

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО**

**Омский государственный технический университет**

**Институт дизайна, экономики и сервиса**

**Кафедра «Дизайн»**

приглашают принять участие в работе

XX Всероссийской научно-практической конференции

«Визуальная культура. Искусство. Дизайн. Медиатехнологии»

 **(**21 апреля 2021 г., Омск, Россия)

К участию в конференции приглашаются ученые, руководители предприятий, образовательных и культурных учреждений, работники отделов администрации, преподаватели, аспиранты и магистранты, все интересующиеся проблемами искусства, дизайна, рекламы и медиатехнологий.

Цель конференции:

• презентация результатов теоретических исследований в области дизайна и их реализации в практике дизайн-проектирования;

• обмен опытом проблем и достижений в области дизайн-образования и преподавания отдельных дисциплин в современных условиях.

На конференции предлагается обсуждение проблем по следующим направлениям:

1. Искусство и дизайн в современной культуре.
2. Дизайн-мышление: проектирование для людей.

3. Визуальная экология городской среды.

4. Инновационные концепции и технологии визуальной коммуникации.

5. Проблемы современного дизайн-образования.

 Для включения сообщения в программу конференции необходимо предоставить до **11 апреля 2021 г.** текст статьи (объемом до 5 страниц) в электронном виде. Регистрация участников и размещение статей проводится на сайте конференции: <http://conf.ict.nsc.ru/visual-omsk2021/ru/info_letter> По итогам работы конференции планируется издание сборника материалов конференции, который размещается в Научной электронной библиотеке elibrary.ru и индексируется в РИНЦ.

**Оргкомитет убедительно просит обратить особое внимание на соответствие своей работы требованиям к оформлению. Не принимаются работы с некорректными заимствованиями и без проверки на плагиат.**

Объем статей до 5 страниц, 12 кегль, 1 интервал, подрисуночные подписи – 10 кегль. Ссылки на источники в квадратных скобках, начиная с [1], библиографический список – не по алфавиту, а по порядку упоминания в тексте. Ссылки на рисунки – в круглых скобках (рис. 1). Структура статьи из 6 пунктов – I. ВВЕДЕНИЕ, II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ, III. ТЕОРИЯ, IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ, V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ, VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ, – является обязательной. УДК своей статьи можно определить на сайте: <https://teacode.com/online/udc/7/76.html>

**Образец оформления статьи**

УДК 130.2

СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ ДИЗАЙНА

MODERN REPRESENTATION OF SOCIAL MISSION IN DESIGN

Ю. В. Суворова

*Омский государственный технический университет,*

*Институт дизайна, экономики и сервиса, г. Омск, Россия*

Y. V. Suvorova

*Omsk State Technical University,*

*Institute of Design, Economics and Service, Omsk, Russia*

***Аннотация* –****cтатья посвящена изучению современного опыта реализации социальной миссии дизайна; рассматриваются перспективы развития направления социально ориентированных проектов в области графического дизайна в России. Актуальность данной темы обусловлена смещением фокуса с инженерного и художественного аспектов дизайнерской деятельности в пользу социального аспекта в западной культуре и одновременно с этим незначительное внимание к рассматриваемому аспекту в России.**

***Ключевые слова* – графический дизайн, социальная миссия дизайна, социально ориентированный проект**

I. ВВЕДЕНИЕ

В западной культуре, очевидно, происходит смещение фокуса с инженерного и художественного аспектов дизайнерской деятельности в пользу социального аспекта дизайн-деятельности. Можно привести множество примеров того, как социально ориентированный дизайн способствует улучшению жизни людей. Актуальность данной темы для российского исследователя обусловлена тем, что в России данному аспекту дизайнерской деятельности не уделяется значительное внимание. Чтобы найти примеры и оценить перспективы развития направления социально ориентированных проектов в области графического дизайна в России было решено провести данное исследование.

II. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Целью данного исследования является рассмотрение социальной миссии дизайна в теории и на практике. Для достижения цели поставлены следующие задачи: дать современное определение социальной миссии дизайна; рассмотреть реализацию его социальной миссии на практике, а именно найти примеры социально ориентированных проектов в современном графическом дизайне в России.

III. ТЕОРИЯ

В конце второго десятилетия XXI в. приоритеты в дизайне постепенно смещаются с заказов, реализация которых направлена только на получение прибыли, в сторону проектов, приносящих пользу. Таким образом, происходит смещение фокуса с инженерного и художественного аспектов дизайнерской деятельности в пользу социального аспекта. М. А. Коськов пишет: «В функциональном пространстве культуры дизайн не только занимает определенное место в спектре материальных явлений между полюсами "практическое начало” и “художественное начало”, но и образует спектр форм деятельности между Преобразованием и Общением» [1, с. 120]…..

 Социально ориентированный проект в области дизайна – проект, созданный с учетом возможностей, потребностей, запросов, проблем людей, либо проект, созданный для решения или помощи в решении определенной социальной проблемы.

Один из таких проектов стал обладателем гран-при фестиваля «Каннские львы» 2019 г. (рис. 1). В Германии многие предметы роскоши облагаются налогом по сниженной ставке в 7%, в то время как налоговая ставка на гигиенические тампоны составляет 19%. The Female Company создала дизайн упаковки тампонов в виде книги, что позволило продавать их с более низкой налоговой ставкой в 7%. Первый тираж «книги» с тампонами «The Tampon Book: A Book Against Tax Discrimination», по словам издателя, распродали за день, а второй – за неделю. В упаковке находится 15 тампонов, а также иллюстрированные рассказы об использовании данного предмета гигиены (рис. 1). Соучредитель компании The Female Company Энн-Софи Клаус рассказала, что эта идея появилась после того, как они около года пытались повысить осведомленность граждан об этом налоге. Они также собрали 175 тысяч подписей под петицией, которая призывает власти понизить налог.…….



Рис. 1. Иллюстрированные рассказы из упаковки «TheTamponBook»

Чтобы найти примеры социально ориентированного дизайна в российской практике, было решено провести опрос среди профессионалов в области дизайна и смежных областей деятельности по теме социальной миссии дизайна. Обобщенные итоги опроса представлены в разделе «Результаты экспериментов».

IV. РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

Респондентам, участвовавшим в опросе, предлагалось рассказать, слышали ли они о социально ориентированных проектах в области графического дизайна в мире/в России, описать своими словами, как они запомнили, в чем состоит суть проекта (-ов), порассуждать, какие социальные проблемы можно было бы решить средствами графического дизайна в регионах России и отметить, реализацию какого социально ориентированного проекта в области графического дизайна они бы хотели видеть городе, где родились.

В опросе приняли участие 10 респондентов – графические дизайнеры, директора рекламных агентств, специалисты по брендингу, телевизионные дизайнеры и преподаватели вузов направлений «Дизайн» и «Реклама и связи с общественностью»……

V. ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Результаты проведенного исследования говорят о том, что в российских городах по-прежнему не развивается область социально ориентированного дизайна. Несмотря на то, что в западной культуре социальный аспект дизайна начинает превалировать над утилитарным или коммерческим, в российской практике примеров подобных проектов мало и они не имеют систематического характера. В отдаленных от Москвы регионах, например, в Омской области, социально ориентированный дизайн является пустующей нишей……..

VI. ВЫВОДЫ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, в результате данного исследования было сформировано авторское определение социальной миссии дизайна. По мнению автора публикации, она выражается в стремлении учитывать возможности, потребности, запросы, проблемы людей; в создании проектов, которые принесут реальную пользу людям; в необходимости думать не только о продукте дизайнерской деятельности, но и о решении определенной социальной задачи. Также было дано определение понятию социально ориентированного проекта в области дизайна. Был изучен опыт создания таких проектов в современной западной культуре, а также предпринята попытка найти схожие проекты и упоминания о них в российской дизайнерской практике. В ходе опроса представителей отрасли и поисков публикаций в СМИ были получены результаты, позволившие прийти к выводу, что в отдаленных от Москвы регионах социально ориентированный дизайн является перспективным направлением развития графического дизайна.

Список Литературы

1. Коськов М. А. Предметный мир культуры. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2004. 344 с.

2. Пендикова И. Г., Дмитриева Л. М. Культуротворческая миссия дизайна // Омский научный вестник.2012. № 2 (106). С. 111-114.

3. Панкина М. В. Экологическая парадигма дизайна // Академический вестник УралНИИпроект РААСН. 2012. № 2. С. 90-92.

4. Папанек В. Дизайн для реального мира. М.: Издатель Д. Аронов. 2008. 416 с.

5. Design for the Other 90%. URL: [www.designother90.org](http://www.designother90.org). (дата обращения: 05.12.2019).

6. Cone Communications Millennial CSR. URL: <https://www.conecomm.com/research-blog/2015-cone-communications-millennial-csr-study> (дата обращения: 05.12.2019).

7. Леви Д. «Я занимаюсь откровенной ерундой»: интервью с художником, который сделал костюм из объявлений / NGS55.ru. URL: <https://ngs55.ru/news/more/66371830/> (дата обращения: 05.12.2019).