Alexandra N. Sankova
Director of the Moscow Design Museum
e-mail: sankova@moscowdesignmuseum.ru
Moscow, Russia

Alexander N. Lavrentiev
Grand PhD in Art History, Professor,
Acting Vice-Rector for Scientific and International Work
The Russian State Stroganov University of Design and Applied Arts
e-mail: strog.al@gmail.com
Moscow, Russia
ORCID: 0000-0001-6986-1229

DOI: 10.36340/2071-6818-2025-21-4-79-91

DESIGN CENTRES IN POST-WAR EUROPE AND THE PROFESSIONAL INFRASTRUCTURE OF DESIGN IN THE SECOND HALF OF THE 20TH CENTURY

Summary: The formation and development of professional design infrastructure in the second half of the 20th century with an emphasis on the activities of design centres in Western Europe and the United States are analysed in the article. The focus is on the historical context of post-war reconstruction, when there was an urgent need for affordable housing, household items and clothing, and a shift in social values towards simplicity and functionality.

The revival and evolution of such institutions as the Deutscher Werkbund and the German Design Council, which played a key role in shaping the standards of quality and aesthetics of industrial products, are examined in detail. The establishment of design centres and their contribution to fostering international competitions and exhibitions, as well as the development of a national design identity, are described.

Particular attention is paid to the experience of the United States, where the formation of professional organisations such as the Industrial Designers Society of America was accompanied by a realisation of designers' social responsibility and their impact on the country's economic competitiveness. The activities of the British Design Council and the Design Centre in London, which have made a significant contribution to the popularisation and education in the field of design, are analysed.

Moreover, the article covers the development of design institutes in France and Italy, highlighting their unique approaches to supporting and promoting national design. In conclusion, it is emphasised that design centres became a link between industry, education, and culture, promoting innovation and shaping the modern image of design in the post-war era.

Keywords: history of design, design institutes, design centre, design propaganda, creative industries, scientific-methodological and information-technological support.

All aspects of the economy and social structure were impacted by the post-World War II era of change, which also marked the start of the recovery period. People required inexpensive housing, interior and household items, clothing. Despite commonplace issues, everyone was inspired by the hope for peace and prosperity. The war years brought forth their own adaptations, teaching society to value the simple things and quickly adjust to changing situations. Expensive items that previously indicated the status of the owner became a relic of the past.

While working for the defence industry, certain production areas saw substantial development: heavy engineering, aircraft and automobile manufacturing, and the energy industry. Electronics and complex computing and radio equipment rapidly improved. Mass manufacturing of goods was established, costs were decreased, and new aesthet-

Ill. 1. The opening of the British Design exhibition. Moscow, 1977.
The exhibition was organised by the British Design Council and VNIITE.
The photograph is from the archive of the Moscow Design Museum.

ic standards were set by the better quality of new materials and technology, many of which had been created for the military. There was a need for systematic support for manufacturers and promotion of national products.[1]

In this article, we will consider the development of design institutes, especially design centres, which appeared in Western Europe and the United States after the war.

In a complex production system, design centres played primarily the role of platforms for exchanging experience and promoting design. Before society, design appeared as an independent industry, which attracted not only engineers, architects, artists, but also philosophers, sociologists, and even politicians. In essence, design centres were engaged in multidirectional scientific-methodological and information-technological support of design and artistic activities focusing on society and economics, education and culture, design and consumption.

The beginning of mass production design as a special type of activity is associated with the rapid pace of industrialisation after the First World War, when the idea-to-sample production process evolved into an organised production cycle.[2]

After the Second World War, the issue of resuming production and reconversion, the reorientation of many industrial lines to peaceful production, became acute throughout the world. Concerned about restoring their economies, state and corporate structures of economically developed countries realised the role of design in the competitive struggle and promotion of national products. They assisted companies in the implementation and development of design, as well as the promotion of national design ideas in the domestic and international markets. Each country took measures to support industry and design in stages, depending on the state strategy and priorities.

1. Goss, Jared. "Design, 1950–1975. In Heilbrunn Timeline of Art History". 2000. New York: The Metropolitan Museum of Art. http://www.metmuseum.org/toah/hd/dsgn3/hd_dsgn3.htm (October, 2004) (date of access: 30.04.2025).

2. Voronov N. V. "Russian Design". 2001. Essays on the history of domestic design. Volume 1. Moscow: the Designers of Russia Union, p. 424, ill. p.66.

Thus, in Germany, the Deutscher Werkbund,[3] created through the efforts of enthusiasts of industrial art and design development back in 1907 (among them, it is worth highlighting Hermann Muthesius, a theorist of industrial art, and Henri Van de Velde, an architect, designer and teacher), resumed its activities. In essence, the pre-war Werkbund served as a design centre. Through its exhibitions, it introduced high-quality industrial products and projects, establishing contacts between designers and manufacturers in the field of industrial art. In 1947, after a more than 10-year break due to World War II, this organisation again became a professional arbiter of industrial product quality and good taste.

The German Design Council also provided support to outstanding designers. It was founded in 1953. By that time, design in Germany, based on national traditions, was developing its own identity. The Council was considered one of the world's leading centres of expertise. At its instigation, international communications, knowledge transfer in the field of design, branding, and innovation were intensified. In an effort to improve the reputation of everything German and with the support of the state, the Council became the leading design centre in the country[4].

In 1957, through the efforts of Wilhelm Wagenfeld, a designer, Bauhaus[5] graduate, and his partners, the *Die Form* magazine began to be published in Germany. It was published in two languages, German and English, and had international status.

In addition to design materials, the magazine published reviews of theatre productions and concerts, photographs and poetry, expanding the cultural space of design. Over time, the publishing house's activities became more diverse. In addition to publishing the magazine, its staff held exhibitions, festivals, conferences, lectures, fairs, competitions, and master classes. Moreover, the content of the magazine expanded. In-depth analytical reviews of design, information about events and new products[6] appeared.

The first major event in which the German Design Council participated was held in Milan in 1954. Germany presented its achievements to the world at the 10th Triennial, dedicated to the design of factory products. The exhibition section was designed by architect Egon Eiermann[7]. Competitions and exhibitions by industry were organised in the centre of the German Design Council. For example, in 1965, the International Transport Exhibition was held in Munich. In 1959, a cutlery competition was organised, at which the oldest German tableware manufacturer, WMV, presented its products.

In 1969, the centre initiated the establishment of the state Die Gute Form award. The term "good form" was introduced by artist and architect Max Bill in his book of the same name. He defined *Gute Form* as a design that is timeless and fashionable. The award was presented until 2001; it was renamed the Design Award[8] of the Federal Republic of Germany in 2002.

In the 1960s-1980s, design centres were created in several cities: Berlin, Stuttgart, Munich, Hamburg, Frankfurt am Main, etc. They were opened where production facilities, educational institutions, and other institutes related to design activities were located. A unique infrastructure was formed, and interest in design from the general public increased.

In the United States, measures were also taken to develop design and the professional community. In 1944, the Industrial Designers Society of New York published a code of professional ethics (authors: Henry Dreyfuss, Walter Dorwin Teague, and Raymond Loewy). The members of the organisation were united by a sense of social responsibility to society; they understood that they influenced the formation of tastes and views on what a product should be. The Industrial Designers Society was not the first professional organisation of designers in the country; since the 1930s, there have been many societies, associations, and even exchanges supporting the design development.

3. German Werkbund (Deutscher Werkbund) is an association of architects, artists, decorative arts masters, and industrialists, founded in Munich in 1907. Its goal is the integration of art and industry, improving the quality of mass production through standardisation, functionality, and modern design. Werkbund had a huge influence on the development of European design and architecture of the 20th century.

4. German Design Council. URL: https://www.german-design-council.de/en/about-us/german-design-council#c2377 (date of access: 10.04.2024).

5. Bauhaus is a German school of art, design, and architecture that existed from 1919 to 1933. It brought together artists, architects, and artisans to create functional, aesthetic, and affordable objects. The principles of Bauhaus: minimalism, functionality, rejection of excessive decoration, synthesis of arts, and industry.

6. "The World's Best Design Magazine?" by Steven Heller https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2011/07/the-worlds-best-design-magazine/242692/ (date of access: 10.04.2024).

7. Museum archive: https://triennale.org/archivi-triennale/10 (date of access: 10.04.2024).

8. Library. German Design Council. URL: https://www.german-design-council.de/en/about-us/library (date of access: 13.04.2025).

Ill. 2. The opening of the British Design exhibition. Moscow, 1977.
The exhibition was organised by the British Design Council and VNIITE.
The photograph is from the archive of the Moscow Design Museum.

By raising the standard of production, the United States hoped to improve the status of the global economy in the 1950s. A programme, known as the Marshall Plan[9], to restore the devastated economies of European countries was launched in 1948. Owing to this, American business had a significant influence on the European market by the beginning of the 1960s. Manufacturers owed much of their success to designers, whose services they actively used.

In 1965, the Society of Industrial Designers (1944) and the American Designers Institute (1938) merged. The new organisation was called the Industrial Designers Society of America (IDSA).[10] The IDSA had about 600 members and 10 branches across the country as well as various councils and committees[11]. In 1980, the IDSA established annual national design awards and made significant changes to its charter. By the 1970s, more than 1,500 design firms were operating in the United States, not counting design services and departments at large industrial companies.

After World War II, design in Great Britain received a new impetus. In 1944, a government structure,[12] the British Design Council, was created. The main goal of the Council was to help manufacturers in conditions of limited resources and the restructuring of the economy from a military to a civilian one. Designers were offered new production ideas taking into account the shortage of raw materials. Moreover, the Council carried out design propaganda, educational, consultative, and training activities in cooperation with educational institutions; it published the Design magazine[13] from 1949.

In London, the British Design Council opened a design centre in 1956. For the next four decades, it became an important part of the promotion of design at the national level and influenced the image of centres in many other countries. It even had its own logo, designed by Hans Schläger (Zéro Studio), – a black and white triangle.

The permanent exhibition featured more than 1,000 items from 433 companies. The design centre kept a photographic and informational register of selected British products. Anyone could consult and receive recommendations from the best designers.

Temporary exhibitions often caused a stir. For example, in 1963, the exhibition titled The New Face of British Railway was visited by almost 30,000 people every week. Major economic breakthroughs were

9. The Marshall Plan is a program of assistance to Europe after World War II. It came into effect in April 1948. It was developed by Secretary of State, George C. Marshall.
10. https://www.idsa.org/history-idsa (date of access: 13.05.2025).
11. The first chairman of the board was John Vassos (1898-1985), the founder of ADI, and the first president was Henry Dreyfuss (1904-1972).
12. Under the Ministry of Commerce.
13. Runge W. F. "History of Design, Science, and Technology". 2007. Textbook. Edition in two books. Book two. Moscow: Architecture-S, p. 432, ill. p.39.

Ill. 3. The opening of The Role of the Industrial Designer in Britain exhibition. Moscow, VDNKh, 1964.
The exhibition was organised by the British Design Council and VNIITE.

sparked by the exhibitions. For instance, the exhibition of 1981, Designed in Britain – Made Abroad, revealed that many creative British designers were employed by companies abroad.

In the mid-1960s, the design centre was expanded to include more exhibition space, gift shops, and, later, a bookshop. It quickly became famous for its catalogue of the latest literature on design.

The British Design Council and the design centre held a number of international exhibitions, including in the USSR[14].

The examination programme had an equally significant impact on the popularisation of design. In 1948, the council published a list of 28 most successful items in terms of form and quality and which were manufactured in the country. The list gradually expanded and eventually became the basis of a database to which retailers turned. Shop owners and wholesale markets actively used the information that flowed into the design centre. Therefore, manufacturers were interested in getting into the register. The design centre brand became a sign of quality. In 1957, the centre established an award. Companies that were recognised by it received the right to attach the centre's label to their products for advertising purposes[15].

In the post-war period, french design developed largely owing to Jacques Vienot, who initiated the creation of the Institute of Design in Paris. The tasks of the institute, which opened in 1951, included the promotion of achievements in the field of design. The institute awarded prizes to the best examples of French items, held exhibitions, and published a specialised magazine, Design Industry.

At the turn of the 1970s, design in France received support at the state level. As a result, the Centre for Industrial Creativity was founded in 1970 as part of the Georges Pompidou National Centre for Culture and Art under the Ministry of Culture. Among other things, the centre's tasks included organising exhibitions and competitions, publishing catalogues of the best industrial products. In 1971, the Higher Council for Industrial Design was organised under the Ministry of Industrial and Scientific Development.

Italian designers were among the last in Europe to unite. In 1956, Associazione per il Disegno Industriale (ADI, *Association for Industrial Design*) was founded. Relying on financial assistance from industrialists, the association developed principles

14. Myerson, J. "Gordon Russell: The Dilemma of Modernism." 1993. RSA Journal, vol. 141, no. 5437, pp. 222–35, http://www.jstor.org/stable/41376124 (date of access: 17.05.2025).
15. Pavlovskaya E. E., Klimenko V. A. "Design and the State: Spaces of Interaction" // 2018. Bulletin of the Tomsk State University, No. 428. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-i-gosudarstvo-prostranstva-vzaimodeystviya (date of access: 17.04.2025).

Ill. 4. The opening of The Role of the Industrial Designer in Britain exhibition. Moscow, VDNKh, 1964.
The exhibition was organised by the British Design Council and VNIITE.
The photograph is from the archive of the Moscow Design Museum.

and methods for the development and popularisation of design, organised exhibitions and conferences, conducted planning. The creation of the Higher School of Design is among its achievements.

A special form of design centre, industry-specific and local, developed in Italy. These are art galleries and showrooms of industrial companies – demonstration areas for manufacturers of furniture, lamps, and other home accessories, cars, textiles, etc.

Thus, we see that the governments of Western countries highly valued and actively promoted the activities of organisations in the field of design.

Recurring conditions, socio-political context, stages of design centres formation in Western European countries allow us to identify a number of fundamental points in the development of these organisations, determining their functionality, role in the economy, production, and culture.

Firstly, the connection with professional communities, studios, and bureaus. The heads of organisations were chosen from among authoritative professionals; the communities themselves formulated the goals and objectives of their work. With the participation of professional communities, competitions were held and criteria for "good design" were established (the Die Gute Form, the Compasso d'Oro, the Duke of Edinburgh's Award, etc.)

The types of professional design organisations varied by country. In Germany – Werkbund; in the USA – the Art Directors Club; in France – a system of museums and exhibition salons, fashion houses; in Italy – ADI, Milan Salon.

Secondly, exhibition activities with a focus on international projects and representation of national design abroad. The exhibitions' themes are always aimed at the mass consumer: these are issues of rational mass housing, opportunities to create and manufacture new home goods (electrification of everyday life), creating items that make housekeeping easier, new types of transport, radio electronics, etc.

Thirdly, popularisation of design. Publishing books and professional multi-page periodicals, broadcasting TV programmes (design turns out to be a rich topic for the mass media), attracting the attention of politicians to the problems of society that can be solved by design (competent development and formation of the urban environment and competitiveness of industrial products, in the creation of which designers also participated).

Fourthly, contacts with industry. The design centre is a form of providing consulting services and connections between manufacturers and creative agencies.

Finally, a separate direction and form of activity was presented by professional education and popularisation of design (lectures, round tables, discussions). Design centres acted as intermediaries not only between designers and production but also between the design education system, the professional community, and potential customers. Similar to contemporary creative clusters, students at design universities were given access to the field of professional activity even while they were still in the study stage.

REFERENCES

1. Bobrova, V.D. 2011. "The Programme of American Assistance in Restoring the Economy of Post-war Europe (the Marshall Plan)" [Programma amerikanskoj pomoshchi v vosstanovlenii ekonomiki poslevoennoj Evropy (plan Marshalla)], *Bulletin of the Moscow State University of Printing Arts [Vestnik MGUP]*, no. 12, pp. 71-79.
2. Voronov, N.V. 2001. *Rossijskij dizajn. Ocherki istorii otechestvennogo dizajna [Russian Design. Essays on the History of Domestic Design]*, vol. 1, Soyuz dizajnerov Rossii, Moscow, Russia.
3. Pavlovskaya, E.E. and Klimenko, V.A. 2018. "Design and the State: Spaces of Interaction" [Dizajn i gosudarstvo: prostranstva vzaimodejstviya], *Bulletin of the Tomsk State University [Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta]*, no. 428, pp. 141-150.
4. Pervina, L.I. and Filicheva, N.V. 2018. "Features of the Formation of a Professional Model Concept in the History of Design Education Development: the Italian Model" [Osobennosti formirovaniya kontseptsii professionalnoj modeli v istorii razvitiya dizajn-obrazovaniya: italyanskaya model], *Bulletin of Udmurt University. Philosophy. Psychology. Pedagogy series [Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya «Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika»]*, no. 1, pp. 112-117.
5. Runge, V.F. 2007. *Istoriya dizajna, nauki i tekhniki. Uchebnoe posobie [History of Design, Science, and Technology. Study Guide]*, edition in two books, book two, Arkhitektura-S, Moscow, Russia.
6. Gantz, C.M., "History: IDSA and its Predecessors", available at: https://www.idsa.org/content/idsa-overview (Accessed 3 May 2025).
7. German Design Council, available at: https://www.german-design-council.de/en/about-us/german-design-council#c2377 (Accessed 10 April 2025).
8. German Design Council, Design Library, available at: https://www.german-design-council.de/en/about-us/library (Accessed 13 April 2025).
9. Goss, J. 2004. "Design, 1950–75. In Heilbrunn Timeline of Art History", available at: https://www.metmuseum.org/essays/design-1950-75 (Accessed 30 April 2025).
10. Myerson, J. 1993. "Gordon Russell: The Dilemma of Modernism", *RSA Journal*, vol. 141, no. 5437, pp. 222-35, available at:: http://www.jstor.org/stable/41376124 (Accessed 17 May 2025).

Александра Николаевна Санькова
Директор Московского музея дизайна
e-mail: sankova@moscowdesignmuseum.ru
Москва, Россия

Александр Николаевич Лаврентьев
Доктор искусствоведения,
профессор, и.о. проректора по научной и международной работе
Российского государственного художественно-промышленного
университета им. С.Г. Строганова
e-mail: strog.al@gmail.com
Москва, Россия
ORCID: 0000-0001-6986-1229

DOI: 10.36340/2071-6818-2025-21-4-79-91

ДИЗАЙН-ЦЕНТРЫ В ПОСЛЕВОЕННОЙ ЕВРОПЕ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА ДИЗАЙНА ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX ВЕКА

Аннотация: Статья посвящена анализу становления и развития профессиональной инфраструктуры дизайна во второй половине XX века, с акцентом на деятельность дизайн-центров в странах Западной Европы и США. В центре внимания — исторический контекст послевоенного восстановления, когда возникла острая потребность в доступном жилье, предметах быта и одежде, а также произошёл сдвиг общественных ценностей в сторону простоты и функциональности.

Подробно рассматриваются возрождение и эволюция таких институтов, как Немецкий Веркбунд и Совет по дизайну Германии, сыгравших ключевую роль в формировании стандартов качества и эстетики промышленной продукции. Описывается создание дизайн-центров и их вклад в развитие международных конкурсов и выставок, а также формирование национальной идентичности дизайна.

Особое внимание уделено опыту США, где формирование профессиональных организаций, таких как Общество индустриальных дизайнеров Америки, сопровождалось осознанием социальной ответственности дизайнеров и их влияния на экономическую конкурентоспособность страны. Анализируется деятельность Британского совета по дизайну и дизайн-центра в Лондоне, внесших значительный вклад в популяризацию и образовательную деятельность в области дизайна.

Статья также освещает развитие дизайн-институтов во Франции и Италии, подчёркивая их уникальные подходы к поддержке и продвижению национального дизайна. В заключение подчеркивается, что дизайн-центры стали связующим звеном между промышленностью, образованием и культурой, способствуя инновациям и формированию современного облика дизайна в послевоенную эпоху.

Ключевые слова: история дизайна, институты дизайна, дизайн-центр, пропаганда дизайна, креативные индустрии, научно-методическое информационно-технологическое сопровождение.

Годы после Второй мировой войны стали временем перемен, которые затронули все сферы экономики и социального устройства, начался период восстановления. Люди нуждались в недорогом жилье, предметах интерьера и обихода, одежде. Несмотря на бытовые проблемы, всех воодушевляла надежда на мир и благополучие. Военные годы внесли свои коррективы: общество научилось ценить простые вещи и быстро приспосабливаться к меняющимся условиям. Дорогие предметы, которые раньше обозначали статус владельца, стали пережитком прошлого.

Работая на оборонную промышленность, некоторые сферы производства получили значительное развитие: тяжелое машиностроение, авиа- и автомобилестроение, энергетическая отрасль. Быстро совершенствовалась электроника и сложное вычислительное и радиооборудование. Новые материалы и технологии, многие из которых были разработаны для военного сектора, позволили повысить качество, задавая новые эстетические критерии, снизить себестоимость и наладить массовый выпуск товаров. Появилась потребность в системной поддержке производителей и продвижении национальной продукции.[1]

В этой статье мы рассмотрим развитие институтов дизайна, в особенности дизайн-центров, появившихся в странах Западной Европы и США после войны.

Дизайн-центры в сложноорганизованной системе производства играли в первую очередь роль площадок для обмена опытом и пропаганды дизайна. Дизайн предстал перед обществом как самостоятельная отрасль, на которую работают не только инженеры, архитекторы, художники, но и философы, социологи и даже политики. По сути, дизайн-центры занимались разнонаправленным научно-методическим и информационно-технологическим сопровождением проектно-художественной деятельности: в сторону социума и экономики, образования и культуры, проектирования и потребления.

Начало дизайна массовой продукции как особого вида деятельности связывают с быстрыми темпами индустриализации после Первой мировой войны, когда процесс от идеи до выпуска образца трансформировался в организованный производственный цикл[2].

После Второй мировой войны во всем мире остро встал вопрос возобновления производства, а также реконверсии — переориентации множества промышленных линий на мирную продукцию. Государственные и корпоративные структуры экономически развитых стран, озабоченные проблемой восстановления своих экономик, осознавали роль дизайна в конкурентной борьбе и продвижении национальной продукции. Они содействовали компаниям во внедрении и развитии дизайна, а также пропаганде идей национального дизайна на внутреннем и международном рынке. Каждая страна принимала меры для поддержки промышленности и дизайна поэтапно, в зависимости от государственной стратегии и приоритетов.

Так, в Германии возобновил деятельность Немецкий Веркбунд[3], созданный еще в 1907 году стараниями энтузиастов развития промышленного искусства и дизайна (среди них стоит выделить теоретика промышленного искусства Германа Мутезиуса и архитектора, дизайнера и педагога Анри Ван де Вельде). По сути, предвоенный Веркбунд выполнял функции дизайн-центра, поскольку своими выставками знакомил с качественными промышленными изделиями и проектами, налаживая контакты проектировщиков и производителей в области промышленного искусства. В 1947 году, после более чем 10-летнего перерыва из-за Второй мировой войны, эта организация снова стала профессиональным арбитром качества промышленной продукции и хорошего вкуса.

Поддержку выдающимся дизайнерам оказывал и Немецкий совет по дизайну. Он был учрежден в 1953 году. К тому времени дизайн в Германии, основываясь на национальных традициях, вырабатывал свою идентичность. Совет считался одним из ведущих мировых центров экспертизы. С его подачи активизировались международные коммуникации, передача знаний в сфере дизайна, брендинга, инноваций. В стремлении улучшить репутацию всего немецкого и при поддержке государства совет стал ведущим дизайн-центром страны[4].

1. Goss, Jared. Design, 1950–75. In Heilbrunn Timeline of Art History. New York: The Metropolitan Museum of Art, 2000–. http://www.metmuseum.org/toah/hd/dsgn3/hd_dsgn3.htm (October 2004) (дата обращения: 30.04.2025).
2. Воронов.Н.В. Российский дизайн. Очерки истории отечественного дизайна. Том 1. – М: «Союз дизайнеров России», 2001. – 424 с., илл. с.66.
3. Немецкий Веркбунд (Deutscher Werkbund) — объединение архитекторов, художников, мастеров декоративного искусства и промышленников, основанное в 1907 году в Мюнхене. Его цель — интеграция искусства и промышленности, повышение качества массовой продукции через стандартизацию, функциональность и современный дизайн. Веркбунд оказал огромное влияние на развитие европейского дизайна и архитектуры XX век.
4. German Design Council. URL: https://www.german-design-council.de/en/about-us/german-design-council#c2377 (дата обращения 10.04.2024).

В 1957 году в Германии усилиями дизайнера, выпускника Баухауза[5], Вильгельма Вагенфельда и его партнеров, начал издаваться журнал «Die Form». Печатался он на двух языках, немецком и английском, и имел статус международного.

В журнале помимо проектных материалов публиковались обзоры театральных постановок и концертов, помещались фотографии и поэтические произведения, расширяя культурное пространство дизайна. Со временем деятельность издательства стала разнообразнее. Помимо выпуска журнала сотрудники журнала проводили выставки, фестивали, конференции, лекции, ярмарки, конкурсы и мастер-классы. Содержание журнала тоже расширилось. Появились глубокие аналитические обзоры дизайна, информация о мероприятиях, новых продуктах[6].

Первое крупное мероприятие, в котором принял участие Немецкий совет по дизайну, произошло в 1954 году в Милане. Германия представила миру свои достижения на X Триеналле, посвященном дизайну заводских изделий. Отдел для экспозиции спроектировал архитектор Эгон Айерман[7]. В центре Немецкого совета по дизайну проводились конкурсы и выставки по отраслям. Например, в 1965 году в Мюнхене прошла Международная транспортная выставка. В 1959 году — конкурс столовых приборов, на который свои изделия представил старейший немецкий производитель посуды WMV.

В 1969 году центр инициировал учреждение государственной премии Gute Form — термин «хорошая форма» ввел в своей одноименной книге художник и архитектор Макс Билл. Gute Form он определил как дизайн, который неподвластен времени и моде. Премия вручалась до 2001 года, в 2002-м ее переименовали в Премию ФРГ в области дизайна[8].

В 1960-1980-е гг. дизайн-центры были созданы в нескольких городах: Берлине, Штутгарте, Мюнхене, Гамбурге, Франкфурте-на-Майне и др. Их открывали там, где расположены производства, учебные заведения и другие институты, так или иначе связанные с дизайнерской деятельностью. Складывалась своеобразная инфраструктура и повышался интерес к дизайну со стороны широкой публики.

В США также принимали меры для развития дизайна и профессионального сообщества. В 1944 году в Нью-Йорке Общество промышленных дизайнеров издало кодекс профессиональной этики (авторы: Генри Дрейфус, Уолтер Дорвин Тиг и Рэймонд Лоуи). Членов организации объединяло чувство социальной ответственности перед обществом, они понимали, что влияют на формирование вкусов и взглядов на то, каким должно быть изделие. Общество промышленных дизайнеров было не первой профессиональной организацией дизайнеров в стране — с 1930-х годов существовало множество оказывающих поддержку развитию дизайна обществ, ассоциаций и даже бирж.

В 1950-е США возлагали большие надежды на улучшение состояния мировой экономики за счет повышения качества производства. В 1948 году была запущена в действие программа восстановления разрушенной экономики стран Европы, известная как план Маршалла[9]. Благодаря этому американский бизнес к началу 1960-х имел значительное влияние на европейском рынке. Во многом своим успехам производители были обязаны дизайнерам, услугами которых активно пользовались производители товаров.

В 1965 году произошло слияние Американского общества дизайнеров (1944) и Института дизайнеров (1938). Новая организация получила название «Общество промышленных дизайнеров Америки» (Industrial Designers Society of America, IDSA)[10]. У IDSA было около 600 членов и 10 филиалов по всей стране. В структуру помимо филиалов входили различные советы и комитеты[11]. В 1980 году IDSA учредило ежегодные национальные премии в области дизайна и внесла значительные изменения в свой устав. Уже к 1970-м годам в США работало более 1500 дизайнерских фирм, не считая дизайнерских служб и отделов при крупных промышленных компаниях.

После Второй мировой войны новый импульс получает дизайн в Великобритании. В 1944 году была создана государственная структура[12] — Британский совет по дизайну. Главной целью совета была помощь производителям в условиях ограниченных ресурсов и перенастройки экономики с военной на гражданскую. Дизайнерам предлагали новые идеи производства с учетом дефицита сырья. Совет также вел пропаганду дизайна, просветительскую, консультативную и образовательную деятельность совместно с учебными учреждениями, с 1949 года издавал журнал «Design»[13].

В Лондоне в 1956 году при Британском совете по дизайну был открыт дизайн-центр. На следующие четыре десятилетия он стал важной частью продвижения дизайна на государственном уровне и повлиял на образ центров во многих других странах. У него даже был собственный фирменный знак, разработанный Гансом Шлегером (студия Zéro), — черно-белый треугольник.

На постоянной выставке можно было увидеть более 1000 изделий 433 фирм. Дизайн-центр вел фото- и информационный реестр избранных британских продуктов. Любой желающий мог проконсультироваться и получить рекомендации от лучших дизайнеров.

Временные выставки нередко вызывали ажиотаж. Так, в 1963 году выставку «Новые проекты для Британских железных дорог» каждую неделю посещали почти 30 000 человек. Выставки смогли стимулировать важные экономические прорывы. Например, в 1981 году выставка «Разработано в Британии — сделано за границей» обнажила тот факт, что многие креативные британские дизайнеры нанимались в компании за рубежом.

В середине 1960-х дизайн-центр расширили, чтобы включить больше выставочных площадей, сувенирные киоски, а позже и книжный магазин. Он быстро прославился своим каталогом самой свежей литературы по дизайну.

Британский совет по дизайну и дизайн-центр провели ряд международных выставок, в том числе в СССР[14].

Не менее важную роль в популяризации дизайна сыграла программа экспертизы. В 1948 году совет опубликовал список из 28 наиболее удачных с точки зрения формы и качества изделий, выпускаемых в стране. Список постепенно расширялся и в результате стал основой банка данных, куда обращались ритейлеры. Владельцы магазинов и оптовых рынков активно пользовались информацией, которая стекалась в дизайн-центр. Поэтому производители были заинтересованы в том, чтобы попасть в реестр. Марка дизайн-центра стала знаком качества. В 1957 году центр учредил премию. Компании, отмеченные ею, получали право прикреплять лейбл центра к своей продукции в рекламных целях[15].

Французский дизайн послевоенного периода развивался во многом благодаря Жаку Вьено, который выступил инициатором создания в Париже Института дизайна. В задачи института, открывшегося в 1951 году, входила пропаганда достижений в области дизайна. Институт присуждал премии лучшим образцам французской продукции, проводил выставки, выпускал специализированный журнал «Design industry».

На государственном уровне дизайн во Франции получил поддержку на рубеже 1960–1970-х. Одним из результатов этого стало создание в 1970 году Центра промышленного творчества в составе Национального центра культуры и искусства им. Жоржа Помпиду при Министерстве культуры. В задачи центра не в последнюю очередь входила организация выставок и конкурсов, издание каталогов лучших изделий промышленности. В 1971 году при Министерстве промышленного и научного развития был организован Высший совет по промышленному дизайну.

Одними из последних в Европе стали объединяться дизайнеры Италии. В 1956 году была основана Ассоциация промышленного дизайна (ADI). Опираясь на финансовую помощь промышленников, ассоциация вырабатывала принципы,

5. Баухауз — немецкая школа искусства, дизайна и архитектуры, существовавшая с 1919 по 1933 год. Она объединила художников, архитекторов и ремесленников для создания функциональных, эстетичных и доступных предметов. Принципы Баухауза: минимализм, функциональность, отказ от излишнего декора, синтез искусств и промышленности.
6. The World's Best Design Magazine by Steven Heller https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2011/07/the-worlds-best-design-magazine/242692/ (дата обращения 10.04.2024).
7. Архив музея https://triennale.org/archivi-triennale/10 (дата обращения 10.04.2024).
8. Library. German Design Council. URL: https://www.german-design-council.de/en/about-us/library (дата обращения: 13.04.2025).
9. План Ма́ршалла программа помощи Европе после Второй мировой войны. Вступил в действие в апреле 1948 года. Разработан Государственным секретарём Джорджем К. Маршаллом.
10. https://www.idsa.org/history-idsa (дата обращения: 13.05.2025).
11. Первым председателем правления был Джон Вассос (1898–1985), основатель ADI, а первым президентом — Генри Дрейфус (1904–1972).
12. при Министерстве торговли
13. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники. Учебное пособие. Издание в двух книгах. Книга вторая. – М.: Архитектура-С, 2007. – 432 с., с ил. – с.39).
14. MYERSON, JEREMY. "Gordon Russell: The Dilemma of Modernism." RSA Journal, vol. 141, no. 5437, 1993, pp. 222–35, http://www.jstor.org/stable/41376124 (дата обращения: 17.05.2025).
15. Павловская Елена Эммануиловна, Клименко Виктор Александрович Дизайн и государство: пространства взаимодействия // Вестн. Том. гос. ун-та. 2018. №428. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/dizayn-i-gosudarstvo-prostranstva-vzaimodeystviya (дата обращения 17.04.2025).

методы развития и популяризации дизайна, организовывала выставки, конференции, вела планирование. Среди ее заслуг — создание Высшей школы дизайна[16].

В Италии сложилась особая форма дизайн-центра — отраслевого, локального. Речь идет о художественных галереях и шоу-румах промышленных фирм — демонстрационных площадок производителей мебели, светильников и других аксессуаров для дома, легковых автомобилей, текстиля и т.д.

Итак, мы видим, что правительства западных стран высоко оценивали и активно стимулировали деятельность организаций в области дизайна.

Повторяющиеся условия, социально-политический контекст, этапы формирования дизайн-центров в странах Западной Европы позволяют вычленить ряд принципиальных моментов в становлении этих организаций, определении их функционала, роли в экономике, производстве и культуре.

Во-первых, связь с профессиональными сообществами, студиями, бюро. Руководителей организаций выбирали из числа авторитетных профессионалов, сообщества сами формулировали цели и задачи своей работы. При участии профессиональных сообществ объявляли конкурсы и устанавливали критерии «хорошего дизайна» (Gute Form, Compasso D'oro, премия герцога Эдинбургского и проч.)

В разных странах модели профессиональных организаций дизайнеров отличались. В Германии — Веркбунд, в США — Art-director's Club во Франции — система музеев и выставочных салонов, дома мод, в Италии — ADI, Миланский салон.

Во-вторых, выставочная деятельность с фокусом на международные проекты, репрезентацию национального дизайна за рубежом. Тематика выставок всегда обращена к массовому потребителю: это проблемы рационального массового жилища, перспективы проектирования и выпуска новых изделий для быта (электрификация быта), создание предметов, облегчающих ведение домашнего хозяйства, новые виды транспорта, радиоэлектроника и т. д.

В-третьих, популяризация дизайна. Издание книг и профессиональной многостраничной периодики, выпуск телепередач (дизайн оказывается богатой темой для масс-медиа), привлечение внимания политиков к проблемам общества, которые можно решить дизайном (грамотная застройка и формирование городской среды, конкурентоспособность промышленных изделий, в создании которых участвовали и дизайнеры).

В-четвертых, контакты с промышленностью. Дизайн-центр – форма предоставления консультативных услуг, связи между производственниками и креативными агентствами.

Наконец, отдельное направление и форму деятельности представляло профессиональное образование и популяризация дизайна (лекции, круглые столы, дискуссии). Дизайн-центры выполняли роль посредников не только между дизайнерами и производством, но и между системой дизайнерского образования, профессиональным сообществом и потенциальными заказчиками. Студенты дизайнерских вузов еще на стадии обучения получали доступ к сфере профессиональной деятельности, по аналогии с современными креативными кластерами.

16. Первина Любовь Ивановна, Филичева Надежда Викторовна Особенности формирования концепции профессиональной модели в истории развития дизайн-образования: итальянская модель // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». 2018. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-kontseptsii-professionalnoy-modeli-v-istorii-razvitiya-dizayn-obrazovaniya-italyanskaya-model (дата обращения: 13.05.2025).

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Боброва В.Д. Программа американской помощи в восстановлении экономики послевоенной Европы (план Маршалла) // Вестник МГУП. - 2011. - №12. - С. 71-79.
2. Воронов Н.В. Российский дизайн. Очерки истории отечественного дизайна. Том 1. - М: «Союз дизайнеров России», 2001. - 424 с., илл. с. 66.
3. Павловская Е.Э., Клименко В.А. Дизайн и государство: пространства взаимодействия // Вестник Томского государственного университета. - 2018. - №428. - С. 141-150.
4. Первина Л.И., Филичева Н.В. Особенности формирования концепции профессиональной модели в истории развития дизайн-образования: итальянская модель // Вестник Удмуртского университета. Серия «Философия. Психология. Педагогика». - 2018. - №1. - С. 112-117.
5. Рунге В.Ф. История дизайна, науки и техники. Учебное пособие. Издание в двух книгах. Книга вторая. - М.: Архитектура-С, 2007. - 432 с.
6. Gantz, C.M. History: IDSA and its predecessors // Industrial Designers Society of America. URL: https://www.idsa.org/content/idsa-overview (дата обращения: 03.05.2025).
7. German Design Council. URL: https://www.german-design-council.de/en/about-us/german-design-council#c2377 (дата обращения: 10.04.2025).
8. Design Library // German Design Council. URL: https://www.german-design-council.de/en/about-us/library (дата обращения: 13.04.2025).
9. Goss, J. 2004. Design, 1950–75. In Heilbrunn Timeline of Art History // The Metropolitan Museum of Art. URL: https://www.metmuseum.org/essays/design-1950-75 (дата обращения: 30.04.2025).
10. Myerson, J. 1993. Gordon Russell: The Dilemma of Modernism. *RSA Journal*, vol. 141, no. 5437, pp. 222–35 // JSTOR. URL: http://www.jstor.org/stable/41376124 (дата обращения: 17.05.2025).