

*РОДЬКИН П. Е.

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

*E-mail: prdesign@yandex.ru

«ХОРОШИЙ ДИЗАЙН» В ПРОСТРАНСТВЕ МЕТАВСЕЛЕННОЙ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

***Аннотация.** В статье актуализируются проектные модернистские принципы «хорошего дизайна» в новом операционном, функциональном и смысловом пространстве метавселенной. Метавселенная проблематизируется и критически анализируется в широком контексте технологического замещения, маркетинга, интероперабельности и др. социально значимых явлений реальной и цифровой среды. Проведен сравнительный анализ принципов хорошего дизайна Дитера Рамса и компании Adobe, рассмотрена актуальная дискуссия в научной, экспертной и публичной среде о перспективах развития метавселенной, возможностях и рисках, связанных с проектной конкуренцией дизайну со стороны архитектуры, намечены актуальные задачи для решения проблем и вызовов в выделенном проблемном поле. Хороший дизайн рассматривается как ключевое теоретическое понятие современного дизайна, востребованная интеллектуальная и гуманитарная база для концептуального управления и формирования эстетических и этических стандартов новой социально-экономической и культурной реальности, которую открывает метавселенная.*

***Ключевые слова:** дизайн, современный дизайн, интероперабельность, теория дизайна, метавселенная, хороший дизайн, цифровая среда.*

Введение. Технологические и экономические вызовы современной индустрии дизайна можно разделить на два взаимосвязанных контура, включающих физический мир и цифровую среду. Ответом на экологические и экономические кризисы реального мира становится устойчивый дизайн как часть системы устойчивого развития, позволяющего сохранить экономический рост без ущерба для окружающей среды [1]. Актуальным вызовом цифровой среды, которая формируется на основе коммуникативной связанности, технологий интернета вещей, дополненной и виртуальной реальности, искусственного интеллекта, цифровых платформ и т.д. является развитие метавселенной (метаверс). Согласно ряду прогнозов к 2026 году четверть населения Земли будет проводить в метавселенной не менее часа в день, что требует рассмотрения ряда проблем и возможностей, которые повлияют на ее дизайн [2]. Существование дизайна как профессии, индустрии и области знаний, и соответственно его концептуализация, традиционно связаны с физической реальностью и производством материального массового продукта различного назначения и сфер применения. Интенсивное развитие цифровых технологий и сетевых коммуникаций на их основе вносит новую проблематику в данную сферу и ставит ряд актуальных вопросов о месте и роли дизайнера и дизайна в новой реальности и системе общественных и экономических отношений, часто понимаемых не критически.

Прогнозируемое и реализуемое на практике со стороны крупнейших технологических корпораций и финансовых структур внедрение метавселенной в повседневную жизнь приводит к изменению позиции дизайна относительно возможности концептуального и стратегического влияния на качественные характеристики системы. Данная проблема актуальна в контексте современного рынка, в котором дизайн находится в ситуации вытеснения и замещения, отчетливо приобретая исключительно сервисные и служебные функции. Выработка собственного языка и актуальной теоретической базы, адекватных текущим кризисным явлениям глобализации и стрессовой социокультурной трансформации постглобального мира [3] является насущной и практически значимой задачей современной теории дизайна XXI века,

так как именно в период расцвета глобализации идеалы хорошего дизайна оказались размыты. В качестве актуального понятийного аппарата предлагается использовать фундаментальное понятие модернистского дизайна — «хороший дизайн», которое требует содержательного расширения и концептуального масштабирования, избавления его от содержательного выхолащивания и формализации. Переосмысление и «перезапуск» понятия хороший дизайн необходимо в рамках противостояния технологическому замещению, которое затрагивает сферы креативного труда, что также означает выход за рамки сервисной позиции современного дизайна, включение дизайна в систему концептуального управления метавселенной.

В рамках обзора дискуссии касающейся проблематики и перспектив развития метавселенной использованы в том числе публичные и экспертные материалы, позволяющие определить дискурсивную репрезентацию рассматриваемого феномена. Данная оптика позволяет расширить поле профессиональной дискуссии и приглашает дизайнерское сообщество к обмену принципиальными позициями относительно концепции хорошего дизайна в новом цифровом мире. Хороший дизайн и его базовое исходное понятие — хорошая форма, понимаемое как детерминизм функции над формой, сегодня приобретает новое качественное и референтное наполнение, может быть концептуализирован на теоретическом и операционализирован на практическом уровнях в условиях глобального цифрового перехода.

Хороший дизайн как универсальное понятие современного дизайна. Социальные взаимодействия и коммуникативная связанность на уровне труда, образования и досуга подвергаются процессу цифровизации, что означает качественное изменение привычного объектного мира. Данный процесс на уровне дизайна связан с обозначившейся начиная с 2000-х тенденцией сокращения количества физических устройств и переходом от физических носителей информации к цифровым [4]. Данное явление привело к развитию UX и UI дизайна, а также цифрового дизайна в целом. Несмотря на трансформацию физического объекта в цифровой, проблема предметного дизайна остается актуальной и в метавселенной. Необходимость выработки принципов подхода к разработке и создания цифровых объектов и сред, таким образом сохраняется. Хороший дизайн как значимый модернистский концепт в этом отношении является универсальным по отношению к технологическим и социальным трансформациям, которые переживает мир. Универсальность данных принципов и тотальность их применение было подвергнуто критике в постмодернизме, однако «новую жизнь» они могут получить уже в ситуации пост-постмодернизма и связанных с ним концепций альтер-, гипер-, нео- и метамодернизма [см. 5,6]. Обращение напрямую к модернистскому наследию в данном контексте представляется оправданным, так как все перечисленные концепции непосредственным образом отталкиваются от модернизма в качестве культурных политик его «преодоления».

Хороший дизайн представляет одну из элементарных форм социальной утопии. Как замечает Т. Фрай, культура модерна всегда конструировала вымышленные пространства и воплощала их архитектуре, дизайне и визуальном искусстве, а дизайн, «является неотъемлемой частью истории утопий» [7, с. 247]. Утопия функционализма выразилась в концепции дизайна, который не может устареть или быть улучшен, — идеал, названный Д. Рамсом «хорошим дизайном» [8] (в качестве центрального элемента данного проектного метода Аронов выделяет принцип less is more — «хороший дизайн — это, по возможности, минимум дизайна» [9, с. 257–263]). В этой установке нет противоречия, так как метавселенная также рассматривается ее теоретиками и евангелистами как некая реализуемая утопия лучшего мира. Вместе с тем, как замечает Фрай, необходимо признать, что, «к середине XX века идея утопий исчезла, поскольку ее сменили призраки товара и рационалистические, формалистские, технократические конструкции, которые все еще могли привлечь на свою сторону риторику и институты гуманизма, однако отказываясь признать жизнь, проживаемую в тени непрерывного дегуманизованного разрушения, которое обусловило постоянное возвращение нечеловеческого» [7, с. 359]. Как замечает Г. Чен, успех метавселенной зависит не от технологии, а от количества и степени вовлечения в концепцию метавселенной людей [10].

Фактически, следует говорить о надтехнологическом характере формообразования в дизайне, который проявляется в разных технологических кластерах, и обладает универсальными свойствами [11]. Впрочем, изначальная установка хорошего дизайна: дизайн создается человеком для человека (массового человека) трансформируется, ее необходимо поставить в большой контекст концепции транс- и постгуманизма [см. 12], в котором дизайн создается человеком для машины; машиной для человека; машиной для машины.

Проблема дегуманизации и маркетизации дизайна не была решена в модернистском дизайне. Возникший в Ульмской школе подход к дизайну, при котором, «что именно важно, а что неважно — решает дизайнер и результат предоставляет пользователю с позиций своего понимания вещи, культуры, потребителя» [13, с. 236] фактически провалился. Показательно, что новыми принципами хорошего дизайна от компании Adobe (2020) в открыто артикулированной форме выделяются, с одной стороны, коммерческие функции дизайна, а, с другой, его этичность (Таблица 1). Противоречие между рыночными и общественными интересами, таким образом, не только не преодолевается и не получают критического отражения в позиции дизайнера, но гипернормализуются. Данное «расширение» и одновременно сужение принципов хорошего дизайна представляется и симптоматичным, и содержательно значимым.

Таблица 1. Сравнение принципов хорошего дизайна Дитера Рамса и Adobe. Источник: [6, p. 129–132]
Table 1. Comparison of the principles of good design by Dieter Rams and Adobe. Source: [6, p. 129–132]

10 принципов хорошего дизайна (Дитер Рамс)	5 принципов хорошего дизайна (Adobe)
1. Хороший дизайн должен быть инновационным. 2. Хороший дизайн делает продукт полезным. 3. Хороший дизайн должен быть эстетичным. 4. Хороший дизайн делает продукт понятным. 5. Хороший дизайн должен быть незаметным. 6. Хороший дизайн должен быть честным. 7. Хороший дизайн не стареет. 8. Хороший дизайн тщательно проработан до мельчайших деталей. 9. Хороший дизайн должен быть экологичным. 10. Хорошего дизайна должно быть как можно меньше.	1. Хороший дизайн — простой, понятный и практичный (при этом в нем есть эстетика и масса проработанных деталей). 2. Хороший дизайн помогает продавать. 3. Хороший дизайн легко узнаваем и запоминаем. 4. Хороший дизайн выдержит испытание временем. 5. Хороший дизайн должен быть этичным.

Хороший дизайн и хорошая метавселенная. Метавселенная определяется по-разному. М. Болл отмечает: «При всем ажиотаже вокруг феномен метавселенной у этого термина нет единого общепринятого определения или четкого описания. Большинство лидеров в данной области определяют ее в соответствии с собственным мировоззрением и/или возможностями своих компаний» [14, с. 35]. При этом цифровизация описывается как путь к созданию инклюзивной, доступной и безопасной метавселенной, которая расширит возможности людей со всего мира, позволит им воспользоваться преимуществами расширенных возможностей [15]. Различные исследователи и активисты выдвигают собственные принципы метавселенной. В Манифесте инклюзивности, разнообразия, равенства, доступности и безопасности в метавселенной исследователи М. Заллио и П. Кларксон формулируют десять принципов проектирования «хорошей метавселенной» [2]. Основатели занимающейся созданием виртуальных произведений искусства, впечатлений и выставок компании Space Popular Л. Лесмес и Ф. Хеллберг представляют восемь предложений по развитию порталов виртуальной среды, которые основаны на: последовательности, стабильности, надежности, обязательности, определенности пространства доступа; смысловой и символической читаемости виртуальной среды; сетевом взаимодействии порталов виртуальной среды; инклюзивности, прозрачности

доступа к виртуальной среде, устранении дискриминации; публичности, интересах гражданского общества; дешевизне и доступности услуг, устойчивости и минимизации вреда для окружающей среды; открытости и совместимости данных и протоколов обмена информацией; взаимосвязанности и сплетенности «ткани» виртуальной среды [16].

Впрочем, подобные манифесты в определенной мере оторваны от реальной экономической структуры метавселенной. Более реалистичный вывод делает Болл: «"Корпоративный интернет" — таким в настоящее время видится будущее метавселенной». Как отмечает Болл, в отличие от интернета, который изначально развивался вокруг университетов, исследовательских лабораторий и энтузиастов и в котором коммерческий сектор не сразу увидел коммерческий потенциал, метавселенная изначально выстраивается вокруг задач извлечения прибыли. Метавселенная, «разрабатывается и строится частым бизнесом, который преследует явные коммерческие цели в виде сбора данных, рекламы и продажи виртуальных продуктов» [14, с. 32]. Возникновение метавселенной совпадает с формированием и ростом нового типа бизнеса, который Н. Срничек называет капитализмом платформ [17]. Коммерческий характер метавселенных рождает критическое и скептическое отношения, которое выражает К. Эванс, обращая внимание на то, что, «метавселенная — не новый мир, а лишь способ продлить грызню социальных сетей. Данные, которые мы будем генерировать, создавая наши так называемые "самые смелые мечты", будут иметь огромную ценность, и когда появится целевая реклама, от нее будет невозможно убежать» [18]. Данные опасения не беспочвенны, напротив, сама модель цифрового капитализма строится на интенсивном извлечении поведенческого излишка [19]. Крайние формы такой модели можно увидеть в режиме 24/7 позднего капитализма, в котором главным препятствием и чем-то неадекватным по отношению к капиталу становится человеческий сон [20].

Показательна в этом отношении складывающаяся и прогнозируемая структура доходов метавселенных. Согласно исследованию компании Statista (2023), общемировой доход метавселенной в 2030 году может быть оценен в 490 млрд. \$, при этом самыми большими источниками дохода для метавселенной стабильно являются электронная коммерция и игры, только затем с достаточно большим отрывом здоровье и фитнес и образование [21]. Данная структура намечает, соответственно и структуру дизайн-услуг цифрового мира. Классическая проблема общественного характера потребления и частного характера ее производства, остается актуальной для постиндустриального общества и продолжает довлеть над социально-экономическими отношениями формируемыми метавселенной. Обратной стороной и следствием коммуникативной связанности, которая выделяется как одно из ключевых условий современного цифрового общества [см., напр., 22] является технологическое замещение, на что обращает внимание Р. Коллинз. «Информационные технологии — это технологии коммуникаций, которые запустили вторую великую волну сокращения труда, на сей раз технологическому замещению подвергается коммуникативный труд, то есть труд работников среднего класса», — пишет он [23, с. 36]. Согласно Коллинзу, данное замещение запускает новый кризис капитализма: сокращение рабочего класса за счет механизации труда было преодолено за счет стремительного роста «белых воротничков» и среднего класса, которые в рамках компьютеризации и роботизации подвергается второй волне технологического замещения. Данная проблема напрямую затрагивает и креативные индустрии, включая дизайн, особенно в контексте угроз со стороны генеративного дизайна.

Корпоративный контроль над метавселенной может стать существенным препятствием к свободному проектированию и распространению открытой формы. Цифровая реальность, кажется, открывает безграничные возможности для дизайна. Как замечает А. Рябов, «виртуальная реальность позволяет создать пространство, свободное от тех или иных культурных или материальных обременений и с особым акцентом на образности. Это своего рода свежий взгляд на «действительную реальность», позволяющий расчистить площадку для формирования новых культурных форм» [24, с. 114]. Эту возможность Рябов видит в свойственной виртуальной реальности интертекстуальности, интерактивности и вовлеченности, которые размывают границы между локальными социумами и формирующие

понятие «открытого производства» и «открытой эстетики» [24, с. 115–118]. Препятствием к достижению интероперабельности, является коммерческий характер метавселенной; совместимость и допуск в пространства метавселенной из пассивного превращается в активный [14, с. 146]. В отличие от виртуального, реальный мир является интероперабельным: «Интероперабельность метавселенной — не бинарное качество (либо виртуальные миры обмениваются данными, либо нет). Все дело в том, *в какой мере* она будет интероперабельной: какими данным будут обмениваться ее виртуальные миры, где и когда это станет происходить и во сколько обойдется» [14, с. 152]. Таким образом, интероперабельность становится важным теоретическим и операционным понятием дизайнера в метавселенной, данная проблема должна учитываться в современном UX/UI дизайне. Наконец, проблема интероперабельности может быть актуальной не только внутри виртуального пространства, но и между реальной и виртуальной реальностями. Проблема интероперабельности важна в контексте реверсии проектного подхода, когда физические объекты не будут «переноситься» в виртуальную среду, а, наоборот, будут изначально проектироваться в цифровой среде и существовать в виде цифрового кода, а затем переноситься в физическую реальность. Такой подход в области дизайна одежды продвигает в рамках концепции «гиперверия» (hiperstition) дизайнер К. Эскалера [25, с. 209–210].

Следует отметить, что дизайнер не является единственным разработчиком объектов и сред виртуального пространства. Если в пространстве реального рынка дизайн подвергается отстранению от исследований, принятия управленческих решений, деинтеллектуализации и дегуманизации, тенденции к технологическому вытеснению [26, с. 37], то в метавселенной его позиции сегодня оспаривает архитектура. «Метавселенная — это место, где в предстоящий период будет происходить большая часть архитектурных действий и инноваций», — говорит П. Шумахер [27]. Так, архитектурное бюро Захи Хадид спроектировала виртуальную «либертарианскую микронацию» в метавселенной The Liberland Metaverse, где архитекторы использовали свой опыт в пространственном дизайне и навигации для создания виртуальной застройки и социальной атмосферы. Соответственно в этой метавселенной воплощены базовые принципы, в частности параметризма, которые реализует и продвигает архитектурное бюро Захи Хадид. Анализируя данный проект, А. Кутьеру отмечает следующие: «Поскольку компании также обязаны иметь физическое пространство, фирма твердо верит в синергию между виртуальной и физической средами, и, следовательно, именно архитекторы должны проектировать эти сайты, а не графические дизайнеры. Метавселенная продолжает активно обсуждаться, поскольку некоторые считают ее будущим архитектуры, а другие — спекулятивным феноменом, в котором большинство взаимодействий монетизируется. Пока неизвестно, откроет ли метавселенная новый источник доходов для архитекторов или же произойдет смена парадигмы внутри профессии» [28]. Аналогичных значимых примеров метавселенных созданных дизайнерами на данный момент нет. Определенную надежду, конечно, можно возлагать на известную синергию архитектуры и дизайна, однако, лидерские позиции в проектировании новых цифровых сред, форм будущего и социальных взаимодействия не принадлежат дизайн-индустрии.

Заключение. Дизайнерам следует отнестись к метавселенной не только как пространству возможностей, но и как к пространству рисков, включающих существенные социальные риски. Сегодня следует выделить ряд проблем, с которыми сталкивается (и столкнется) дизайн в метавселенной:

- Принципы хорошего дизайна применимы к проектированию виртуальных объектов и сред, однако могут вступать в противоречие с коммерческим характером метавселенной, не соответствующим гуманистическим установкам хорошего дизайна; дизайн сталкивается со знакомой для модернизма проблемой маркетинга дизайна и жизненного пространства как такового.

- Коммуникативная связанность должна быть рассмотрена в контексте проблемы технологического замещения креативного труда и креативного класса, а интертекстуальность дизайна в контексте проблемы интероперабельности в метавселенной.
- Новые формы извлечения стоимости в виде поведенческого излишка и данных под корпоративным и финансовым контролем и управлением могут противоречить этическим принципам дизайна, остающихся преимущественно модернистскими, и которые выделяются как критерий нового прочтения хорошего дизайна.
- В пространстве метавселенной дизайн сталкивается с конкуренцией со стороны архитектуры в проектной области, в управленческой области со стороны маркетинга и менеджмента.

Хороший дизайн выступает как ключевое теоретическое понятие дизайна и платформа для его практической культурной политики. Принципы хорошего дизайна позволяют дизайн-индустрии обрести свой «голос» и универсальную теоретическую базу. Подобное масштабирование позволяет:

- Универсализировать основополагающие принципы дизайна, перенести и распространить их в цифровую и гибридную среду, а также в транс- и постгуманистическое общество.
- Актуализировать теоретический и понятийный аппарат дизайна в условиях новых вызовов и складывающейся социально-экономической и культурной ситуации, одним из технологических решений которой является метавселенная.
- Легитимировать создание новых ориентированных на человека форм, перевод их из сферы спекулятивного дизайна и «невозможного», в массовое производство.
- Обрести субъектность и войти в контур управления смыслами и стандартами новой реальности.

Несмотря на то, что метавселенная описывается как шанс для дизайнеров создать лучший мир, означающий взгляд на метавселенную в первую очередь как на человеческое общество, а не только как на продукт или услугу [29], сами дизайнеры не участвуют в формировании адекватной дизайн-теории и концептуального пространства метавселенной. Дизайн-индустрии необходимо развивать более тесное интеллектуальное и проектное сотрудничество и коммуникацию с предпринимателями и социальными активистами, программистами и инженерами, исследователями и футурологами, чтобы привнести в метавселенную принципы хорошего дизайна. Это необходимо сделать именно сейчас, когда метавселенная еще только формируется в устойчивую социальную и в определенном смысле уже метасоциальную систему.

Литература

1. Родькин П.Е. Устойчивый дизайн как источник будущего: концептуальные проблемы и вызовы // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2022. Т. 7, № 3. С. 129–147.
2. Zallio M., Clarkson P.J. Designing the metaverse: A study on inclusion, diversity, equity, accessibility and safety for digital immersive environments // Telematics and Informatics. 2022. Vol. 75. P. 101909.
3. Евстафьев Д.Г., Цыганова Л.А. Постглобальная модель социального развития: диалектика преэминентности и отрицания // Век глобализации. 2022. Т. 1, № 41. С. 42–54.
4. Галактионов А.О. Деобъективизация (de-objectification) медийно-коммуникационных устройств // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА им. С.Г. Строганова. 2021. № 2–2. С. 235–243.
5. Павлов А.Н. Постпостмодернизм: как социальная и культурная теории объясняют наше время. 2-е изд. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2021. 560 с.
6. Родькин П.Е. Метамодернистский аттракцион. Искусство, архитектура, дизайн, кино, политика. Москва: Совпадение, 2021. 416 с.

7. Фрай Т. Дефутурация: новая философия дизайна. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2023. 488 с.
8. Ten principles for good design: Dieter Rams: the Jorrit Maan collection / ed. Jong C. de et al. Munich: Prestel, 2017. 415 p.
9. Аронов В.Р. Дизайн в культуре XX века: 1945–1990. Москва: Издатель Д. Аронов, 2013. 405 с.
10. Chen H. Designing the Metaverse [Electronic resource] // UX Collective. 2021. URL: <https://uxdesign.cc/designing-the-metaverse-fb99b1d4773b> (дата обращения: 20.12.2021).
11. Жирякова А.Д., Назаров Ю.В. Контекстные проблемы формообразования в дизайне // Вестник МГХПА им. С.Г. Строганова. 2015. № 2. С. 112–132.
12. Феррандо Ф. Философский постгуманизм. Москва: Издательский Дом Высшей Школы Экономики, 2022. 360 с.
13. Лаврентьев А.Н. История дизайна. Учебное пособие. Москва: Гардарики, 2007. 303 с.
14. Болл М. Метавселенная: Как она меняет наш мир. Москва: Альпина Паблшер, 2023. 362 с.
15. Sakkas N. et al. ICT for all: towards an e-inclusive society. Kutno, Poland: ICT for all Consortium, 2008. 74 p.
16. Lesmes L., Hellberg F. A Manifesto for the Metaverse [Electronic resource] // Metropolis. 2022. URL: <https://metropolismag.com/viewpoints/a-manifesto-for-the-metaverse/> (дата обращения: 22.08.2023).
17. Срничек Н. Капитализм платформ. Москва: Издательский Дом Высшей Школы Экономики, 2019. 128 с.
18. Evans C.L. Is the Metaverse an Empty Promise? [Electronic resource] // Metropolis. 2022. URL: <https://metropolismag.com/viewpoints/is-the-metaverse-an-empty-promise/> (дата обращения: 22.08.2023).
19. Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти. Москва: Издательство Института Гайдара, 2022. 784 с.
20. Крэри Д. 24/7. Поздний капитализм и цели сна. Москва: Издательский Дом Высшей Школы Экономики, 2022. 136 с.
21. Buchholz K. Infographic: How the Metaverse is Making Money [Electronic resource] // Statista Daily Data. 2023. URL: <https://www.statista.com/chart/29329/metaverse-revenue> (дата обращения: 22.08.2023).
22. Цукерман Э. Новые соединения. Цифровые космополиты в коммуникативную эпоху. Москва: Ад Маргинем Пресс, 2015. 336 с.
23. Коллинз Р. Технологическое замещение и кризисы капитализма: Выходы и тупики // Политическая концептология. 2010. № 1. С. 35–50.
24. Рябов А.В. Культура / дизайн. Начало XXI века. Москва: Новое литературное обозрение, 2021. 248 с.
25. Савостьянова М. Дизайн сегодня. Москва: Музей современного искусства «Гараж», 2021. 288 с.
26. Родькин П.Е. Дизайн будущего и будущее дизайна. Москва: Совпадение, 2020. 200 с.
27. Kolata S. The Metaverse as Opportunity for Architects: An Interview with Patrik Schumacher [Electronic resource] // ArchDaily. 2022. URL: <https://www.archdaily.com/980196/the-metaverse-as-opportunity-for-architects-an-interview-with-patrik-schumacher> (дата обращения: 22.08.2023).
28. Cutieru A. The Architecture of Virtual Environments: Designing for the Metaverse [Electronic resource] // ArchDaily. 2022. URL: <https://www.archdaily.com/980632/the-architecture-of-virtual-environments-designing-for-the-metaverse> (дата обращения: 22.08.2023).
29. Goldman B.B. The Metaverse Will Give Designers A Chance To Create A Better World [Electronic resource] // Built In. 2022. URL: <https://builtin.com/design-ux/virtual-world-design-ethics> (дата обращения: 22.08.2023).

Информация об авторе

Родькин Павел Евгеньевич, кандидат искусствоведения, доцент Школы коммуникаций

E-mail: prdesign@yandex.ru

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

Россия, 109028, Москва, Покровский бульвар, д. 11.

* RODKIN P. E.

National Research University Higher School of Economics

*E-mail: prdesign@yandex.ru

"GOOD DESIGN" IN THE METAVERSE: TOWARD A PROBLEM STATEMENT

Abstract. *The article actualizes design modernist principles of "good design" in the new operational, functional and semantic space of the meta-universe. The meta-universe is problematized and critically analyzed in the broad context of technological substitution, marketization, interoperability, and other socially significant phenomena of the real and digital environment. We have conducted a comparative analysis of the principles of good design by Dieter Rams and Adobe corp.; considered the current debate in science, experts and the public on the prospects of the meta-universe development, opportunities and risks associated with the design of competing with architecture; outlined urgent tasks to address problems and challenges in the selected problem area. Good design is considered as a key theoretical concept of contemporary (trendy) design, the required intellectual and humanitarian basis for conceptual management and the formation of aesthetic and ethical standards of the new socio-economic and cultural reality that the meta-universe opens.*

Keywords: *design, trendy design, interoperability, design theory, metaverse, good design, digital environment.*

References

1. Rodkin P.E. Sustainable design as a source of the future: conceptual problems and challenges // Communications. Media. Design. 2022. Vol. 7, Issue 3. Pp. 129–147.
2. Zallio M., Clarkson P.J. Designing the metaverse: A study on inclusion, diversity, equity, accessibility and safety for digital immersive environments // Telematics and Informatics. 2022 Vol. 75. P. 101909.
3. Evstafiev D.G., Tsyganova L.A. Post-global model of social development: dialectics of continuity and negation // Century of globalization. 2022. Vol. 1, Issue 41. Pp. 42–54.
4. Galaktionov A.O. De-objectification (de-objectification) of media and communication devices // Decorative arts and object-spatial environment. Vestnik MGHPA named after S.G. Stroganov. 2021. Issue 2–2. Pp. 235–243.
5. Pavlov A.N. Post-postmodernism: how social and cultural theories explain our time. 2nd ed. Moscow: Delo Publishing House, RANEPА, 2021. 560 p.
6. Rodkin P.E. Metamodern attraction. Art, architecture, design, cinema, politics. Moscow: Coincidence, 2021. 416 p.
7. Fry T. Defuturation: a new design philosophy. Moscow: Delo Publishing House, RANEPА, 2023. 488 p.
8. Ten principles for good design: Dieter Rams: the Jorrit Maan collection / ed. Jong C. de et al. Munich: Prestel, 2017. 415 p.
9. Aronov V.R. Design in 20th Century Culture: 1945–1990. Moscow: Publisher D. Aronov, 2013. 405 p.
10. Chen H. Designing the Metaverse [Electronic resource] // UX Collective. 2021. URL: <https://uxdesign.cc/designing-the-metaverse-fb99b1d4773b> (accessed 12/20/2021).
11. Zhiryakova A.D., Nazarov Yu.V. Contextual problems of shaping in design // Bulletin of the MGHPA named after S.G. Stroganov. 2015. Issue 2. Pp. 112–132.

12. Ferrando F. Philosophical posthumanism. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2022. 360 p.
13. Lavrentiev A.N. Design history. Tutorial. Moscow: Gardariki, 2007. 303 p.
14. Ball M. Metaverse: How it changes our world. Moscow: Alpina Publisher, 2023. 362 p.
15. Sakkas N. et al. ICT for all: towards an e-inclusive society. Kutno, Poland: ICT for all Consortium, 2008. 74 p.
16. Lesmes L., Hellberg F. A Manifesto for the Metaverse [Electronic resource] // Metropolis. 2022. URL: <https://metropolismag.com/viewpoints/a-manifesto-for-the-metaverse/> (accessed 08/22/2023).
17. Srnicek N. Platform capitalism. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2019. 128 p.
18. Evans C.L. Is the Metaverse an Empty Promise? [Electronic resource] // Metropolis. 2022. URL: <https://metropolismag.com/viewpoints/is-the-metaverse-an-empty-promise/> (accessed 08/22/2023).
19. Zuboff Sh. The era of supervisory capitalism. The battle for the human future at the new frontiers of power. Moscow: Gaidar Institute Publishing House, 2022. 784 p.
20. Cray D. 24/7. Late capitalism and the goals of sleep. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics, 2022. 136 p.
21. Buchholz K. Infographic: How the Metaverse is Making Money [Electronic resource] // Statista Daily Data. 2023. URL: <https://www.statista.com/chart/29329/metaverse-revenue> (accessed 08/22/2023).
22. Zuckerman E. New connections. Digital Cosmopolitans in the Communication Age. Moscow: Ad Marginem Press, 2015. 336 p.
23. Collins R. Technological substitution and crises of capitalism: exits and dead ends // Political Conceptology. 2010. No. 1. Pp. 35–50.
24. Ryabov A.V. Culture / design. Beginning of the 21st century. Moscow: New Literary Review, 2021. 248 p.
25. Savostyanova M. Design today. Moscow: Garage Museum of Contemporary Art, 2021. 288 p.
26. Rodkin P.E. Design of the future and the future of design. Moscow: Coincidence, 2020. 200 p.
27. Kolata S. The Metaverse as Opportunity for Architects: An Interview with Patrik Schumacher [Electronic resource] // ArchDaily. 2022. URL: <https://www.archdaily.com/980196/the-metaverse-as-opportunity-for-architects-an-interview-with-patrik-schumacher> (accessed 08/22/2023).
28. Cutieru A. The Architecture of Virtual Environments: Designing for the Metaverse [Electronic resource] // ArchDaily. 2022. URL: <https://www.archdaily.com/980632/the-architecture-of-virtual-environments-designing-for-the-metaverse> (accessed 08/22/2023).
29. Goldman B.B. The Metaverse Will Give Designers A Chance To Create A Better World [Electronic resource] // Built In. 2022. URL: <https://builtin.com/design-ux/virtual-world-design-ethics> (accessed 08/22/2023).

Information about the author

Pavel E. Rodkin, PhD (Art criticism), Associate professor, School of Communication

E-mail: prdesign@yandex.ru

National Research University Higher School of Economics

Pokrovsky Boulevard, 11, Moscow, 109028, Russia

© Родькин П.Е., 2023

Для цитирования:

Родькин П.Е. «Хороший дизайн» в пространстве метавселенной: к постановке проблемы. 2023. Т. 5. № 2. С. 5–13. DOI: 10.34031/2687-0878-2023-5-2-5-13

For citation:

Rodkin P.E. "Good design" in the Metaverse: Toward a problem statement. 2023. 5(2). Pp. 5–13. DOI: 10.34031/2687-0878-2023-5-2-5-13