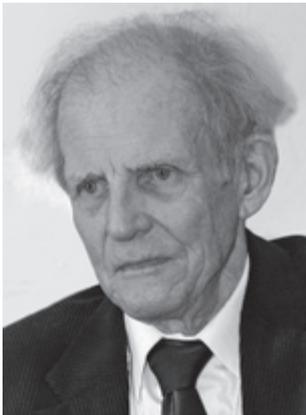




Влияние дизайна на качество жизни населения: концептуальный подход



Г.М. Зараковский

д.пс.н., профессор
ВНИИТЭ,
вице-президент
отделения дизайна
и эргономики АПК



И.В. Пенова

к.ф.-м.н., ВНИИТЭ,
член АПК

Оптимизация предметно-пространственной среды социума на основе достижений современного дизайна может существенно влиять на качество жизни. При этом воздействие дизайна на качество жизни может быть как прямым и наглядным – через удовлетворение ряда конкретных потребностей человека, так и опосредованным – через экономику, экологию, социально-культурное состояние общества и т.д.

Подробный анализ позволяет в развитие данного положения предложить блок-схему путей воздействия дизайна на качество жизни (рис. 1).

Прежде чем приступить к обсуждению блок-схемы, уточним содержание принципиально важных понятий, упоминаемых в настоящей статье.

1. Утилитарные свойства – свойства, определяющие практическую пользу объекта (изделия, сооружения, системы), возможность с его помощью успешно вести определенный вид деятельности.

2. Эстетические свойства – (по М.В. Федорову, [1]) это свойства, выражающие сложный культурно-ценностный смысл объекта и вызывающие эстетические переживания. Эти переживания могут быть обусловлены такими свойствами, которые выражают красоту изделия



Рис. 1. Блок-схема путей влияния дизайн-эргономического проектирования на качество жизни населения

по отношению к достаточно универсальным представлениям большинства людей об эстетических идеалах, и такими свойствами, которые выражают соответствие образа изделия специфическим представлениям об эстетических ценностях людей, принадлежащих к определенной, своеобразной по своим культурным традициям, группе.

Основными свойствами, определяющими красоту изделия, являются:

- информационно-образная выразительность (эстетически значимое содержание);
- рациональность структуры изделия (соотнесенность образа изделия с его назначением и материальной структурой);
- композиционная целостность (эстетически значимая форма).

Следует различать красоту объектов, служащую выражением их целесообразности, технического совершенства, гармоничной организации, и красоту, которая «добавляется» к первой в целях придания объектам художественно-образной выразительности и определенной знаковости. Поэтому красота, как комплексное эстетическое свойство изделия, иногда может быть в конкурентных отношениях с эргономическими свойствами. Во избежание этого крайне важно, чтобы все дизайнерские (в узком смысле слова) проекты были хорошо проработаны с эргономических позиций.

Соответствие изделия эстетическим требованиям характеризуется показателями, перечень которых приведен в *табл. 1*.

3. **Эргономические потребности** – потребность в высоком качестве труда, деятельности (или пользования изделием), стремление человека к тому, чтобы объект, выступающий в роли средства деятельности (или пользования), позволял ему наилучшим образом осуществлять трудовую (или любую другую) деятельность. Для этого изделие должно иметь такие эргономические и эстетические свойства, которые формируют следующие характеристики процесса деятельности:

- освояемость: легкость и быстрота понимания того, как надо правильно использовать изделие, выполнять определенную деятельность с его помощью; быстрота формирования соответствующих умений и навыков;
- результативность: точность, своевременность, уровень качества достижения цели деятельности;
- безопасность: травмобезопасность, отсутствие вредных воздействий на человека, обусловленных наличием токсических веществ, вибрациями, шумами и т.п. Различают безопасность изделия в качестве средства деятельности и в качестве элемента среды. В первом случае речь идет о безопасности человека – пользователя изделием, во втором случае – о безопасности «сторонних» лиц;
- качество действий: безошибочность выполнения действий, из которых складывается деятельность, их точность, своевременность;
- тяжесть и напряженность (синоним – физиологическая и психологическая цена деятельности):

Таблица 1

Перечень показателей соответствия изделия эстетическим требованиям

Подгруппа показателей	Единичный показатель
1. Информационная выразительность	1. Знаковость
	2. Оригинальность
	3. Стилиевое соответствие
	4. Соответствие моде
2. Рациональность формы	1. Функционально-конструктивная обусловленность
	2. Эргономическая обусловленность
3. Целостность композиции	1. Организованность объемно-пространственной структуры
	2. Тектоничность
	3. Пластичность
	4. Упорядоченность графических и изобразительных элементов
	5. Колорит и декоративность
4. Совершенство производственного исполнения и стабильность товарного вида	1. Чистота выполнения контуров и сопряжений
	2. Тщательность покрытий и отделки
	3. Четкость исполнения фирменных знаков и сопроводительной документации
	4. Устойчивость к повреждениям и сохранность первоначального вида



оптимальные для данной деятельности физическая нагрузка (тяжесть), которую испытывает человек, и психическая нагрузка (напряженность), под которой понимается степень концентрации внимания в процессе деятельности, волевые усилия, сложность решения интеллектуальных задач, уровень ответственности за результаты деятельности;

- функциональный комфорт: эмоциональная и умственная удовлетворенность пользователя изделия процессом деятельности, эргономическими и эстетическими свойствами изделия.

4. **Эргономические свойства** – интерфейсные характеристики объекта (свойства взаимодействия человека и объекта, выступающего в роли средства деятельности или пользования), которые определяются соответствием структуры деятельности, параметров информационных средств, органов управления, оборудования рабочего места и среды на рабочем месте морфологическим, физиологическим, психологическим возможностям и закономерностям деятельности человека.

5. **Средовой комфорт** – эмоционально-чувственная удовлетворенность человека объектом, выступающим в роли элемента предметной среды, в которой протекает жизнедеятельность человека.

6. **Базовые личностные потребности** – совокупность стремлений индивида к самоэффективности, самоутверждению и самореализации, к аффилиации, новизне ощущений, переживаний, знаний.

Самоэффективность – чувство уверенности в своих силах, как физических, так и психических, в своих возможностях достигать желаемые цели, преодолевая препятствия; доминирование мотивов достижения целей по отношению к мотивам избегания наказания за недостижение целей.

Самоутверждение – высокая самооценка, наличие и осознание определенных достоинств, отличающих «Я» как личность, от других людей. Самооценка может быть адекватной или неадекватной по отношению к реальным физическим, умственным, волевым и другим психическим возможностям данного человека.

Неадекватная низкая самооценка может приводить человека в состояние угнетенности, снижая субъективное качество жизни. Неадекватная высокая самооценка может проявляться в такой негативной черте характера, как нарциссизм – самолюбование и стремление к тому, чтобы и другие люди любовались тобой, признавали твою исключительность. Человек, отличающийся нарциссизмом, стремится к чрезмерной оригинальности. Самоутверждение проявляется в позиционировании себя как своеобразной личности, играющей значимую роль в определенной социальной среде.

Самореализация – стремление заниматься делом, к которому у индивида имеется склонность и в котором он сможет наилучшим образом проявить свои способности и черты личности.

Аффилиация – эмоциональная связь человека с другими людьми, характеризующаяся взаимным принятием и расположением; стремление быть уважаемым членом определенной социальной группы.

Новизна – стремление человека к новизне впечатлений, ощущений, переживаний, к познанию окружающего мира, в том числе посредством научно-исследовательской деятельности.

Привлекательность объекта – совокупность гуманистических свойств объекта, которые вызывают интерес и положительный эмоциональный отклик у потенциальных пользователей (потребителей данного объекта).

Из блок-схемы, представленной на рис. 1, вытекает логика исследования, анализа и оценки влияния дизайна на качество жизни.

Принципиальным является разведение прямого и косвенного влияния.

Для анализа косвенного влияния достаточно найти в литературных источниках фактические данные об экономическом, экологическом и социокультурном эффекте дизайн-эргономических продуктов.

Анализ прямого влияния требует от исследователя понимания сути ценностно-потребностной сферы психики и культурного облика человека. Он может быть осуществлен специалистом, сведущим в искусствоведении и психологии, по ряду признаков, характеризующих изделие и пользователя им. Основой для такого анализа является левая часть блок-схемы, представленной на рис. 1.

Методология анализа заключается в мысленном моделировании пользовательских ситуаций, возникающих при заказе, приобретении, употреблении продукта дизайн-эргономической деятельности (изделия, сооружения или системы). Необходимо понять, какие именно потребности удовлетворяются гуманистическими свойствами данного продукта.

После этого следует определить, в какой компонент качества жизни делает вклад удовлетворение данной потребности: в здоровье, в духовно-психологический потенциал, в социальное самочувствие, в безопасность людей или в качество их жизни в сферах: личной, семейной, трудовой, досуговой, общественной жизни.

Для построения концепции влияния дизайна на качество жизни человека необходимо конкретизировать и дать психологическую трактовку потреб-

ностей людей, которые удовлетворяются формируемыми дизайном свойствами объекта, с последующим определением их места в структуре качества жизни и роли в решении экономических, социальных, культурных и экологических проблем.

В терминах теории дизайна связь формируемых дизайном гуманистических свойств объектов с потребностями человека, с компонентами качества жизни (КЖ) и общественно значимыми проблемами схематически представлена в *табл. 2*.

Особое значение для успешной работы дизайнеров имеет знание потребностей («вкусов»),

характерных для разных личностей. Дело в том, что в конце XX века развитые общества вступили в этап количественного насыщения «усредненных» потребностей продукцией массового спроса, и актуальной становится задача удовлетворения индивидуализированных потребностей, а для этого необходима ориентация проектной работы на производство уникальных или малосерийных изделий [2, с. 13].

В упомянутой монографии американских авторов подробно описана методология выявления потребительских вкусов разных социальных групп

Таблица 2

Связь формируемых дизайном свойств объектов с потребностями человека, компонентами качества жизни (КЖ) и их общественно значимые («конечные») эффекты

Свойства объектов	Потребности человека	Компоненты КЖ	Непосредственные эффекты	Конечные эффекты
Функциональность	Достижение пользовательских целей (полезность объекта)	<ul style="list-style-type: none"> • КЖ жизнедеятельности в разных сферах жизни • Субъективное КЖ 	Результативность деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • Экономический • Социальный
Эргономичность	Качество деятельности	<ul style="list-style-type: none"> • КЖ жизнедеятельности в разных сферах жизни • Здоровье • Психологический потенциал • Социальное самочувствие • Субъективное КЖ 	<ul style="list-style-type: none"> • Производительность деятельности • Качество продукта деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> • Экономический • Социальный • Культурный • Экологический
Эстетичность	Эстетические переживания	<ul style="list-style-type: none"> • Социальное самочувствие • Психологический потенциал • Субъективное КЖ 	<ul style="list-style-type: none"> • Социальное самочувствие • Привлекательность объекта • Структура ценностей и потребностей • Субъективное КЖ 	<ul style="list-style-type: none"> • Социальный • Культурный • Экономический • Экологический
	Личностные потребности	<ul style="list-style-type: none"> • Психологический потенциал • Социальное самочувствие • Социальная безопасность • Субъективное КЖ 	<ul style="list-style-type: none"> • Психологический потенциал • Социальное самочувствие • Субъективное КЖ 	<ul style="list-style-type: none"> • Социальный • Культурный
Экологичность	Средовой комфорт (биологический, психологический)	<ul style="list-style-type: none"> • Экологическая безопасность • Здоровье • Социальное самочувствие • Субъективное КЖ 	<ul style="list-style-type: none"> • Здоровый образ жизни • Структура ценностей и потребностей • Субъективное КЖ 	<ul style="list-style-type: none"> • Экологический • Социальный • Экономический • Культурный

как обязательный компонент предпроектных исследований в дизайне.

Следует отметить, что целевая ориентация дизайна на вкусы относится лишь к его экономически сфокусированной миссии. Но, как известно, у дизайна есть и другие миссии: формировать у населения социально позитивные ценностные ориентации и потребности, повышать его общую культуру, способствовать решению экологических проблем.

Литература

1. Федоров М.В. и др. Научно-методические проблемы дизайна для решения социально-экономических задач // Под редакцией Задесенца Е.Е. – М.: «Архитектура-С», 2010.
2. Пресс М. Власть дизайна: Ключ к сердцу потребителя/ Майк Пресс, Рэйчел Купер; пер. с англ. А.Н. Поплавская; науч. ред. Б.П. Буландо. – Минск: Гревцов Паблишер, 2008.