Процессы коллаборации в дизайне: перспективы развития через интеграцию

**ВОЛКОВ Дмитрий Николаевич,** преподаватель

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Самарской области «Колледж технического и художественного образования г. Тольятти"

445017, Россия, Тольятти*,* greywoolf2@yandex.ru

**КУТУЗОВА Валерия Евгеньевна,** преподаватель

Государственное автономное профессиональное образовательное учреждение Самарской области «Колледж технического и художественного образования г. Тольятти»

445017, Россия, Тольятти*,* valeriekutuzova@vk.com

**Аннотация.** Определение значимости процессов коллабарации в дизайне, как наиболее актуальных форм развития дизайна на сегодняшний день. Интерес к исследованию процессов коллаборации в дизайне обусловлен особенностями решения дизайн-задач, а также тенденциями к интегративному характеру современного научного познания.

**Ключевые слова:** дизайн, коллабарация, интеграция, дизайн-задача, инновация, креативные индустрии.

**COLLABORATION PROCESSES IN DESIGN: PROSPECTS FOR DEVELOPMENT THROUGH INTEGRATION**

**Dmitry Nikolaevich VOLKOV**, teacher

The State autonomous professional educational institution of the Samara region "College of Technical and Artistic Education of Tolyatti"

445017, Russia, Tolyatti, greywoolf2@yandex.ru

**KUTUZOVA Valeria Evgenievna**, teacher

The State autonomous professional educational institution of the Samara region "College of Technical and Artistic Education of Tolyatti"

445017, Russia, Tolyatti, valeriekutuzova@vk.com

**Abstract.**Determining the significance of collaboration processes in design as the most relevant forms of design development today. Interest in the study of collaboration processes in design is due to the peculiarities of solving design problems, as well as trends towards the integrative nature of modern scientific knowledge.

**Keywords:**design, collaboration, integration, design task, innovation, creative industries.

Дизайн как феномен культуры подвержен непрерывным трансформациям, он нестабилен, не завершен и принципиально не допускает однозначного определения. С развитием техники и технологий, с переменами, моделирующими новый образ социокультурной жизни, происходят расширение, углубление, изменение понимания дизайна, как процесса художественного проектирования объектов самого разного назначения. Дизайн как феномен культуры зависим от времени, от той эпохи, в которой он функционирует. Запросы времени, потребности общества определяют передовые задачи, стоящие перед дизайнерами и специалистами смежных профессиональных компетенций.

Сегодняшние изменения в социокультурных процессах свидетельствуют о формировании новой парадигмы, обусловленной перерастанием индустриального общества в общество информационно-сетевое.

Парадигмальный сдвиг не только влечет за собой трансформации общего социокультурного характера, но и взрывает сложившиеся траектории, по которым шло развитие конкретных культурных или общественных явлений. В области художественного проектирования происходит смещение первонеобходимых целей и задач в иные координатные плоскости, актуализирующие, усиливающие процессы взаимодействия, интеграции и коллаборации.

Цель настоящей статьи заключается в попытке обозначить значимость процессов коллабарации в дизайне, как наиболее актуальных форм развития дизайна на сегодняшний день. Интерес к исследованию процессов коллаборации в дизайне обусловлен особенностями решения дизайн-задач, а также тенденциями к интегративному характеру современного научного познания.

Сущность и особенности интеграции, кооперации, взаимодействия, сотрудничества и партнерства представлены в трудах отечественных и зарубежных ученых, среди которых С.Б. Авдашева, М.А. Бек, Н.Н. Бек, Белько Т.В., Е.В. Бузулукова, Б. Грей, Е.Н. Горлачева, М.А. Государев, А.М. Колаби, Б.С. Кросби, О.В. Кузнецова, С.П. Кущ, С.А. Лукьянов, Б.З. Мильнер, В.Ф. Минаков, С. Осборн, В.В. Радаев, И.И. Скоробогатых, Н.В. Смородинская, А.Н. Стерлигова, М.М. Стоун, О.А. Третьяк, Х. Хеканссон, М. Холмлунд, С.Г. Хомич, М.Ю. Шерешева, О.У. Юлдашева и др.

Так же научную базу исследования процессов коллаборации в дизайне являются публикации российских и зарубежных ученых,посвященные практическим аспектам исследований (Белько Т.В., Саушкина К.Н., Н. А. Сахарова, Т. В. Балланд, М. Л. Погорелова, И. Б. Долженко, Э. Буржуа).

Существующие теоретические исследования, посвященные вопросам коллаборации, в большинстве своем, не дают исчерпывающей характеристики данного процесса, непредоставляют целостной картины, системы понятий и принципов. Они рассматриваютопределенные аспекты этого вопроса или сосредоточены на описании практических примеров,не раскрывающих полностью алгоритмы данного процесса и носят прикладной характер. Также отсутствует четкая классификация, не хватает целостного систематизированногообобщения всех вопросов, имеющих отношение к процессу коллаборации в дизайне.

Коллаборация – процесс, на сегодняшний день не имеющий как четкого определения (или общесистемной интерпретации), так и принятой классификации подходов к его формированию и развитию. Однако он заставляет обратить на себя внимание, так как все чаще начинает фигурировать при построении взаимодействия дизайна и различных сфер искусства, науки, техники и других отраслей жизни социума.

Под влиянием интеграции дизайна в усиленный научно-технический прогресс появляются новые стили и направления, меняющие представление о привычном нам окружении.

Так как основной задачей дизайна остается поиск нового – новых форм, эстетики, то основными целями современного дизайна могут быть: переструктурирование пространства культуры, создание новых ценностей через обновление привычных систем взаимодействия.

Искусство, технологии, бизнес и инновации позволяют работать сновыми идеями, вокруг которых строятся маркетинговые кампании исоздается уникальный контент. В этом ключе коллаборация дает перспективу выхода за рамки привычных форматов взаимодействия с аудиторией и, как следствие, влияет и на развитие бизнес-метрики.

Появление на рынке новых и ярких разработок естественным образом приводит к инновациям в отрасли.Концепция сочетания методов, стилей и материалов помогает создавать новые тенденции и открывать пространство дизайна для новых способов проектного мышления. Обмен идеями ведет к повышению креативности и новым формам работы.

Предметом, в любом случае, является конкретная дизайн-задача, каждый раз индивидуальная и неповторимая. Для решения дизайн-задачи невозможно обойтись без междисциплинарного подхода в мышлении и процесса взаимодействия деятельности. Это предполагает использование взаимосвязанных знаний из разных предметных областей и разных дисциплин, умение комбинировать новейшие теоретические и практические достижения человечества, необходимые для производства продукта или реализации услуги.

Коллаборация в дизайне приносит пользу и самому процессу проектирования. Она способствует генерированию идей и их исследованию, стимулирует креативность и способствует открытому общению между членами команды. Это также помогает выявлять и решать проблемы проектирования на ранней стадии, что приводит к более совершенным и целостным решениям.

Любая область, связанная с созданием нового объекта дизайна, может извлечь выгоду. Платформы виртуальной совместной работы, видеоконференции и программное обеспечение для управления проектами позволяют дизайнерам беспрепятственно работать вместе с другими специалистами, независимо от их физического местоположения.

Таким образом, процессы коллаборации в дизайне отражают изменения мировоззрении человека на природу сотворчества. Это новый диалог, который дарует безграничные возможности для самовыражения дизайнера, осуществления новаторского подхода, использования новых конструкции, форм, инструментариев и пр.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что дизайн-индустрия сегодня является одной из наиболее инновационных. Понимание дизайна в современном мире сильно расширилось — это не только эстетическая характеристика продукта, но особый самостоятельный способ мышления и деятельности. Информационное общество диктует дизайну новые условия: для решения сложных комплексных проектных задач необходимо сотрудничество интеллектуальных, организационных, информационных и технических ресурсов. В связи с этим есть основание предположить, что дизайн является системообразующей отраслью креативных индустрий. Как основной связующий элемент он объединяет все сферы творческой деятельности человека.

***Список источников***

1. Блиничева В.А. Особенности проектов в области экспозиционнойдеятельности, приуроченных к открытию музея. Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии. / В.А. Блиничева // Материалы XXIV международной научной конференции. 2021. С. 186 – 190.
2. Буржуа Э. Виртуальная жизнь: мода, самовыражение, идентичность в цифровой среде // Теория моды. Одежда. Тело. Культура. 2022. № 63. С.33-52.
3. Байков Е. А., Хакимова Л. Р. Коллаборация брендов как эффективный инструмент инновационных процессов современной экономики //Петербургский экономический журнал. – 2018. – №. 3. – С. 39-46.
4. Блиничева В.А. Особенности проектов в области экспозиционной деятельности, приуроченных к открытию музея. Мода и дизайн: исторический опыт – новые технологии. / В.А. Блиничева // Материалы XXIV международной научной конференции. 2021. С. 186 – 190.
5. Белько Т.В., Саушкина К.Н. Коллаборация дизайнеров и художников. Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2021.№2, ч.2. С. 209-216.
6. Белько Т.В., Саушкина К.Н. Коллаборация модного дома «Prada» с современным искусством Коллаборация модного дома «Prada» с современным искусством Культура и гуманитарные науки в современном мире: сборник научных статей. Выпуск 5 / под редакцией А.И. Климина и других; Ассоциация «НИЦ «Пересвет». – СПб.: Ассоциация «НИЦ «Пересвет», 2021. – С. 122 — 127.
7. Белько Т.В., Саушкина К.Н. Арт-коллаборация как актуальный тренд в современном дизайне Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2023. №2, ч.2. С. 292-297.
8. Голубева А. И., Скакун К. А. Коллаборация как маркетинговая технология //современные аспекты коммерческой деятельности на потребительском рынке. – 2020. – С. 48-53.
9. Иншаков О. В. Коллаборация как глобальная форма организации экономики знаний //Экономика региона. – 2013. – №. 3 (35). – С. 38-44.
10. Лефман Т. О. Новый дизайн на основе традиционного ремесла: опыт творческих коллабораций //К 150-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ ИГОРЯ ЭММАНУИЛОВИЧА ГРАБАРЯ (1871-1960). – 2021. – С. 268-274.
11. Погорелова М.Л. Цифровые технологии в индустрии моды // Научные исследования и разработки в области дизайна и технологий. Кострома: Издательство Костромского государственного университета. 2022. С. 145-148.