

ДИЗАЙН И ГОСУДАРСТВО: ПРОСТРАНСТВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Анализируется опыт государственной поддержки дизайна в контексте его экономических, социальных, культурных возможностей. На примере ряда стран рассматриваются организационные формы участия государства в популяризации и развитии дизайна. Представлен подробный анализ истории организации системы дизайна в СССР в 60–80-е гг. Современные проблемы развития дизайна в России рассмотрены с точки зрения необходимости формирования эффективных механизмов его взаимодействия с государством.

Ключевые слова: дизайн; дизайн-мышление; государственная поддержка; перспективы взаимодействия.

История научных исследований, посвященных взаимодействию дизайна и государства, насчитывает в России не более 10–12 лет. Предпосылкой для них стали попытки создания в России государственной системы поддержки дизайна, который в большинстве развитых стран рассматривается в качестве одного из важных инструментов экономической и социальной политики. Аргументы, доказывающие необходимость такой поддержки, представляются весьма убедительными: так, если ведущие экономики мира постоянно увеличивают свои затраты на R&D (Research & Development – это научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), комплекс мероприятий, включающий в себя как научные исследования, так и производство опытных

и мелкосерийных образцов продукции, предшествующий запуску нового продукта или системы в промышленное производство) (при этом на долю промышленного дизайна приходится до 10%, а в целом его доля в ВВП США и стран Европы составляет около 0,3%), то российскому дизайну «достается» не более 0,01% [1. С. 23]. Согласно данным аналитического обзора, подготовленного «Центром стратегических разработок «Северо-Запад» в рамках проекта «Промышленный и технологический форсайт Российской Федерации», Россия занимает место на самой нижней ступени «лестницы дизайна», характеризующей политику государства в отношении дизайна. Для наглядности мы приведем таблицу, составленную авторами отчета.

Связь поколений государственной политики в сфере промышленного дизайна со стадией его развития в регионе и стране (источник [2. С. 48–49])

«Лестница дизайна» (каждая следующая ступень надстраивается над предыдущей)	Поколение политики в сфере промдизайна	Основные механизмы политики	Страны, занимающие положение на данной ступени «лестницы дизайна»
«Отсутствие дизайна»: он не рассматривается как значимый фактор развития	Политика не сформирована	Дизайн – сфера отдельных частных и публичных инициатив	Россия, Болгария, Венгрия, Литва, Мальта и др. (более 40% членов ЕС)
«Дизайн как стиль»: концентрация на разработке уникального или оригинального стиля (школы или продукта)	Первое поколение политики: государственные интервенции, направленные на создание школы дизайна. Рассмотрение дизайна в основном как средства промышленной политики (акцент на промышленном дизайне)	Появление органа, отвечающего за национальную политику в дизайне. Разворачивание системы дизайн-центров. Поддержка системы образования и профессиональных консультаций. Введение систем национальных конкурсов. Программы субсидий	Польша, Чехия, Латвия, Румыния, Франция, Италия, Корея, Япония, Германия, Китай, Индия, Катар
Дизайн как процесс: включение дизайна в проекты развития как их неотъемлемой составляющей	Второе поколение политики: институционально-образовательная политика.	Развитие системы дизайн-образования, брендингование дизайна и сектора креативной индустрии, поддержка экспорта дизайна. Создание системы стандартов, обязывающих прибегать к дизайну при производстве и решении социальных задач	Эстония, Швейцария, Испания, Швеция, Голландия, Австрия, Бельгия и др.
Дизайн как непрерывный цикл инновационного развития: дизайн обеспечивает разнообразие и оригинальность конструктивных решений, вносит решающий вклад в создание стоимости	Третье поколение политики: интеграция дизайна и инноваций. Развитие дизайна как стратегии социально-экономического и инновационного развития	Включение дизайна в образовательные программы, в т.ч. школьные, принятие государственных стратегий развития дизайна, прежде всего соединение технологий и дизайна, развитие городского дизайна и т.д., постановка целей тотального внедрения «зеленого», «устойчивого», «универсального» и т.п. дизайна. Создание большого количества разнообразных оргформ развития дизайна (Fab Lab, Living Lab, Design Factory, дизайнерских кластеров и кластеров креативной индустрии и пр.)	США, Дания, Финляндия, Великобритания. На региональном уровне – Каталония

Мы еще вернемся к этой таблице, вместе с тем сразу хотелось бы отметить, что немногочисленные исследования в заявленной научной области ориентированы в основном на специалистов сфер экономики и государственного управления и опираются исключительно на анализ зарубежного опыта. Будучи отстранены от исторического опыта нашей страны и современной практики дизайна, в орбиту которой вовлечены тысячи разрозненных специалистов, они оставляют открытыми множество вопросов. Прежде всего, это вопросы, связанные с пониманием сущности и возможностей дизайна в самой профессиональной среде, которая продолжает воспроизводство моделей и образцов деятельности, заложенных еще в советские времена, когда дизайн был жестко встроен в систему производства. Будучи уже в начале 90-х годов «выброшенным» из этой системы, наш дизайн не смог переориентироваться на новые вызовы, выстроить новое позиционирование, соответствующее сути профессии, превратившись в одну из заурядных сфер малого бизнеса. Данная статья адресована профессиональному сообществу и открывает, по нашему замыслу, цикл статей, посвященных месту и роли дизайна в обществе, перспективам развития российского дизайна и дизайн-образования.

На первый взгляд, современный дизайн вполне самодостаточен и в какой-либо внешней поддержке не нуждается. Заявив себя еще в начале прошлого века в качестве деятельности, способной не просто создавать функциональные, эргономичные, эстетически выразительные и технологически совершенные предметы массового потребления, но и обеспечивающей их серьезные конкурентные преимущества, дизайн стал неотъемлемой частью высокотехнологичных производств и маркетинговых программ. История дизайна изобилует примерами того, как удачное дизайнерское решение позволило резко поднять продажи того или иного товара или вывести на лидирующие позиции целую фирму. В качестве одного из ярких примеров можно вспомнить работу известнейшего американского дизайнера французского происхождения Раймонда Лоуи над серией холодильников для компании Sears Roebuck (1936 г.). Радикально изменив компоновку прототипа, увеличив за счет этого внутренний объем, разработав удобную систему хранения и придав изделию элегантный внешний вид, Лоуи не только определил на многие годы характеристики бытовых холодильников для всей мировой промышленности. Продажи его модели по сравнению с прототипом выросли почти в 5 раз [3. С. 206]. Еще более впечатляющий пример, относящийся к тому же периоду истории американского дизайна: обтекаемая форма весов, созданная дизайнером Гарольдом ванн Дореном для Toledo Scale Company, увеличила объем продаж на 900% и при этом позволила сократить производственные издержки [4. С. 314].

Не менее легендарный Питер Беренс стал автором разработки тотального «фирменного стиля» немецкой компании AEG: начиная от проектов промышленных зданий компаний, заложивших тренды промышленной архитектуры во всем мире, и заканчивая «сплошным дизайном» корпоративной идентичности, вклю-

чившим рекламные плакаты, упаковку и даже оформление витрин (1907–1914 гг.). Особое место в этой системе занимала ассортиментная программа бытовых товаров для массового производства, которые позиционировались как архетипы «художественного дизайна», созданного в «хорошем вкусе». Основатель компании AEG Эмиль Ратенау был убежден, что промышленники должны стать основными покровителями искусства и дизайна – не в традиционном смысле меценатства, но как способа улучшения продаваемой ими продукции [4. С. 233–239].

Но несмотря на то, что дизайн давно и прочно за рекомендовал себя как эффективный коммерческий инструмент и, казалось бы, мог навсегда остаться исключительно сферой свободного предпринимательства, заинтересованное отношение государственных структур к дизайну во многих странах позволило достичь гораздо более впечатляющих результатов в самых разных направлениях деятельности. Успехи отдельных товаров, фирм и компаний не сопоставимы с успехами государств, регионов, городов, использующих возможности дизайна в решении масштабных и амбициозных задач. С одной стороны, дизайн как система деятельности традиционно является одним из ключевых механизмов развития креативной экономики, обеспечивающей значительную долю ВВП, с другой стороны, дизайн как способ мышления становится инструментом решения самых разных социальных проблем. Не случайно именно в наиболее развитых странах мира дизайн находится под мощной опекой государства.

Например, многолетнее лидерство Великобритании в мировой креативной индустрии в значительной мере обеспечено вниманием правительства к вопросам развития творчества и дизайна. Британский Совет по Дизайну (CoID), основанный еще в 1944 г. (до окончания 2-й мировой войны!) как правительенная организация, был создан с целью оказания помощи национальным производителям в условиях ограниченных ресурсов и ожидаемой конкуренции с американскими товарами. В условиях переориентации военной промышленности на гражданскую, дефицита сырья и технологий необходимость рационального использования ресурсов вдохновляла инженеров и дизайнеров на создание оригинальных и практических изделий. Например, британский дизайнер Эрнст Рейс в 1945 г. создал модель стула ВА из переплавленного авиационного алюминия, продолжив впоследствии этот подход при проектировании целой линейки частной и общественной мебели [4. С. 388–389]. Стратегия деятельности Совета реализовывалась через популяризационную, просветительскую, консультативную деятельность, тесную связь со школами и высшими учебными заведениями.

Одним из первых шагов стала организация в 1946 г. выставки «Британия это может» с подзаголовком: «Хороший дизайн – хороший бизнес», которую посетили более полутора миллионов (!) человек. Министр торговли Великобритании сэр Стаффорд Криппс заявлял: «Цель выставки – доказать, что промышленный дизайн ни в коей мере не является непрактичным и идеалистическим занятием. Промыш-

ленный дизайн тесно связан с комфортом и счастьем нашей повседневной жизни. Хороший дизайн позволяет наполнить наши дома и рабочие места приятными вещами, которые сочетают хорошую конструкцию и целесообразность с удобством в использовании и привлекательностью формы и цвета» [4. С. 389].

Эстафету выставки принял Британский фестиваль 1951 г., собравший уже многомиллионную публику. Экспозиция Design Review, экспонаты для которой тщательно отбирались СоID во главе с Гордоном Расселом, представляла широчайший спектр возможностей промышленного дизайна. Любопытно, что Уинстон Черчилль был категорическим противником Фестиваля, называя его «трехмерной пропагандой социализма». После его прихода к власти возглавляемое им правительство консерваторов одним из первых своих актов постановило демонтировать выставочные экспозиции. Возрождение Лондонского фестиваля дизайна в 2003 г. в формате масштабного ежегодного международного мероприятия при поддержке правительственный и образовательных организаций по праву принесло Лондону статус мировой столицы дизайна.

Важнейшим звеном в системе популяризационных мероприятий СоID было издание с 1949 г. ежемесячного журнала Design, целями которого стали пропаганда «хорошего дизайна» и внедрение методов дизайна в организацию промышленного производства. В первом номере журнала Гордон Рассел в своей статье «Что такое хороший дизайн?» пишет, в частности, о том, что дизайн – это не то, что можно добавить к продукту на поздней стадии его производства. Только четкое исследование и понимание всего комплекса проблем, связанных с созданием и использованием товара потребителями, может дать удовлетворительный результат. Дизайнер, по его мнению, это координатор, который постоянно общается со всей командой специалистов, работающих на производстве, – менеджерами, конструкторами, технологами, производственными мастерами, представителями отдела продаж, рекламистами, бухгалтерами и т.д., пытаясь понять, что и как можно улучшить в любом из аспектов их деятельности. Изменяя точку зрения многих людей на организацию производства, можно добиться впечатляющих результатов в дизайне – не только коммерческих, но и эстетических, имиджевых, культурных [5. С. 2–6]. По сути, такое понимание дизайна и его роли заложило основы того, что сегодня именуется модным термином «дизайн-мышление» (design thinking). «Принципы дизайн-мышления применимы в самых разных областях: от лечения детского ожирения до профилактики преступлений, от ракетной промышленности до климатических изменений. Дизайн-мышление более не ограничивается созданием новых материальных продуктов, оно распространяется на различные процессы и услуги, а также взаимодействие, общение и сотрудничество» [6].

Не менее важную роль в популяризации дизайна сыграла программа экспертной оценки товаров, реализуемая членами Совета. В 1948 г. СоID опубликовал список из 28 наименований промышленных товаров, наиболее удачных с точки зрения формы и качества. Этот список постепенно расширялся и в резуль-

тате стал основой банка данных Лондонского дизайн-центра, созданного в 1956 г. В дизайн-центр сходилась вся информация о производимых в стране товарах, которой активно пользовались владельцы магазинов и оптовых рынков. Поэтому производители были чрезвычайно заинтересованы в том, чтобы попасть в список лучших. Марка дизайн-центра стала своеобразным знаком качества товара. С 1957 г. Лондонский дизайн-центр стал присуждать ежегодные премии в области дизайна.

Уже в 1980-е гг. под непосредственным патронажем Маргарет Тэтчер была разработана долгосрочная государственная программа развития дизайна, компенсирующая часть затрат на дизайн из бюджета, а также награды и преференции компаниям, предлагающим хороший дизайн. Одной из важных составляющих программы стала инициатива в области дизайноменеджмента (Managing Design Initiative), способствовавшая созданию и внедрению ряда образовательных программ для бизнес-школ. Джон Мейджор, сменивший «железную леди» на посту премьер-министра, продолжил ее политику в отношении дизайна. Выщенная правительством Великобритании в 1995 г. «Белая книга» (официальный документ, предоставляемый для ознакомления Палате общин и являющийся формой делегированного законодательства) утверждала: «Эффективное использование дизайна лежит в основе создания инновационных продуктов, процессов и услуг. Качественный дизайн может существенно повысить ценность продуктов, привести к росту продаж, обеспечить разработку новых рынков и укрепление существующих... Основная задача состоит в том, чтобы интегрировать дизайн в бизнес-процессы» (цит. по: [7. С. 72]).

В конце 1990-х гг. премьер-министр Тони Блэр поддержал разработанный СоID проект «Millenium Products Initiative» («Инициатива продуктов нового тысячелетия»): «Я ставлю перед национальными компаниями задачу продемонстрировать, что Британия может повести за собой весь мир, создавая продукты и услуги, которые станут примером инновации, креативности и дизайна» (цит. по: [7. С. 72]). Были одобрены программы финансирования (10 млрд фунтов стерлингов в год на дизайн в промышленности). Наибольший объем инвестиций был предусмотрен в авиакосмической и автомобильной промышленности. В 1999 г. Великобритания впервые разработала концепцию развития «творческих индустрий», которые занимают одно из важных мест в ее экономике (более 5%).

2000-е гг. для СоID – это время реализации масштабных социальных исследований и проектных разработок, которые призваны предложить конструктивные решения, отвечающие самым актуальным вызовам современности. Это, например, такие проекты, как «Проектирование будущей экономики: развитие возможностей дизайна для производительности и инноваций», «Трансформация старения», «Дизайн в государственном секторе» и многие другие. Например, Design Council Spark – это программа поддержки и финансирования, призванная помочь начинающим дизайнерам превращать их идеи в коммерчески успешные продукты. С момента своего создания в

2014 г. программа Design Council Spark помогла более чем 100 новаторам и предпринимателям разработать идеи своих продуктов, более 30 из них интенсивно поддерживались наставничеством, финансированием и специализированными семинарами для продвижения на рынок. Программа «Дизайн в государственном секторе» учит госслужащих применять методы дизайна для решения наболевших проблем в их сферах деятельности [8].

Подведем некоторые итоги этой части статьи: согласно данным, приведенным на сайте Британского совета, дизайн в Великобритании обеспечивает значительную экономическую стоимость, генерирующую миллиарды в валовой добавленной стоимости (GVA) и экспорт. Роль государства (это не только финансы и прямое инвестирование, но и поддерживаемый статус дизайн-деятельности) – создание координационного идеологического центра, поддержка популяризации и пропаганды методов, технологий возможностей дизайн-мышления, дизайн-деятельности, дизайн-продукта, формирование системы непрерывного дизайн-образования (начиная от дошкольного и продолжая на всех уровнях сопровождения жизнеобеспечивающих программ).

Вслед за Британией не менее масштабные усилия по отношению к развитию дизайна были предприняты в ряде других европейских стран, а также в Японии и Южной Корее. Так, в докладе Кендзи Экуана, председателя GK Design Group (Япония), на международной конференции «Экодизайн», проходившей в Санкт-Петербурге в 2002 г., непосредственно говорится о том, что японцам очень повезло благодаря мощнейшей поддержке дизайна со стороны государства – и на локальном, и на международном уровнях. Вскоре после Второй мировой войны во всех 45 регионах Японии появились государственные информационные центры по развитию дизайна, содействовавшие распространению дизайна на местах, а огромное количество мероприятий на международном уровне способствовало развитию всех направлений дизайна. Впрочем, это не просто обычное желание похвастать успехами своей страны: достижения японского дизайна на протяжении многих десятилетий признаются во всем мире. Известный итальянский дизайнер Марио Беллини в культовом дизайнерском журнале DOMUS еще в начале 1990-х опубликовал статью под названием «Страна чудес», в которой не без зависти описал, какие райские условия созданы для его коллег в Японии – «стране, которой в ближайшем будущем суждено стать финансовым и научно-техническим центром мира».

Соотечественница Беллини Кристина Мороцци, анализируя механизмы расцвета творческой индустрии во Франции (на фоне явного спада интереса к итальянской продукции), утверждает, что это было достигнуто посредством «мощного государственного протекционизма национального дизайна, целенаправленной, артикулированной, массированной пропаганды его достижений... Франция сделала ставку на «целостный образ национального дизайна» и добилась невиданного коммерц-культурного успеха... Правительственная администрация начинает понимать, что

имидж национальной идентичности – хороший бизнес и гарант успеха на национальном рынке» (цит. по: [9. С. 526–527]).

Следует особо отметить, что в новом тысячелетии традиционные страны-лидеры в области дизайна – США, Франция, Италия, Япония, Южная Корея и др. – все больше ощущают конкуренцию со стороны Индии, Китая, стран Восточной Европы, где государственные инвестиции в дизайн весьма значительны. При этом любопытно, что стратегические программы поддержки дизайна в странах-новичках становятся все более специфическими, учитывающими не только чужой опыт, но и конкретные особенности, связанные с состоянием экономики, культуры, законодательства и даже национального менталитета.

В частности, в Китае, который долгое время воспринимался как страна, беззастенчиво копирующая чужой дизайн, страна дешевых подделок, государственные стратегии в области дизайна призваны, в том числе, изменить этот негативный образ. Дизайн теперь создается в самом Китае, но «заимствованными» из других стран дизайнерами, для которых созданы максимально привлекательные условия. В 2011 г. Министерством культуры принята программа развития индустриальных парков, а также парков креативных индустрий и дизайна, включающих в себя дизайн-центры и бизнес-инкубаторы. По сути, это целые города дизайна, где молодые талантливые дизайнеры из разных стран, работая над перспективными проектами, должны обеспечить ведущие позиции КНР в мировой экономике. Одним из промежуточных итогов массированной поддержки дизайна можно считать то, что в последние годы на долю Китая приходится более половины общемирового количества патентных заявок на промышленные образцы [10. С. 27].

А в Индии, где государственная программа развития промышленного дизайна и повышения доступности дизайнерских услуг для малого и среднего бизнеса реализуется с 2010 г., правительство пошло по пути «выращивания» собственного дизайна. Основной технологией при этом стало развитие системы дизайн-образования в тесной взаимосвязи с промышленностью. В рамках госпрограммы создано 200 отраслевых кластеров, координируемых Национальным институтом дизайна и предназначенных для экспертной помощи в области дизайна предприятиям и фирмам. Основу кластеров составляют так называемые «дизайнерские клиники» (Design Clinic), которые представляют студентам возможность выступать в качестве консультантов по дизайну на быстрых семестровых проектах для реальных клиентов. Студенты работают в командах под руководством опытных дизайнеров, менеджеров, предпринимателей, неся ответственность не только за творческий процесс, но и за взаимодействие с заказчиками, а также за управление проектами. В схему деятельности Design Clinic вовлечены консалтинговые фирмы, независимые дизайнеры, проектные институты, что позволяет говорить о формировании в стране профессионального дизайнерского сообщества. Ожидается, что эти инициативы привнесут инновационный и футурристический подход к разработке различных продуктов. В долгосрочной

перспективе ожидается, что усилия будут направлены на экономически эффективные, конкурентоспособные и прорывные решения для бизнеса и позволят обеспечить за счет оригинальных дизайнерских решений реальное возрастание стоимости и ценности создаваемой продукции, усиление национальных брендов [11]. Не случайно опыт Индии уже перенимается рядом других стран (например, Мичиганский Университет, США, Университет Толедо, Испания, Университет Острова Принца Эдуарда, Канада и др.).

Обратимся теперь к ситуации в России. Низкий уровень спроса на дизайн со стороны отечественных производителей обусловлен не только крайне малой осведомленностью топ-менеджмента о возможностях и преимуществах дизайна или представлениями о дизайне исключительно как о средстве «художественного оформления» продукции. Одним из главных факторов, препятствующих использованию инновационного потенциала дизайна, является характерная для высокотехнологичных отраслей промышленности значительная стоимость организации цепочки «исследования – проектирование – внедрение» в сочетании с неизбежными рисками. Как следствие – отказ от инвестиций в дизайн, в итоге – низкая конкурентоспособность продукции, отсутствие сильных национальных и региональных брендов и т.д.

«Почему за двадцать лет «новой и свободной России», когда все, казалось, должно было расцвести, среди профессионалов сложилась шутка: «Прежде у нас был дизайн, хотя и не было дизайнеров, сейчас дизайнеров полно – дизайна нет»? [12]. На этот почти риторический вопрос одного из немногих теоретиков современного российского дизайна Геннадия Вершинина можно ответить по-разному, но один из наиболее адекватных ответов, по нашему мнению, связан с тем, что за эти годы в стране была окончательно разрушена государственная система поддержки дизайна. Созданная в советские времена, но не успевшая основательно укорениться база для развития дизайна, будучи брошена в рыночную стихию, попросту зачахла. Как это часто бывает, повышенный интерес к нашей собственной истории возвращается к нам через «апробацию» за пределами страны. Успех российской экспозиции «Открывая утопию: забытые архивы советских дизайнеров» на Лондонской биеннале дизайна в 2016 г. способствовал всплеску воспоминаний, обсуждений, оценок – противоречивых, неоднозначных, но, по-видимому, совершенно необходимых в современной ситуации «дизайнерского безвременья».

Опыт создания и функционирования государственной системы поддержки дизайна в СССР в 60–80-е гг. прошлого столетия, на наш взгляд, заслуживает более чем серьезного внимания и, при разумном критическом отношении к нему, использования его элементов в современных условиях. В этой системе многое было завязано на плановом (нерыночном) характере экономики, тотальном дефиците обычных потребительских товаров, административно-командном характере управления и т.д. В то же время она создавалась спустя почти 20 лет после того, как начал свою деятельность Британский совет по дизайну, были развернуты программы поддержки дизайна в дру-

гих странах. Европейский опыт, несомненно, учитывался, но при этом была предложена собственная уникальная модель, структурные элементы которой мы можем и сегодня обнаружить в других странах. Если обратиться к таблице, приведенной в начале статьи, то можно констатировать, что по некоторым позициям советская политика в области дизайна уже в 60–70-е гг. могла претендовать на статус политики «второго поколения».

Сразу оговоримся, что тогда, когда создавалась система государственной поддержки дизайна в СССР, употреблялись такие термины, как «промышленное искусство», «техническая эстетика», «художественное конструирование». Ю.Б. Соловьев, основатель и первый директор Всесоюзного научно-исследовательского института технической эстетики (ВНИИТЭ), в своих воспоминаниях писал: «Замечу, что термин “дизайн” как чужестранный и непонятный не разрешалось использовать официально вплоть до 1987 года» [13. С. 117]. Это, впрочем, не мешало представителям профессионального сообщества пользоваться словом «дизайн» не только в личных коммуникациях, но и в публикациях, проектной документации, выставочной деятельности и т.д.

Итак, 28 апреля 1962 г. (официальный «день рождения» советского дизайна) было подписано Постановление Совета Министров СССР «Об улучшении качества продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения путём внедрения методов художественного конструирования». Постановлением предусматривалось создание системы художественно-конструкторских организаций, научным и методическим центром которых должен был стать Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики с опытным производством и демонстрационным залом. Помимо ВНИИТЭ с сетью филиалов в крупнейших городах страны, в эту систему входили специализированные художественно-конструкторские бюро (СХКБ) при всех отраслевых министерствах, отделы художественного конструирования на крупнейших промышленных предприятиях, в номенклатуре профессий официально появилась должность художника-конструктора. Дизайн был включен в существующую на тот момент систему проектно-конструкторских работ: наряду с главным конструктором проекта по всем разработкам должен был назначаться его заместитель по художественному конструированию [14].

При организации системы ВНИИТЭ перед ней ставились следующие задачи: разработка и внедрение методов художественного конструирования продукции машиностроения и товаров культурно-бытового назначения; разработка типовых требований и рекомендаций по повышению удобства эксплуатации этих изделий и придания им более красивой и технически целесообразной формы; улучшение и упрощение отделки и упаковки, а также разработка других мер, способствующих наилучшему удовлетворению запросов потребителей и рентабельности производства; координация научно-исследовательских работ в области художественного конструирования продукции машиностроения и товаров культурно-бытового

назначения; обобщение и распространение лучшего отечественного и зарубежного опыта художественного конструирования и др.

К концу 1970-х гг. сложилась уникальная, не имеющая западных аналогов система государственных институтов дизайна во главе с Всесоюзным институтом технической эстетики (ВНИИТЭ), включавшая в себя целую сеть филиалов в крупнейших городах России и столицах союзных республик. При Государственном комитете СССР по науке и технике и Госстандарте СССР был создан Межведомственный совет по проблемам технической эстетики. Остановимся подробнее на ключевых характеристиках этой системы.

Одним из важнейших направлений деятельности ВНИИТЭ стало создание научно-теоретической, методологической и методической базы дизайна. «Было очевидно, что плодотворность деятельности вновь создаваемой системы в немалой степени зависит от научного фундамента, на который она будет опираться. Этим фундаментом не могла стать совокупность разрозненных знаний и рекомендаций, почерпнутых из различных дисциплин. Необходим был синтез знаний, соотнесенный со спецификой проектной деятельности в дизайне, раскрывающий проблематику его природы, социальных функций, профессиональных средств и закономерностей творчества. Речь шла о формировании новой науки, расположенной на стыке проблем технического и художественного творчества и закономерно получившей имя *технической эстетики* [14]. Научная деятельность была развернута одновременно по многим направлениям, включавшим в себя исторические исследования и прогнозы развития жилой и городской среды, анализ зарубежного опыта и разработку методических основ оценки качества промышленных изделий, эргономические эксперименты и материаловедение и т.д. и т.д. Научные издания выходили в регулярных сериях «Художественное конструирование за рубежом», «Эргономика», «Техническая эстетика», «Методические материалы» и др. Была учреждена новая научная специальность 17.00.06 – техническая эстетика и начал свою деятельность диссертационный совет. Но самое главное: во ВНИИТЭ сформировалась особая научная среда, в которой проектное мышление как безусловная ценность определяло и направления, и содержание многих исследований. Проектные семинары, в том числе международные под эгидой ICSID (Международного союза промышленных дизайнеров), деятельностьные и проектные игры – новые и абсолютно нестандартные для социалистической страны форматы научно-проектной работы – зарождались и развивались именно во ВНИИТЭ и его филиалах. В частности, первая организованная игра под руководством Г.П. Щедровицкого прошла на базе Уральского филиала ВНИИТЭ. Одним из важнейших методологических достижений стала разработка принципов и методов проектирования дизайн-программ, которые на тот момент не только продемонстрировали невероятный потенциал дизайна в решении производственных задач, но и стали, по сути, визитной карточкой советского дизайна на различных международных мероприятиях. Первой и наиболее известной из них стала

дизайн-программа «Электромера», выполненная по заказу ВО «Союзэлектроприбор». Сложность исходной ситуации заключалась в том, что в объединение входило порядка 40 предприятий, НИИ и КБ, разбросанных по всей стране, а ассортимент выпускаемой продукции составлял более полутора тысяч наименований. Шестилетняя работа ВНИИТЭ и его филиалов позволила не просто создать единый стиль приборов, рабочих мест, производственных и складских помещений. Все объекты проектирования были рассмотрены «как целостная система, функционирующая в сферах производства и потребления, каждая из которых предъявляет системе свои специфические требования». Основными результатами разработки стали: сокращение разнообразия приборов при увеличении разнообразия их функций; единые технологические и композиционные принципы, общие системообразующие факторы: единая модульная размерная система, унификация элементов, единые технологические решения, ограниченный набор материалов, единые эргономические решения, единые формообразующие принципы, единая цветографическая система [15]. Возможность осуществления подобного замысла, скорее всего, была недостижима даже в условиях плановой экономики (реализовать удалось лишь малую часть программы), но как идеальная модель дизайн-разработки сложнейшей производственно-потребительской системы – это ценнейший методический материал.

1. Уже упоминавшиеся идеи *design thinking*, которые тогда только зарождались в мировом дизайнерском пространстве, во многом благодаря разработкам ВНИИТЭ сформировали наиболее значимые дизайнерские концепции последних десятилетий.

На наш взгляд, теоретическое и методологическое наследие ВНИИТЭ заслуживает отдельного серьезного анализа, выходящего далеко за рамки данной статьи. Всего один маленький штрих в завершение этой ее части: изданная в 1978 г. (!) книга «Методика художественного конструирования» [16] до сих пор является лучшим учебным изданием, используемым в подготовке промышленных дизайнеров России.

2. Особую роль в развитии дизайна сыграла система государственной экспертизы качества промышленных изделий. Был придуман, продуман и внедрен весьма действенный механизм, обеспечивающий связь подавляющего большинства промышленных предприятий со структурами дизайна. Вкратце суть этого механизма заключалась в следующем. Всем предприятиям, включая оборонные, было вменено в обязанность серийное производство так называемых «товаров народного потребления». Номенклатура этих товаров определялась в соответствии с плановыми заданиями министерств, в ведении которых они находились. В условиях, когда о многих бытовых товарах советские люди знали только понаслышке или вообще не знали, предприятиям предоставлялась уникальная возможность детально ознакомиться с лучшими зарубежными образцами. Для этого при Торгово-промышленной палате были организованы Палаты промышленных образцов – своеобразные «выставки достижений капиталистического хозяйства». Палаты

промобразов были практически единственным источником информации о зарубежных потребительских товарах – их функциональных, эстетических, эргономических, технических характеристиках, но главное: предприятия имели возможность приобрести товар (из «своей» номенклатуры) для того, чтобы попытаться его скопировать на своих технологиях. Разумеется, о чужой интеллектуальной собственности никто тогда не задумывался. Впрочем, технологии, выделенные под производство потребительских товаров, не позволяли даже приблизиться к качеству образца – не было компактных двигателей с низким уровнем шума, качественной пластмассы, фурнитуры, красок и т.д. Но задача – сделать качественный и эстетически привлекательный товар – ставилась достаточно жестко, на самом высоком уровне. Первоначально решение этой задачи возлагалось на государственный «Знак качества», позднее Постановлением ЦК КПСС и Совета Министров СССР был запущен механизм обязательной экспертизы практически всех новых товаров через систему ВНИИТЭ:

«Государственному комитету Совета Министров СССР по науке и технике:

– предусматривать в планах научно-исследовательских работ и использования достижений науки и техники в народном хозяйстве СССР задания соответствующим министерствам и ведомствам СССР по решению проблем по созданию новых видов технически сложных товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода, а также комплектующих изделий и специальных материалов, необходимых для их изготовления, с целью улучшения ассортимента и повышения качества важнейших видов товаров;

– совместно с Государственным комитетом стандартов Совета Министров СССР и Министерством торговли СССР разработать и утвердить в 3-месячный срок порядок проведения экспертизы потребительских свойств новых видов товаров народного потребления;

– возложить на Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики проведение оценки эстетического уровня новых видов товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода по перечню, определяемому Государственным комитетом Совета Министров СССР по науке и технике и Государственным комитетом стандартов Совета Министров СССР.

Установить, что производственные объединения, предприятия и организации, независимо от ведомственной подчиненности, согласовывают со Всесоюзным научно-исследовательским институтом технической эстетики технические задания на разработку товаров культурно-бытового назначения и хозяйственного обихода, предусмотренных в указанном перечне, в части соответствия их требованиям эстетики» [17].

При всех недостатках и издержках подобной системы ее значение для развития массового производства изделий, предназначенных для массового же потребления, а главное – для развития дизайна, трудно переоценить. Во-первых, предприятия, производившие товары, получали постоянный импульс к совер-

шенствованию своей продукции: экспертные заключения ВНИИТЭ не просто констатировали недостатки или достоинства товаров, они выдавались в виде конкретных, детальных рекомендаций по всем аспектам, связанным с улучшением их качества, функциональных, эргономических, эстетических свойств. Во-вторых, начал формироваться механизм спроса на дизайн со стороны промышленников, все чаще дизайнеры ВНИИТЭ и его филиалов становились авторами промышленных образцов изделий для отечественных предприятий. При этом предприятия самостоятельно изыскивали средства на дизайн-разработки, тем самым постепенно переводя дизайн на «рельсы самоокупаемости». В-третьих, начали создаваться собственные службы художественного конструирования на предприятиях, формируя спрос на специалистов в области дизайна.

Следует особо отметить, что экспертиза отдельных промышленных товаров стала только начальным звеном проектов, еще более масштабных для советского дизайна. Уже в начале 80-х гг. прошлого века одним из важных механизмов включения дизайна в создание новых потребительских товаров стала комплексная дизайн-экспертиза, выполнявшаяся как по заказам предприятий и отраслевых министерств, так и в инициативном порядке, и включавшая в себя:

– изучение и прогнозирование потребностей различных групп населения в разных товарных группах (бытовая техника, мебель, посуда, садово-огородный инвентарь и т.д.);

– анализ зарубежного опыта проектирования в этих товарных группах;

– наконец, экспертную оценку самих промышленных производств.

Смысль этой экспертной оценки заключался в анализе технологических и кадровых ресурсов предприятия с точки зрения возможностей производства новых товаров, не представленных на отечественном рынке (напомним, на тот момент весьма дефицитном). В частности, во время работы в Уральском филиале ВНИИТЭ одному из авторов неоднократно приходилось выезжать на предприятия региона, знакомиться с выпускаемой продукцией, общаться с инженерами, технологами, мастерами, выяснять существующие проблемы и особенности производства. Результатом такой системной работы становились развернутые предложения для предприятий по перспективному ассортименту продукции. Более того, иногда эти предложения, воплощенные в форму дизайн-проектов, становились основой для предложений по кооперации различных производств с целью создания уникальных на тот момент товаров. Например, одна из разработок Уральского филиала ВНИИТЭ представляла собой линейку сборно-разборных легкозвездимых домиков для дачного строительства, для выпуска которых необходима была интеграция ряда предприятий региона.

3. Сразу вслед за Постановлением 1962 г. «Об улучшении качества» появился приказ [18. С. 245]. К сожалению, сам приказ найти не удалось, но, судя по всему, в части художников-конструкторов он был явно не выполнен. В России к концу 80-х было

всего 3 вуза, готовивших дизайнеров, – это художественно-промышленные училища в Москве и Ленинграде («Строгановка» и «Мухинка») и созданная в 1968 г. кафедра промышленного искусства в Уральском филиале Московского архитектурного института (с 1972 г. – Свердловский архитектурный институт). Но если столичные вузы имели давние традиции художественно-промышленного образования, то в Свердловске все начиналось практически с нуля (хотя, разумеется, связь архитектуры и дизайна на тот момент уже была доказана творчеством многих выдающихся проектировщиков, не только зарубежных, но и тех, кого мы называем «пионерами конструктивизма»). За короткое время сложилась реальная и неразрывная взаимосвязь с вузовским образованием. С одной стороны, именно дизайнеры, работавшие в системе Уральского филиала ВНИИТЭ, составили костяк профессорско-преподавательского состава новой кафедры, осуществлявшей подготовку художников-конструкторов. С другой стороны, ВНИИТЭ и все его филиалы (между которыми существовали постоянная взаимосвязь, сотрудничество и в хорошем смысле соперничество) стали своеобразными инкубаторами для лучших выпускников вузов, которые, попадая в плотно насыщенную творческую среду, быстро получали необходимый профессиональный опыт: участие в выполнении масштабных исследовательских и проектных разработок, работа в межпрофессиональных командах, непосредственное взаимодействие с заказчиками. Попасть по распределению на работу во ВНИИТЭ было мечтой большинства студентов-дизайнеров, заставлявшей их уже во время учёбы проявлять максимум способностей.

4. Одним из ключевых элементов системы государственной поддержки дизайна стала его активная популяризация. Журнал «Техническая эстетика», издававшийся с 1964 г., без всякого преувеличения стал настольным изданием не только для дизайнеров, но и для большинства руководителей предприятий. Помимо этого, были переведены на русский язык и изданы большими тиражами книги известных зарубежных дизайнеров Дж. Нельсона, Дж.К. Джонса, Г.З. Бегеная и др. В 1970 г. вышла книга В.Л. Глазычева «О дизайне», мгновенно ставшая бестселлером. Эти книги формировали не только представление о собственно профессиональных задачах дизайнера, связанных с разработкой функциональных, конструктивных, эргономических, эстетических характеристик промышленного изделия. Они способствовали формированию особого взгляда на важнейшую роль дизайнера в решении социальных, культурных, экономических и иных задач. Вот, например, как описывает Д. Нельсон задачи дизайнера в системе производства: «На технически отсталом предприятии... дизайнер должен решить две проблемы. Он должен создать такой проект, который полностью соответствовал бы не идеальной, а реальной технике, используемой на предприятии. Вторая проблема – помочь поднять технический уровень предприятия. Некоторые дизайнеры считают, что это не входит в их компетенцию. По-моему, ограничивая свою ответственность, дизайнер в такой же степе-

пени урезывает и свои возможности» [19. С. 70]. Именно с пониманием своей ответственности осуществлялась описанная выше программная, проектная, экспертно-консультационная деятельность дизайнеров ВНИИТЭ на предприятиях.

«Наследство», которое досталось современной России после того, как система государственной поддержки дизайна была разрушена, можно оценивать по-разному. С одной стороны, зачастую приходится слышать о том, что навязанный советской промышленности дизайн не только не дал сколько-нибудь заметных результатов, но и способствовал длительной «аллергии» бизнес-структур на его услуги. С другой стороны, мы можем констатировать, что четверть века активного развития советского дизайна – это тот фундамент, без которого трудно представить сегодняшнее дизайн-образование, почти затухающую научную жизнь.

Фиксируя нынешнее состояние дизайна в нашей стране, приходится делать вывод о том, что государству не до дизайна. Бродившая несколько лет по ministerским кабинетам «Концепция развития дизайна в России на 2006–2008 годы», предполагавшая ряд мер государственной поддержки дизайна, так и не была принята. Действующая ныне программа поддержки инжиниринга и индустриального дизайна, курируемая Минпромторгом России, отводит дизайну третьюстепенную роль и какого-либо заметного влияния на дизайн не оказывает.

Перспективы формирования полноценной среды развития дизайна в России в значительной степени зависят от понимания государством возможностей дизайна в решении социальных, культурных и экономических проблем и соответствующей его поддержки. Это и необходимость создания структур, аналогичных Советам по дизайну, действующим в большинстве развитых стран мира и обеспечивающим серьезное влияние дизайна на их социальное и экономическое развитие. Это и необходимость создания сети региональных диссертационных советов по специальности 17.00.06 (техническая эстетика и дизайн), что позволило бы хоть отчасти решить кадровые проблемы вузов, готовящих дизайнеров. Это и поддержка сети бизнес-инкубаторов, в которых могли бы реализовываться студенческие дизайн-проекты.

Резюмируя опыт взаимодействия государственной власти и дизайна в различных странах, можно сделать следующий простой вывод. Каждая из рассмотренных программ государственной поддержки дизайна опирается на принципы дизайн-мышления: в первую очередь, это честная проблематизация, внятная идея (смысл), четкое целеполагание, системность, масштабность (соразмерность программы тем целям и задачам, которые перед ней ставятся), логичная взаимосвязь структурных элементов программы, этапность, последовательность (планомерность) реализации, наконец, привлекательность как для стейххолдеров, так и для конечных потребителей. Иными словами, для полноценного развития дизайна в России необходимо дизайн-мышление на государственном уровне.

ЛИТЕРАТУРА

1. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России. Экспертно-аналитический доклад. М., 2017. 136 с.
2. Княгинин В.Н. Промышленный дизайн в Российской Федерации: возможность преодоления дизайн-барьера. СПб.: Изд-во Политехнического университета, 2012. 80 с.
3. Шатин Ю. Раймонд Лоуи (1893–1986) – Хрестоматия по дизайну. Тюмень: Институт дизайна, 2005. С. 202–211.
4. Филл Ш. и Филл П. История дизайна / пер. с англ. С. Бовина. М.: Колибри, Азбука-Аттикус, 2014. 512 с.: ил.
5. Gordon R. What is Good Design? // Design. № 1. Design Council, London, 1949. P. 2–6.
6. Браун Т. Дизайн-мышление в бизнесе: от разработки новых продуктов до проектирования бизнес-моделей / пер. с англ. В. Хозинского М.: Мани, Иванов и Фербер, 2012. 256 с.
7. Пресс М., Рэйчел К. Власть дизайна: ключ к сердцу потребителя / пер. с англ. А.Н. Поплавская. Минск: Гревцов Паблишер, 2008. 352 с.
8. URL: <https://www.designcouncil.org.uk/what-we-do/social-innovation>
9. Курьера Г.Г. Что впереди? Хрестоматия по дизайну. Тюмень: Институт дизайна, 2005. С. 526–527.
10. Зеленая книга. Промышленный дизайн (Стандарты. Лучшая практика. Продьюсинг. Дизайн-школы) / под ред. В.Н. Княгинина. СПб.: Центр стратегических разработок «Северо-Запад», 2012. 65 с.
11. URL: <http://www.designclinicsmsme.org/about-dcs>
12. Вершинин Г. В. Русский дух как враг дизайна // Тюменские новости он-лайн. Тюмень, 2012. URL: http://tyumens.com/index.php?option=com_content&view=article&id
13. Соловьев Ю.Б. Моя жизнь в дизайне. М.: Союз дизайнеров России, 2004. 252 с.
14. Соловьев Ю.Б. Советский дизайн. Итоги и проблемы. 1962–1982 // Техническая эстетика. 1982. № 4.
15. Михеева М.М. Основы системного дизайна: методическое указание по курсу «Основы теории и методологии проектирования в промышленном дизайне». М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2010. 59 с.
16. Методика художественного конструирования. М.: ВНИИТЭ, 1978.
17. Постановление ЦК КПСС и Совета Министров СССР от 23 декабря 1976 г. № 1056 «О развитии в 1976–1980 годах производства товаров массового спроса и о мерах по повышению их качества».
18. Строгановка: 190 лет русского дизайна / С.В. Курасов, А.Н. Лаврентьев, Е.А. Заева-Бурдонская, А.В. Сазиков. М.: Русский Миръ, 2015. 608 с.
19. Нельсон Дж. Проблемы дизайна. М.: Искусство, 1971.

Статья представлена научной редакцией «История» 18 марта 2018 г.

DESIGN AND THE STATE: INTERACTION SPACES

Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal, 2018, 428, 141–150.

DOI: 10.17223/15617793/428/19

Elena E. Pavlovskaya, Ural State University of Architecture and Arts (Yekaterinburg, Russian Federation). E-mail: digra2006@list.ru

Viktor A. Klimenko, Siberian Center for Industrial Design and Prototyping (Tomsk, Russian Federation); Tomsk State University (Tomsk, Russian Federation). E-mail: klimenko@siberia.design

Keywords: design; design thinking; state support; prospect of interaction.

The study aims to review the programs of the state support of design in the world, to search for ideas of the place and the role of design in society, to see future development of design and design education in Russia. The practical value of the study consists in the analysis of design as one of the trivial small business fields with almost no support from the state. The history of the state support of design in the world and in the USSR is studied. The publication is first in a series of article about design in Russia for the professional community. In the first part of the article, the relevance of the research topic, its aims and objectives are stated, the main points are identified. In the second part, the current state of the subject field is described. In the third part, the example of the state support of design in the UK is considered from the formation of the Council of Industrial Design (CoID) back in 1944 till the present. In the fourth part, examples of the state support of in other foreign countries are given. In the fifth part of the article, the current situation in Russia, as well as the USSR experience in the state support of design in the 1960s–1980s, is described. This part is closely associated with the history of the All-Russian Research Institute of Technical Aesthetics (VNIITE). The key directions in the system are described in detail: the scientific-theoretical and methodological bases of design; the state inspection of industrial products quality; the Higher Education Minister's Decorative & Applied Arts Artists and Designers Training Act No. 506 of July 6, 1962; the active popularization of the state support of design. In the final part of the article, the current status of design in Russia is briefly characterized, the prospects of its full-fledged development environment are described. Also, the experience of relations between the government and design in different countries is summarized to make a conclusion about the method which is necessary for a comprehensive development of design in Russia.

REFERENCES

1. Idrisov, G.I. et al. (2017) *Novaya tekhnologicheskaya revolyutsiya: vyzovy i vozmozhnosti dlya Rossii. Ekspertno-analiticheskiy doklad* [A new technological revolution: challenges and opportunities for Russia. Expert-analytical report]. Moscow: TsSR.
2. Knyaginin, V.N. (2012) *Promyshlennyy dizayn v Rossiyskoy Federatsii: vozmozhnost' preodoleniya dizayn-bar'era* [Industrial design in the Russian Federation: the possibility of overcoming the design barrier]. St. Petersburg: Polytechnic University.
3. Shatin, Yu. (2005) *Raymond Loui (1893–1986) – Khrestomatiya po dizaynu* [Raymond Lowy (1893–1986): a reader for design]. Tyumen: Institute of Design. pp. 202–211.
4. Fill, S. & Fill, P. (2014) *Istoriya dizayna* [History of design]. Translated from English by S. Bovin. Moscow: Izd-vo KoLibri, “Azbuka-Attikus”.
5. Russell, G. (1949) What is Good Design? *Design*. 1, pp. 2–6).
6. Brown, T. (2012) *Dizayn-myshlenie v biznese: ot razrabotki novykh produktov do proektirovaniya biznes-modeley* [Design thinking in business: from the development of new products to the design of business models]. Translated from English by V. Khozinskiy. Moscow: Izd-vo “Mann, Ivanov i Ferber”.
7. Press, M. & Rachel, K. (2008) *Vlast' dizayna: Klyuch k serdtsu potrebitelya* [Power of Design: The key to the heart of the consumer]. Translated from English by A.N. Poplavskaya. Minsk: Grevtsov Publisher.
8. Design Council. (n.d.) *What we do*. [Online] Available from: <https://www.designcouncil.org.uk/what-we-do/social-innovation>.

9. Kur'era, G.G. (2005) *Chto vpered? Khrestomatiya po dizaynu* [What lies ahead? A reader on design]. Tyumen: Institute of Design. pp. 526–527.
10. Knyaginin, V.N. (ed.) (2012) *Zelenaya kniga. Promyshlennyy dizayn (Standarty. Luchshaya praktika. Prod'yusing. Dizayn-shkoly)* [The Green Book. Industrial Design (Standards, Best Practice, Producing, Design Schools)]. St. Petersburg: Fond “Tsentr strategicheskikh razrabotok “Severo-Zapad”.
11. Design Clinic Scheme. (n.d.) *About DCS-MSMEs*. [Online] Available from: <http://www.designclinicsmsme.org/about-dcs>.
12. Vershinin, G.V. (2012) *Russkiy dukh kak vrag dizayna* [Russian spirit as the enemy of design]. [Online] Available from: http://tyumens.com/index.php?option=com_content&view=article&id.
13. Solov'ev, Yu.B. (2004) *Moya zhizn' v dizayne* [My life in design]. Moscow: Soyuz dizaynerov Rossii.
14. Solov'ev, Yu.B. (1982) Sovetskiy dizayn. Itogi i problemy. 1962–1982 [Soviet design. Results and problems. 1962–1982]. *Tekhnicheskaya estetika*. 4.
15. Mikheeva, M.M. (2010) *Osnovy sistemnogo dizayna: metodicheskoe ukazanie po kursu “Osnovy teorii i metodologii proektirovaniya v promyshlennom dizayne”* [Fundamentals of system design: a methodological instruction on the course “Fundamentals of the theory and methodology of design in industrial design”]. Moscow: MSTU.
16. Solov'ev, Yu.B. (ed.) (1978) *Metodika khudozhestvennogo konstruirovaniya* [Methods of artistic design]. Moscow: VNIITE.
17. Central Committee of the CPSU and the Council of Ministers of the USSR. (1976) *Decree of the Central Committee of the CPSU and the Council of Ministers of the USSR of December 23, 1976 No. 1056 “On the development in 1976–1980 of the production of mass consumer goods and on measures to improve their quality”*. (In Russian).
18. Kurasov, S.V. et al. (2015) *Stroganovka: 190 let russkogo dizayna* [Stroganovka: 190 years of Russian design]. Moscow: Russkiy Mir”.
19. Nelson, J. (1971) *Problemy dizayna* [Problems of design]. Translated from English. Moscow: Iskusstvo.

Received: 18 March 2018