

копируя чужеземные модели.

На это положение надо обратить внимание в дальнейшей деятельности по формированию политической и правовой систем, присущих современному информационному обществу.

1 См.: Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. М., 1999. С. 20—21.

2 См.: Иноземцев В. Перспектива постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая постиндустриальная волна на Западе / Антология. Под ред. В. Л. Иноземцева. М., 1999. С. 38.

3 Ильин И.А. Наши задачи // Собрание сочинений: в 10 т. Т. 2. Кн. 1. М., 1993. С. 134.

# ДИЗАЙН В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

**С.В. Токмянина**

Токмянина Светлана Витальевна — соискатель  
Института истории и археологии УрО РАН.

стороны — политико-идеологическая, с другой — индустриально-корпоративная. Дизайн становится источником таких проектов и замыслов, с помощью которых создаются и тиражируются общественные потребности, привычки и пристрастия. При этом дизайн ориентирован не на уникальность духовного потенциала человека, а делает ставку на эксплуатацию инстинктов и эмоций.<sup>3</sup> Средства массовой информации и реклама тотально унифицируют человеческую психику с помощью эстетически неотразимого дизайна. Телевидение, Интернет, компьютерные игры формируют в сознании человека иллюзорность бытия, создают фиктивную, виртуальную реальность, искажённый образ действительности. Реальность становится иллюзией, потребности уже не являются истинными, они запрограммированы, вложены в человеческое сознание путём тиражирования образов и предметных форм.

Значительная часть людей перестаёт осознавать то обстоятельство, что постепенно вся их жизнь, весь смысл существования плотно заполняется не импульсами, идущими из глубин личности, а формируется вещами, навязываемыми человеку извне. Не всегда с должной глубиной осмысливается тот факт, что законы, определяющие жизнедеятельность людей, зачастую воплощают в себе волю политиков и собственников капитала, воплощенную в предметах.<sup>4</sup> Государство и влиятельные бизнесмены широко используют силу эстетического воздействия продукции дизайна как резерва манипулирования индивидуальным миром человека с целью нагнетания потребительства, как средства выкачивания из населения материальных и интеллектуальных ресурсов.

К отрицательным последствиям чрезмерной социальной активности дизайна также следует отнести опасность удовлетворения посредством дизайна любых потребностей и желаний. Человек всё чаще оказывается перед дилеммой: окунуться в море вещей или предпочесть другие мировоззренческие ориентиры, воплощающие в себе духовные ценности.

Характерной чертой политического, социально-экономического, культурного развития современной цивилизации является усиливающееся информационное воздействие на общество и манипуляция общественным сознанием со стороны различных социально-политических институтов. На современном этапе среди важнейших средств, с помощью которых осуществляется манипуляция массовым сознанием, всё большее значение приобретает дизайн. Понятие дизайна рассматривается очень широко. Дизайн — это и художественное творчество, и промышленные технологии, и любые изменения, происходящие в мире.<sup>1</sup> Роль дизайна в формировании современного общества огромна. Это обусловлено тем, что воздействие на людей приобретает особую силу, если воплощено в предметные образы и формы. Дизайн обладает решающим значением в распространении определённых стилей жизни, задает тон действий и мыслей, программы социального поведения и ценностные ориентации, формирует социально-психологические штампы в массовом сознании. Столь широкие возможности дизайна объясняются наличием огромного количества потребителей вещей, а поскольку никто из людей не может избежать этой роли, дизайн становится дизайном социальной среды, дизайном массового и индивидуального сознания. Предмет дизайна всё больше расширяется до проектирования событий, проектирования образа жизни.<sup>2</sup>

Объективно одной из важнейших социальных функций дизайнера является представление интересов и защита потенциального потребителя. Однако структура дизайна является более многоплановой, подвижной и неоднозначной. В деятельности дизайнера присутствует двухполюсная ангажированность: с одной

<sup>1</sup> Мосорова Н.Н. Философия дизайна, С. 5

<sup>2</sup> Там же. С.5

<sup>3</sup> Мосорова Н.Н. Индустриальный и постиндустриальный дизайн США, С.173-174

<sup>4</sup> Там же. С. 263-264