**[Роль дизайна в современном обществе](http://www.taby27.ru/studentam_aspirantam/philos_design/referaty_philos_design/opredelenie_design/functions.html" \l "Rol'-dizaina" \o "Роль дизайна в современном обществе)**

*Злобина Любовь Германовна*

*учитель высшей квалификационной категории*

*МАОУ «Средняя общеобразовательная школа №17»*

*г. Набережные Челны*

Актуальность данной темы обусловлена усиливающимся с каждым годом влиянием дизайна на социокультурную сферу жизни. **Гармоничный** дизайн становится неоспоримым условием конкурентного преимущества в современных рыночных отношениях и играет важную роль в частной жизни человека. Дизайн становится не только эстетически предметным выражением духовной и материальной жизни человека, но и инструментом управления и **контроля** над обществом. Он формирует ценностную картину мира, поддерживает традиции, вырабатывает новые тенденции, создает комфорт и уют, придает жизни стабильность и одновременно будоражит ее.

Дизайн открывает широкие возможности материализации эстетических идей, новые горизонты красоты и величия человека. Дизайн, это уникальное по своей природе явление, востребовал множество естественных дарований человека, ценности эстетики, этики, уважения и заботы о людях. Дизайн в современном обществе – это, прежде всего, одно из условий получения прибыли, поскольку, удовлетворяя самые высокие требования потребителя, он повышает спрос на производимые товары. **Задачей** дизайна становится предельная конкретизация потребления, индивидуализация результатов проекта, внедрение в практику дизайна методов соучастия. Дизайн ставит перед собой задачи, связанные не только с решением проблем материальной оснащенности бытия, но и вполне конкретные задачи, направленные на активизацию пассивного потребительства. Дизайн помогает человеку ощутить насыщенность собственного существования разнообразием возможностей, помогает ощутить обладание собственным богатым воображением.

Дизайн в современном обществе – это, прежде всего, одно из условий получения прибыли, поскольку, удовлетворяя самые высокие требования потребителя, он повышает спрос на производимые товары.

Обобщённой функцией дизайна является осуществление обратной связи между производством и потреблением. Масштаб массового производства позволяет избежать кризиса перепроизводства, если потребитель готов сменять один имеющийся у него продукт на другой из-за «малозначимых» различий. Сама возможность предложения иллюзорной новизны продукции как потребности реализуется в условиях, когда символические различия становятся ценностью. Конкурируют не столько продукты, сколько их действительная или иллюзорная новизна. Поскольку конкурентоспособным товаром становится уже не сам продукт, а приписываемые ему качества, становятся необходимы службы по созданию всё новых символических различий, обладающих ценностью для потребителя и привносящие эти качества в продукт на стадии проектирования. Именно в этом следует видеть смысл возникновения и развития коммерческого дизайна, и этим определяется его характер.Дизайнерская деятельность протекает на стыке материальной и духовной сфер.

**Обобщённой функцией дизайна является осуществление обратной связи между производством и потреблением.**

Современный дизайн – это не только опредмечивание **материальных** человеческих потребностей, но и «овеществление» ценностей духовных, реализация в дизайнерской форме сущностного содержания эпохи. Дизайн возникает в условиях промышленного производства и тиражирования форм, но с целью добиться соответствия этих форм параметрам человека. Массовое индустриальное производство и потребление не устраняют потребности в эстетически значимых вещах, учитывающих индивидуальные ценностные ориентации, пристрастия, вкусы, привычки. Отличие вещей, созданных дизайнером, заключается в том, что они ориентированы не только на техническую и технологическую целесообразность, но и на пластическую выразительность, в том, что дизайнер «вынужден» создавать формы, представляющие собой «опредмеченный технологический процесс» (В.Ю. Медведев). Таким образом, дизайн несет в себе посредническую миссию. Он обеспечивает продуктивное взаимодействие между человеком и машинной формой так, чтобы обе стороны процесса не утратили бы своих существенных черт, одновременно оказываясь способными к этому взаимодействию.

Расширение массового производства и потребительского рынка привело к обособлению ценности продукта от его утилитарной функции. Всё большее значение приобретает дополнительная социально‑культурная потребительская ценность продукта, обусловленная качествами, привнесёнными особым трудом. Эта ценность определяется дополнительными удобствами, **комфортностью**. Автоматическая настройка на волну или стереофоническое звучание в радиоаппаратуре, «навороты» в автомобиле, дистанционное управление телевизором, бытовая техника, — в значительной степени определяют ценность вещи и статус её владельца. Однако всё большее значение приобретает другое содержание потребительской ценности — визуальное выражение статуса. Стилистические признаки продукта, создающие веер символических различий однородных продуктов потребления, становятся самостоятельной ценностью — Эшфорд называл это извлечением максимального «визуального капитала».

В книге «Художник в дизайне» (М.: Искусство, 1974) её автор Е. А. Розенблюм отмечает: «Быть "возбудителем беспокойства" в обществе – значит для дизайнера постоянно выходить за пределы сложившихся стереотипов, ломать их, творить новые оригинальные формы, предощущать в будничной прозе сегодняшнего дня тенденции завтрашнего. Как "возбудитель беспокойства" дизайнер призван освобождать человека от давления закостеневающей и потому давящей предметной среды, опираясь на просыпающуюся жажду раскрепощения». Таким образом, профессиональная деятельность дизайнера, как развивающаяся на социальной почве, так и опирающаяся на естественные качества человека (эстетические, эмоциональные и интеллектуальные) определила роль и место дизайна в общественной жизни. **Смысл дизайна** – стать уникальным, мощным и эффективным возбудителем эстетической и облагороженной активности общества, возвышать личность, делать её полной самоуважения и достоинства, открывать перед ней пути совершенствования себя и окружающего социального и природного мира.

Дизайн представляет собой не только один из основных источников и носителей социальных изменений; тщательного философского анализа требует тот фундаментальный факт, что дизайн становится эффективной формой **контроля** за индивидуальным поведением человека, формой социального планирования основных социально-онтологических измерений индивидуального бытия человека. Его основное предназначение в гармонизации человеческого бытия. Таким образом, генеральной функцией дизайна является эстетическая гармонизация бытия человека в предметном мире в условиях крупного промышленного производства.

**Заключение**

В данной работе были рассмотрены основные функции, которые выполняет дизайн в жизни человека, общества, бытии.

Дизайн – достаточно специфичная и важная сфера деятельности людей, которая по природе своей так же гуманистична, как, скажем, образование, наука, здравоохранение. Его функции – не только создание соответствующих продуктов, но и консультативные, методические и координационные. Другими словами, дизайн – это особая отрасль жизнедеятельности людей. Она, как и другие отрасли, должна осуществлять методическое руководство и координацию проектных работ в отраслевых хозяйствах страны, входить в систему образования и воспитания, также как и в систему управления социальными процессами.

**Смысл** дизайна – комплексный системный подход к проектированию каждой вещи. Объекты дизайна несут на себе печать времени, уровень технического прогресса и социально-политического устройства общества. Центральной проблемой дизайна является создание культурно- и антропосообразного предметного мира, эстетически оцениваемого как гармоничный, целостный. Отсюда особая важность для дизайна – это использование наряду с инженерно-техническими и естественнонаучными знаниями средств гуманитарных дисциплин: философии, культурологии, социологии, психологии, семиотики и др. Все эти знания интегрируются в акте проектно-художественного моделирования предметного мира, опирающегося на образное, художественное мышление.

**Список литературы**

1. Быстрова Т.Ю. Вещь. Форма. Стиль: Введение в философию дизайна. Екатеринбург,2001
2. Глазычев В.Л. О дизайне. М.,1970
3. Моросова Н.Н. Философия дизайна: социально-антропологические проблемы. Екатеринбург, 2001
4. [Доньшин А.Ф.] Гуманистическая сущность дизайна. - http://atheismru.narod.ru/humanism/journal/38/donshin.htm
5. [Глазычев В.Л.] Дизайн как он есть. - http://www.soob.ru/n/2006/3/2/0
6. Гогуева В. П. Дизайн как социокультурный феномен. // Вестник СевКавГТУ, 2004, №2.