

Культура и искусство

Правильная ссылка на статью:

Козловский В.Д. Художественно-проектная культура первой четверти XXI столетия: основные концепции, стратегии и принципы // Культура и искусство. 2025. № 11. DOI: 10.7256/2454-0625.2025.11.73202 EDN: GJUDSA URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=73202](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73202)

## Художественно-проектная культура первой четверти XXI столетия: основные концепции, стратегии и принципы

Козловский Владислав Дмитриевич

кандидат культурологии

доцент; кафедра дизайна и декоративно - прикладного искусства; Московский государственный институт культуры

141406, Россия, Московская область, г. Химки, ул. Библиотечная, 7, корп.3

✉ erenyar@gmail.com



[Статья из рубрики "Архитектура и дизайн"](#)

### DOI:

10.7256/2454-0625.2025.11.73202

### EDN:

GJUDSA

### Дата направления статьи в редакцию:

30-01-2025

### Дата публикации:

17-11-2025

**Аннотация:** Актуальность исследования заключается в освещении и систематизации основных концепций, стратегий и принципов современной художественно-проектной культуры для её последующей целостной оценки. Поскольку в существующих отечественных и большом количестве зарубежных исследований чаще затрагивают ограниченную область современной методологии дизайна. Объектом данного исследования является художественно-проектная культура первой четверти XXI столетия. Предметом исследования являются основные концепции, стратегии и принципы художественно-проектной культуры первой четверти XXI столетия, определяющие ее развитие и отличительные черты. Цель исследования: выявить, проанализировать и систематизировать основные концепции, стратегии и принципы художественно-проектной культуры первой четверти XXI столетия в их взаимосвязи с

социокультурными и экологическими вопросами современности. Задачи исследования: 1. Конкретизировать и дать авторское определение художественно-проектной культуре в современном контексте художественных практик. 2. Выявить влияние современных социокультурных и экологических аспектов на проектно-художественную культуру. 3. Систематизировать и описать основные концепции, стратегии и принципы художественно-проектной культуры первой четверти XXI в работе применялись: 1. Описательный метод (теоретический анализ и компиляция данных) 2. Системный метод (исследования современной художественно-проектной культуры как системы, элементы которой находятся в единстве и формируют в процессе взаимодействия законченную целостность) 3. Историко-культурный метод (анализ эволюции художественно проектной культуры и ее составляющих в контексте исторических и культурных изменений) Научная новизна исследования заключается в предложенном автором определении современной художественно-проектной культуры, как синтетического процесса, объединяющего материальные и цифровые аспекты создания продуктов дизайна. Так же новизна исследования заключается в конкретизации и систематизации концепций, стратегий и принципов художественно-проектной культуры первой четверти XXI столетия. Выводы: 1. В проектно-художественной культуре первой четверти XXI столетия, сформировались основные концепции: устойчивый дизайн, цифровой дизайн, эмоциональный дизайн и инклюзивный дизайн. 2. Основные стратегии современной проектно-художественной культуры включают в себя мультидисциплинарный подход, интерактивное проектирование и баланс между требованиями глобального рынка и национальными особенностями. 3. Принципы современной проектно-художественной культуры в своей базе остаются неизменными и заключаться в функциональности, антропоцентризме, инновационности и эстетической выразительности.

**Ключевые слова:**

Дизайн, Художественно-проектная культура, Методология современного дизайна, Цифровой дизайн, Устойчивый дизайн, Эмоциональный дизайн, Инклюзивный дизайн, Мультидисциплинарный подход, Интерактивное проектирование, Функционализм

**Художественно-проектная культура****первой четверти XXI столетия.**

Художественно-проектная культура подразумевает взаимосвязь всех аспектов дизайнерской деятельности во всем их многообразии. Другими словами, проектная культура включает в себя: эстетико-художественный аспект, как творческую деятельность познания мира по законам красоты, ценностно-смысловые установки - императив социальной ответственности дизайнера перед социумом и непосредственно способы и технологии проектирования и производства [5]. Дизайн из прикладного вида деятельности стал процессом решения проблем с помощью инновационных продуктов и систем [20]. (Здесь и далее в статье художественно-проектная культура и дизайн будут использоваться как синонимичные понятия дабы не перегружать текст сложными оборотами).

Рассмотрение дизайна в таком широком ключе особенно актуально сегодня, когда дизайнер создает не просто объекты материальной культуры, а дизайн решений и систем,

«умные машины» с постоянно развивающимся искусственным интеллектом. Раскрывая этот тезис можно говорить не только о материальных объектах, но и дематериализованных (цифровых) продуктах дизайна, таких как: пользовательский опыт (UX), пользовательский интерфейс (UI), виртуальная (VR) и дополненная реальность (AR) и др. Сегодня потребитель находится не только в механическом взаимодействии с объектами дизайна, но также и в «социальном» взаимодействии с ними [11]. Объективно, мы наблюдаем этот социокультурный феномен в своей реальности.

Существует множество положительных и отрицательных характеристик «интеллектуализации» объектов предметно-пространственной среды и дематериализации дизайна, также множество предположений и гипотез, это широкий вопрос, требующий отдельного анализа по прошествию времени. На сегодняшний день, можно четко утверждать один из аспектов этого процесса - опасность возрастающей роли дизайна, как социального инструмента, на фоне подмены утилитарной необходимости приобретения новых товаров и услуг искусственно сформированными рекламой «желаниями». Другими словами, вектор развития общества потребления, несмотря на попытки разных государственных институтов и частных организаций внедрить осознанное потребление, продолжает развиваться в сторону все большего потребления товаров и услуг, как ценностного фактора, с включением новых возможностей художественно-проектной культуры. Этот процесс ведет к ухудшению экологии и накоплению социокультурных проблем.

Учитывая неразрывную связь современного дизайна с массовой культурой и медиапространством, наблюдается усиление тенденций, сформировавшихся в 1950-е – 1960-е годы в Западной Европе. Очевидно, что взаимозависимость маркетинговых приёмов и принципов дизайн-проектирования только усилилась в конце XX – начале XXI века. В связи с этим художественное проектирование предметно-пространственной среды, должно учитывать ценностные структуры общественного сознания и гуманизацию общества, в ущерб концепции потребления и массовой культуре [15].

*Учитывая все вышесказанное, мы можем определить художественно-проектную культуру, как многогранный процесс создания объектов материальной и цифровой среды, прямо влияющий на социокультурное развитие общества.*

### **Концепции, стратегии и принципы художественно-проектной культуры первой четверти XXI столетия.**

Формирование методологии художественно-проектной культуры первой четверти XXI столетия — это сложный синтетический процесс. В современном быстро изменяющемся мире, каждый день, возникают все новые и новые вопросы, которые ставятся перед отраслью дизайна. Мы можем наблюдать изменения в эстетических вкусах и требованиях к технологичности объектов материальной и нематериальной культуры, так же происходят изменения ценностных ориентиров общества и все большая цифровизация.

Рассмотрим основные концепции современной художественно-проектной культуры:

#### **1. Устойчивый дизайн (Sustainable Design)**

Под устойчивостью в данной концепции подразумевается осознанное использование ресурсов для производства. Другими словами, дизайн должен создавать максимальное разнообразие минимальными средствами с учетом экологической и социальной ответственности. Маркетинг для усиления рынка продаж в данном случае уходит на второй план, на первом месте стоит задача удлинения жизненного цикла продукта

дизайна и его переработка [\[17\]](#). Относительно цифровых продуктов дизайна, наблюдается тот же процесс, засорение информационного поля, с целью усиления продаж, должно пересматриваться в угоду адаптации под естественные потребности психики человека.

## **2. Цифровой дизайн (Digital Design)**

В рамках концепции устойчивого дизайна, можно выделить концепцию цифрового дизайна. Как нами было освещено выше, в понятие художественно-проектной культуры сегодня входят и дематериализованные продукты дизайна, такие как: Web-дизайн, различные интерфейсы, виртуальная (VR) и дополненная реальность (AR) которые строятся на пользовательском опыте (UX) и опыте взаимодействия (UI), В своей книге «Дизайн повседневных вещей», которая является современным переизданием книги «Психология повседневных вещей», помимо идей устойчивого развития Дональд Норман подчеркивает, что дизайн должен восприниматься как целостный опыт [\[19\]](#). Раскрывая этот тезис, пользователь должен максимально интуитивным способом воспринимать себя как субъект происходящих событий и получать насыщенный индивидуальный опыт. Отметим еще раз, что этот процесс в рамках концепции устойчивого развития должен помогать пользователю развиваться и совершенствоваться, а не деградировать физически и умственно в дематериализованном пространстве, все того же глобального рынка.

## **3. Эмоциональный дизайн (Emotional Design)**

Вышеупомянутый автор - Дональд Норман, в своем исследовании «Эмоциональный дизайн: почему мы любим (или ненавидим) повседневные вещи» утверждает, что объекты дизайна должны вызывать эмоциональный отклик. Эмоции в данном случае неотделимы от познания, то есть от когнитивных способностей пользователя и являются его неотъемлемой частью. Дональд Норман выделяет три уровня взаимодействия между человеком и объектами дизайна, которые должны учитываться при проектировании [\[18\]](#). Обозначим эти уровни: 1. Висцеральный – без осознанные, рефлекторные реакции, основанные на сенсорных функциях организма. 2. Поведенческий- фундаментальная часть процесса проектирования, функциональность и эргonomичность продукта. 3. Рефлексивный – уровень, на котором продукт имеет значения для потребителя по прошествию времени и получения опыта взаимодействия. Утверждение о необходимости эмоционального отклика в продуктах дизайна как материальных, так и дематериализованных, крайне актуально в рамках разумного потребления, но также несет в себе опасность при использовании этой концепции в рамках коммерциализации и дегуманизации общества.

## **4. Инклюзивный дизайн (Inclusiv Design)**

Концепция доступности предметно-пространственной среды, в современном мире, крайне актуальна. Повсеместно мы можем наблюдать движение в эту сторону во всех сферах человеческой деятельности, художественно-проектная культура не является исключением в этом смысле. Инклюзивный дизайн предполагает решение проблем «дискриминации, стигматизации, эксклюзии, травматизации, социальной разобщённости и враждебности» [\[19\]](#). Стоит отметить, что процесс проектирования в данной концепции решается уникальным способом для каждой задачи, конкретного продукта и места. Дизайнер должен ставить перед собой довольно узкие и специфические вопросы: «Кто будет пользоваться моим проектом?», «Что нужно потребителю от моего проекта?», «Как мне учесть медицинские потребности, данной группы людей?», «Насколько

«инклюзивным» является мой проект?».

В целом ответы на эти вопросы делает объекты дизайн проектирования удобнее и доступнее для всего социума [\[4\]](#).

*Рассмотрев основные концепции художественно-проектной культуры первой четверти XXI столетия, можем утверждать, что каждая из них является частью целого и стремиться к гуманизации общества и разумному потреблению. Несмотря на это в каждой из концепций есть обратная сторона, возможность использования основных постулатов идеи для усиления коммерциализации общества.*

Для реализации идей современного дизайна рассмотрим основные стратегии, то есть общее виденье и подходы:

### **1. Мультидисциплинарный подход или междисциплинарный подход.**

Современное художественное проектирование изначально создавалось как синтез эстетики, технологии и ремесла. Междисциплинарные связи при создании объектов дизайна были заложены изначально в первых школах современной архитектуры и художественного проектирования ВХУТЕМАС и Баухауз[\[7\]](#). На сегодняшний день многогранность процесса проектирования только увеличилась и помимо «системного подхода» одного специалиста к производству продукта дизайна привлекаются специалисты из разных областей: программирования, инженерии, экономики, финансов, психологии, социологии, экологии и др. Другими словами современное художественное проектирование имеет в своей основе междисциплинарные связи [\[3\]](#). Мультидисциплинарный подход позволяет создавать актуальные и инновационные продукты дизайна, отвечающие требованиям времени. В своем труде «Дизайнмышление: Понимание того, как мыслят и работают дизайнеры» в главе «Совместное проектирование» Найджел Кросс подчеркивает важность и необходимость командной работы специалистов в области дизайна, как основополагающего условия в современных реалиях для достижения удачного результата [\[16, С.91-114\]](#).

### **2. Интерактивное проектирование**

Интерактивное проектирование основывается на создание прототипов и тестировании, способов взаимодействия с пользователем. В этом смысле для цифрового продукта, UXUI технологии являются неотъемлемой частью интерактивного дизайна, как процесса проектирования. Таким образом интерактивный подход-это «процесс исследования и развития концепции пользователя до той точки, когда она начнет совпадать с возможностью информационных технологий и творческими замыслами дизайнера»[\[2\]](#). В книге «Бизнес с нуля», автор Эрик Рис подчеркивает необходимость интерактивного проектирования-тестирования идей на реальных потребителях - для создания актуальных продуктов дизайна, особенно в быстро сменяющими друг друга ценностно-ориентированными моделями общества [\[13\]](#).

### **3. Интернациональный подход с включение локальных требований определенного социума.**

Этот подход подразумевает баланс с учетом требований глобализации, то есть общего для большинства людей и локального - того, что учитывает местную специфику. Другими словами, дизайнер должен учитывать не только общие критерии оценки дизайн продукта, но также и особенности местной культуры, это касается понимания и символичности

цвета, шрифта, формы и изображений. Этот подход уже не одно десятилетие используется крупными мировыми брендами [\[21\]](#), к примеру такими как «Coca Cola», помимо адаптации своего бренда под конкретную культуру, в 2015 году была создана специальная лимитированная серия продукции для Арабских Эмиратов, к священному месяцу Рамадан. Очевидно, и мы наблюдаем это повсеместно - каждый крупный игрок рынка адаптирует свою продукцию под конкретный социум.

*Резюмируя все выше сказанное можно утверждать, что стратегии, то есть подходы в достижении концепций современной проектно-художественной культуры так же, как и идеи, в большей степени ориентированы на устойчивое развитие общества в целом, с включением в этот процесс когнитивной и эмоциональной стабильности человека, во всей ее многогранности. Несмотря на это стоит отметить, что законы рынка до сих пор являются ключевыми в продвижении объектов дизайна, а как следствие диктуют дизайнерам виденье производства.*

Далее рассмотрим заключительный блок исследования – принципы современного дизайна - утверждение, в широком понимании:

## **1. Минимализм и функциональность**

К концу 1960-х годов, под влиянием парадигмы постмодернизма, рациональное проектирование, воспринимаемое как архаичный, модернистский набор приёмов, находилось в кризисе, дизайнеры потеряли интерес к функциональному методу. Однако, данное направление проектирования возвращается в массовое производство в XXI веке: «Чистый функционализм образца ВХУТЕМАСа, Баухауз или Ульмской школы существует сегодня в виде дорогостоящей мебели или музейных экспонатов, однако принципы и методы работы используются как в создании материальных объектов, так и в виртуальной среде» [\[8\]](#)

Возрождению идей функционализма в XXI веке мы во многом обязаны компании Apple, а именно тандему Стива Джобса, главы компании, и Джонатана Айва, ведущего дизайнера, работавшего в фирме с 1992 по 2019 годы. Стив Джобс увлекался идеями, разрабатываемыми в Баухаузе и Ульмской школе, а эстетика многих технических изделий Apple вдохновлена культовыми дизайн-объектами компании Braun. В качестве рекламного слогана в 90-х годах компания Apple использовала известную цитату Леонардо Да Винчи «Simplicity is the ultimate sophistication», что можно дословно перевести как «Простота – высшая степень изысканности». Данная фраза перекликается и с идеей архитектора-функционалиста Миса Ван дер Роэ «Меньше – значит больше». Для Стива Джобса простота формы – это идеал, что говорит нам не только о стремлении к визуальному совершенству изделия, но и о корреляции между эстетическими и этическими установками в проектировании [\[14\]](#).

## **2. Антропоцентризм**

Принцип антропоцентризма в проектировании заложен в саму суть дизайна. Дизайн в отличие от чистого искусства на протяжении своей эволюции сохраняет в том или ином виде утилитарную функцию [\[1\]](#). Данный принцип предполагает создание объектов дизайна в первую очередь для потребностей личности, он должен служить людям, ставя потребности рынка на второй план. Исследователь и практикующий дизайнер В. Папанек критиковал современную ему систему потребления, существующую и сегодня, дизайнер призывал общество бережно относиться к вещам, минимизировать покупку нового и с вниманием относиться к переработке и утилизации устаревших объектов. Им был

предложен термин «Design for needs» (дизайн, отвечающий реальным потребностям). В контексте этого принципа, инструментами дизайна могут решаться проблемы голода, отсутствия медицинской помощи, безграмотности, неравных прав и многие другие [12]. Антропоцентризм в этом понимании учитывает глобальные физические и психологические потребности каждого индивида.

### **3. Инновационность**

С развитием науки и технологий производства инновационные материалы и технологии естественным образом внедряются в практику дизайна. Поскольку художественно-проектная культура является синтетической областью деятельности и включает помимо проектирования множество аспектов, в поисках решений на вызовы времени учитываются последние разработки множества областей науки. Стоит отметить все более массовое использование нейросетей для создания дизайн продукта, на сегодняшний день можно утверждать, что они уже внедрены в обработку больших баз данных и теоретических экспериментов, в рамках предпроектного анализа. Отметим самые крупные из них: Midjourney, DALL-E, Stable Diffusion, недавно появившееся DeepSeek и Qwen chat. На сегодняшний день есть множество предположений и опасений по поводу использования искусственного интеллекта, но его присутствие и развитие в разных областях человеческой деятельности неоспоримый факт.

### **4. Эстетическая выразительность**

Несмотря на принципы функциональности и утилитарности, необходимости коммерческой успешности современный дизайн остаётся в своей базе областью человеческой деятельности на стыке эстетики, технологии и ремесла. С учетом все большей ценностно-ориентировано формирующей роли дизайна в современной обществе, эстетическая выразительность и форма так же играет ключевую роль в формировании смыслов объектов проектирования. «Эстетическая форма в современной визуальной культуре выступает средством развития человека, является основой его идентичности и бесконечного движения к творчеству и в творчестве. В сближении интуитивного и логического, откровенного и рационального эстетическая форма в дизайне становится ведущей антропологической проблемой, разработка которой играет важную роль в деле сохранения, утверждения и транслирования, а также обновления высокохудожественных эстетических ценностей в культуре общества» [6].

Нами не описаны методы художественного проектирования поскольку их существует множество [10], и как указывает нам Найджел Кросс, подводя итоги многих интервью с выдающимися представителями профессии «Методы работы дизайнера-новатора, по большей части, не систематичны; например, практически отсутствуют свидетельства использования систематических методов творческого мышления» [16, 74 с.],

### **Вывод**

Художественно-проектная культура первой четверти ХХI столетия представляет собой многогранный, синтетический и динамично развивающейся процесс создания «второй природы» как в материальном, так и в дематериализованном его выражении. Эволюция развития дизайна сегодня происходит под быстро сменяющими друг друга социокультурными и экологическими факторами. На первый план выходит устойчивость развития с учетом психоэмоциональных потребностей индивида, но не в ущерб обществу в целом. Основой для продвижения концепций и стратегий художественно-проектной культуры остаются базовые принципы художественного проектирования объектов

дизайна: функционализм, антропоцентризм, инновационность и эстетическая выразительность. Стоит еще раз отметить, что механизмы глобальной рыночной экономики оказывают большое влияние на развитие художественно-проектной деятельности, но все больше ориентируются на социальные и ценностно-ориентированные запросы общества.

## **Библиография**

1. Аронов, В.Р. Дизайн в культуре XX века. 1945–1990. Москва: Д. Аронов, 2013 – 405 с.
2. Асатрян, Г.С. Интерактивный дизайн как инструмент коммуникации с пользователем / Г.С. Асатрян // актуальные проблемы авиации и космонавтики – 2016 – № 2(12). С. 723-724.
3. Долгих, М.Н. Междисциплинарные основания дизайна / М.Н. Долгих // Вестник Томского государственного университета – 2013 – № 377. С. 55-61.
4. Калачарова, А.М. Дизайн интерьеров центра социальной адаптации для людей с ментальными нарушениями: социокультурный аспект / А.М. Калачарова, В.Д. Козловский // Культура: теория и практика – 2017. № 4 (19). С. 99-108.
5. Ковешникова, Н.А. Парадигмы проектной культуры / Н.А. Ковешникова // Международный журнал исследований культуры – 2016. № 4 (25). – С. 16-23.
6. Ковтун, В.В. К вопросу об эстетической форме в дизайне / В.В. Ковтун // Вестник Омского государственного педагогического университета, 2017. № 4(17). С. 22-24.
7. Козловский, В.Д. Историко-культурные предпосылки создания ВХУТЕМАСа и Баухауза: компаративный анализ / В.Д. Козловский // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств -2015 – № 1 (65) – С. 220-224.
8. Крысенко И.И. Функциональный дизайн как направление художественно-проектной культуры / И.И. Крысенко // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2023. № 2(112). – С. 141-150.
9. Мартин, Б. Универсальные методы дизайна: 100 эффективных решений для наиболее сложных проблем дизайна / Б. Мартин, Б. Ханингтон; перевод с английского Е. Карманова, А. Мороз – Москва: Питер, 2014. – 270 с.
10. Наберушкина, Э.К. Инклюзивный дизайн (обзор зарубежных концепций) / Э.К. Наберушкина, Е.А. Радченко, Е.Р. Мирзаева // Теория и практика общественного развития – 2023 – № 2 (108) – С. 30-35.
11. Норман, Д.А. Дизайн вещей будущего / Д. А. Норман; перевод с английского Н. Коробочкина – Москва: Strelka Press, 2013. 220 с.
12. Папанек В. Дизайн для реального мира / В. Папанек; перевод с английского Г. Северской; – Москва: Д. Аронов, 2008. – 414 с.
13. Рис, Э. Бизнес с нуля: метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис; перевод с английского А. Стативка – 3-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2014. – 251 с.
14. Саввина О.В. Отношение к дизайну Стива Джобса: этический аспект / О.В. Саввина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Философия. – 2017 – № 21(3) – С. 371-378.
15. Сойфер, А.В. Ценностные основания проектирования в дизайне / А.В. Сойфер // Теория и практика современной науки – 2016. № 12-2 (18). С. 254-257.
16. Cross N. Thinking: Understanding How Designers Think and Work / N. Gross – London: Bloomsbury Academic, 2011 – 192 p.
17. Fletcher, K. Fashion and sustainability: design for change / K. Fletcher, L. Grose; foreword by P. Hawken. – London: Laurence King, 2012. – 192 p.
18. Norman, Donald A. Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things / D.A. Norman – New York: Basic Books, 2004 – 287 p.

19. Norman, Donald A. The design of everyday things. / D.A. Norman – New York: Basic Books, 2013 – 347 p.
20. Patrocínio G. A New Role for Design in the 21st Century / G. Patrocínio, E. Filgueiras, J. M. Nunes // Virtual and Augmented Reality for Architecture and Design: editors E. Vilar, E. Filgueiras, F. Rebelo – Boca Raton. Florida: CRC Press, 2022– P. 88-120.
21. Анализ адаптации международных компаний под культуру местного рынка URL: <https://deziign.com/project/357bc7912695417e9ab4f57c26a62108> (дата обращения 03.02.2025)

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования рецензируемой статьи является анализ основных концепций, стратегий и принципов художественно-проектной культуры первой четверти XXI века. Автор рассматривает дизайн как процесс решения проблем с помощью инновационных продуктов и систем, уделяя особое внимание взаимосвязи всех аспектов дизайнерской деятельности. В центре внимания находятся современные концепции художественно-проектной культуры, включая устойчивый дизайн, цифровой дизайн, эмоциональный дизайн и инклюзивный дизайн. Сложно назвать такой перечень исчерпывающих для основных концепций, стратегий и принципов художественно-проектной культуры первой четверти XXI века, но их анализ проведен со знанием дела. В статье анализируются стратегии мультидисциплинарного подхода, интерактивного проектирования и международного подхода с учетом локальных особенностей.

Методология исследования основана на комплексном анализе литературы по теме. Автор использует сравнительный метод для рассмотрения различных концепций и стратегий художественно-проектной культуры, а также применяет критический анализ для оценки их эффективности и возможных недостатков. Приводятся любопытные примеры из практики известных дизайнеров и компаний, что помогает иллюстрировать теоретические положения.

Актуальность исследования обусловлена быстрыми изменениями в области дизайна и проектной культуры, вызванными развитием технологий и изменениями в социокультурной среде. Современные дизайнеры сталкиваются с новыми вызовами, связанными с устойчивым развитием, цифровизацией и социальными потребностями. Статья предлагает глубокое понимание этих процессов и предоставляет практические рекомендации для профессиональной деятельности в условиях современной реальности. Научная новизна исследования заключается в попытке (частично реализованной) систематизировать и проанализировать основные направления художественно-проектной культуры первой четверти XXI века. Автор предлагает оригинальный взгляд на интеграцию различных концепций дизайна, таких как устойчивый дизайн, цифровой дизайн и инклюзивный дизайн, в единую систему проектной культуры. Это позволяет увидеть дизайн как многогранный процесс, включающий не только создание материальных объектов, но и разработку дематериализованных продуктов, таких как пользовательский опыт и виртуальная реальность.

Статья написана научным языком, структура статьи логична и последовательна, статья богата иллюстрирована примерами из реальной практики, что делает материал более наглядным и убедительным. Библиография статьи обширна и включает разнообразные

*источники, что свидетельствует о глубокой проработке темы.*

*Автор не избегает обсуждения спорных вопросов и противоречий. Он признает наличие негативных последствий некоторых тенденций в художественно-проектной культуре, таких как чрезмерная коммерциализация и дегуманизация общества через дизайн. Однако он стремится предложить пути преодоления этих проблем, делая акцент на гуманистических аспектах дизайна и важности учета социальных и экологических факторов.*

*В выводах автор подчеркивает значимость художественно-проектной культуры в современном мире и её потенциал для решения социальных и экологических проблем. Он отмечает, что интеграция различных концепций дизайна может привести к созданию более устойчивых и гуманных решений, направленных на улучшение качества жизни.*

*Статья может представлять интерес для широкого круга читателей, включая студентов и преподавателей вузов, дизайнеров, маркетологов и всех, кто интересуется вопросами проектной культуры и дизайна. Она может использоваться в учебных курсах по дизайну, маркетингу и культурным исследованиям, а также служить руководством для профессионалов в области дизайна.*

*На основании проведенного анализа можно рекомендовать статью «Художественно-проектная культура первой четверти XXI столетия: основные концепции, стратегии и принципы» к публикации в журнале «Культура и искусство».*