. Verma, N. Botchway, A. Lodaya, Sh. Agrawal // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2023, Summer. – Vol. 9. – Issue 2. – P. 179–196.
 28. Muratovski, G. Paradigm Shift: Report on the New Role of Design in Business and Society / G. Muratovski // *The Journal of Design, Economics, and Innovation*. – 2015, Winter. – Vol. 1. – Issue 2. – P. 118–139.
 29. Ковешникова, Е.Н., Ковешникова, Н.А. Модели дизайн-образования: зарубежный опыт / Е.Н. Ковешникова, Н.А. Ковешникова // *Изв. ТулГУ. Гуманитарные науки*. – 2014. – № 4–2. – С. 117–125.
 30. Емкость рынка и система квалификаций дизайна в России и мире. URL: https://nid-design.org/doc/news/NID_SDR_SI_Publichnaya%20versiya%20otcheta_Emkost'%20rynka%20i%20sistema%20kvalifikacij%20dizajna%20v%20Rossii%20i%20mire_rezyume.pdf
 31. Кувшинова, Г.А. Анализ зарубежного дизайн-образования (на примере стран Западной Европы, США и Китая) / Г.А. Кувшинова // *Педагогика. Вопросы теории и практики*. – 2022. – Т. 7. – Вып. 3. – С. 259–264.
 32. Салмин, Л.Ю. Дизайн-образование: кризис смыслов и перспективы трансформации / Л.Ю. Салмин // *Проект Байкал*. – 2021. – № 17 (66). – С. 170–175.
 33. Wrigley C. Beyond boundaries: Charting the future of Design Studies / C. Wrigley // *Design Studies*. – 2024, March. – Vol. 91–92. – 101251.

References

1. Walker S. (2023) Design is ... Lost: The Design Journal. An International Journal for All Aspects of Design, Vol. 26, Issue 1
2. Rodkin, P.E. (2020) Design of the Future and the Future of Design. Moscow: Sovpadenie. (in Russian)
3. Redström, J. (2020) Certain Uncertainties and the Design of Design Education: She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation, Vol. 6, Issue 1, Spring, pp. 83–100
4. Norman Donald A. (2016) When You Come to a Fork in the Road, Take It: The Future of Design: She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation, Vol. 2, Issue 4, Winter, pp. 343–348
5. Galdon, F., & Hall, A. (2022). (Un)Frayling design research in design education for the 21 Cth. *The Design Journal*, 25 (6), pp. 915–933
6. Meyer, M., Norman, D. (2020) Changing Design Education for the 21st Century. She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation, Vol. 6, Issue 1, pp. 13–49

7. Voûte, E. , Stappers, P. J., Giaccardi, E., Mooij, S., van Boeijen, A. (2020) Innovating a Large Design Education Program at a University of Technology. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 6, Issue 1, pp.50–66
8. Goldschmidt, G. (2023) Editorial: Expanding the frontiers of design: A blessing or a curse? *Design Studies*, Vol. 86, 101186
9. Amsterdam Design Manifesto (2019) Available at: https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2019/07/amsterdam_design_manifesto.pdf
10. Kuksa, I., Kent, A., & West, H. (2024). Pathways to green personalization: Reducing consumption through design. *The Design Journal*, 27 (5), pp. 823–842
11. Christoforetti, E. & Verganti, R. (2025) Designing for our better selves – a call for design in the 21st century to move beyond a user-centered approach. *The Design Journal*, 1–4
12. Muratovski, G. (2023) In Conversation with Ezio Manzini: Design for Social Innovation –What We’ve Learned So Far. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 9, Issue 1, pp. 76–85
13. Faludi, J., Acaroglu, L., Gardien, P., Rapela, A., Sumter, D., Cooper, C. (2023) Sustainability in the Future of Design Education. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 9, Issue 2, pp. 157–178
14. Mejía, G.M.; Fischer, D.; Silver, J.; Xie, Y.; Fehler, M. (2022) How do professional designers engage with sustainability? A systematic literature review. *Journal of Design Research*, Vol.20 No.4, pp.297 – 317
15. Davis, M., Dubberly, H. (2023) Rethinking Design Education. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 9, Issue 2, pp. 97–116
16. Rodkin, P.E. (2022) Sustainable Design as a Source of the Future: Conceptual Problems and Challenges. *Communications. Media. Design*, Vol. 7, No. 3, pp. 129–147 (in Russian)
17. Thompson, M. (2018) Designs for the Pluriverse. Available at: <https://anthrodendum.org/2018/08/27/designs-for-the-pluriverse-book-review/>
18. Fangwen, Y. W. (2025) AI as a co-creator and a design material: Transforming the design process. *Design Studies*, Vol. 97, 101303
19. Figoli, F.A., Bruggeman, R., Rampino, L., Ciuccarelli, P. (2025) AI-against-design map: A systematic review of 20 years of AI-focused studies in design research. *Design Studies*, Vol. 96, 101279
20. Lou, Y. (2023) Human Creativity in the AIGC Era. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 9, Issue 4, pp. 541–552
21. Hernández-Ramírez, R., Ferreira, J. B. (2024) The Future End of Design Work: A Critical Overview of Managerialism, Generative AI, and the Nature of Knowledge Work, and Why Craft Remains Relevant. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 10, Issue 4, pp. 414–440
22. Papanek, V. (1984) *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. New York: Van Nostrand Reinhold Co.
23. Poggenpohl, S.H. (2017) Blindspots in Economics and Design: A Review of John Heskett’s *Design and the Creation of Value*. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 3, Issue 4, pp. 251–261
24. Frascara, J. (2020) Design Education, Training, and the Broad Picture: Eight Experts Respond to a Few Questions. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 6, Issue 1, pp. 106–117
25. Pontis, Sh., Waarde, K. (2020) Looking for Alternatives: Challenging Assumptions in Design Education. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 6, Issue 2, pp. 228–253

26. Wilde, D. (2020) Design Research Education and Global Concerns. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 6, Issue 2, pp. 170–212
27. Noel, L.-A., Ruiz, A., Amstel, F., Udoewa, V., Verma, N., Botchway, N., Lodaya, A., Agrawal, Sh. (2023) Pluriversal Futures for Design Education. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol. 9, Issue 2, pp. 179–196
28. Muratovski, G. (2015) Paradigm Shift: Report on the New Role of Design in Business and Society. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, Vol.1, Issue 2, pp. 118–139
29. Koveshnikova, E.N., Koveshnikova, N.A. (2014) Models of design education: foreign experiences. *Izvestiya Tula State University. Humanities*, No. 4–2, pp.117–125 (in Russian).
30. Market capacity and the system of design qualifications in Russia and the world.(2020) URL: https://nid-design.org/doc/news/NID_SDR_SI_Publichnaya%20versiya%20otcheta_Emkost'%20rynka%20i%20sistema%20kvalifikacij%20dizajna%20v%20Rossii%20i%20mire_rezyume.pdf (in Russian)
31. Kuvshinova, G.A. (2022) Analysis of foreign design education (on the example of Western European countries, the USA and China). *Pedagogy. Theory and practice issues*, Vol.7, issue 3. pp. 259–264 (in Russian)
32. Salmin, L.Yu. (2021) Design education: crisis of meanings and prospects for transformation. *Project Baikal*, No. 17 (66), pp.170–175 (in Russian)
33. Wrigley, C. (2024) Beyond boundaries: Charting the future of Design Studies. *Design Studies*, Vol. 91–92, 101251

Ссылка для цитирования статьи

Павловская Е.Э., Клименко В.А. Дискуссии о будущем дизайна и дизайн-образования / Е.Э. Павловская, В.А. Клименко // *Архитектон: известия вузов*. – 2025. – №2(90). – URL: http://archvuz.ru/2025_2/16/ – DOI: [https://doi.org/10.47055/19904126_2025_2\(90\)_16](https://doi.org/10.47055/19904126_2025_2(90)_16)

© Павловская Е.Э., Клименко В.А., 2025



Лицензия Creative Commons

Это произведение доступно по лицензии Creative Commons «Attribution-ShareAlike» («Атрибуция - на тех же условиях»). 4.0 Всемирная