



## НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ ПРОГРЕСС И ФУТУРОДИЗАЙН

## SCIENTIFIC AND TECHNICAL PROGRESS AND FUTURISTIC DESIGN

**В. О. Пигулевский\***

ORCID: 0000-0001-7937-9436

**Л. А. Мирская\***

ORCID: 0000-0002-8043-5068

**Victor O. Pigulevsky\***

**Lyudmila A. Mirskaya\***

\* Частное учреждение высшего образования «Южно-Российский гуманитарный институт», Ростов-на-Дону, Россия

\* Private institution of higher education "South Russian Humanitarian Institute", Rostov-on-Don, Russia

**Цель исследования** – анализ проектирования будущего дизайном в структуре развития технической цивилизации.

**Objective of the study** is to analysis of the design of the future by design in the structure of the development of technical civilization.

**Методологическая база исследования.** Социокультурный подход к исследованию истории проектирования будущего дополняется методом герменевтики с целью понимания смыслов футуродизайна в социальной структуре в условиях научно-технического прогресса.

**The methodological basis of the study.** The socio-cultural approach to the study of the history of designing the future is supplemented by the method of hermeneutics in order to understand the meanings of future design in the social structure in the context of scientific and technological progress.

**Результаты исследования.** Прояснение социального смысла и экономического назначения проектирования будущего в условиях научно-технического прогресса цивилизации; суть корреляции футуродизайна с утопией модерна и сценариями будущего в ситуации постмодерна. Проект спасения в условиях грядущего экологического кризиса и задачи совершенствования технологий в ближайшем будущем.

**Results of the study.** Clarification of the social meaning and economic purpose of designing the future in the context of scientific and technological progress of civilization; the essence of the correlation of futuristic design with the utopia of modernity and scenarios of the future in the situation of postmodernity. The project of salvation in the context of the coming ecological crisis and the tasks of improving technologies in the near future.

**Перспективы исследования.** Возможность амплификации проектирования цивилизации и коррекции научно-технического про-

**Research perspectives.** The possibility of amplifying the design of civilization and correcting scientific and technological progress

© Пигулевский В. О., 2024

© Мирская Л. А., 2024

гресса в условиях нарастающего экологического кризиса с учетом коммерческого эффекта отдельных сфер потребления – автомобилей мечты, моды, киноиндустрии, концептов архитектуры, вещей повседневной жизни.

**Ключевые слова:** прогресс, промышленная революция, цифровая революция, модерн, постмодерн, дизайн, футуродизайн, утопия, антиутопия, миф, комфорт, оптимизация, сенсорный маркетинг

in the context of a growing ecological crisis, taking into account the commercial effect of individual areas of consumption – dream cars, fashion, the film industry, architectural concepts, everyday life items.

**Keywords:** progress, industrial revolution, digital revolution, modern, postmodern, design, futuristic design, utopia, dystopia, myth, comfort, optimization, sensory marketing

## Введение

Понимание прогресса складывается с эпохи Просвещения. Проект Просвещения заключался в идее преодоления социальных противоречий на основе развития науки и интеллекта, построения счастливого общества на разумных основаниях и пользе. Прогресс понимался как социальный феномен, который обеспечивает развитие общества от несовершенного состояния к более совершенному. Устремленность вперед придала истории телеологический характер в отличие от христианского провиденциализма. Критерием прогресса стал рост производительных сил, освоение ресурсов и энергий, что выразилось формулой «вперед и больше».

Рост капитала привел к расширенному воспроизводству, насыщению рынка вещами, техникой и коммуникациями, что, в свою очередь, замкнулось на потребности развития окружающей среды по законам экономики и «по законам красоты». Именно на это и нацелен дизайн, который рождается в результате промышленной революции из необходимости усовершенствования грубых серийных вещей. Он встраивается в систему производства и потребления как маркетинговый механизм. С одной стороны, он поддерживает снижение себестоимости продукции массового производства – функционализм, а с другой стороны, он становится способом увеличения прибыли и роста капитала – стайлингом. В этом отношении одним из направлений дизайна, которое выступает трансгрессией по отношению к функционализму и стайлингу, к циклу производства и потребления, является футуродизайн. Он моделирует мечты людей о счастливой жизни. Анализ проектирования человеческого будущего (мечты в дизайне в структуре научно-технического прогресса есть задача данной статьи).

### Футуродизайн и проблемное поле

В философском плане под футуродизайном (от англ. *future design* – «дизайн будущего») понимается разработка доктрин, отнесенных к смыслам будущего, основанных на прогнозировании эволюции технологий, социальных и культурных изменений в обществе, то есть проектная социология.

В данной статье понятие «футуродизайн» ограничено профессиональной деятельностью (дизайнера) проектирования и формообразования среды, промышленной продукции и языков коммуникации. Дизайн формирует предметный мир и медиакоммуникации. Разумеется, дизайн встроен в систему социальных отношений и нацелен на воплощение идеала жизни людей, удовлетворение их потребностей, мифов, решение насущных проблем. Однако речь идет не о социальном конструировании, а о моделировании мечты в ситуации проблемного будущего. Дизайн является проектированием, которое сродни человеческому целеполаганию как «забегание вперед». Суть дизайна составляет проектирование – *project*. «Проект» происходит от лат. глагола *proicere*, «перед действием», который, в свою очередь, происходит от лат. *prōjectus*, что означает «набросок», «замысел», «брошенный вперед». Внутри тотального дизайна складывается направление футуродизайна, опережающее свое время. Первоначально «дизайн будущего» возникает как замысел, т. е. как рисунок, чертеж, иллюстрация, кинофильм или мультимедиа – как идея в рамках коммуникативного дизайна. Затем графический концепт может быть воплощен предметно в промышленном варианте – как архитектура, город будущего, автомобиль мечты или модный тренд, как новая вещь или инструмент, то есть проект выступает и как способ представления продукта.

Футуродизайн есть авангардное направление дизайна, ориентированное на формообразование, приписываемое смыслом будущего. Дизайн будущего имеет несколько аспектов реализации.

1) Иногда ставится знак равенства между дизайном и инновациями научно-технического прогресса. Как поиск инноваций, проекций наблюдаемых технологических тенденций, можно выделить сферы проектирования с нанотехнологиями и новыми материалами с заданными свойствами, с цифровыми технологиями (*web design, game design*, симуляторы, фотоманипуляция, и пр.), с развитием 3D-печати, с технопротезированием имплантатов, встраиваемых человеку, киборгами (Брызгов, Жердев, 2015. С. 482–521). Намечаются и тренды, ведущие к исчезновению дизайна: миниатюризации в электронике, робототехнике, для которой на автоматизированном производстве дизайн не требуется. Особой проблемой становится слишком быстрое развитие технологий робототехники, генной инженерии, нанотехнологий, из-за чего процессы могут вырваться из-под контроля, что может создать для общества непреодолимые проблемы в ближайшем будущем (Margolin, 2007. P. 11).

2) Проектирование опирается на прогнозы и сценарии будущего. В этом отношении подчеркивается бескорыстный, некоммерческий характер дизайн-проектов. Разумеется, такие проекты остаются только на бумаге как сфера допустимо возможного и вероятного.

3) Моделирование будущего связано не только с глобальными проблемами и поиском путей их решений, но с формированием желаний и воплоще-

нием мечты людей «здесь и сейчас». Футуродизайн, будучи вовлечен в цикл производства и потребления, становится *стилем* и *маркетинговой* идеей. «Будущее» хорошо продается. Акцент на мифотворчестве, имеющем вполне практический смысл – стимуляцию потребностей, привлекает интерес в данной статье. В этом аспекте предметом изучения являются не только промышленные изделия, типа *dream cars*, но фантастика, создаваемая киноиндустрией, и мода.

Основной запрос, стимулирующий развитие футуродизайна, складывается в обществе, где царят классовое расслоение и социальная несправедливость, нарастают проблемы человеческой жизнедеятельности. Глобальная цель футуродизайна – избавить мир от войн, бедности, голода и загрязнения окружающей среды, а также создать мир комфорта и обеспеченности ресурсами для всех членов общества (Фреско, Медоуз, 2007. С. 6). Понятно, что средствами дизайна нельзя решить фундаментальные социальные вопросы, можно лишь улучшить жизнь в окружающей среде.

### **Промышленная революция и цель прогресса**

Промышленная революция, как известно, проходит фазу перехода от ручного труда к машинному. В период бурного развития капитализма, в XIX век – в «век изобретений» зарождается дизайн. Формирование дизайна начинается с возникновения функционализма середины XIX века и завершается образованием стайлинга 30-х гг. XX в. Развитие эмпирической науки и технических изобретений рождает социальный пессимизм и нигилизм в отношении прогресса – эпоху декаданса, поскольку бурный рост капитализма сопровождается ростом отношений купли-продажи и переоценкой ценностей.

Развитие техники в начале XX века, военно-технический рывок в экономике в условиях Первой мировой войны, последующий бум технического развития на Западе, придает пониманию прогресса не просто характер социального проекта, но конкретизирует прогресс как научно-технический, составляющий механизм индустриального общества. В начале XX века в Америке технический прогресс выступает как эпоха бума, которая сопровождается обсуждением в журналах научного управления, технических изобретений, повышающих производительность труда, страхование здоровья на промышленных предприятиях (Кузнецова, Уткин, 2010. С. 245). Технический прогресс ощущается повсюду: в домах появляются удобства – лифты, центральное отопление, горячая вода, ванны, пылесосы, электрические чайники, тостеры и утюги, швейные машинки, посудомоечные машины, консервы, кофемашины, а культурный досуг обеспечивают кинематограф, спортивные развлечения, публичные библиотеки, радиопередачи, рэгтайм и блюзы черных музыкантов.

Самым важным техническим достижением для взрослого населения Америки становится автомобиль, который, благодаря Генри Форду, выпускается

с конвейера для рынка, а не собирается вручную как в Европе. Между 1919 и 1929 годами достижения Америки были весьма показательными: ВВП вырос на 39 %, а доходы корпораций – на 76 % (Кузнецова, Уткин, 2010. С. 230–232, 311). Американское производство вещей широкого потребления заполнило рынки Западной Европы. Перепроизводство и поглощение человека вещами в эпоху бума и депрессии приводит к *редукции* идеи Просвещения к мещанскому благополучию американской мечты.

Научно-технический прогресс движим проектированием, подоплекой которого является мечта о счастливой жизни, комфорте и благополучии, а механизмом – преумножение капитала. Формирование индустриального общества с его заводами, фирмами и корпорациями, массовым производством однотипной продукции приводит к возникновению дизайна, призванного к созданию эстетически выразительных изделий и знаковых систем. Постепенно идея прогресса трансформируется в *миф* о чудесном комфортном мире, который поможет нивелировать социальную несправедливость и классовое расслоение. Эта *модернистская утопия*, воцарившаяся в «век машин» (1920–1940) и увлекающая человечество в «космический век» (1961–1969), представляет разумного субъекта во главе прогресса в качестве трансцендентального означаемого – источника творческого всемогущества и «очага смысла» (М. Мерло-Понти). Модернистское мифотворчество покоится на понимании будущего как времени открытых возможностей – изменений, переходов, постоянного обновления (Гвардини, 1992. С. 249–250). Отсюда требование инноваций становится показателем движения вперед.

Путь социального развития лежит через рационализацию и подведение под логическую схему всего существующего. Разум субъекта оказывается техническим, а Число становится каноном Просвещения (Хоркхаймер, Адорно, 1997). Проектирование опирается на всеобщую калькуляцию действительности, унификацию и стандартизацию производства, началом чего становится стандарт DIN 476 (1922), ISO 216 (1975). Ле Корбюзье связывает стандарт с ключевыми характеристиками фигуры человека для своего «Модулора» (1948). Так красота, будучи рационально преобразована в стандарт, означает, что эстетическое измерение теряет свое чувственное качество и остается только в системе вкуса, в той эстетике, которая разворачивается под идеей *дизайна всего* (Подорога, 2022. С. 167). В Европе концепция тотального дизайна строилась на стандартизации, насаждении репрезентации, «эстетики, которая состояла в фабрикации образов, выражавших чувство порядка, стабильности и прогресса» (Фрай, 2023. С. 271). Понятие «стандарта» (DIN-формат) основывается на двух коннотациях: «отобранного лучшего» и «нормативного объекта с единообразным качеством, выступающим мерой» (Фрай, 2023. С. 292).

Модернистская утопия счастливого общества на основе господства технического Разума вырастает на основе двух моделей общественного разви-



тия, идеологической подоплекой которых являются русская идея и американская мечта. В отличие от «русской идеи» как заботы о коллективном счастье и благополучии, поддерживаемой государством, а также особой миссии России в достижении гармонии национальных, религиозных и социальных отношений, «американская мечта» предполагает личную инициативу в мире «равных возможностей» для достижения индивидуального достатка и успеха, роста капитала, гегемонию США в мире, предполагающую подчинение и ограбление государств.

### **Футуродизайн как стиль и маркетинговая идея**

На волне Великой депрессии формируется американская мечта и вырастает *streamline* (стайлинг, оптимизация). Когда возникает острая необходимость стимулировать спрос, Раймонд Лоуи, работая над дизайном множительной машины для фирмы Gesthetner (1929) и над холодильником Coldsport (1932), из уродливых машин начинает делать практичные и красивые установки. Себестоимость красивых вещей не меняется, но дизайн продукции делает ее привлекательной для потребителя. Форма становится стимулом потребления. Отсюда и возникает лозунг Лоуи: «уродливое продается плохо», а критерий индустриального дизайна – «звон кассы». Стайлинг оказывается нацелен на приумножение меновой стоимости, благодаря чему присвоение вещей становится показателем статуса владельца. Отсюда тактикой научно-технического прогресса, который открывает возможности и перспективы проектирования, становится постоянное требование инноваций, а стратегией – миф успеха: достижение престижной, обеспеченной и комфортной жизни. Миф комфорта замещает идею счастливой и справедливой жизни.

Особенности *techne* как постоянного переделывания вещей в Америке – это «оптимизация», а в Европе – «стандартизация». В Америке с 1930-х годов оптимизация (*streamlining*) приобретает аэродинамический смысл – скорость, что становится наваждением времени: «Оптимизировать товар значило еще и очистить его, позволив ему проецироваться в качестве гигиенического, эффективного, ускоренного, элегантного и совершенно современного объекта» (Фрай, 2023. С. 225). Такие товары, преодолев функционализм, агрессивно загоняют функцию в область символического. Новое, даже вследствие незначительных изменений формы, получает преимущество перед «вчерашкой» (А. Слоун). Ускорение темпа жизни связывается не просто с обновлением товаров, но с подогреваемой динамикой желания, с притягательностью мечты. Возникает дизайн неустойчивой экономики, символически отрицающей «потребительскую стоимость» (Фрай, 2023. С. 228).

Написанная Норманом Бел Геддсом книга «Горизонты» (1932) и грандиозный макет города будущего «Футурама» (1939) оказали влияние на формирование аэростилиа и становление американской мечты. Как следствие, получает развитие футуродизайн в качестве стиля *streamline*. Он входит в моду

как «наглядная метафора устремленности в будущее и прогресса» (Хиллер, 2004. С. 104). В автомобильном дизайне 1950-х годов *streamline* становится способом стимуляции спроса. Выставки *dream-cars* большой тройки General Motors, Ford, Chrysler вызывают ажиотаж публики, подогревая желание покупать все более модный и престижный автомобиль, отправляя прежнюю модель на свалку. Автомобили начинают стареть морально. *Dream cars*, которые с тех пор создаются как отдельные экземпляры, формируют жажду постоянного обновления техники и стимулируют спрос. Приобретение большого автомобиля в самолетном или ракетном стиле, в сиянии хрома позволяет среднему американцу чувствовать себя успешным и состоятельным.

*Streamline* становится обрамлением американской мечты о свободе, равных возможностях для инициативной личности достичь богатства и благополучия благодаря собственным усилиям в условиях стратификации общества и дифференциации рынка потребления. Дизайн оказывается мерилom социального статуса человека, камуфлируя в красивой обертке различия в образе жизни, необходимом или демонстративном потреблении и положении личности в обществе, ее состоятельности или бедности. Ширпотреб, масс-маркет, мид-маркет и бренды люкс, премиум поляризуют рынок потребления, визуализируют социальное расслоение и обуславливают культурную идентификацию. Потребление, в условиях избыточности производства товаров и услуг, оказывается не только присвоением, но и манипулированием знаками. Этой знаковой системой проектирования будущего и становится футуродизайн.

Наступивший *space age* (1961–1969) – это всеобщее увлечение людей космическими полетами, фантастикой, мечта о техническом взлете цивилизации. Этот «дух времени» воплощает космический стиль, который показывает превращение *streamline* в некую моду, когда одна тенденция возникает лишь для того, чтобы толкнуть к жизни следующий тренд, как волны в океане. Поле футуродизайна расширяется, вовлекая в сферу стимуляции потребностей моду, проектирование повседневных вещей, создание концептов архитектуры и городов будущего.

Группа Archigram выпускает серию проектов «вне архитектуры», в которых исходная техническая идея доведена до гротеска, сочетающего утопию и антиутопию, фантазию и черный юмор. Это мобильные капсулы из готовых фабричных деталей, дом-скафандр, дом как атрибут пригородного ландшафта. No-Stop City – ирония в отношении функционализма, бесконечные места обитания городских бродяг, разветвленные сети, где нет границы между городом и ландшафтом.

С деятельности журнала группы Archigram начинается традиция «журнальной» архитектуры, хотя визионерские проекты Меймона и Йона Фриденмана весьма далеки от реальных проблем города. За этим следуют группы Archizoom и Superstudio (1966–1973), которые выступают против рациона-

лизм и шаблонов модернизма Ле Корбюзье, Луиса Кана и Мис ван дер Роэ. Проекты Адольфо Наталлини и Кристиано Торальдоди Франча из Superstudio, Андреа Бранци, Жильберто Коретти, Массимо Морозци из Archizoom – переосмысление роли архитектуры и дизайна в обществе потребления (Garner, 2003. P. 127–146). Их работы, будучи связаны с поп-культурой и китчем, выражают насмешку над претенциозностью «хорошего дизайна». В противовес функционализму вводятся броские объекты с приятной осязательностью. Урбанистическая утопия «12 идеальных городов» (1971) представляет городские структуры сложными и изменчивыми, что обостряет проблемы зонирования, однородности, минимализма, прозрачности, индустриализации, климата. Возникает попытка увязать проектирование с проблемами человека, такими как «жизнь», «любовь», «образование», «церемония», «смерть». Это открывает путь новым коннотациям.

В области моды возникает и становится устойчивой тенденцией стиль футуризм с блестящими серебристыми тканями, фантастическими платьями, космическими нарядами. Андре Курреж представляет коллекцию «Космическая эра» (1964), Пако Рабанн удивляет кольчугами «Футуро» (1966), Пьер Карден выпускает «Космическую коллекцию» (1968), трибьют-шоу Cosmocorps 3022 (2022), Джон Френч создает головные уборы в виде шлемов (1965). Промышленный дизайн в духе футуризма – это капсула Матти Суронена «Futuro» (1970), телевизоры в виде шлема JVC Videosphere (1970–1974), Марко Дзанузо и Ричард Саппера TV Acolor (1968), лампы Вернера Пантона VP-Globe (1969) и Вико Магистретти Eclisse (1965), кухня в виде сферы Луиджи Колани Roggenprohl (1970), кресло Эро Аарнио «Пузырь» (1965). Вернер Пантон создаст инсталляцию в психоделическом духе на выставке Visiona II (1970).

Начиная со стиля *streamline*, в проектировании вещей будущего, значительную роль играют плавные формы органического направления и биодизайна. Тренд органических форм задают проекты Нормана Фостера, Луиджи Колани, Захи Хадид. Современные технологии позволяют создавать отдельные здания и архитектурные сооружения в фантастическом духе: Музей Atomium в Брюсселе от Андре Ватеркейн и Мишель Полак (1958), Национальный музей имени шейха Заида в Абу-Даби от Нормана Фостера (2024), вокзал Oriente в Лиссабоне (1998) и Центр Искусств и наук в Валенсии от Сантьяго Калатравы (1998), Телевизионный культурный центр в Пекине от Рема Колхаса (2012), Культурный центр Гейдара Алиева в Баку от Захи Хадид (2007), Музей современного искусства в Граце от Питера Кука и Колина Фурнье (2003), здание Galaxy Soho в Пекине (2012) и др. С событий космической эры футуродизайн в моде, в проектировании вещей и архитектуры становится устойчивой тенденцией. Захватывая разные области деятельности, футуродизайн приводит к сдвигу мышления, открывает новые горизонты проектирования.



### От модернистской утопии к постмодернистским сценариям

Во второй половине XX в. происходит переход к постиндустриальному обществу. Если на индустриальной стадии развития, или модерна, основную роль играли завод, фирма, корпорация, то в постиндустриальном обществе, или постмодерне, на первый план выходят транснациональные корпорации, автоматизация производства, сфера услуг и качество жизни потребителя (Инглетарт, 1999. С. 267–268). Источником теорий постиндустриального общества является структурная перестройка экономики Запада в 1960–1970-х гг., выдвинувшая на лидирующие позиции наукоемкие отрасли взамен тяжелой промышленности. НТР открывается изобретением программируемого логического контроллера Modicon 084 (1969) и протекает как автоматизация производства с помощью электроники и IT-технологий. Эта стадия характеризуется информационной революцией, открывшей путь к децентрализации производства. Особенностью НТР на современном этапе является разработка киберфизических систем и искусственного интеллекта (Шиповалова, 2020. С. 313–325).

Для нового этапа характерен переход от фордизма, который показывал движение от организованного, государственно-монополистического капитализма и машинного производства, к постфордизму децентрализованной экономики с меньшей государственной регуляцией, большей конкуренцией и культурной фрагментацией, с распространением специализированного производства ограниченных партий продукции, основой которой является информация (Аберкромби и др., 1997. С. 234, 347). Потребности рынка во всем большем разнообразии удовлетворяются за счет гибких специализаций. Постиндустриальная стадия – это расширение сферы услуг, развитие наукоемких отраслей промышленности, доминирование интеллектуальных технологий, приоритет научного знания, интеллектуализация и компьютеризация культуры, профессиональная стратификация. Высокие технологии – это применение автоматизированных и информационных систем в производстве, робототехника, нанотехнологии, телекоммуникации, электроника, а также биотехнологии и геновая инженерия. Если индустриальное общество ориентировано на технический прогресс, то постиндустриальное – на повышение качества жизни потребителя. И это вполне в духе мифологии комфорта. Индустриальное общество отличает вера в рациональность и науку, а постиндустриальное общество раздрано радикальным плюрализмом с относительными истинами и утраченной верой в унитарную теорию прогресса (Побежников, 2006. С. 164–165).

В конце XX века происходит разочарование как в социально-революционном, так и в технологически-эволюционном мироустроительных проектах. В культуре отчетливо обозначается ситуация постмодерна, которая характеризуется как «конец истории» и застревание между прошлым и будущим.

История утрачивает цель, поставленную эпохой Просвещения, поскольку на нас валится большое количество вещей и гаджетов, модных и не очень, требующих постоянного обновления стиля жизни, но мы никуда не идем. Новое становится как бы симулякром бытия вещей, которое предстает как бельмо, как зияние, которое сколько не заполняй «вот этим», только ярче... зияет (Т. Адорно).

Инновации не означают, что люди становятся счастливее, растет разрыв между бедностью и богатством, а социальная стратификация общества усугубляется маркетинговыми стратегиями, применяемыми для стимулирования рынка сбыта и роста капитала. Американская мечта подвергается эрозии со стороны сетевого маркетинга, финансовых пузырей, пирамидальных схем обогащения корпораций правящего класса, и пр. (Хеджес, 2008. С. 97–107). Но потеря цели не означает утраты мифологии комфорта, ибо технические коннотации – это мечта о покоренном мире, о технике, обслуживающей «инертно-мечтательное человечество» (Фукс, 2002. С. 5–41). Эта мечта выступает как утопия, которая поддерживается визионерской практикой дизайнера будущего (Паниотова, 2022. С. 42–58). Проблема заключается в том, что в философии, социологии и культурологии сценарии будущего чрезвычайно разнообразны и риторически несовместимы в мире, который становится все более поляризованным: фундаментализм против светского гуманизма, экологическая устойчивость против разрушения окружающей среды, технологическая утопия против консерватизма (Margolin, 2007. Р. 10).

Однако влияние на общественное сознание оказывают не футурологические теории, а киноиндустрия. В жанре научной фантастики визуализируется мечта о технически чудесном и желанном будущем. Реакцией на технологический оптимизм и мечты о грядущем социальном рае становится антиутопия. В условиях модерна футуродизайн – это способ формирования потребностей за счет стимулирования мечты о комфортном и счастливом мире, а в ситуации постмодерна футуродизайн предлагает такие *сценарии будущего*, как утопия, антиутопия и альтернативная реальность. Будучи «заземленными» данные сценарии обретают ярко выраженный маркетинговый смысл способом получения прибыли «здесь и сейчас». Как в фантастике, так и в антиутопии, и в фантазиях о будущем в духе стимпанк на рубеже XX–XXI вв. складывается ретрофутуризм, то есть представление о будущем общественном устройстве в виде Нового Средневековья. Это идея нарастающей глобализации культуры и господства надтерриториальных структур власти. Глобализация ведет к появлению социальной иерархии, напоминающей средневековую. Только верховным правителем выступает не суверен или «Большой брат» (Дж. Оруэлл), а международные корпорации, опирающиеся на цифровую экономику (Дж. Кобрин). Именно *digital* и *big data* позволяют преодолеть территориальные границы и юрисдикцию отдельных государств. Отсюда формулируется

негативная концепция Нового Средневековья (Б. Холсингер, Ф. Дж. Черни, У. Эко), которая заключается в том, что подрыв национальных форм управления и давление международных корпораций неизбежно ведут к усилению конфликтов и классового неравенства, к длительному хаосу (Косякова, 2022. С. 253–255).

Идеи Нового Средневековья в ситуации постмодерна в культуре предполагают цитирование прошлого и переворачивание его в будущее. Например, идея Дени Вильнева в фильме «Дюна» заключалась в создании темного, грязного, неприглядного Средневековья. Художник по костюмам Майкл Каплан под впечатлением фильмов нуар, современных показов Balenciaga, культуры Западного Средневековья облачил людей будущего в костюмы прошлого в духе ретрофутуризма. Однако суть обыгрывания прошлого с проекцией в будущее имеет маркетинговую подоплеку. Фантастические фильмы в прокате принесли прибыль более 2 млрд: «Аватар» (2009), «Звездные войны» (2015), «Мстители» (2018, 2019). Кинофильмы Кристофера Нолана, Питера Джексона, Майкла Бэя, Джосс Уидона, Джеймса Вана, Джона Уоттса, Криса Бака и Дженнифера Ли собрали более одного миллиарда долларов.

### **Будущее как проблема**

Мечта о будущем поддерживается научной фантастикой (Лем, 2008; 2009), футурологией, социологией будущего и отдельными философскими концепциями. Во второй половине XX века футурология в своем описании будущего дает не целостную картину, а некий коллаж из театрализованных сценариев различных сторон социума – могут вычленяться сфера массмедиа (Маклюэн, 2003; 2006. С. 333–343), концепты технократического общества, область компьютерных технологий, возможности достижения целей отдельными странами на базе прошлого (Белоковьяльский, 1998. С. 994–996). Иначе говоря, футурология не в состоянии представить общий прогноз будущего для децентрализованного, фрагментарного, функционально-диффузного общества (Джим Аль-Халили, 2020; Кравченко, 2010; Турчин, Батин, 2013). Конкретизировать проект позволяет социология будущего, которая подходит к описанию предмета исследования с точки зрения перспективы развития конкретных социальных проблем, возникающих в настоящем (Волков, 2020; Леньков, 2013).

Если вопрос рассматривать с точки зрения экзистенциализма Мартина Хайдеггера, то возникает весьма пессимистичный взгляд на будущее, чему посвящена техноинструментальная онтология (Фрай, 2023). Трактовка дизайна опирается на термин «*technè*» Хайдеггера, под которым понимается любое делание артефактов, будь то художественное мастерство, ремесленное изготовление или промышленное производство (Фрай, 2023. С. 221–238). Создавая искусственный предмет, человек выводит его из природы, *technè* – «область выведения из потаенности, осуществления истины» (Хайдеггер, 2007.

С. 311). Любой артефакт оказывается в системе социальных, культурных и экономических связей. Функциональная связь предмета со средой показывает его реляционную природу (Н. Луман). Дизайн выступает неотъемлемой частью реляционной встроенности *habitus* в технологический процесс, выражая «зависимое состояние взаимосвязанности и обмена, существующих до субъекта» (Фрай, 2023. С. 212).

Если в доиндустриальный период вещи были сподручны человеку как «бытие при» (М. Хайдеггер), то в ситуации массового производства положение меняется на противоположное – человек оказывается при вещах, которые его окружают и подавляют, в положении *Das Gestell* (нем.: рамка, опора). Более того, особенностью массового производства и потребления становится постоянное переделывание одних и тех же вещей ради того, чтобы вещи стали другими, а не соответствовали модусам проживания человека в мире. Это приводит всю жизненную ситуацию в состояние неустойчивости. Возникает затемнение будущего, так как в экзистенциальном плане утрачивается уверенность и перспектива удержать «качество должного уровня жизни» (Фрай, 2023. С. 145).

Постоянная стимуляция потребностей предполагает, что всякий объект, приобретенный по желанию, вскоре оказывается недостаточным. Ситуация подпитывается фабрикацией телевизиальных образов, которые превращают «демонтаж» в нечто нормативное в экономическом, социальном и культурном контекстах (Фрай, 2023. С. 387). Результатом дизайна неустойчивых желаний становится утрата будущего, дефутурация. В ситуации тотальной неустойчивости дом, который прежде был убежищем, приватным пространством, средоточием семейных устоев и местом, где расцветала тайная жизнь личности, становится теперь точкой конфликта между силами предложения и спроса: «дом превращается в выгребную яму для постоянного предложения товаров, информации и услуг, которые поступают в него через парадную дверь, а сзади из него выходит непрерывный поток отходов» (Фрай, 2023. С. 205). Метаболизм этого механизма подрывает модернистское понимание дома как «машин для жилья» (Ле Корбюзье).

В результате непрекращающегося дизайна вещей на выброс горизонт будущего сужается в фокус экологического кризиса. Забота теперь предполагает озабоченность технологией как *Gestell* – это чувство того, что есть, редуцирующее горизонт. Отсюда, в теории дефутурации ставится задача устоять перед неустойчивостью – делать вещи иначе. Однако пафос преодоления «затемнения» будущего сводится просто к экологической программе (Фрай, 2023. С. 447–448).

С экзистенциально-феноменологической позиции расширенное производство вещей является препятствием на пути прогресса: «Чем дальше я иду по пути прогресса, тем больше мне препятствуют в этом используемые пред-

меты. Причем препятствуют они мне сразу в двух отношениях: во-первых, потому что я в них нуждаюсь и не могу без них обойтись; во-вторых, потому что они стоят у меня на пути» (Флюссер, 2016. С. 65). Эта проблема нарастает в будущем несмотря на то, что растет интеллектуальная составляющая производства. Прежде всего, растет отчуждение человека от природы, ибо он становится функциональной переменной, привязанной к машинам, функционером на службе у аппаратов и технологий (Флюссер, 2016. С. 9, 52–53). Это значит, что движение по пути прогресса сопровождается тем, что культура становится предметной, объектной и проблемной. А поскольку нарастает объем отбросов, постольку человеческая потребность к объективации самого себя принимает разрушительную форму.

### **Футуродизайн: проекты спасения**

В результате роста символического потребления, освоения ресурсов и энергий возникают глобальные проблемы в области демографии, сырья и энергии, замусоривания Мирового океана и др. Проблемы экологии на фоне разочарования в больших мироустроительных проектах выдвигаются на первый план и мыслятся как неизбежные и неустранимые. Угрозы, связанные с глобальным потеплением, плохим питанием, болезнями, терроризмом и войнами, и ядерными отходами, не просто ставят под сомнение возможности построения общества всеобщего благоденствия, но вообще перспективы выживания человечества. Это является почвой, на которой на место утопии, сопровождавшей эпоху Модерна, на первый план выходят антиутопия и сценарии постапокалипсиса. В этом контексте футуродизайн, особенно в проектировании архитектуры и городов будущего, пронизан *идеями спасения* в условиях глобальных катастроф и «Нового средневековья». Отсюда «фантастическое означает прежде всего тревогу и разрыв» (Кайуа, 2006. С. 14). Футуристические города теперь предполагают локальную охрану природы, развитыми телекоммуникациями, применение искусственного интеллекта и возобновляемых источников энергии.

Проекты городов будущего создаются как виртуальные и как реальные районы, воплощающие будущее в современной жизни технополисов. Так, Винсент Каллебо создает концепты плавающих экополисов *Lilypad* (2008–2017), и *Aequorea* в Бразилии (2015) для будущих беженцев, когда из-за повышения уровня моря будет утрачена большая часть континентов в соответствии с прогнозом ГИЕС – Межправительственной группы по эволюции климата (Брук, 2016; Ратти, Клодел, 2017). Футуродизайн предполагает не только создание фантастических проектов, воплощающих мечту о будущем технологическом Рае, но стремление воплотить будущее в настоящем. Попытка за счет озеленения небоскребов сохранить чистый воздух, создав симбиоз между людьми и природой, оказывается эффективной эстетически, однако затратной и проблемной. Эко-небоскребы – это проекты *Bosco Verticale* в



Милане, Vertical Forest в Нанкине (от Стефано Боэри), жилой комплекс «Tree House» в Сингапуре, вертикальная оранжерея Hortus Celestia в Налдвейке (от компании SIGN), вертикальный сад культурного центра CaixaForum в Мадриде (от архитектурного бюро Herzog and de Meuron), эко-небоскреб Clearpoint Residencies в Коломбо. Вертикальные сады требуют выращивания специальных растений, в противном случае эко-проект ждет неудача. Так, жилой квартал Qiyi City Forest Garden в Чэнду оказался практически непригоден для жилья, ибо размещение на высоте растительности привлекло туда насекомых, птиц и массу микроорганизмов. Массив виртуальных проектов говорит о смещении интереса с вопросов реального строительства в концептуальную сферу (Шатин, 1990. С. 7–12).

### **Футуродизайн: задачи ближайшего будущего**

Задачи проектирования определяются неудовлетворенностью настоящим положением дел и проекцией сложившихся тенденций в будущее. В области дизайна – это вопрос проектирования вещей будущего, систем управления, информационных систем и коммуникаций.

Цифровая революция, которая открывается введением на рынок персонального компьютера *Apple Mac* (1984) и завершается передачей сети Интернет из военной сферы в гражданскую, разработкой браузера *Netscape Navigator* (1994), открывает новые возможности развития футуродизайна. Наступившая информационная эпоха всеобщего внедрения компьютеров, использования нейросетей, рост значения социальных сетей и виртуальной реальности в целом приводят к сдвигам общественного сознания. Занимаясь не столько физическим трудом, сколько игрой пальцев на клавиатуре человек, экзистенциальный интерес которого смещается во все большее потребление информации (и деформации), приобретает черты не столько *homo faber*, сколько *homo ludens*.

Дизайнеров беспокоит желание пользователя передать большинство рабочих и интеллектуальных функций искусственному интеллекту. Этика в процессе развития информационных систем предполагает, что конечные решения должен принимать человек (Бостром, 2016). Отсюда задачи, которые ставятся дизайнерами – проектирование систем контроля и управления информацией, навигации в интернете и веб-дизайн. Когда «софт пожирает мир», внимание дизайнеров привлекают устройства подключения к интернету. В частности, смартфоны, которые превратили нас в зомби, уставившихся в пиксельные экраны, на которых подается мир (Роуз, 2015. С. 21). Преодолеть тупик развития интерфейсов предлагается за счет внедрения системы «уважения» к человеку – волшебства и очарования гаджетов, ограничения виртуальной реальности и снижения киберистерии.

Существующий предметный мир не устраивает дизайнеров как скукой функционализма, так и продажной политикой внушения необходимости по-

стоянных инноваций. Поэтому задачей ближайшего будущего является создание вещей близких человеку. Этот вопрос заключается необходимостью развенчания мифов устаревания, внушения «ложных» желаний, массового производства и забвения вопросов качества товаров (Папанек, 2004. С. 251–259). Инновации в дизайне продукции теперь нацеливаются не на создание новых вещей, а на влияние на эмоции потребителей, их фантазию и самооценку (Vogel et al., 2011). Проектирование вещей будущего с «интимными» свойствами есть проекция практики *сенсорного маркетинга*. Эта тенденция, которая берет свой исток в моде и косметике, распространилась на проектирование среды и промышленной продукции. Вопрос заключается в том, чтобы в упаковке и качествах предмета потребления создать такое сочетание звуков, цветов, запахов, тактильных удовольствий, которое станет приманкой для человека; главное в продукте не его эффективность, а воздействие на чувства потенциального потребителя (Браун, 2023. С. 36–39).

Речь идет о создании вещей, которые приятно трогать и которыми приятно пользоваться (Суджич, 2015. С. 35). В эмоциональном влиянии на потребителя усматриваются современные конкурентные преимущества: «Установить с покупателем эмоциональный контакт можно практически вне зависимости от того, какой товар вы предлагаете, даже если довольно скучный (скажем, краску для стен), или очень распространенный (к примеру, кофе)» (Браун, 2023. С. 131). Более того, в современных вещах встраивается система имплицитной коммуникации, аффорданс (Дж. Гибсон) – наглядное приглашение к действию (Норман, 2013. С. 72–73). По сути дела, проектирование предметной среды, инструментов и техники, в которых учтены не только требования эргономики, но и моделируются антропологические соблазны, есть вынесение в будущее все той же *мифологии комфорта*, подпитывающей мечту о будущем рае.

Однако наращивание комфорта и систем автоматизации нашей жизни чревато новыми угрозами. Человек становится рабом технологий и, будучи погружен в технотронный мир, оказывается изолирован от действительности. В качестве примера может быть взят современный автомобиль, «компьютер на колесах», в котором комфорт доходит до изоляции водителя от реальности. В результате, несмотря на внедрение информационных систем автоматического управления, резко возрастают угрозы аварийности. Отсюда задача на ближайшее будущее – восстановить симбиоз «человек-машина», наподобие того, что был у кучера с лошастью в природной среде, чтобы создать «обратную компенсацию риска» (Норман, 2013. С. 82–95). Поскольку будущее дизайна связано с созданием «умных» устройств, то следует учитывать, что люди и машины действуют совершенно по-разному, а потому желательно избегать излишней автоматизации, а также желательно встраивать управление техникой в естественные действия (Норман, 2013. С. 153–157).

### Заключение

По мере развития массового производства и потребления идея будущего счастливого мироустройства замещается в культуре модерна мифом о комфортной и престижной жизни. Визионерской практикой осуществления комфорта окружающей среды и техники в технологически обеспеченном обществе становится футуродизайн. Возникший в условиях Великой депрессии как способ стимуляции потребления, футуродизайн становится стилем *streamline* и маркетинговой идеей. В космическую эру футуродизайн захватывает моду, киноиндустрию, рекламу, проектирование предметного мира и техники. Мечта о будущем воплощается в новых продуктах потребления и стимуляции потребностей: автомобили мечты, видеоигры, авангардная мода, фантастика в литературе и кино, проекты зданий и городов будущего – все, что приносит прибыль. Требование инноваций становится истерическим механизмом научно-технического прогресса, замкнутого на рынок потребления. Общественное мнение о будущем формируется не футурологическими концепциями, а массовыми коммуникациями, киноиндустрией, описывающей будущее не столько как технологический рай, сколько как антиутопию со сценариями постапокалипсиса.

В постиндустриальном обществе в ситуации постмодерна вызовом для футуродизайна становится рост глобальных проблем. Экзистенциальной угрозой выступает грядущий экологический кризис. Мифотворчество и дизайн-проектирование смещаются от позитивного представления о грядущем рае к идее спасения, к сублимации страха перед экологической катастрофой. Именно дизайн как проектирование цивилизации визуализирует картины будущего и в ряде своих концептов стремится реализовать модели технологических достижений. Помимо проектов спасения в условиях экологического кризиса, задачи проектирования ближайшего будущего в дизайне замкнуты на технологические тенденции – развитие сенсорного маркетинга, что является подоплекой мифологии комфорта. Футуродизайн выражает надежды и коннотации, компенсацию нереализованных желаний, которые разрастаются в условиях социальных конфликтов, экологических проблем и столкновения национальных и глобальных интересов. Устремление в будущее, реализация мечты о технически совершенном мире или моделирование постапокалипсиса в виде ценностей отдыха и развлечения придают мечте человечества коммерческий, приземленно-прагматический смысл о наступлении счастливого будущего «здесь и сейчас».

Список источников

Аберкромби Н. Социологический словарь / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б. Тернер. – Казань: Изд. Казанского университета, 1997. – 420 с.

Белоковильский М. С. Футурология / М. С. Белоковильский // Современный философский словарь. – Москва; Минск: Панпринт, 1998. – С. 994–996.

Бостром Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии Н. Бостром. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 496 с.

Браун П. Эстетический интеллект. Как его развивать и использовать в бизнесе и жизни / П. Браун. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2023. – 320 с.

Брук Д. История городов будущего / Д. Брук. – Москва: Strelka Press, 2016. – 436 с.

Брызгов Н. В. Промышленный дизайн: история, современность, футурология / Н. В. Брызгов, Е. В. Жердев. – Москва: МГХПУ им. С. Г. Строганова, 2015. – 544 с.

Волков Ю. Г. Социология будущего: Социологическое знание и социальный проект / Ю. Г. Волков. – Москва: KnoРус, 2020. – 178 с.

Гвардини Р. Апокалипсис – время и вечность / Р. Гвардини // Логос. Брюссель – Москва, 1992. – № 47. – С. 41–60.

Джим Аль-Халили. На что похоже будущее? Даже учёные не могут предсказать... или могут? / Джим Аль-Халили. – Москва: Альпина нон-фикшн, 2020. – 356 с.

Инглегарт Р. Модернизация и постмодернизация / Р. Инглегарт // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. – Москва: Academia, 1999. – С. 261–291.

Кайуа Р. В глубь фантастического. Отраженные камни / Р. Кайуа. – Санкт-Петербург: Изд-во Ивана Лимбаха, 2006. – 280 с.

Косякова В. Новое Средневековье / В. Косякова // Словарь культуры XXI века: Глобальная серия. – Москва: Институт перевода: Центр книги Рудомино, 2022. – С. 253–255.

Кравченко И. И. Футурология / И. И. Кравченко // Новая философская энциклопедия: в 4 т. 2-е изд. – Москва: Мысль, 2010. – 2816 с.

References

Abercrombie N., Hill S., Turner B. Sociological Dictionary. Kazan': Izd. Kazanskogo universiteta = Kazan: Kazan University Press. 1997; 420 p. (In Russ.).

Belokovyl'sky M. S. Futurology. Sovremennyy filosofskiy slovar'. Moskva: Minsk: Panprint = Modern Philosophical Dictionary. Moscow: Minsk: Panprint. 1998; 994-996 (In Russ.).

Bostrom N. Artificial Intelligence. Stages. Threats. Strategies. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. 2016; 496 p. (In Russ.).

Brown P. Aesthetic Intelligence. How to Develop It and Use It in Business and Life Moscow: Mann, Ivanov and Ferber. 2023; 320 p. (In Russ.).

Brook D. History of Future Cities. Moscow: Strelka Press. 2016; 436 p. (In Russ.).

Bryzgov N. V., Zherdev E. V. Industrial design: history, modernity, futurology. Moskva: MGKHPU im. S. G. Stroganov = Moscow: Moscow State University of Art and Industry named after S. G. Stroganov. 2015; 544 p. (In Russ.).

Volkov Yu. G. Sociology of the future: Sociological knowledge and social project. Moscow: KnoРус. 2020; 178 p. (In Russ.).

Guardini R. Apocalypse – Time and Eternity. Logos. Bryussel'-Moskva = Logos. Brussels-Moscow. 1992; 47: 41-60 (In Russ.).

Jim Al-Khalili. What is the Future Like? Even Scientists Can't Predict... or Can They? Moscow: Alpina Non-Fiction. 2020; 356 p. (In Russ.).

Inglehart R. Modernization and Postmodernization. Novaya postindustrial'naya volna na Zapade: Antologiya. – Moskva: Academia = New Post-Industrial Wave in the West: Anthology. Moscow: Academia. 1999; 261-291 (In Russ.).

Caillois R. Into the Fantastic. Reflected Stones. St. Petersburg: Ivan Limbakh Publishing House. 2006; 280 p. (In Russ.).

Kosyakova V. New Middle Ages. Slovar' kul'tury XXI veka: Global'naya seriya. Moskva: Institut perevoda: Tsentr knigi Rudomino = Dictionary of XXI Century Culture: Global Series. Moscow: Institute of Translation: Rudomino Book Center. 2022; 253-255 (In Russ.).

Кузнецова Т. Ф. История американской культуры / Т. Ф. Кузнецова, А. И. Уткин. – Москва: Человек, 2010. – 432 с.

Лем С. Фантастика и футурология / С. Лем. – В 2 кн. – Москва: АСТ: Ермак, 2004.

Лем С. Сумма технологии / С. Лем. – Москва: Изд. АСТ, 2009. – 704 с.

Леньков Р. В. Социальное прогнозирование и проектирование / Р. В. Леньков. – Москва: ЦСП и М, 2013. – 192 с.

Маклюэн М. Понимание медиа. Внешнее расширение человека / М. Маклюэн. – Москва: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.

Маклюэн М. Культура в аудиовизуальный век / М. Маклюэн // Хрестоматия по футурологии: учеб. пособие / сост. А. И. Кравченко. – Москва: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. – С. 333–343.

Норман Д. А. Дизайн вещей будущего / Д. А. Норман. – Москва: Strelka Press, 2013. – 224 с.

Папанек В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. – Москва: Издатель Д. Аронов, 2004. – 416 с.

Паниотова Т. С. Миры утопии: Избранные труды / Т. С. Паниотова. – Ростов-на-Дону: Изд. ЮФУ, 2022. – 352 с.

Побережников И. В. Переход от традиционного к индустриальному обществу / И. В. Побережников. – Москва: РОССПЭН, 2006. – 237 с.

Подорога В. Возвышенное. После падения. Краткая история общего чувства / В. Подорога. – Москва: Новое литературное обозрение, 2022. – 224 с.

Ратти К. Город завтрашнего дня. Сенсоры, сети, хакеры и будущее городской жизни / К. Ратти, М. Клодел. – Москва: Изд. Института Гайдара, 2017. – 248 с.

Роуз Д. Будущее вещей. Как сказка и фантастика становятся реальностью / Д. Роуз. – Москва: Альпина нон-фикшн, 2016. – 352 с.

Суджич Д. Язык вещей / Д. Суджич. – Москва: Strelka Press, 2015. – 226 с.

Турчин А. В. Футурология. XXI век: бессмертие или глобальная катастрофа? /

Kravchenko I. I. Futurology. *Novaya filosofskaya entsiklopediya: v 4 t. 2-ye izd. Moskva: Mysl' = New Philosophical Encyclopedia: in 4 volumes. 2<sup>nd</sup> ed. Moscow: Mysl. 2010; 2816 p. (In Russ.).*

Kuznetsova T. F., Utkin A. I. History of American Culture. *Moskva: Chelovek = Moscow: Human. 2010; 432 p. (In Russ.).*

Lem S. Science Fiction and Futurology: In 2 books. *Moscow: AST: Ermak. 2004. (In Russ.).*

Lem S. Sum of Technology. *Moscow: AST Publishing House. 2009; 704 p. (In Russ.).*

Lenkov R. V. Social Forecasting and Design. *Moscow. 2013. 192 p.*

McLuhan M. Understanding Media. External Extensions of Man. *Moscow: Zhukovsky: "CANON-press-C", "Kuchkovo Pole". 2003; 464 p. (In Russ.).*

McLuhan M. Culture in the Audiovisual Age. Reader on Cultural Studies: textbook. compiled by A. I. Kravchenko. *Moscow: TK Velby, Prospect Publishing House. 2008; 333-343 (In Russ.).*

Norman D. A. Design of Things of the Future. *Moscow: Strelka Press. 2013; 224 p. (In Russ.).*

Papanek V. Design for the Real World. *Moskva: Izdatel' D.Aronov = Moscow: Publisher D. Aronov. 2004; 416 p. (In Russ.).*

Paniotova T. S. Worlds of Utopia: Selected Works. *Rostov-na-Donu: Izd. YUFU = Rostov-on-Don: Publishing House of Southern Federal University. 2022; 352 p. (In Russ.).*

Poberezhnikov I. V. Transition from Traditional to Industrial Society. *Moscow: ROSSPEN. 2006; 237 p. (In Russ.).*

Podoroga V. Sublime. After the Fall. A Brief History of Common Feeling. *Moscow: New Literary Review. 2022; 224 p. (In Russ.).*

Ratti K., Claudel M. City of Tomorrow. Sensors, Networks, Hackers and the Future of Urban Life. *Moskva: Izd. Instituta Gaydara = Moscow: Gaidar Institute Publishing House. 2017; 248 p. (In Russ.).*

Rose D. The Future of Things. How Fairy Tales and Fantasy Become Reality. *Moscow: Alpina Non-Fiction. 2016; 352 p. (In Russ.).*

Sudzhich D. The Language of Things. *Moscow: Strelka Press. 2015; 226 p. (In Russ.).*

Turchin A. V., Batin M. A. Futurology. The 21<sup>st</sup> Century: Immortality or Global Catastrophe?



А. В. Турчин, М. А. Батин. – Москва: Бином, Лаборатория знаний, 2013. – 263 с.

Флюссер В. О положении вещей. Малая философия дизайна / В. Флюссер. – Москва: Ад Маргинем Пресс, 2016. – 160 с.

Фрай Т. Дефутурация. Новая философия дизайна / Т. Фрай. – Москва: Изд. дом «Дело» РАНХиГС, 2023. – 488 с.

Фреско Ж. Проектирование будущего / Ж. Фреско. – Florida: The Scottish Government, 2011. – 32 с.

Фукс В. М. Радикальная социальная теория Жана Бодрийяра / В. М. Фукс // Социологический журнал. – Москва, 2002. – С. 5–41.

Хайдеггер М. Вопрос о технике М. Хайдеггер // Хайдеггер М. Время и бытие. Статьи и выступления. – Санкт-Петербург, 2007. – 620 с.

Хеджес Б. Кто украл американскую мечту? / Б. Хеджес. – Минск: Попурри, 2008. – 160 с.

Хиллер Б. Стиль XX века / Б. Хиллер. – Москва: Слово, 2004. – 240 с.

Хоркхаймер М. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно. – Москва; Санкт-Петербург: Медиум: Ювента, 1997. – 314 с.

Шатин Ю. В. Дизайн будущего или будущее дизайна? / Ю. В. Шатин // Техническая эстетика. – 1990. – № 8. – С. 7–12.

Шиповалова Л. В. Научно-техническая революция – актуальные уроки неактуального концепта / Л. В. Шиповалова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. – 2020. – Т. 36. – Вып. 2. – С. 313–325.

Garner Ph. Sixties Design / Ph. Garner. – Koln, London: Taschen, 2003. – 176 p.

Margolin V. Design, the Future and the Human Spirit / V. Margolin // Design Issues. The MIT Press. – Vol. 23, No. 3 (Summer, 2007). – P. 4-15.

Vogel C. M. The Design of Things to Come: How Ordinary People Create Extraordinary Products / C. M. Vogel, J. Cagan, P. Boatwright. – Pearson Prentice Hall, 2011. – 300 p.

Moskva: Binom, Laboratoriya znaniy = Moscow: Binom, Knowledge Laboratory. 2013; 263 p. (In Russ.).

Flusser V. On the State of Things. A Small Philosophy of Design. Moscow: Ad Marginem Press. 2016; 160 p. (In Russ.).

Fry T. Defuturation. A New Philosophy of Design. Moskva: Izd. dom «Delo» RANKhiGS = Moscow: Izd. dom “Delo” RANEPА. 2023; 488 p. (In Russ.).

Fresco J. Designing the Future. Florida: The Scottish Government. 2011; 32 p. (In Russ.).

Fuchs V. M. Radical Social Theory of Jean Baudrillard. Sotsiologicheskii zhurnal = Sociological Journal. 2002; 5-41 (In Russ.).

Heidegger M. The Question of Technology. Khaydegger M. Vremya i bytiye. Stat'i i vystupleniya = Heidegger M. Time and Being. Articles and Speeches. St. Petersburg, 2007; 620 p. (In Russ.).

Hedges B. Who Stole the American Dream? Minsk: Popurri. 2008; 160 p. (In Russ.).

Hiller B. Style of the 20<sup>th</sup> Century. Moscow: Slovo. 2004. 240 p. (In Russ.).

Horkheimer M., Adorno T. Dialectic of Enlightenment. Philosophical Fragments. Moscow. Saint Petersburg: Medium: Yuventa. 1997; 314 p. (In Russ.).

Shatin Yu. V. Design of the Future or the Future of Design? Tekhnicheskaya estetika = Technical Esthetics. 1990; 8: 7-12 (In Russ.).

Shipovalova L. V. Scientific and Technological Revolution. Current Lessons of an Irrelevant Concept. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Filosoftiya i konfliktologiya = Bulletin of the St. Petersburg University. Philosophy and Conflictology. 2020; 36(2): 313-325 (In Russ.).

Garner Ph. Sixties Design. Koln, London: Taschen. 2003; 176 p.

Margolin V. Design, the Future and the Human Spirit. Design Issues. The MIT Press. 2007; 23(3): 4-15.

Vogel C. M., Cagan J., Boatwright P. The Design of Things to Come: How Ordinary People Create Extraordinary Products. Pearson Prentice Hall. 2011; 300 p.

*Для цитирования:* Пигулевский В. О., Мирская Л. А. Научно-технический прогресс и футуродизайн // Гуманитарий Юга России. – 2024. – Т. 13. – № 4 (68). – С. 61–80.  
DOI 10.18522/2227-8656.2024.4.4  
EDN NGTMPL

#### Сведения об авторах

**Пигулевский Виктор Олегович**  
Доктор философских наук, профессор,  
Ректор частного учреждения высшего образования «Южно-Российский гуманитарный институт»  
SPIN-код: 7700-2409  
AuthorID: 408390  
[urgj@urgj.info](mailto:urgj@urgj.info)

**Мирская Людмила Анатольевна**  
Доктор философских наук, профессор,  
Проректор частного учреждения высшего образования «Южно-Российский гуманитарный институт»  
SPIN-код: 7736-7451  
AuthorID: 384981  
[lymirskaya@yandex.ru](mailto:lymirskaya@yandex.ru)

*Авторы внесли эквивалентный вклад в подготовку публикации.  
У авторов нет конфликта интересов для декларации.*

#### *История статьи:*

Поступила в редакцию – 28.06.2024  
Одобрена после рецензирования – 24.07.2024  
Принята к публикации – 26.07.2024

#### Information about authors

**Victor O. Pigulevsky**  
Doctor of Philosophy, Professor,  
Rector of the Private Institution of Higher Education “South Russian Humanitarian Institute”  
[urgj@urgj.info](mailto:urgj@urgj.info)

**Lyudmila A. Mirskaya**  
Doctor of Philosophy, Professor,  
Vice-Rector of the Private Institution of Higher Education “South Russian Humanitarian Institute”  
[lymirskaya@yandex.ru](mailto:lymirskaya@yandex.ru)