



**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Белорусский национальный
технический университет**

Кафедра «Философские учения»

**А. И. Лойко
Е. К. Булыго
Е. Б. Якимович**

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Учебно-методическое пособие

**Минск
БНТУ
2017**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский национальный технический университет

Кафедра «Философские учения»

А. И. Лойко
Е. К. Булыго
Е. Б. Якимович

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Учебно-методическое пособие

Под общей редакцией А. И. Лойко

*Рекомендовано учебно-методическим объединением по образованию
в области машиностроительного оборудования и технологий*

Минск
БНТУ
2017

УДК 1(075.8)
ББК 87я73
Л72

Рецензенты:

В. В. Кузьмич, С. В. Масленченко

Лойко, А. И.

Л72 **Философия дизайна : учебно-методическое пособие / А. И. Лойко, Е. К. Булыго, Е. Б. Якимович; под общ. ред. А. И. Лойко. – Минск: БНТУ, 2017. – 73 с.**
ISBN 978-985-550-530-4.

В учебно-методическом пособии изложен материал по курсу «Эстетика», максимально приближенный к задачам подготовки студентов по специальностям архитектурного, технического, упаковочного дизайна. Предназначено для использования студентами в рамках самостоятельной работы, при подготовке к сдаче зачетов и экзаменов интегрированного и специализированного модулей «Философия».

**УДК 1(075.8)
ББК 87я73**

ISBN 978-985-550-530-4

© Лойко А. И., Булыго Е. К.,
Якимович Е. Б., 2017
© Белорусский национальный
технический университет, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Модуль 1. СПЕЦИФИКА И СУЩНОСТЬ ДИЗАЙНА КАК ПРОЕКТНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	5
1.1. Понятие «дизайн»	5
1.2. Философия дизайна	6
1.3. Проектирование как сущность дизайна	7
1.4. Основные виды и формы современной дизайнерской деятельности (рубрицирование).....	10
1.5. Эргономика, формообразование и функциональный маркетинг как основа дизайн-проектирования	13
Модуль 2. ОСНОВНЫЕ ПАРАДИГМЫ ДИЗАЙН-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДИНАМИКЕ КУЛЬТУРЫ.....	18
2.1. Основания дизайн-деятельности	18
2.2. Становление техники	25
2.3. Индустриальный дизайн	28
2.4. Постиндустриальный дизайн	37
2.5. Специфика дизайн-деятельности в XXI в.	42
Модуль 3. МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙНА: ПОНЯТИЯ, ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ	46
3.1. Понятие «формообразование»	46
3.2. Основные принципы и методы формообразования в дизайн-деятельности	47
3.3. Особенности экспериментального формообразования	50
Модуль 4. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН.....	53
Модуль 5. ДИЗАЙН В УПАКОВКЕ	58
5.1. Специфика и сущность дизайна упаковки	58
5.2. Основные эстетические принципы формообразования дизайна в упаковке.....	61
5.3. Экологические аспекты дизайна упаковки.....	64
Модуль 6. АРХИТЕКТУРНЫЙ ДИЗАЙН (ЭСТЕТИКА АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЫ)	66
6.1. Специфика и сущность дизайна архитектурной среды	66
6.2. Понятие архитектурной среды	68
6.3. Основные эстетические принципы формообразования в архитектуре.....	69
Модуль 7. ТЕМАТИКА ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ	73

ВВЕДЕНИЕ

Эстетика изучается в рамках специализированного модуля социально-гуманитарных дисциплин. Она делится на теоретическую и прикладную части. Теоретическая часть преподается студентам архитектурного факультета, поскольку их специальность связана с художественным творчеством, рисунком. Поэтому им важно изучать художественные и архитектурные стили, пространство, категориальные структуры творческого мышления. Прикладная эстетика, или философия дизайна, изучает особенности сопряжения конструкторской и художественной деятельности в процессе разработки изделий, человеко-машинных систем, упаковки, проектирования социального пространства на уровне промышленной и жилой застройки, дорожно-транспортных и логистических систем коммуникации, товарных потоков и сервисного обслуживания эксплуатируемых изделий.

В процессе изучения философии дизайна студенты имеют возможность использовать ранее полученные знания при решении практических задач в различных областях деятельности. Заслуга разработки эстетики принадлежит представителям витебской художественной школы. Прикладной аспект дизайна многие годы культивируется в Витебском технологическом институте легкой промышленности. Речь идет о дизайне одежды. В последние годы стали систематично изучаться достижения в области дизайна, связанные с прикладным народным искусством. Эти исследования сконцентрированы в университете культуры. Сегмент высокой моды актуализировал потребность в формировании дизайнерских школ и студий. Активная политика государства в строительном секторе деятельности обусловила появление на рынке инжиниринговых дизайнерских компаний, работающих по индивидуальным заказам.

Модуль 1. СПЕЦИФИКА И СУЩНОСТЬ ДИЗАЙНА

1.1. Понятие «дизайн»

В современной культуре профессиональное занятие дизайном является одной из самых успешных и востребованных профессий. Во многом такая ситуация задана особенностями современного промышленного производства, достижениями научно-технического развития, расширившимися возможностями художественного творчества, с одной стороны, и принципиальными сдвигами в самом человеческом существовании – с другой. Новый человек не просто стремится к определенному высокому жизненному стандарту с его важнейшими составляющими (комфорт, эргономичность, безопасность). Для многих потребность в дизайнерском решении личного или офисного пространства, профессионального оборудования, стиля одежды и жизни в целом, гаджетов и даже упаковки предметов первой необходимости является своего рода формой самоидентификации.

Понятие (*design*) в переводе с английского означает «замысел», «проект». Эта творческая деятельность представляет собой процесс и результат художественно-технического проектирования, как единичных предметов, промышленных изделий, так и их систем. Главной целью дизайна является достижение максимально полного соответствия создаваемых объектов и среды утилитарным и эстетическим потребностям человека. В результате должно происходить формирование гармоничной предметной среды, включающей вещи, созданные с высокими художественно-эстетическими и функциональными характеристиками, и разнообразные связи между ними.

С момента появления дизайн являлся особой частью производственного процесса «полезных» вещей, которые кроме утилитарных характеристик должны были отвечать и чисто эстетическим требованиям (т. е. изначально «функциональность» изделия предполагала и его «красоту»). Возникнув благодаря возможностям и установкам индустриализма, дизайн реализуется как достаточно узкая сфера в самом фабричном производстве. В нем сфера прекрасного задана технической эстетикой, в которой созданная промышленным образом вещь обладает эстетическим содержанием.

В узкопрофессиональном понимании дизайн представляет собой сложную «проектно-художественную деятельность по разработке промышленных изделий с высокими потребительскими и эстетическими качествами, деятельность по организации комфортной для человека предметной среды – жилой, производственной, социально-культурной» [2, с. 73].

1.2. Философия дизайна

Дизайн – это особая проектно-художественная деятельность, опирающаяся на естественно-научные, технические, гуманитарные знания и реализующаяся в единстве инженерного и художественного мышления.

Современный масштаб дизайн-деятельности и социальная значимость позволяют интерпретировать его в качестве серьезного источника изменений в мире. Ведь от дизайна сегодня зависят не только художественно-эстетические и функциональные характеристики машин, инструментов, мебели, одежды.

Новый статус дизайна, его неограниченные возможности, значение в изменении не только предметного мира, но и человеческого, с необходимостью предполагают обращение к дизайну в рамках философской рефлексии.

Философский подход к изучению дизайна задает особый ракурс его рассмотрения. Он позволяет любые вещи и их комплексы, формальные характеристики и стилевые особенности, этапы и направления развития дизайна рассматривать не как отдельные и автономные, а в широком социокультурном контексте. Любые результаты дизайнерской деятельности обретают новый смысл и размерность в соответствии с доминантами эпохи, психофизиологическими особенностями людей из разных кругов и страт, благодаря соответствию традиции и канону, либо вопреки им. Человек и созданные им вещи принадлежат одному миру, образуют единую систему, а деятельность дизайнера в свою очередь подчиняется единым и универсальным законам, определяющим любые виды и формы человеческой творческой активности, ценностей, принципов мышления и творчества человека, их производящего и потребляющего, а также с точки зрения их значимости и смыслов, их места в культуре, в мире человека.

Философия дизайна включает:

- формирование гармоничного образа человека как носителя активности, включая его определенные жизнедеятельностные потребности;

- моделирование соразмерного человеку предметного мира, призванного обеспечить успешную самореализацию и адекватную самоидентификацию человека;

- осмысление эстетических и утилитарных возможностей и запросов определенных групп потребителей, которые задаются их образом и ритмом жизни, целями деятельности, социальным статусом и ролью;

- определение основных социокультурных условий и особенностей дизайна как особой деятельности, выявление его возможностей и пределов;

- сравнительный анализ уже актуализированных аналогов с целью определения моментов риска внедрения и использования, соответствия эргономике человека (эргономическим требованиям);

- анализ средового контекста в целом, его характеристик;

- прогнозирование возможностей использования новых вещей и технологий, а также изменения предметного мира и способов вписанности в него человека;

- анализ функциональных свойств и особенностей создаваемых объектов, необходимых технологий изготовления и эксплуатации, материально-технических и технологических возможностей отрасли или предприятия.

Дизайн реализуется как синтез практических средств проектирования, методов научного исследования таких дисциплин, как физиология, социальная психология, эргономика и другие, инженерно-изобретательского потенциала современной цивилизации, включая конструктивно-технологические инновации, и профессиональных художественно-эстетических средств выразительности: приемов и методов формальной композиции, проектной графики, цвета и колорита.

1.3. Проектирование как сущность дизайна

В узком смысле проект (от лат. «брошенный вперед») как прообраз, идея гипотетического объекта, состояния или явления с заданными характеристиками, является своего рода картой, руководствуясь которой, достигаешь необходимого результата. Исторически и генетически

проектирование связано с преобразовательно-активной природой человека, его деятельным характером, основанном на познавательных способностях человека. Решающую роль в развитии проектного мышления (в том числе и архитектурного) сыграло становление городской культуры и связанного с ней особого типа личности.

Проектность можно определить как интенциональную, рефлексивно-коммуникативную реализацию коренной жизнеустремленности человека в конкретной социокультурной ситуации, ценность которой во многом задается ее эвристическим потенциалом. Ведь в самом проектировании изначально заложено стремление к выбору оптимального варианта проектируемой системы и методов ее реализации из одновременной разработки нескольких вариантов и путей развития. Следовательно, по-прежнему актуальна идея Сартра о том, что человек – «проект, стремление быть человеком, выход за свои собственные пределы. Итак, истоки, основания и предпосылки проектирования. Сам человек, его активность, и знания, благодаря которым эта активность реализуется, меняя и человека, и мир. Городская культура, которая актуализировала и задала новый масштаб и поле активности». Аксиологическое основание – ценность творчества, ведь проектирование – это выход за своего рода стандартную конфигурацию, изменение, подчас радикальное, традиционных конструкций и схем деятельности; а также ценностно-смысловые основания каждой конкретной эпохи и ее основных традиций. Семиотическая составляющая – важный момент проектирования. Она заключается в том, что проект – особая знаковая система, имеющая смысл и являющаяся одновременно и символом, и текстом, что позволяет проекту быть реализованным.

Благодаря единству всех сторон и составляющих проектирования достигается его важнейший принцип – реализуемость, воспроизводимость. Ведь само проектирование представляет собой особый тип превращения социокультурной деятельности и порождаемых ею идей и ценностей в реальные технические, социальные и прочие процессы, системы вплоть до искусства. Следовательно, проектирование – целостный процесс создания нового объекта, который содержит «осознание предмета как целого, его сущности и назначения» и формулирование стратегии реализации «цели предмета», «существование вещи следует видеть как осуществление целенаправленного процесса» [1, с. 141].

Развитие проектной культуры, переход от проектирования объектов и даже отдельных функций к проектированию систем, моделей самой деятельности и сред исходят из основных его принципов, к которым относятся: принцип независимости; реализуемости; соответствия; завершенности; конструктивной целостности и наконец, принцип оптимальности. Благодаря следованию данным принципам проект реализуется с минимумом искажений в заданной целостной конструкции, соответствующей и целям самого проектирования и существующим технологическим возможностям с помощью оптимальных для каждого проекта средств и методов.

Дизайн-проектирование имеет множество направлений, в каждом из которых по-своему реализуется его важнейший принцип формообразования – модульный. Являясь одним из наиболее характерных для данного вида деятельности, модульный принцип формообразования, как правило, определяет формальные и конструктивные характеристики продуктов дизайн-деятельности. Широкое применение данного принципа на современном этапе развития массового производства позволяет компенсировать унификацию его продуктов, создавать разнообразные изделия, максимально отвечающие индивидуальным потребностям потребителя.

Отдельные части объекта могут быть использованы автономно, что обусловлено относительной самодостаточностью их формы, в том числе и в функциональном отношении. Разработав один модуль, дизайнер получает как форму, способную к самостоятельному существованию, так и составную композицию, которая при добавлении модулей или их наборов меняется и усложняется.

Используя модульный принцип создания формы в дизайне, можно прийти к новому пути освоения пространства, в котором автономный модуль уже является завершенной единицей и может быть использован самостоятельно. Кроме того, форма может постоянно наращиваться, компоноваться по-новому в зависимости от экономических возможностей, социальных, эстетических и других запросов потребителя. Благодаря модульности увеличивается изначальная вариативность дизайн-продукта, поскольку отдельные модули, целостные и законченные сами по себе, имеют неограниченное число вариантов компоновки, образуя необходимые композиции, динамичные и открытые, с одной стороны, и максимально индивидуализированные – с другой.

1.4. Основные виды и формы современной дизайнерской деятельности (рубрицирование)

Можно выделить следующие виды дизайна: индустриальный (классический) (*industrial design*), средовой, графический, системный, дизайн одежды, веб-дизайн, компьютерный дизайн, нон-дизайн (*non-design*), стайлинг (*styling*) и арт-дизайн.

Промышленный или индустриальный дизайн представляет собой художественное проектирование и конструирование изделий (единичных или их комплектов, ансамблей) и их производство сериями разного масштаба. Целью данного вида дизайн-деятельности является создание изделия в единстве его функционально-утилитарных и эстетических характеристик, определяющих его структуро-, формо- и смыслообразование в соответствии с требованиями потребителя и возможностями производства. Следовательно, создание того или иного изделия (станка, механизма, машины и пр.) помимо художественного замысла включает технологические возможности производства, экономические, эргономические и маркетинговые составляющие. Такая дизайн-деятельность представляет собой рациональное формо- и структурообразование объекта как носителя идеи взаимодействия физических сил, воплощенной в той или иной функции, как превращение «техноформы» в «антропоформу». Все это может осуществляться с помощью различных композиционно-стилевых решений, достигнутых с помощью различных средств и методов выразительности (к примеру, холодильник – функция одна, а вариантов ее воплощения – множество).

Системный дизайн представляет собой целостное структуро- и смыслообразование предметных комплексов, систем. Комплексы включают в себя разнообразные изделия, необходимые в различных сферах жизнедеятельности и отвечающие определенным, в том числе эстетическим и утилитарным потребностям людей. В рамках такой дизайн-деятельности происходит проектирование предметно-структурных и управляющих элементов системы. Системный дизайн разрабатывает художественно-проектный образ всей предметно-технической системы с целью утилитарного и эстетического начала.

Графический дизайн как проектирование визуальных структур включает разнообразную рекламную-информационную продукцию, разработку торговых марок, оформление книг, графические стили,

упаковку, фирменные знаки. Этот вид дизайна является старейшим и одним из наиболее распространенных и востребованных. В современной культуре графический дизайнер работает не только с традиционными объектами, такими как книга, но и со сложными графическими системами, которые не являются основой фирменного стиля предприятия или организации, но и визуальных коммуникаций в целом (прежде всего в городской среде). Визуализация в этом виде дизайна с одной стороны несет определенную информацию, как правило, в символической форме, с другой – эмоцию.

Дизайн одежды представляет собой проектирование, конструирование и моделирование одежды. В этом виде дизайна ключевым моментом помимо авторского стиля является формообразование с учетом современных представлений о человеке, технологий, материалов, и отвечающим потребностям широких слоев населения. Включает, как и уникальные произведения «от кутюр» (*haute couture*), так и серийно выпускаемую продукцию «прет-а-порте» (*prêt-à-porter*).

Дизайн среды – деятельность по формированию среды, окружающей человека. Он исходит из установки, что среда, окружающая человека, не сводится ни к сумме, ни к совокупности вещей. Среда интерпретируется как «вещное», порожденное человеком пространство, определенным образом закодированное и потому символичное. В средовом контексте привычные вещи могут терять свой изначальный смысл и функциональность и приобретать новые, так как предметы становятся частью целого, а следовательно, элементом или даже формой связи с иными структурами. В средовом дизайне большую роль играет дизайн архитектурной среды, который подразделяют на дизайн интерьеров и дизайн внешней архитектурной среды, следовательно, он включает проектирование интерьера и экстерьера, дизайн городской среды и ландшафтный дизайн. В средовое проектирование входит разработка оптимальных (с эргономической, функциональной, эстетической точек зрения) способов взаимодействия человека с его окружением.

Веб-дизайн представляет собой деятельность по созданию веб-интерфейсов для сайтов или приложений. Поскольку целью веб-дизайна можно считать художественную визуализацию информации и способы ее подачи в сети с учетом удобства пользователей и с целью повышения на нее спроса, этот вид дизайна основывается на веб-программировании и наиболее близок к графическому дизайну.

Компьютерный дизайн представляет собой скорее не самостоятельный вид дизайн-деятельности, а ее современный метод. Благодаря компьютерным технологиям не только сокращается время работы над проектом, но и предельно расширяется палитра графических и технических возможностей самого дизайнера. Существующие и постоянно обновляющиеся специальные проектные пакеты художественно-графических и инженерно-конструкторских программ, прежде всего трехмерная графика, не только способны заменить специалистов, проводя точные расчеты для определения конструктивных характеристик объектов, но и позволяют в 3D-изображении и в реальном времени моделировать будущий объект и прогнозировать его поведение в различных ситуациях; создавать виртуальные образы формы проектируемого объекта и проверять особенности ее функционирования и возможные риски.

Современный этап в развитии дизайна свидетельствует о том, что обретая свою самостоятельность и собственные средства и методы деятельности, дизайн стал влиять на формообразование в различных видах искусства (архитектуре, скульптуре, декоративно-прикладном искусстве). В результате такого развития, как синтез дизайна и искусства, появились принципиально новые авангардные течения в современной культуре под общим названием «арт-дизайн». Его произведения отличают помимо уникальности (как и произведения искусства) и особой художественной выразительности черты, присущие дизайн-продукту (эргономичность, технологичность, декоративность). Как правило, такие объекты имеют большое значение в художественной организации пространства, вызывая эмоции, привлекая внимание. В таких арт-объектах функциональность плохо читается, будучи либо завуалированной, либо кардинально преобразованной воображением автора и его экспериментами в области формотворчества.

Стайлинг – является особой формой художественно-эстетической модернизации объекта, в ходе которой преобразуется внешний вид изделия. Как правило, необходимость такой модернизации может быть связана со сменой модели, пускаемой в продажу при незначительном изменении функционально-эксплуатационных характеристик и технологии изготовления (или даже отсутствии таких изменений). Благодаря стайлингу изделие обретает «формальную» новизну, что проявляется в некотором внешнем отличии от прототипов

и аналогов. Следовательно, цель стайлинга – увеличение продаж изделий, которые ориентированы на модные тенденции. В стайлинге доминирует эстетическое начало в виде формальной организованности внешнего вида изделия, что не снимает функциональности самого изделия. Именно этот момент сближает стайлинг с промышленным дизайном.

Нон-дизайн можно интерпретировать как исследование и проектирование программ деятельности и отношений, разработку стратегий, выработку концепций новых объектов, проведение компаний, деловых мероприятий. Это направление дизайна имеет ярко выраженный концептуальный характер, что задает его вербальную, текстовую форму проектирования. Продуктом выступают не предметы, структурно-организованные в соответствии с функциональными и эстетическими требованиями, а тексты, сценарии, стратегии как проекты не предметной среды, а отношений, действий.

Развитие дизайна естественно сопровождается возникновением новых его видов. Так, сегодня актуальными являются разработки в рамках футуро-дизайна, биодизайна и экодизайна и т. д. Эти виды по-разному воплощают гармонию утилитарного и эстетического, но в каждом из них с необходимостью акцентируются такие составляющие, как стремление к цельности, целесообразности и эстетическому совершенству.

1.5. Эргономика, формообразование и функциональный маркетинг как основа дизайн-проектирования

Эргономика является областью приложения научных знаний о человеке к проектированию объектов, систем и окружений. Комплексный подход по изучению функциональных возможностей человека в трудовых процессах, выявлению закономерностей создания оптимальных условий его высокоэффективной жизнедеятельности и высокопроизводительного труда, созданию эффективной системы взаимодействия человека и машины опирается на научную основу различных дисциплин: антропометрии, биомеханики, физиологии и гигиены труда, технической эстетики, психологии труда, инженерной психологии и разнообразные технологии.

Эргономические исследования служат естественно-научной основой дизайн-проектирования. С точки зрения эргономики формально-

композиционный дизайн промышленных объектов – это функциональная адаптация предметов окружающей среды к человеку с целью удобства использования. В Европе до середины XIX в. использовались системы мер, основанные на параметрах человеческого тела. С появлением метрической системы мер размеры строительных элементов, архитектурных деталей, сооружений в целом стали утрачивать эту связь. Одним из первых дизайнеров, обратившимся к вопросам эргономического решения интерьера и мебели в XX в., стал Ле Корбюзье. Он разработал эргономическую систему «Модулар», основанную на параметрах человеческого тела и принципах «золотого сечения». Начав широкое изучение человека и групп людей в целях оптимизации процесса труда, Генри Дрейфус (один из основателей дизайна в Америке) фактически создал научные основания эргономики. Накопленные и систематизированные экспериментальные данные эргономики позволяют сегодня промышленным дизайнерам получать антропометрическую информацию в виде норм и стандартов для выполнения проектных работ.

Эргономические требования основаны на соответствии проектируемого изделия физическим, психологическим и физиологическим данным человека. Эти требования определяют условия, необходимые для оптимального функционирования системы «изделие–человек». Адаптация промышленных изделий к эргономическим требованиям является одним из начальных и обязательных этапов проектирования. Невыполнение данных требований может негативно повлиять на последующую реализацию всего проекта.

С середины 1980 гг. формируется понятие эргодизайна для обозначения сферы деятельности, возникшей на стыке эргономики и дизайна. Эргодизайн – комплексная научно-практическая деятельность по формированию среды жизнедеятельности человека и ее элементов, в ходе которой реализуются эргономические требования и основные принципы промышленного дизайна. Учет эргономических факторов в ходе дизайн-проектирования позволяет обеспечить комфорт и безопасность человеку и создать гармоничную предметно-пространственную среду его обитания.

В ходе выполняемых дизайнерских работ необходимо выделять два взаимосвязанных процесса: функциональное формообразование и художественное формообразование, которое может быть также названо стайлингом. В процессе функционального формообразования

наиболее важными являются знания о принципах действия, особенностях конструкции, построения, конфигурации проектируемого объекта. На этом этапе дизайнер проектирует решение объемно-пространственной структуры конструируемого изделия с позиций научных направлений (кинематики, механики, стандартизации, унификации, технологичности конструкции). Конструкция должна отвечать функциональному назначению и обеспечивать заданные параметры, вместе с тем она должна обладать необходимыми эксплуатационными качествами. При системном подходе одним из основных факторов функционального формообразования является подбор соответствующих материалов, технологий и оборудования.

В художественном формообразовании целью композиционного решения является создание гармоничных форм, учитывающих человеческий фактор и обладающих высокими эстетическими качествами. Теория композиции, ее категории и свойства позволяют проектировать органичные и целостные формы промышленного изготовления с соблюдением пропорциональности составных частей, ритмичности, соразмерности человеку и предметному окружению, пластичности, ритма, тектоники, масштабности. Ту же задачу в рамках художественного формообразования решают с позиций колористики – учения, в которое входят понятия контраста, родственных цветов, гармоничного сочетания цветов, ахроматической и хроматической цветовой гаммы, нейтральных цветов. Композиционная целостность достигается сочетанием тектоничности, пластичности, упорядоченности элементов и соответствием формы цветофактурному решению изделия.

Дизайн непосредственно связан с реальными жизненными потребностями, потребительским спросом и материальной культурой. Следовательно, работа дизайнера требует объединения дизайнерской (формотворческой) и маркетинговой деятельности. Маркетинговая деятельность включает анализ, планирование и осуществление цикла мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения получения прибыли, роста объема сбыта, увеличения доли рынка. Поскольку продукты дизайн-деятельности приобретают свою рыночную ценность только в ходе экономических отношений, дизайнеру необходимы знания конкретных требований покупателя к данному продукту или изделию. С этой целью еще до этапа

проектирования осуществляется комплекс предпроектных маркетинговых исследований потребительского рынка, включающих идентификацию целевых рынков и определение целевых сегментов.

Методы маркетинговых исследований состоят из качественных исследований, проводимых в форме наблюдений, обзоров, индивидуальных и групповых интервью, дискуссий, работ в фокус-группах, и количественных исследований, осуществляемых посредством опроса, анкетирования потенциальных потребителей и расчета демографических, психографических, личностных характеристик целевой аудитории. Исследования подобного рода помогают не только выявить целевую аудиторию и классифицировать ее, но и построить модель поведения будущего потребителя разрабатываемого дизайн-объекта и предугадать его реакцию.

На начальном этапе проектирования проводится анализ изделий-аналогов и прототипов проектируемого изделия, выявляются их характеристики. Аналогами разрабатываемого изделия являются известные из общедоступных сведений художественно-конструкторские решения, относящиеся к внешнему виду изделия того же функционального назначения, сходные с разрабатываемым образцом по существенным признакам. Изучение аналогов позволяет прояснить то, какие формы и конструкции предпочтительней, какие конструкторские и дизайнерские решения уже предложены на рынке. Изучив существующий рынок, можно избежать принципиальных ошибок в проектировании и конструировании нового объекта и предложить инновационное дизайнерское решение.

Еще одним методом решения проектных задач является моделирование потребительских ситуаций. Метод направлен на исследование образа жизни потребителей продукции, изучение осведомленности покупателей о новом товаре и положительного отношения к нему, определение реакции потребителей на особенности использования упакованного товара. Метод позволяет оценить действия целевой аудитории в отношении пробных и повторных покупок. В основу метода заложено тестирование модификаций проектируемого изделия с целью объективной оценки его основных характеристик и улучшения потребительских свойств.

В рамках функционального маркетинга задается потребительская ценность дизайнерских объектов. Таким образом, организация дизайн-проектирования связана с выполнением не только творческих,

конструкторских и инженерных работ, но и с опосредованными видами дизайнерской деятельности, такими как эффективное планирование труда, маркетинговые исследования в области потребительского рынка, разработка перспективных видов продукции.

Список использованной литературы

1. Быстрова, Т. Ю. Вещь. Форма. Стиль : Введение в философию дизайна / Т. Ю. Быстрова. – Екатеринбург: УрГУ, 2001. – 286 с.
2. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин [и др.]; под общ. ред. Г. Б. Минервина и В. Т. Шимко. – Москва: Архитектура-С, 2004. – 288 с.
3. Дизайн : очерки теории системного проектирования / Н. П. Валькова [и др.]. – Ленинград: ЛГУ, 1983. – 185 с.
4. Каган, М. С. Морфология искусства / М. С. Каган. – Ленинград: Искусство, 1972. – 440 с.
5. Медведев, В. Ю. Сущность дизайна : учебное пособие / В. Ю. Медведев. – Санкт-Петербург: СПГУТД, 2004. – 79 с.
6. Мосорова, Н. Н. Философия дизайна : учебное пособие / Н. Н. Мосорова. – Екатеринбург: Архитектон, 1999. – 173 с.
7. Немкова, Е. В. Иссэй Миякэ : новая концепция одежды / Е. В. Немкова // Мир дизайна. – 1998. – № 4. – С. 56–59.
8. Шатин, Ю. В. Этторе Соттсасс / Ю. В. Шатин // Техническая эстетика. – 1989. – № 9. – С. 25–29.
9. Файф, Г. Мишель Обри : собственное поле дизайна / Г. Файф // Мир дизайна. – 1999. – № 3. – С. 66–71.
10. Яловенко, А. А. Гаэтано Пеше. Между искусством и архитектурой / А. А. Яловенко // Частная архитектура. – 1999. – № 2. – С. 46–51.
11. Моррис, Р. Маркетинг : ситуации и примеры / Р. Моррис. – Москва: Юнити, 1994. – 207 с.
12. Росситер, Д. Р. Реклама и продвижение товаров. [Позиционирование, медиа-планирование, эффективная реклама]. – Санкт-Петербург: Питер, 2000. – 651 с.
13. Рунге, В. Ф. Эргономика в дизайне среды / В. Ф. Рунге. – Москва: Архитектура, 2005. – 328 с.
14. Рунге, В. Ф. Основы теории и методологии дизайна : учебное пособие (конспект лекций) / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. – Москва: МЗ-Пресс, 2003. – 252 с.

Модуль 2. ОСНОВНЫЕ ПАРАДИГМЫ ДИЗАЙН-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДИНАМИКЕ КУЛЬТУРЫ

2.1. Основания дизайн-деятельности

Дизайн имеет основания, среди которых можно выделить антропологическое, аксиологическое, художественно-эстетическое, герменевтическое начала. Появление и развитие основных концептуальных моделей (функционально-утилитарной, художественной и коммерческой) есть результат сложного взаимодействия данных оснований в их единстве.

Антропологическое основание предполагает самоопределение человека в качестве носителя дизайн-деятельности и потребителя ее продуктов в единстве его творческих способностей и целей. В дизайн-проектировании мера человека, его потребности и возможности выступают отправной точкой. Именно это основание определяет выбор и актуализацию функций самого дизайнера, а также основных характеристик порожденных им вещей. При этом сама вещь трактуется как «удвоение себя» (Т. Быстрова). Кроме того, интерпретация вещи в качестве созданного, освоенного в его многозначности предмета, который не только участвует в общении людей, но и особым образом упорядочивает их мир, наполняет дизайн гуманистическим смыслом. Критика современного нам предметного мира выбирает не тот объект: обезличенность вещей, отчуждающих человека от его самости есть не что иное, как оборотная сторона обезличенности самого человека. Агрессивность вещи в таких обстоятельствах условна: она является средством изменения человека в угоду той или иной идеологической доктрине. Об этом свидетельствует драматическая история XX в. Дегуманизация культуры – следствие особого отношения к человеку, в котором он превращается в нечто, винтик или даже ничто (нацистское утверждение «ты – ничто, народ – все»).

Вещи служат человеку не только как средства, выполняющие ту или иную утилитарную функцию. Приобщением к вещному миру сопровождается сложный процесс социализации. В процессе социализации одновременно происходит формирование человека в его социальном измерении и выработка потребности в вещах с определенными функциональными и эстетическими характеристиками и навыков использования этих вещей. Так, утилитарный функционализм

и конструктивизм Ле Корбюзье исходят из трактовки человека в качестве коллективно организованной свободной личности, воплотившейся в идее «Модулора». Самореализация человека для известного архитектора предполагает особую организацию архитектурной и предметной среды, для которой характерно единство пространства и времени, динамичность и свободный переход от одного состояния к другому, что задается оптимальным функционально-композиционным решением всех элементов в их единстве. «Это система, имеющая целью ввести в архитектуру и механику размеры и габариты, согласованные с человеческими масштабами, увязать с бесконечным разнообразием чисел те основные жизненные ценности, которые завоевывает человек, осваивая пространство».

Именно «Модулор» воплощает идею нового человека и выступает основанием модульности в архитектуре и дизайне. Основанный на идее «золотого сечения», трактатах Витрувия, Леонардо да Винчи и Леона Баттиста Альберти, а следовательно, пропорциях человеческого тела, «Модулор» Ле Корбюзье отличается унификацией человека, который рассматривается как активный, но при этом абстрактный элемент социального целого. Тем не менее, «Модулор» – своего рода реакция на изменение представлений о человеке, его целях и возможностях в середине XX в.

Аксиологическое основание дизайна связано с основными социокультурными доминантами эпохи. Вещь, созданная дизайнером, работает не только как носитель функции, но прежде всего как носитель культурного смысла. Ее создание предполагает поиск источника форм. Им может быть природа и сам человек. Но, ни природа, ни человек не даны нам сами по себе. Мир существует для нас как определенная модель, воплотившая некую идею. Обращение к природным формам в творчестве дизайнера возможно лишь, когда природа поэтизирована, признаны ее красота и значимость. И когда природные формы одобрены культурой, а их ценность считается безусловной, они используются в дизайне (бионика).

Так, особенность различных вещей, созданных на Востоке, задается прежде всего особенностями данной культуры в целом. Изящная керамика и фарфор, одежда и мебель в китайской или японской культуре являются не просто результатом тысячелетних традиций создания вещей, но и выражением основных принципов данной культуры.

Динамика европейской культуры, рассмотренная через призму смены основных концепций дизайна, вплоть до мозаичности дизайна эпохи постмодерна и есть результат изменения социокультурных ценностей как основных ориентиров. Так, цитирование, игра и ирония в новой эпохе – это и методы дизайна, и методы художественного моделирования смыслов, а человек в мире вещей и создатель, и потребитель, занимается не только формированием предметной среды, но и «самодостраиванием», «самоконструированием».

В дизайне эстетическое основание превращает предмет, наделенный функцией, в вещь, обладающую выразительностью и, следовательно, возможностью гармонизации человеческого мира. Именно оно выводит этот особый вид творческой деятельности на уровень искусства, наполняя нашу повседневность гармонией. Деятельность дизайнера осуществляется в единстве выразительности и целесообразности. Более того, именно эстетическая составляющая ограничивает прагматику, показывая человеку, что утилитарность – не единственный критерий и она не тотальна. Особенностью эстетического отношения к миру является то, что в нем нет ничего для человека, что он не смог бы почувствовать и пережить. Оно всегда реализуется через эмоциональное переживание, заинтересованность, значимость. Именно это имел в виду Аристотель, считавший, что наука и философия начинаются с удивления, а искусство – с впечатления (при этом наука доказывает, а искусство – показывает).

Эстетическое основание дизайна раскрывается через систему категорий, в которой можно выделить субъектные, субъект-объектные или оценочно-нормативные и объектные (А. Гулыга) категории. К первому ряду категорий относятся те, что связаны с носителем дизайн-деятельности (идеал, вкус, чувство). Эстетический идеал – наиболее содержательная эстетическая категория, выражающая исторически меняющиеся представления о высшем совершенстве, эталоне красоты. Именно идеал является основанием художественного канона и определяет границы стиля. Эстетический вкус – развивающаяся в течение всей жизни человека способность отличать прекрасное и безобразное, оценивать мир с точки зрения его выразительных качеств, реализуемая на основе идеала через свободный выбор. Эстетическое чувство – индивидуально-личностная эмоциональная форма переживания и оценки прекрасного, результатом которого является духовное наслаждение.

Ко второму ряду категорий относятся те, в которых происходит восприятие и оценка мира в его многообразии через призму прекрасного (прекрасное, гармония, возвышенное, безобразное и пр.). Прекрасное – основная самая значимая и широкая (по объему) эстетическая категория, выражающая красоту, гармонию, соразмерность и выступающая высшим эстетическим идеалом. Прекрасное (или красота как синоним) – важнейшее оценочное понятие, от содержательной наполненности которого зависит не только само эстетическое восприятие мира, но и содержание других понятий (безобразное, возвышенное и пр.). Представление о прекрасном не является ни врожденным, ни абсолютным, ни внеисторичным. Как единство субъективного и объективного оно зависит от модели красоты, на основании которой выбираются ее критерии и идеалы.

Гармония (греч. *armonia* – связанность и соразмерность частей) – заданная культурой ценностно-смысловая установка, согласно которой мироздание в его многообразии мыслится с точки зрения признания его единства и упорядоченности как закона. Эстетическое измерение гармонии связано с тем, что она выступает формой и критерием красоты. Благодаря соразмерности частей или элементов целого воспринимаемый в качестве гармоничного объект не только противостоит хаосу как нечто упорядоченное, но и вызывает особые чувства, эмоции. Связь гармонии с пропорциональностью, соразмерностью и слаженностью элементов целого (будь весь Универсум или сам человек) еще в Древнем Египте, а затем и в античной культуре определяла поиски закона гармонии. Их результатом можно считать и «Канон» Поликлета, и «Гармонию небесных сфер» Пифагора, и «золотое сечение» Возрождения, и «Модуль» Ле Корбюзье. «Гармония», а также понятия «мера» и «ритм», которые выражают основные эстетические принципы формообразования искусства и дизайна.

Гармония тесно связана с эстетическими категориями соразмерности, меры и пропорциональности. Мера выступает как определенный количественный интервал, выход за пределы которого приводит к появлению нового качества объекта. Соразмерность, таким образом, основана на соответствии между элементами художественного объекта и его целым по отношению к элементу, принятому в качестве базового. Выраженное математически такое соответствие может быть названо пропорциональным. Гармоническая пропорция – «формула

красоты» – выражается математическим числом ϕ равным 0,618. Принято считать, что понятие о «золотом делении» ввел в научный обиход Пифагор. С историей «золотого сечения» и числа ϕ непосредственным образом связано имя итальянского математика Леонардо из Пизы, более известного под именем Фибоначчи. Леонардо да Винчи также много внимания уделял изучению «золотого деления». Он производил сечения стереометрического тела, образованного правильными пятиугольниками, и каждый раз получал прямоугольники с отношениями сторон в «золотом делении» и дал этому делению название «золотое сечение». Именно пропорции «золотого сечения» создают впечатление гармонии, красоты и соответствуют эстетическим идеалам прекрасного. С развитием дизайна и технической эстетики действие закона «золотого сечения» распространилось на конструирование промышленных изделий.

Ритм является организующим способом в создании композиции, в то же время ритм в композиции является не менее значительным способом эмоционального воздействия. Декоративность изобразительных элементов имеет связь с проявлениями ритма и симметрии в природе, с положительной реакцией человека на правильную форму. Положительная эмоциональная реакция на гладкую поверхность, четкую линию, правильную форму в конечном счете выступает как эстетическая реакция, основанная на чувстве ритма и симметрии.

Третий ряд категорий выражает формы и способы организации мира по законам красоты в процессе творческой деятельности и связаны с ее результатом. К ним относятся: художественный образ, символ, форма, стиль и т. д. Художественный образ – категория, раскрывающая сущность и специфику любой художественно-эстетической деятельности (дизайна в том числе). В дизайне он работает как проектный образ, воплощая идеальное представление об объекте и являясь его художественной моделью. Проектный образ прежде всего отличает видение целого при четком знании элементов и их взаимосвязей. В качестве его источника выступает социокультурная необходимость, выраженная в социальных потребностях, а критерием является триединство: польза, прочность, красота (Витрувий), содержательная наполненность которых зависит как от личности автора, так и социокультурного контекста. Художественный (проектный) образ обладает полисемантической и многовариантностью. Он включает несколько планов: материально-вещественную данность,

знаково-символическую форму, индивидуально-личностное отношение и оценку мира и самого человека.

Стиль представляет собой структурное единство образной системы творческого мышления и приемов, средств и способов художественного выражения. Стиль как исторически сложившееся художественное, пластически однородное решение эстетических задач отличается относительной устойчивостью и единством средств и методов их решения. Стиль имеет концептуальный характер и связан с социокультурными доминантами. В нем можно выделить две стороны: содержательную (выражаемую идею) и формальную (способ выражения).

Вопрос «перевода», т. е. интерпретации любого дизайнерского объекта, его неидентичного восприятия в зависимости от изменчивости исторической и культурной ситуации, замысла дизайнера, восприятия результата реализованной дизайнерской деятельности потребителем, является ключевым для герменевтического толкования.

Отправной методологической базой герменевтики можно считать посыл рассмотрения всего человеческого бытия в качестве языковых систем. Герменевтические исследования ориентированы на создание системы правил и моделей интерпретации. Интерпретация является основой понимания любого текста, она позволяет выявлять внутренние смыслы, рассматривать не отдельные знаки, значения, но охватывать все семантические системы. Семантическое содержание дизайна состоит из элементов, выраженных в устойчивой системе значений:

- в некоем роде «языке» линий, фактур, цветов, форм, масс, масштабов, пропорций, объемов и т. п.;

- понятий, которые сами по себе ничего не означают, но имеют тотальный характер метакодов.

Интерпретационная постклассическая парадигма позволяет понимать дизайн как знаково-коммуникативный феномен и исследовать его корреляцию со словесно-понятийным языком. В отличие от словесного языка, где смысловозначительные признаки (фонемы) поддаются точному учету и на их основе происходит установление различий и оппозиций, на уровне визуально-пространственного представления имеется бесконечное количество факультативных вариантов создания арт-объекта и прочтения его смысла. Необходимо учесть и тот факт, как знаковые объекты концепты дизайна

конструируются в процессе становления социальных отношений, поэтому, включенные в социальную среду, они начинают функционировать как коды, структурирующие эту среду, придавая вещам дополнительную символическую ценность. Любой товар превращается в знак, имидж хорошего вкуса, а знак, торговая марка, определяя престиж и уровень, превращается в реальную вещь, имеющую стоимость. Тем самым, полностью исчезают внутренние качества вещей: их функциональное назначение и полезность. Большинство сфер современного производства создает уже не столько материальные вещи, сколько их символическое значение. Сегодня проектирование вещей опирается не на функциональность, но на социальный статус, престижность и определенную стилевую принадлежность. Вещь, облагороженная стайлингом, не просто доставляет удовольствие, но повышает социальную позицию потребителя.

Дизайнер должен составить свое послание к потребителю, чтобы тот мог правильно его понять, для чего учитываются психологические, культурные, национальные возможности восприятия и интерпретации цвета, изображения, формы, композиции, пластики. Способы трансляции и трансформации информации меняются не только от эпохи к эпохе, от культуры к культуре, от поколения к поколению, но и от дизайнера к дизайнеру. Изобретение дизайнерами новых форм, приемов и методов, последующая их легитимация через системы коннотации в то же время открывают новое поле возможностей и дальнейших поисков.

В отличие от искусства эксперименты в дизайне нарушают принятые коммуникативные нормы только с той целью, чтобы заручиться одобрительной оценкой потенциального покупателя. Эстетическая значимость оригинального дизайнерского проекта вызывает не только социальное принятие и одобрение, но и повышает самооценку потребителей, способных правильно интерпретировать и оценить подобную изобретательность. Эффект надежности и стабильности задается уже самой риторикой коммуникационных кодов, устоявшихся в данной культурной традиции и оправдывающих ожидания потребителей продуктов дизайн-деятельности. Идеи «чистого» дизайна и морального нейтралитета дизайнера являются утопическими, вводящими общество в заблуждение. Экономические, общественные и нравственные обязательства, налагаемые на дизайнеров, ограничивают свободу их творческой деятельности по преобразованию облика мира.

Контрольные вопросы

1. Обосновать необходимость изучения дизайна через выявление его оснований.
2. В чем заключаются особенности антропологического, аксиологического, эстетического и герменевтического оснований дизайна?
3. Показать смысловую многоплановость основных понятий дизайна (ритм, форма, стиль, гармония) и их динамику в культуре.
4. Проанализировать своеобразие оснований дизайн-деятельности на современном этапе.

2.2. Становление техники

С середины XIX в. в Европе и Америке процессы индустриализации производства привели к созданию большого количества промышленных товаров. Для достижения их невысокой стоимости были необходимы функциональные изделия с несложным в производстве декором. Первое Общество промышленного дизайна возникло в Швеции в 1849 г., вскоре были созданы аналогичные объединения и в других странах Европы. Всемирные выставки позволяли распространять новый опыт массового производства и обмениваться современными тенденциями в области возникающего промышленного дизайна. В 1851 г. во время первой Всемирной промышленной выставки в Лондоне, где демонстрировались образцы дизайна производственных товаров, европейцы ознакомились с продукцией американской промышленности и были поражены ее простотой, удобством в использовании, технической точностью исполнения. В организации этой выставки принимал участие английский художник-проектировщик, государственный деятель сэр Генри Коул, издававший «Журнал дизайна и художественной промышленности» и предложивший термин «Art Manufactures», означавший, по его собственным словам, изящные искусства, приложенные к механическому производству. В 1876 г. на Международной выставке в Филадельфии американские производители продемонстрировали возможности использования новых технологий с целью создания красоты формы при полном отсутствии декоративных приемов. Однако в европейском дизайне еще долго сохранялись тенденции традиционализма и возврата к классическим стилям искусства.

Модерн оказался первым новым стилем, серьезно повлиявшим на развитие дизайна, как в Европе, так и в Америке. Интернациональный стиль совпал по времени с развитием промышленного производства. Джон Раскин, инициатор нового «эстетического движения», подверг резкой критике стандарты массового производства, призывая ремесленников и архитекторов вернуться к природным формам. Заслугой Дж. Раскина стало обращение к вопросам промышленного искусства, которое он считал основополагающим и подвергал резкой критике господствовавшие в то время вкусы викторианской эпохи. Его идеи были подхвачены и развиты английским художником и общественным деятелем Уильямом Моррисом. Основав в 1861 г. компанию «Моррис, Маршалл, Фолкнер и компания», где создавались произведения прикладного искусства и производились предметы быта, Моррис попытался преодолеть разделение между трудом художника и ремесленника. Не принижая роли промышленных технологий, он стремился к реализации задач создания моделей и выбора материалов с учетом следования высоким эстетическим принципам. Компания специализировалась на производстве тисненых обоев и набивного текстиля, настенных коврах, мебели, изразцах, ювелирных украшениях, изделиях из стекла.

Инициатива Морриса вдохновила художников и ремесленников того времени на создание групп, объединившихся в «Движение искусств и ремесел», которое нашло свое конкретное выражение в «Гильдии тружеников искусства», «Ассоциации домашних искусств и индустрии», «Обществе резьбы по дереву», «Гильдии и школе художественных ремесел», «Гильдии века». Выставки объединений доносили до широких слоев общества идею близости искусства и ремесла. Увлеченный устремлениями последователей «Эстетического движения» коммерсант Артур Лейзенби Либерти основал собственную фирму по производству промышленных товаров и привлек большое число английских дизайнеров для изготовления текстильных и вязаных изделий, ковров, предметов мебели, украшений из серебра и золота, керамической и оловянной посуды. Благодаря активной деятельности этих объединений и росту производства высокохудожественных изделий стиль модерн, получивший разные названия в разных странах (*L'Art Nouveau* – во Франции и Бельгии, *Liberty* – в Италии, *Jugendstil* – в Германии, *Secession* – в Австрии), приобрел международный статус и модную популярность.

Стремление к использованию экономичных материалов привели к поиску новых технологий в области строительства. Начали использовать прочные и в то же время легкие металлические конструкции в сочетании с прозрачным стеклом. Примерами могут служить: здание фабрики по производству шоколада «Менье» в окрестностях Парижа архитектора Виолле-ле-Дюка; особняк Тасселя в Брюсселе по проекту архитектора Виктора Орта; фонари и оформление входов в подземные конструкции парижского метро архитектора Гектора Гимара; станция метрополитена Карлплатц в Вене, спроектированная Отто Вагнером; здание Гаранти билдинг в Буффало американского архитектора Луи Генри Салливана.

В отличие от архитектуры произведенная фабричным методом мебель теряла высокие эстетические качества, присущие стилю модерн. В то же время функциональное направление конструирования мебели позволило выдвинуть на первый план такие качества, как удобство и комфорт. В мебельном дизайне доминировали элегантные работы Чарлза Ренни Макинтоша, однако после Туринской выставки 1902 г. экзотические образцы мебели Карла Бугатти произвели фурор в обществе того времени и заложили основы стиля ар деко. Ведущим художником этого стиля стал французский дизайнер Рене Лалик, выпускавший знаменитые флаконы для духов. Массовое производство изделий из стекла высокого художественного качества было успешно реализовано французской стекольной мануфактурой братьев Жана-Луи-Огюста и Жана-Антонена Дом в Нанси, фирмой «Луис Тиффани и ассоциация художников», возглавляемой американским дизайнером Луисом-Комфортом Тиффани.

Период перехода от ремесленных принципов создания материальных объектов к формированию основ дизайнерского мировоззрения можно обозначить парадоксом бурного развития техники и одновременно протеста против нее в рамках, возникших в то время движений, вдохновленных идеями Уильяма Морриса. Отрицая машинные технологии и возвращаясь к эстетике прошлых веков, дизайнеры использовали в качестве образцов для подражания средневековые витражи, японские гравюры, интерьеры рококо, что позволяло придавать изделиям утонченность форм и линий, изысканность, стилизованность. Целесообразность красоты зачастую достигалась украшением классическими орнаментами: гигантские гидравлические

прессы были покрыты листьями аканта, ананасами, стилизованными колосьями пшеницы.

С другой стороны, многие технические методы и материалы для изготовления промышленных изделий стали возможны только благодаря результатам индустриализации: металлоконструкции в строительстве, способы обжига и глазурования керамики и стекла, гальванизация металлов. Дизайнеров того времени интересовало создание новых форм орудий и машин. Предлагая образцы для массового производства, они использовали менее дорогостоящие материалы, добиваясь функциональности и экономичности для упрощения производственных процессов. В стеклоделии, напротив, попытки создать необычные дизайнерские эффекты привели к экспериментам и внедрению новых высокотехнологичных процессов: окрашивания, гравирования, травления кислотой, инкрустации.

Возможность применения художественного критерия к промышленным изделиям, получившая развитие в рамках стиля «модерн», не потеряла актуальности и в наши дни, несмотря на чрезмерное обилие растительных декоративных элементов и тенденцию маскировать промышленную природу материалов с помощью ручной отделки. Теоретические споры о границах прикладного искусства и о месте художника в производственном процессе привели к переосмыслению многих эстетических и технических понятий и категорий. В рамках модерна зародились первые попытки создания изделий, красота которых обуславливалась не только их декоративной проработкой, но логичностью функционального, конструктивного и технологического решений.

2.3. Индустриальный дизайн

Уже в первые десятилетия XX в. пионеры дизайна осознали, какие возможности открылись перед ними в связи с развитием массового машинного производства. Теоретическое обоснование новой эстетики дал известный венский архитектор Адольф Лоос, критиковавший в своих работах декоративные приемы в строительной и художественно-промышленной практике.

Конструктивизм стал следующим направлением в промышленном дизайне, в основу которого были положены принципы целесообразности, использование рациональных, строго утилитарных форм.

Техническая форма, создаваемая машинным производством, должна была быть подчинена логике конструкции и очищена от ручной декоративной отделки. Эстетика конструктивизма развивалась между двумя крайностями: от подхода полного утилитаризма, опиравшегося на идеи техницизма и экономической целесообразности, до технического эстетизма, воспевающего «машинную эстетику» и «жизнеустройство».

Основы конструктивизма были заложены в Германии, когда в 1901 г. в Веймаре великий герцог Саксен-Веймарский Вильгельм Эрнст решил повысить уровень дизайна и организовать мастерские, которые спустя шесть лет стали государственной школой прикладного искусства «Веркбунд» под руководством бельгийского архитектора и мастера прикладного искусства Анри Клеменса ван де Велде. В числе основоположников Веркбунда были такие выдающиеся деятели, как Герман Мутезиус, Петер Беренс, Ле Корбюзье. К 1914 г. общее число членов объединения составило 1870 человек. В Европе развилось Веркбунд-движение: в 1910 г. были сформированы австрийский и шведский Веркбунд, в 1913 – швейцарский и венгерский, а в 1915 г. в Англии была основана Ассоциация дизайна и промышленности. Немецкий Веркбунд своей деятельностью способствовал становлению функционализма, широкому и быстрому признанию продукции массового промышленного производства, прогрессу художественных ремесел. В задачи школы входила реорганизация строительства и ремесел на современной промышленной основе, унификация выпускаемой в Германии продукции на основе типовых образцов, разработанных дизайнерами. Большое внимание уделялось внешней привлекательности промышленной продукции, ее функциональности и конструктивной целесообразности, соответствию формы способу обработки и свойствам материала.

Герман Мутезиус считал важнейшей задачей нового искусства обязательное введение методов типизации художественных форм для успешного развития формообразования. Он сформулировал принцип эстетического функционализма, согласно которому внешняя форма предмета вытекает из его устройства, технологии изготовления и назначения. Однако Ван де Вельде усматривал в позиции Мутезиуса недостаток свободы творческих устремлений дизайнера и ущемление его индивидуальности. В рамках программы Веркбунда впервые были приняты попытки создать базы современного производства,

основанного на активном сотрудничестве промышленников, художников-специалистов, техников и заказчиков.

Многими исследователями непосредственное начало истории промышленного дизайна связывается с деятельностью Петера Беренса. В 1907 г. немецкий специалист в области промышленного дизайна Петер Беренс был приглашен Акционерным электрическим обществом «АЕГ» в Берлине на пост художественного директора фирмы. Строгость подхода позволила Беренсу значительно опередить время и разработать единый фирменный стиль, включавший дизайн электроприборов, набора шрифтов рекламной продукции и брошюр, элементов производственной среды. Он также создал два новых типа шрифта: беренс-курсив и беренс-антиква. Петер Беренс достиг целей, поставленных Веркбундом, создав художественную промышленную фабрику, выпускавшую художественные предметы обихода.

Группа голландских художников и архитекторов «Де Стиль», возглавляемая Питером Мондрианом и Тео ван Дузбургом, следуя идеям пуризма и неопластицизма, стремилась отыскать соразмерные отношения между всеобщим и индивидуальным, определить главенство пространства лаконичными прямоугольными плоскостями, создавать вещи в инженерной чистоте и конкретности своего предназначения. Одним из первых образцов продукции «Стиля» считается «Красно-синий стул», спроектированный в 1917 г. архитектором Герритом Томасом Ритвелдом. Концепция этого «аппарата для сидения» была сформирована под влиянием французского кубизма и легла в основу нового направления конструирования мебельных форм.

Выдающимся теоретиком и практиком конструктивизма стал французский архитектор Ле Корбюзье. Создав в 1914 г. проект сборных серийных домов «Домино», Ле Корбюзье заложил основы серийного домостроения с применением стандартных строительных элементов. Подобный структурный метод архитектор применил и для проектирования городского пространства: его поселок для рабочих в Пессаке под Бордо стал гармоничным решением проблемы хаотичной городской застройки. Выдвинув в 1922 г. теоретический лозунг ревизии существующих элементов дома и пробуждения духовной готовности к серии, Ле Корбюзье предложил применить технологии инженерного проектирования и инструментального оперирования по отношению к архитектуре: дом отныне обустраивается, как автомобиль или корабельная каюта.

Дальнейшее развитие принципа конструирования жилой машины посредством современной строительной техники может быть проиллюстрировано на примере проекта американского инженера Ричарда Бакминстера Фуллера, который в 1929 г. представил в Нью-Йорке модель дома принципиально нового типа, назвав разработку первой аутентичной машиной для пребывания в плоском пространстве. «Dymaxion House» – инженерный дом Фуллера образовывал новую искусственную среду между человеком и природой, его не строили, но устанавливали по принципу монтажа из элементов заводского изготовления. Как жилая машина он совмещал в себе функции временного пребывания в пространстве, его могли перевозить и устанавливать в любом месте.

В 1919 г. под руководством Вальтера Гропиуса была создана художественно-промышленная школа «Баухауз», основной задачей которой стала попытка синтеза искусств в процессе формообразования вещественной среды. Конечную цель развития Баухауза Гропиус видел в гуманизации и демократизации общества, воспитании всесторонне развитой личности. Вальтер Гропиус спроектировал новые здания школы, лаборатории и творческие мастерские. В последующие годы школой руководили швейцарский архитектор Ханнес Майер, попытавшийся придать движению социальную направленность и осуществлять проектную деятельность на научно-технической основе и системном подходе, а также архитектор Людвиг Мис ван дер Роэ, при котором ведущей линией развития школы стало профессионально-художественное направление. Эстетические взгляды Баухауза разделял и русский художник Василий Кандинский, принимавший активное участие в деятельности школы в 20-х гг. XX в.

«Баухауз» явился сосредоточием европейского функционализма; теоретические и практические достижения представителей этой школы сыграли значительную роль в развитии индустриального дизайна и формировании эстетического вкуса того времени. Став первым международным центром дизайна, собравшим преподавателей и студентов со всего мира, «Баухауз» выпускала профессиональных дизайнеров, которые открывали бюро и школы дизайна во многих странах мира. С этого времени дизайн стал рассматриваться не просто как «прикладное» или «промышленное искусство», но как необходимая часть процесса производства. «Баухауз» стала примером организации профессионального обучения дизайнеров:

методические разработки в области художественного восприятия, формообразования, цветоведения легли в основу теоретических трудов и не потеряли своей актуальности и научной ценности до нашего времени. Исследования в области пространственного дизайна охватывали все сферы повседневного пребывания человека. Базовый курс, разработанный в Баухаузе, до сих пор используется в мировых школах дизайна.

В России в 1920 г. были созданы Высшие государственные художественно-технические мастерские (ВХУТЕМАС), переименованные в 1927 г. в Высший художественно-технический институт (ВХУТЕИН), который просуществовал до 1930 г. На его базе был создан ряд таких институтов, как Московский архитектурный, Московский полиграфический, художественный факультет Московского текстильного института. В этих учебных заведениях закладывались основы подготовки художников-производственников. Отказавшись от традиционных изобразительных средств, представители этого стиля (Василий Татлин, Александр Родченко, Любовь Попова) теоретически обосновывали идеи конструктивизма и следовали рационалистическим принципам промышленного искусства: предельно схематизированной и формализованной композиции, сведению ее к простейшим геометрическим фигурам. В этот же период в Витебске по инициативе Каземира Малевича создается Объединение учредителей нового искусства (УНОВИС). В его рамках начала формироваться теория и практика созданного «производственного искусства».

Советский дизайн формировался как теоретическое явление в условиях отсутствия фактического заказа со стороны промышленности: почти вся новая техника создавалась без участия художника. Пионеры советского дизайна отрабатывали общие профессиональные приемы в плакате, книге, одежде, ткани, фарфоре, мебели, праздничном оформлении объемных агитационных установок, трибун, эстрад, газетно-журнальных киосков.

Большое значение для развития индустриального дизайна имела Международная выставка современного декоративного и промышленного искусства в Париже в 1925 г., Международная выставка шведского функционализма в Лондоне в 1931 г. В 30-е г. начинают формироваться теоретические основания дизайна: в 1931 г. публикуется монография Фрэнка Ллойда Райта «Современная архитектура», в 1934 г. появляются книги Герберта Рида «Искусство

и промышленность» и Джона Глоага «Объяснение промышленного искусства», в 1936 г. – работа Николауса Певзнера «Пионеры современного дизайна». Искусствовед Герберт Рид, автор первой значительной теоретической работы о дизайне, предложил идею создания новых эстетических стандартов для новых методов производства. Другой теоретик Джон Глоаг рассматривал дизайн в аспекте профессиональной этики с точки зрения ответственности дизайнера за свой труд, который Глоаг приравнивал к труду обычного инженера. Он видел в дизайне техническую операцию, равнозначную любой другой операции инженерного порядка в процессе производства. Лозунг американского архитектора Луиса Генри Салливена: «функция определяет форму» – привел дизайнеров, сторонников американского функционализма, таких как Франк Ллойд Райт и Томас Мальдонадо, к функционализму – полному отказу от декора, следованию принципам утилитаризма и системному подходу, строящемуся на анализе конструктивных, технологических и эргономических факторов.

Развитие коммерческого дизайна в Америке было начато еще в 20-х гг., когда Уолтер Дорвин Тиг создал одно из первых дизайн-бюро. Формирование общества массового потребления повлияло на развитие дизайна в Соединенных Штатах Америки. Большинству американцев потребительские товары: бытовые электроприборы, автомобили, стиральные машины, холодильники, радиоприемники – стали доступны уже в 20-е гг. XX в. Однако кризис 30-х гг. показал, что стабильность экономики определяется потреблением не только эксклюзивных дорогих изделий, но и сбытом массовой продукции, и, чтобы удержать уровень потребления, нужно было обеспечивать частую смену этой продукции. Для придания товарам привлекательного внешнего вида были привлечены художники, графики и даже театральные декораторы. Многие дизайнеры в Америке до начала профессиональной дизайнерской карьеры занимались театрально-декорационным искусством или оформлением витрин. Театральными художниками были Норман Бел Геддес и Генри Дрейфус. Раймонд Лоуи, прежде чем создавать реальные дизайнерские проекты, рисовал в модных журналах.

В 30-х гг. в американском дизайне появляется термин «машинное искусство», когда в Музее современного искусства была открыта необычная выставка «Искусство в действии». Принципы «машинного искусства» и теоретические основы научной организации

технического труда привели к появлению типизации продукции, стандартизации и унификации деталей, взаимозаменяемости элементов конструкции, использованию более целесообразных технологических процессов. Развитие автомобильной, электротехнической, химической, авиационной промышленности привело к появлению острой конкуренции в области рекламы, что повлияло на дальнейшие тенденции развития американского промышленного дизайна.

Представители американского дизайна, такие как Гарольд Ван Дорен, Норман Бел Геддес, Джордж Нельсон, Рэймонд Лоуи, Уолтер Дарвин Тиг, пропагандировали коммерческую направленность дизайна, придавая изделиям облагороженные внешние эстетические свойства, не связанные с конструктивными особенностями, но влияющие на внешний вид изделий. Дав название новому направлению в дизайне – стайлинг (от англ. *styling* – стилизация) – дизайнеры определили свои задачи: придавать изделию новый модный вид, не меняя его конструктивных, технических или эксплуатационных свойств. Промышленный дизайнер должен был модифицировать изделия таким образом, чтобы улучшить их внешний вид и одновременно уменьшить расходы на производство и продажу данного изделия.

Гарольд Ван Дорен в своей книге «Промышленный дизайн» определял понятие дизайна как практики анализа, создания и разработки продукции для массового производства с целью создания форм, позволяющих производить такую продукцию по разумной цене с целью получения прибыли. Норман Бел Геддес руководил бюро промышленного дизайна, проектировал бытовые приборы и транспортные средства. В его книге «Горизонты. (Горизонты промышленного дизайна)» указывалось на необходимость исследования на стадии предпроектного этапа всех аспектов объекта дизайнерских разработок. Джордж Нельсон в своей книге «Проблемы дизайна» указывал на обслуживающий характер профессии дизайнера, подчиненность его деятельности коммерческим задачам.

Рэймонд Лоуи одним из первых осознал необходимость изменений подобного рода в дизайне. Славу Лоуи принесли дизайн бытового холодильника фирмы «Sears Roebuck», модели автобуса «Siversides» компании «Грейхаунд Бас», копировального аппарата «Гестетнер». Примерами коммерческого развития дизайна может служить его программа комплексного дизайна для Пенсильванской железной дороги, включающая проектирование всей системы: от станции, локомотива

до кассового аппарата; проекты автомобилей для «Кадиллака», «Остина», «Форда», «Ягуара» и десятков других фирм, оказавшие огромное влияние на общий стиль американских автомобилей.

Уолтер Дарвин Тиг вошел в историю американского дизайна как разработчик фирменного стиля компании «Истмен Кодак». В статьях «Ценность дизайна» и «Промышленное искусство и его будущее» он указывал на необходимость исследований промышленных аналогов и прототипов в ходе дизайн-проектирования.

В последующие годы сохранились тенденции развития дизайна в границах промышленного производства и соотнесения его с созданием промышленных изделий массового потребления. Однако работа индивидуальных художников в большинстве случаев сменилась созданием коллективов или отделов дизайна в системе фирмы, независимых дизайнерских фирм, объединений профессиональных дизайнеров. В 1930 г. в Англии было основано Общество промышленных художников (SIA). В его задачи входили координация заказов на художественные разработки, связь с заказчиками и творческими организациями. В 1944 г. в Англии была создана официальная организация «Британский Совет по дизайну», а в Америке – Общество промышленного дизайна, преобразованное в 1960 г. в Общество дизайнеров Америки (ИДСА), в 1951 г. – Совет по технической эстетике в Германии, в 1952 г. – Институт технической эстетики во Франции, в 1956 г. – Ассоциация дизайна (АДИ) в Италии.

Несмотря на расширяющуюся экспансию американского дизайна в Европе, многие европейские фирмы сохраняли национальные культурные традиции, создавая оригинальные дизайнерские решения. Одними из крупнейших универсальных дизайнерских фирм в Англии являлись лондонское бюро «Дизайн Рисерч юнит», дизайнерские фирмы «Конран дизайн групп» и «Сильвия и Джон Рид».

Большой вклад в развитие европейского дизайна внесла Высшая школа проектирования в Ульме, основанная в 1949 г. Доминирующими методами проектирования в ней были рационализация и абсолютизация логических и строго научных подходов. В ходе преподавательской деятельности в школе итальянский теоретик дизайна Томас Мальдонадо уделял большое внимание соединению в дизайне эстетики и технических инноваций, отмечая социальную значимость дизайна. Мальдонадо разработал концепцию о разделении сложных процессов проектирования на составляющие их простые

элементы, выделенные на различных уровнях: от социального до технологического. Он считал, что предмет потребления не может выполнять функции художественного произведения. Однако предложенное Мальдонадо определение дизайна включало понятие творческой деятельности, охватывающей все аспекты окружающей человека среды, обусловленной промышленным производством. Известность школе принесла совместная работа по разработке корпоративного стиля с немецкой фирмой «Браун». Пресыщение от обтекаемого стиля, характерного для 50-х гг., позволило строгим и лаконичным моделям «Браун» стать в глазах потребителя в высшей степени конкурентоспособным товаром.

Благодаря классической простоте и пропорциональности формы продукция итальянской фирмы «Оливетти» заслужила признание во всем мире и стала предметом подражания для многих других промышленных фирм. Также известная за пределами Италии фирма «Пининфарина», специализировавшаяся на автомобильном дизайне, выполняла заказы крупнейших автомобильных фирм Италии, других европейских стран и США, таких как «Фиат», «Мерседес», «Дженерал моторс». Отличительными чертами фирменного стиля стали стремление к подчеркнутой простоте линий, функциональность формы и отсутствие украшения.

Официальным признанием дизайна в 1957 г. явилась организация Международного совета организаций промышленного дизайна (ИКСИД). В 1965 г. в ИКСИД вошла советская организация ВНИИ технической эстетики. На конгрессе ИКСИДа в 1969 г. было принято определение дизайна как творческой деятельности, конечной целью которой является определение качеств изделий, относящихся к их формообразованию. Эти качества включают как внешние черты изделия, так и структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое. В Советском Союзе в республиках были созданы филиалы ВНИИТЭ, большое внимание уделялось научным исследованиям, методическому обеспечению проектной практики, введению комплексной подготовки кадров. Достаточно поздним стало учреждение Союза дизайнеров СССР в 1987 г. Организация объединила широкий круг специалистов. В Беларуси о возрождении дизайнерского образования можно говорить лишь с конца 1960 г. На данный момент оно представлено кафедрами дизайна БГАИ, БГУ, БНТУ, ВГТУ.

Суть индустриального дизайна можно выразить формулой: прочность, удобство, красота. Теоретические концепции, разработанные в предыдущий период, легли в основу практических дизайнерских разработок. Рассматривая дизайн как способ воссоздания целостности предметного мира и очеловечивания технической цивилизации, практики дизайна осознали, что машина может стать таким же инструментом в руках художника, как и ремесленное орудие. Дизайнерская деятельность трактуется либо как некий новый стиль в искусстве, либо как приложение нового искусства к сфере промышленного производства. Все более четко осознается значение дизайна для повышения качества продукции. Неограниченный рамками двух противоположных принципов – чистого искусства и стремления к коммерческому успеху – индустриальный дизайн продолжил развитие благодаря применению новых материалов и технологий.

Одновременно в связи с усложнением проектируемых объектов с многоуровневой структурой, встроенных в систему связей с производственной, экологической и социально-культурной средой, начала складываться идея системного подхода в дизайне.

2.4. Постиндустриальный дизайн

В 60-70 гг. XX в. формируется новый «рынок удовольствия», основанный на принципах «эмоциональных покупок» и «покупок на импульсе». Сам объект дизайна претерпевает значительные трансформации: если раньше он проектировался в единстве формы и функции, то теперь за счет новых характеристик обрел дополнительную потребительскую ценность. Благодаря применению в производстве высоких технологий, формированию мирового рынка товаров и изменению структуры потребительских интересов ценность объекта дизайна определяется его повышенной комфортностью, технологичностью, культурно-символическим смыслом, престижностью товара при сохранении его функциональности. Большой акцент в изделиях для такого рынка делается дизайнерами на оригинальности цвета, формы, фактуры, на впечатлении от изделий и их эффектности.

На развитие дизайна в Соединенных Штатах в этот период повлиял художественный стиль поп-арт (от англ. *popular art* – популярное искусство). Представители поп-арта развивали идею «ready-made» – готового искусства, отвергая индивидуальное начало в творчестве

и превращая понятие произведения искусства в комбинацию готовых элементов массовой культуры потребления. Эти принципы поп-арта стали ведущими в рекламном бизнесе, были взяты на вооружение разного рода дизайнерами и изготовителями. Появившаяся мебель в виде женских тел, обои, состоящие из долларовых купюр, футболки с изображением кадров из комиксов наглядно демонстрировали симбиоз промышленного дизайна и искусства поп-арта, в котором создание проектов товаров для промышленного производства объединялось с процессами фетишизации и символизации этих объектов в обществе потребления.

Стремление общества ко всему новому, искусственно подстегиваемое ростом потребительских прихотей, породило феномены модернизации и форсированного искусственного старения. В начале 70-х гг. XX в. на рынке появляется новый тип товаров, сочетающих функциональность, модный дизайн, крайне низкую цену, легкий вес и способность легко от них избавляться. С усилением влияния экономических факторов и с повышением уровня мобильности людей и товаров в обществе создаются условия для радикального изменения восприятия и формирования жилища человека и пространственной среды его обитания. Так, первоначальной идеей фирмы «ИКЕА» была несложная по конструктивным параметрам мебель, поставляемая покупателю в виде упакованных заготовок.

Еще одним направлением, активно развившимся в 60–70-е гг. XX в., стал футуродизайн, в рамках которого осуществлялась поисково-экспериментальная проектная деятельность, связанная с прогнозированием образа вещи и предметно-пространственной среды в целом. Объектами футуродизайна стали проекты-утопии, проекты-гипотезы, проекты-альтернативы. Предметом экспериментирования выступали как отдельные свойства вещи, потребительские запросы, язык формообразования, так и целые концепты.

В этот период значительное влияние на дизайнеров оказало архитектурное направление хай-тек (от англ. *high technology* – высокие технологии). Опиравшись на принципы конструктивизма, стиль пропагандировал прямые линии, резкие формы и полное отсутствие декора в традиционном смысле. Использование новейших технологий, материалов и оборудования позволило изобрести новый принцип в дизайне – наглядную демонстрацию ранее скрытого и маскируемого. Элементы инженерного оборудования: конструктивные узлы,

воздуховоды, трубопроводы, вентиляционные шахты, крепеж, всевозможные сочленения и заклепки – открывались и включались в архитектурную композицию зданий хай-тек, стеклянные и металлические детали становились своеобразным декором, все предметы обстановки подчинялись функциональному назначению. Одним из первых примеров стиля хай-тек в архитектуре стал Национальный центр искусства и культуры имени Жоржа Помпиду, известный также как «Бобур», спроектированный итальянским архитектором Ренцо Пьяно и английскими архитекторами Су и Ричардом Роджерсами. Различные внутренние коммуникации, необходимые для эксплуатации здания, были вынесены наружу: трубопроводы окрашены в разные цвета в соответствии со своим назначением, лестницы заменены эскалаторами, заключенными в прозрачные трубы. Принцип трансформации здания в «городскую машину» для стиля хай-тек явился основополагающим.

В последних десятилетиях XX в. в дизайне наметилась новая тенденция проектирования изделий, имеющих концептуальную ценность и не предназначенных непосредственно для продажи. Эта особенность характеризует специфическое направление дизайна – нон-дизайн (от лат. *non* – не), который направлен на организацию и проведение социально-значимых акций, создание делового имиджа бизнесменов и политиков, разработку концепций реконструкции производства, торговых, рекламных, маркетинговых, выставочных стратегий. Являясь, таким образом, программным дизайном, нон-дизайн не имеет объекта для проектирования в традиционном понимании, он направлен на создание концепции тотального дизайна-коммерции и решение координационных или экспертных задач. К лидерам американского нон-дизайна можно отнести компанию «Lippincott & Margulies», которая занимается разработкой стратегий брендов и продвижением дизайна в пространстве тотальной коммуникации между производителем и потребителем. Ее клиентами являются такие мировые бренды, как «American Express», «McDonald's», «Samsung», «Starbucks». Расширение функций дизайна в американском контексте осуществляется и дизайнерской фирмой «Henry Dreyfuss Associates», в которой реализуются проекты не отдельных изделий и элементов пространственной среды, но программа комплексного дизайна компаний и корпораций. В объем дизайнерского проектирования входит разработка фирменного стиля, логотипов,

промышленных и конторских интерьеров для всех отделений фирмы, экспозиций фирмы на выставках.

Промышленный подъем начала 1960-х гг. в Японии привел к стремительному развитию национального дизайна, первоначально оказавшегося под сильным влиянием американского стайлинга. Позднее в японском дизайне формируется смешанный стиль, опирающийся на эстетические идеи и художественные формы традиционной японской культуры и сочетающий в себе лучшие достижения мирового дизайна. Первые опыты синтеза традиционного знания и современных технологий были успешно реализованы японскими архитекторами-метаболистами. Примером может служить один из первых программных проектов японского архитектора Киёнори Кикутакэ – «Sky house» («Дом одной комнаты»), внутреннее пространство которого полностью регулируется и *настраивается* человеком. Все элементы дома и мебели в нем спроектированы как передвижные и заменяемые по мере появления новых инженерных конструкций.

Поиски новых форм велись в стремлении к компактности и простоте на основе целесообразности, к предельно возможному по удобству совмещению функций в одном предмете, связанных с особенностями хранения, регулирования технических приборов и управления ими. Ярче всего это проявилось в проектировании электронной техники.

В 1966 г. по инициативе ведущих дизайнеров Японии была образована японская ассоциация художественного проектирования окружающей среды (ДНИАС). Дизайнеры не ограничивали проектную деятельность прагматическими задачами, направленными на рост сбыта товара и интенсификацию производства, но видели цель своей деятельности в гармонизации современной предметной среды, создаваемой в условиях индустриального производства.

Традиционные японские принципы организации предметно-пространственной среды оказали влияние на дальнейшее развитие мирового дизайна, в частности на возникновение в 1970-х гг. XX в. экологического подхода – концепции, направленной на гармонизацию отношений человека с окружающим миром. Среди основных принципов экологического дизайна следует выделить: достижение долговечности изделия, оптимальное соотношение затрат материалов и продолжительности жизни изделия, максимальную экономии природных ресурсов и материалов, использование энергетических

ресурсов воспроизводимого и восстановимого типа. В результате развития исследований принципов функционирования экосистем возник интерес к созданию в условиях экспериментальной изоляции комплексных биосферных ансамблей. Наиболее известным образцом конструкций такого типа явился масштабный проект «Биосфера-2», запущенный в сентябре 1991 г. в Оракле в американском штате Аризона. По своему архитектурному дизайну «Биосфера-2» представляет собой сеть герметичных зданий из легких материалов, покрытых стеклянным колпаком.

Бионический дизайн развился в период интенсивного бионического проектирования под влиянием бионических исследований, когда стали появляться работы, в той или иной мере опирающиеся методы оптимального проектирования биотехнических систем и элементов. Один из родоначальников биодизайна – итальянский дизайнер Луиджи Колани. В 1953 г. он возглавил проектную группу новых материалов в «McDonell-Douglas» в Калифорнии и стал ведущим дизайнером компании «Fiat» в последующие годы. В 80-е гг. Колани работал промышленным дизайнером в Японии. Бионический стиль в дизайне Колани характеризуется отсутствием острых углов и прямоугольных форм, которые сменили мягкие, закругленные пластичные линии, плавно перетекающие друг в друга. Подобные качественные изменения, представленные в работах Колани, заново открытые и широко интерпретированные, вдохновили следующее поколение дизайнеров. Наиболее яркими представителями бионического направления в дизайне можно назвать Росса Ловергрува и Камира Рашида. В основе конструирования они видят целостный подход, объединяющий биометрию, анатомию, технологию и трехмерное моделирование.

История развития постиндустриального дизайна продемонстрировала обогащение творческого потенциала, стилевое разнообразие и высокую технологичность. Модернизация в такой области, как компьютерный дизайн, позволила дизайнерам генерировать новые идеи и моделировать проектные ситуации на принципиально ином уровне. В результате ускорения темпов технического обновления расширились процессы технологического и стилистического устаревания массовой продукции: с развитием технологий проектирование изделий само становится высокотехнологическим процессом.

В этот период происходит процесс глубинной смысловой трансформации дизайна за счет существующего расширения пространства

проектной деятельности за пределы сферы массового промышленного производства в социокультурную среду. Практика дизайна отражает глубокие изменения как в сфере производства, так и в сфере потребления, и выходит на уровень беспредметного проектирования целостного средового организма, включающего человека, природу и предметный мир. Современный дизайн выходит за границы чистой предметности.

Новые социальные, политические и экологические проблемы, возникшие в период развития постиндустриального дизайна, привели дизайнеров к пересмотру своего профессионального положения и ответственности в обществе. Новая концепция дизайна направлена на гуманизацию среды, создаваемой техникой, на проектирование, идущее от человека к технике.

2.5. Специфика дизайн-деятельности в XXI в.

В современных условиях дизайн базируется на комплексе критериев, соединяющих накопленный опыт в сфере дизайна, социальные условия, глобальные экономические и политические проблемы, специфику культуры постмодерна, ценностную стоимость, определяемую брендом, легкость промышленного производства и распределения товаров, экологичность. Комбинация этих факторов формирует идентичность дизайнерской деятельности.

Коммерциализация дизайна привела к развитию так называемого стафф-дизайна, который функционирует как множество форм организаций: от небольших отделов дизайна до международных дизайнерских комплексов, насчитывающих сотни специалистов. Характер проектной деятельности в рамках стафф-дизайна ограничен поиском идей и планированием разработки перспективных направлений в сфере дизайна. В условиях стафф-дизайна работа дизайнера определяется политикой фирмы. Дизайнеры одной фирмы могут становиться конкурентами, осуществляя параллельную разработку проектов по одной программе. Одной из самых крупных по численности службой дизайна в мире сегодня является отдел стайлинга компании «Дженерал моторс», где в отдельных студиях одновременно осуществляется координация перепроектировочных работ существующих моделей, подготовка к оформлению выставок, работа над графикой, проектирование новых перспективных моделей будущего.

Параллельно с организационной структурой стафф-дизайна складывается система «независимого» дизайна в рамках консультативной деятельности отдельных дизайнерских фирм или бюро, которые осуществляют дизайнерские проекты в зависимости от наличия заказов на конкретный продукт. Несмотря на различные принципы организации деятельности обе системы: стафф-дизайна и «независимого» дизайна – существуют в условиях единых экономических условий и ориентированы на создание продукта, обладающего потребительской ценностью. Особенностью дизайн-деятельности сегодня становится направленность проектной деятельности на потребителя и предугадывание его еще не возникших запросов и реакций, что делает необходимым включение в проектную деятельность исследований, связанных с психологией потребления.

Междисциплинарный характер дизайнерской деятельности усиливается и усложняется с развитием инноваций и использованием высоких технологий, а также с расширением самой проектной среды. Архитектурные инновации XXI в. отталкиваются от идеи одушевленного пространства здания, существующего подобно организму. Такой путь развития современной архитектуры выглядит вполне универсальным: «одеждой для домов» становятся «дышащие стены», которые могут менять свои характеристики в зависимости от изменений температуры, химического состава воздуха, интенсивности инфракрасного и ультрафиолетового излучения; «стены-кондиционеры», способные пропускать свет. В качестве примера можно привести разработку архитектурной фирмой в Сан-Франциско «IwamotoScott» «Jellyfish House» («Дома-медузы»), где подобно организму здание пытается существовать как структура, адаптирующаяся к различным внешним условиям и приспособляющаяся к ним посредством механизма «глубокой кожи» – комбинации структуры и оболочки с физическими инфраструктурами, воспроизводящими атмосферу окружающей среды в доме. Еще одним проектом в этом направлении стал дизайн-проект системы светоадаптирующегося здания, созданный командой из Саксивела Рамазони и Константина Каратзаса в сотрудничестве с Марией Минджелион. Создание адаптивной структуры, которая в принципе может принимать любую форму и устанавливать комфортабельное освещение и вентиляцию, сохраняя неизменность внешней оболочки, – это еще одна успешная попытка проектирования действительно «живых» зданий, взаимосвязанных с окружающей их средой.

Подобная интеллектуализация пространства превращает современное жилище в местопребывание рабочих искусственных программ, взаимодействующих с конечными потребителями – людьми. Примерами таких проектов будущего могут служить «Cyber-home» вблизи Сиэтла, созданный для Билла Гейтса и представляющий собой пульт управления для отключения внешнего мира и служащий машиной для релаксации, а также проект спиралевидного небоскреба Лондона «Mangalcity» (также известный как «Обитатель»), предложенный командой Chimera, основной идеей которого стал концепт химерической дизайн-цепочки, которая позволила бы осуществить герметизацию внутренних пространств относительно друг друга.

В настоящее время наибольшую актуальность приобретает дизайн, связанный с системами интерактивных коммуникаций, социально значимыми аспектами жизни и экологией окружения. Так, объявленная в 2008 г. самым успешным дизайнерским агентством компания «Pearlfisher», ведущим дизайнером и основным партнером которой является Джонатан Форд, достигла выдающегося коммерческого успеха благодаря смелым дизайнерским проектам. Один из таких проектов – расширение бренда компании «Help» «Помоги: я поранился» выпуском новых лекарственных средств под названием «Я хочу спасти жизнь», в которых к стандартным пластырям добавлен регистрационный комплект донора костного мозга (стерильные тампоны и конверт с маркой). Упрощая регистрацию в DKMS, крупнейшем мировом донорском центре, до простого действия, компания надеется уменьшить барьеры для донорства и подобрать подходящих доноров для людей, нуждающихся в трансплантации. Обычными целями компании было лечение легких недомоганий. Но в этом случае «Help» решила взяться за что-то более значительное, и дизайн позволил подчеркнуть это.

Еще одной известной инновационной фирмой, специализирующейся на разработке и внедрении брендовых проектов, информационных интерактивных технологий, является компания «Collins», которой в должности креативного директора руководит Брайан Коллинз. В 2006 г. Брайан Коллинз основал «Дизайнизм: дизайн для социальных перемен» – ежегодный форум, вдохновляющий креативных молодых людей принимать более активное участие в социальных благотворительных предприятиях. Его книга под названием «Экология дизайна» является руководством для создания образцов

экологического дизайна. Практической реализацией идей, изложенных в книге, стало создание экспериментальной заправочной станции «Helios house» («Солнечный дом») в Лос-Анджелесе. В результате инновационного подхода была спроектирована питающаяся солнечной энергией заправочная станция, на которой сведено к минимуму потребление энергии и воды, сокращены затраты, уменьшен уровень выброса CO₂. Проект получил сертификат «Руководства по вопросам энергии и экологического дизайна» и был признан национальным образцом в области конструирования и функционирования высокоэффективных «зеленых» зданий.

Таким образом, современные процессы дизайн-проектирования развиваются в тесном взаимодействии культур прошлого и настоящего и симбиозе мировоззрений различных культурных традиций. Будущее дизайна лежит в этологическом и экологическом подходах к системам, процессам и окружающей среде. Если промышленная революция послужила причиной становления техники и зарождения промышленного дизайна, то технологические и информационные инновации современности привели дизайн в сферу эволюционных изменений. Промышленный дизайн и дизайн окружающей среды сегодня могут быть выражены только через отношения между возможностями и запросами человека и его нравственной оценкой этих запросов.

Контрольные вопросы

1. Назвать основные истоки и предпосылки возникновения и развития дизайна.
2. Что общего и в чем заключаются различия между индустриальным дизайном, постиндустриальным дизайном и дизайном начала третьего тысячелетия?
3. В чем выражается междисциплинарный характер дизайна XXI в.?
4. Проанализировать основные тенденции и приоритеты современного дизайна.

Список использованной литературы

1. Быстрова, Т. Ю. Вещь. Форма. Стиль : Введение в философию дизайна / Т. Ю. Быстрова. – Екатеринбург: УрГУ, 2001. – 286 с.

2. Бычков, В. В. Эстетика : учебник / В. В. Бычков. – Москва: Гардарики, 2004. – 556 с.
3. Гулыга, А. В. Принципы эстетики / А. В. Гулыга. – Москва: Политиздат, 1987. – 253 с.
4. Каган, М. С. Эстетика как философская наука : университетский курс лекций / М. С. Каган. – Санкт-Петербург: Петрополис, 1997. – 544 с.
5. Дженкс, Ч. Язык архитектуры постмодернизма / Ч. Дженкс; пер. с англ. А. В. Рябушина, М. В. Уваровой; под ред. А. В. Рябушина, В. Л. Хайта. – Москва: Стройиздат, 1985. – 136 с.
6. Лола, Г. Н. Дизайн. Опыт метафизической транскрипции / Г. Н. Лола. – Москва: МГУ, 1998. – 259 с.
7. Морозов, И. В. Герменевтика зодчества / И. В. Морозов. – Минск: Стринко, 2009. – 352 с.
8. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко. – Санкт-Петербург: Петрополис, 1998. – 432 с.
9. Ленсу, Я. У. История дизайна второй половины 19 и 20 веков : для студентов / Я. У. Ленсу. – Минск: МИУ, 2007. – 171 с.
10. Ковешникова, Н. А. Дизайн : история и теория : учебное пособие (для архитектурных и дизайнерских специальностей) / Н. А. Ковешникова. – Москва: Омега-л, 2009. – 223 с.
11. Папанек, В. Дизайн для реального мира / В. Папанек. – Москва: Д. Аронов, 2004.
12. Рунге, В. Ф. История дизайна, науки и техники : учебное пособие / В. Ф. Рунге. – Москва: Архитектура-С, 2006.
13. Фар-Беккер, Г. Искусство модерна / Г. Фар-Беккер. – Köln, 2000. – 425 с.

Модуль 3. МЕТОДОЛОГИЯ ДИЗАЙНА: ПОНЯТИЯ, ПРИНЦИПЫ, МЕТОДЫ

3.1. Понятие «формообразование»

Традиционно считается, что основным методом дизайна является художественно-образное моделирование объекта с помощью композиционного формообразования. Формообразование (*formgeschaltung, -gebung* – нем.) – творческий процесс создания формы в деятельности художника, архитектора, дизайнера, заданный как общими

ценностными установками культуры, так и различными требованиями по отношению к художественно-эстетической выразительности будущего объекта, его функциональным, конструктивным и иным характеристикам [5, с. 54].

Формообразование – важнейшая составляющая процесса творчества дизайнера. Именно в нем формируются и закрепляются разнообразные (функциональные, информационные, эстетические) характеристики создаваемого объекта. В процессе формообразования сплавляется содержание всех предыдущих этапов дизайн-проектирования. Само формообразование – стадия закрепления идеи в материале: «форма разрабатывается путем преобразования наличного целого», где композиция является средством организации специфического структурирования «смысла» в материале, «дизайнер находит «части», сообразные элементам целого в материальной реальности, – фактуру, технологию, материал, цвет. Ему предстоит из частей создать предметное целое».

3.2. Основные принципы и методы формообразования в дизайн-деятельности

Многообразие методов дизайн-деятельности можно систематизировать по нескольким параметрам:

– выделение методов в зависимости от стадии дизайн-деятельности (методы сбора и обработки информации, методы поиска идеи, методы формообразования);

– в зависимости от доминирующего вида деятельности (инженерные, художественные, научные);

– в зависимости от степени сложности самого процесса формообразования (простые и сложные).

Тем не менее, использование общих методов в практике реального дизайна всегда дает различный результат и зависит от профессиональной подготовки конкретного дизайнера, его личностных характеристик, уникального почерка.

Выделение в деятельности дизайнера инженерной составляющей задано тем, что в результате создается объект, который в дальнейшем воспроизводится в реальном производстве в массовом масштабе. Такая воспроизводимость невозможна без инженерного проектирования, схема которого включает:

- проектное задание (заказ);
- выбор оптимального варианта;
- создание рабочего проекта;
- корректировку;
- прототип (опытный образец);
- промышленный образец;
- серийное производство.

Инженерное проектирование как составляющая дизайн-деятельности включает и использование особых инженерных методов, с помощью которых проблема формообразования решается (на основе аналога заданной функционально-конструктивной системы) в соответствии с конструктивными особенностями создаваемого объекта и одновременно с возможностями самого производства. Доминирующими критериями являются конструктивность и технологичность, а основное внимание уделяется форме продукта, которая с необходимостью соответствует его функции и связана с определенными параметрами основных узлов выбранной конструкции, ее технической сложностью и реализуемостью.

Инженерно-техническое проектирование работает не только с внешней формой объекта, но и внутренней, т. е. его структурой. Все развитие индустриальной, а затем и постиндустриальной цивилизаций свидетельствует о зависимости формы от возможностей производственных технологий. При этом эстетическая характеристика продукта не является самоцелью, а чаще всего выступает в качестве вторичного результата формообразования. Особенности такого рационального решения структурно-конструктивных характеристик объектов как результата художественного конструирования были подробно проанализированы и в Баухаузе, и во Вхутемасе (Родченко, Татлин и др.), а впоследствии были продолжены в деятельности знаменитой Ульмской школы.

Инженерное проектирование в деятельности дизайнера предполагает использование большого объема научных знаний и соответствующих ему научных методов формообразования. Их применение позволяет представить сам процесс формообразования в дизайне как процесс целенаправленного и последовательного решения комплексной задачи, включая оптимизацию и автоматизацию производства, эксперименты с материалами и технологиями и т. д. Данные методы условно можно разделить на общенаучные (анализ,

синтез, классификация, моделирование, эксперимент) и частнонаучные, связанные с такими дисциплинами, как прикладная социология, эргономика, физиология и пр.

В отличие от инженерно-технического проектирования, в котором целью является функция, а результатом – конструкция, художественное проектирование на первый план выдвигает форму, а в качестве основного критерия выбирает эстетическую выразительность создаваемых объектов. Такое проектирование основано на особых художественных методах формообразования, заимствованных по преимуществу у художественного творчества. Основной характеристикой объекта становится его «тектоника» – художественная выразительность конструкции объекта. Художественные методы в творчестве дизайнера не отличаются жесткой фиксацией и труднее всего поддаются классификации, так как максимально индивидуализированы, выражая уникальность образного мышления автора. Продукт, получаемый благодаря данным методам, отличается самоценностью независимо от целей и средств проектирования, но оценивается при этом как элемент всей предметно-пространственной среды.

Именно художественно-эстетическая творческая составляющая дизайн-деятельности, соответствующие ей методы и средства позволяют рассматривать дизайн как особое искусство, а формообразование – как авторское самовыражение, представляющее собой перенос открытых искусством закономерностей формообразования (композиционных, колористических, ритмических, пластических и пр.) на процесс проектирования. Такой процесс имеет синтетический характер, поскольку формообразование включает в себя также смысло- и структурообразование в единстве эстетических и утилитарных характеристик, благодаря чему продукт не только встраивается в социокультурный контекст, но и может стать ценным культурным образцом (а как образец он не только связан с функцией, но и выражает смысл, значение, способствующее созданию человекомерных объектов и их систем).

Использование общих методов в практике реального дизайна всегда дает различный результат и зависит от профессиональной подготовки конкретного дизайнера, его личностных характеристик, уникального почерка.

Простые методы формообразования включают:

- формообразование путем многократного повтора линий;
- формообразование прямыми плоскостями;

- формообразование криволинейными поверхностями;
- формообразование на основе базовых форм: выдавливание / сдавливание / растягивание, переход одной формы в другую (пересечение / исключение при пересечении / сложение при пересечении), сопряжение форм, наложение форм, свободная деформация.

К сложным методам формообразования относятся:

- экспериментальное формообразование с материалами и методами их обработки;
- стилизация;
- кинетическое формообразование;
- формообразование на основе органических форм (бионика);
- комбинаторное / модульное / структурное формообразование;
- концептуальное формообразование;
- метафора и семантика как метод формообразования;
- коммуникативное формообразование;
- эвристическое формообразование;
- формообразование на основе цифровых технологий.

Большинство сложных методов формообразования сформировались во второй половине XX в. и продолжают развиваться.

3.3. Особенности экспериментального формообразования

Экспериментальное формообразование в деятельности современного дизайнера играет важную роль и предполагает использование эксперимента как основного метода создания новых объектов и их систем. При этом происходит максимальный отказ от подражания с целью выработки принципиально новых визуальных образов, которые выражают авторские философские, художественно-эстетические, композиционные, пластические и другие идеи дизайна.

Развитие дизайна в XX–XXI вв. отличает многообразие и разноплановость целевых установок, которые не только сменяют друг друга, но и существуют одновременно.

Это обуславливает, как разнообразие концепций в дизайне, так и новый импульс в развитии экспериментального формообразования.

Основные направления экспериментальных поисков в прошлом веке как конструирование нового образа жизни, открытие новой предметности, начиная с модерна включали:

– обнаружение широких возможностей стилизации как метода формообразования (переосмысление классических стилей в новом художественном и социокультурном контексте);

– использование природных мотивов в формотворчестве;

– экспериментирование с мифологическими, фантастическими и сказочными образами и сюжетами в формообразовании;

– разделение формы на множество элементарных геометрических фигур (геометризация формы через «первоэлементы»);

– акцент на художественной ценности конструкции формы;

– разработку композиционно-динамичной формы (мобильность, трансформация);

– эмоционально-символическое выстраивание формы.

Дальнейшие поиски путей и способов формотворчества на современном этапе расширяют его поле благодаря: утверждению экологичности в формотворчестве; обращению к этнокультурной идентичности и анализу взаимосвязи традиций и новаций («слабое проектирование»); выделению метода кинетического формообразования, в котором движение интерпретируется как элемент дизайнера и реализуется либо в буквальном смысле, либо с помощью символических форм и оптических эффектов; развитию принципов функционального проектирования на основе модульности, комбинаторики и унификации; динамике в формообразовании от природных форм к бионике и к возникновению метода формообразования на основе органических форм; сенсебилизации формы, актуализирующей чувственную пластику и тактильность с акцентом на акустике, текстуре и фактуре.

Современный этап экспериментального формотворчества акцентируется на эксперименте с текстом, его логикой, «игрой» его смыслов и, как следствие, интертекстуальностью. Наряду с эклектикой как коллажностью и мозаичностью в дизайн-деятельности важными становятся стилизация и метафора. Из философии постмодернизма заимствуется метод деконструкции, из-за чего важным становится концептуальное содержание формы, а ее композиционная гармонизация уходит на второй план. Само понятие «деконструкция» была предложена Мартином Хайдеггером, а ее обоснованием и интерпретацией современное гуманитарное знание обязано Жаку Дерриде и Жаку Лакану. Как правило, новые тенденции в дизайне не просто приводят к отказу от канонов «хорошего вкуса». Прежде всего и в дизайне одежды, в средовом проектировании и т. д. происходит

переход и от закрытых систем к открытым, которые характеризуются изначальной способностью к динамике и трансформациям. Ярким примером могут служить не только архитектурные проекты знаменитой Захи Хадид, но ее проекты обуви, сумок и мебели.

Феномены современного дизайна характеризуются такими чертами, как интерактивность и интертекстуальность. Об этом свидетельствует переход от ансамбля к комплексам, растворение противоречий между различными целевыми группами, функциональные преобразования в качестве свободного выражения функции вещи. Впечатляют эксперименты в области рекламы, мебели Стефана Загмайстера.

Нельзя не отметить влияние на экспериментальное формообразование возможностей принципиально новых технологий, благодаря чему осуществляется виртуализация формы, работа с трехмерными прототипами и т. д. Все это способствует тому, чтобы произведения современного дизайна создавали особую одновременно семиотическую, реальную и виртуальную среду.

Контрольные вопросы

1. Раскрыть сущность формообразования как творческого процесса.
2. Какова роль формообразования в дизайн-деятельности?
3. Проанализировать систему методов формообразования.
4. Специфика и роль экспериментального формообразования в развитии дизайна.

Список использованной литературы

1. Быстрова, Т. Ю. Философские проблемы творчества в искусстве и дизайне : учебное пособие / Т. Ю. Быстрова; Межвуз. центр по преподаванию культурологии в техн. вузах РФ; Урал. гос. техн. ун-т УПИ; науч. ред. Н. П. Коновалова. – 2-е изд. стер. – Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2009. – 159 с.
2. Глазычев, В. Г. О дизайне / В. Г. Глазычев. – Москва: Искусство, 1970.
3. Дизайн. Иллюстрированный словарь-справочник / Г. Б. Минервин [и др.]. – Москва: Архитектура, 2004. – 228 с.

4. Михайлов, С. Основы дизайна / С. Михайлов, Л. Кулеева. – Москва, 2002.

5. Эстетические средства предметно-пространственной среды / А. В. Иконников [и др.]; под общ. ред. А. Иконникова. – Москва: Стройиздат, 1990. – 118 с.

6. International Council of Societies of Industrial Design (Icsid) <http://www.icsid.org>.

7. Юрчук, В. В. Современный словарь по логике / В. В. Юрчук. – Москва: Современное слово, 1999.

Модуль 4. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ДИЗАЙН

Основоположником технического дизайна является Г. Земпер. К подобному виду конструкторской деятельности его мотивировало наблюдение, связанное с промышленной выставкой, которая проходила в Лондоне в 1851 г. На ней он заметил практически полное отсутствие художественной составляющей в технических изделиях, явно уступающих продуктам творчества древних мастеров. Спустя шесть лет такое же наблюдение посетил Д. Рескина. В 1860–1865 гг. Г. Земпер написал книгу «Практическая эстетика», в которой сформулировал фундаментальный закон технического дизайна. Согласно этому закону форма предмета должна зависеть от его функций, материала изготовления, технологии производства, определяться уровнем социально-исторического развития общества.

В 1907 г. в Германии был основан производственный союз «Веркбунд», который объединил промышленников, архитекторов, художников, коммерсантов. Инициатором стал архитектор Г. Муте-зиус, который его возглавлял до 1914 г. Еще одного архитектора П. Беренса пригласили стать художественным директором Всеобщей электрической компании, занимавшейся производством электрических ламп, электроприборов, электромоторов. В 1919 г. в Веймаре было открыто учебное заведение «Баухауз», задачей которого стала подготовка художников для работы в промышленности. Руководителем нового вуза стал архитектор В. Гропиус. В учебном заведении техническая подготовка студентов сочеталась с художественной. В технической части они изучали станки, технологии, обработку металлов, материалов, в художественной – овладевали тонкостями восприятия, формообразования, цветосочетания.

В России в 1918 г. была сформулирована задача формирования новой предметной среды. Технический дизайн как форму художественной деятельности развивали А. Родченко, В. Степанова, В. Таткин, Л. Попова. В 1920 г. были созданы художественно-технические мастерские. В 1962 г. начал работу Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики.

Оборудование, машины, технологии должны иметь эстетическое, художественное наполнение, поэтому под промышленным дизайном понимается проектная художественно-техническая деятельность, связанная с разработкой технических изделий с высокими потребительскими и функциональными свойствами. Основные задачи промышленного дизайна заключаются в определении с инженерами-разработчиками функций конструируемого изделия, разработке его внешней формы, элементов. Важно на художественном уровне выразить функциональную сущность изделия. В этих целях учитываются потребности потенциальных пользователей, их ожидания.

Промышленному дизайнеру приходится создавать проекты изделий с определенным акцентом на долгосрочный спрос и пользование. Он должен предугадывать социальную и экономическую ситуацию, особенности технического прогресса, учитывать ограничения в форме энергетических, экологических, нормативных требований, видеть возможности появления и использования новых материалов, двигателей, видов топлива, сопряжений.

Новое всегда основано на определенных традициях и стиле конструкторских решений, характерных для производителя.

Изделие начинается с новой модели. Дизайнеры обмениваются в рамках мозгового штурма мнениями, идеями, пониманием задачи, вырабатывают общий подход к решению конструкторской задачи. Они исходят из уже существующих образцов промышленного дизайна, учитывают тенденции технической стилистики. Им важно учитывать традиции своей промышленной марки, следовать принципам фирменного стиля, который связан с критериями современности, мощи, выразительности. Эти критерии получают реализацию в конкретных формах изделия. Карандашные наброски преобразуются с помощью компьютерных технологий в энергичные, агрессивные формы будущего изделия.

Одновременно с дизайнерами над проектом работают специалисты по компьютерным системам проектирования и стайлинга.

Они определяют оформление изделия, выверяют формы каждой детали; призваны выработать конструкцию, которая полностью удовлетворяет всех специалистов. После этого конструкция воплощается в осязаемые формы.

Инженеры и техники следят за тем, чтобы решения стилистов были практически осуществимы и пригодны для условий серийного производства. При подготовке концепт-каров и опытных образцов они участвуют в проектировании, продумывая конструкцию каждой детали и каждого узла. На этом этапе на основе математических уравнений создают общий макет изделия. Формы, рассчитанные на компьютере, воплощают в твердом материале с помощью фрезерных станков. В полученный макет вносят первые изменения, которые сразу же регистрируют и обрабатывают на компьютере. Готовый макет выставляют и тщательно изучают специалисты. С этого момента макет вручную доводят до совершенства. В столярном цехе готовят модели отдельных элементов конструкции, которые затем собирают в функциональный прототип нового изделия. Проверяют соответствие проектной документации деталей и частей, их взаимодействие в узлах. Специалисты-макетчики выверяют формы деталей и добиваются их полного соответствия требованиям дизайнеров и инженеров, подготовивших стилистические и технические решения.

Техническое изделие приобретает оригинальность благодаря рисованным графическим элементам приборной доски, индикаторам, системе управления. Окончательный вид изделие принимает на стадии цветовых решений. Материалы оформления экстерьера и интерьера должны передавать эстетические ощущения, задуманные стилистами.

Создание прототипа осуществляется постепенно. Работу начинают с ручного наброска и заканчивают моделью в масштабе 1 : 1. Между этими этапами ведут изыскания. Рабочая группа ищет новые решения, доводит их до совершенства с точки зрения критериев надежности, безопасности, функциональности, оптимальности, эффективности. Создают модель, соответствующую передовым достижениям технической мысли. Каждую модель должны отличать характерные элементы и стилевые знаки, придающие ей индивидуальность, делающие ее легко узнаваемой. Благодаря дизайну изделие занимает свое место в общей коллекции. Изменение одной из частей изделия требует изменения остальных частей.

В работе изделие должно создавать максимальный комфорт для пользователя. Поэтому исключительная функциональность форм всегда сочетается с тщательно проработанными деталями. Каждая мелочь должна говорить об аккуратном, скрупулезном дизайне. Это связано с тем, что техническое решение не является совершенным, если оно не совершенно эстетически. Успех изделия рождается из элегантности, простоты, сбалансированности, гармонии механической конструкции. Между красотой технических решений и красотой форм существует тесная связь. Для инженера постсоветской культуры это странное высказывание, поскольку он привык не принимать во внимание гуманитарное сопровождение в конструкторской работе. Административная распределительная экономика принимала любые изделия без учета их внешнего вида. В рыночной экономике, где основную роль играет спрос на технические изделия к их качественным и функциональным характеристикам добавились эстетические и креативные продукты.

Новый ресурс был обнаружен на границе соприкосновения экономики и культуры. Началось оформление идеи через понятия культурной экономики, культурной индустрии, креативной индустрии, культурной политики. Креативные продукты новой индустрии – это авторское право, патенты, торговые знаки, дизайн. Ключевую роль в новой экономике играет наличие креативной среды, толерантности, стремления к разнообразию, многообразия технологий, талантливых, творчески активных людей. Отсюда интерес к культурной географии. В Беларуси он связан с богатыми традициями витебской художественной школы и выражается в анализе феномена подобных территорий. Культурная география фиксируется локализацией на основе богатства культурного наследия, культурных процессов, природного ландшафта. Речь идет о новом интегральном секторе экономики и культуры.

Культурно-экономический сектор включил в себя рекламную деятельность, архитектуру, искусство и антикварный рынок, ремесла, дизайн, индустрию моды, кинематографию и визуальное искусство, интерактивное программное обеспечение досуга, музыку, театральное искусство, издательское дело, программное обеспечение и компьютерные услуги, телевидение и радио.

Креативные индустрии определяются как индустрии, происходящие из индивидуального творчества, мастерства, таланта, имеющие

потенциал для роста благосостояния и создания рабочих мест с помощью производства и эксплуатации интеллектуальной собственности. Такой подход позволил выделить в инженерной деятельности творческую компоненту, связанную с инжиниринговой компонентой, на выходе которой серийному производству предлагаются опытные образцы, техническая документация, лизинг технологий и специалистов.

Молодым инженерам и дизайнерам нравится творческая компонента деятельности, поскольку она позволяет реализоваться не только материально, но и интеллектуально. Для реализации этой амбиции у людей должны быть три важных представления об инновационной деятельности. Первое из них заключается в том, что инновации появляются в экономике не равномерно, а в виде кластеров как системы новых продуктов и технологий, сконцентрированных в определенном месте, связанном общей технологической базой. Второе представление – промышленный дизайн предназначен для того, кто хочет им эффективно заниматься. Третье представление заключается в умении использовать межотраслевую кооперацию.

Представление о кластерах сформировалось в экономической теории и естествознании практически одновременно. Фирмы, входящие в состав кластеров, работают в разных отраслях. Они взаимодействуют друг с другом в форме обмена рабочей силой, доступа к информации, обеспечения связи между производителями и поставщиками. Важную роль для них играет кооперация с университетской наукой. При этом приходится учитывать то, что между возможностями производства и нововведениями должен соблюдаться баланс. Внедрение новой продукции часто сопряжено с рисками и неопределенностями. Дизайнер должен учитывать это обстоятельство. Но существующие в функционирующем производстве стереотипы и убеждения не должны лишать его оптимизма в отношении реализации творческих задач, на решение которых можно обратиться преимуществами методологии кластерного подхода. Так, японский легковой автомобиль в конкретной его модификации создается на основе кластера, формируемого кооперацией машиностроительных компаний и компаний, производящих радиоэлектронное оборудование. Кооперация закреплена долгосрочными соглашениями между ними.

Когда созданы необходимые институциональные предпосылки для реализации в области промышленного дизайна, то остается

выполнить только одно условие, связанное с умением конструктора формулировать творческие решения через диалог с потенциальным пользователем технических изделий. Этот диалог основан на вопросах и ответах на них.

Контрольные вопросы

1. Когда возник промышленный дизайн?
2. Почему дизайн стал частью промышленного производства?
3. Как конструирование и дизайн сопрягаются на уровне решения задач моделирования технического изделия и технологических процессов?

Список использованной литературы

1. Бердяев, Н. А. Творчество и объективация / Н. А. Бердяев. – Минск, 2000.
2. Блох, М. А. Творчество в науке и технике / М. А. Блох. – Петроград, 1920.
3. Зеленцова, Е. Творческие индустрии : теории и практики / Е. Зеленцова, Н. Гладких. – Москва, 2010.
4. Земпер, Г. Практическая эстетика / Г. Земпер. – Москва, 1970.
5. Зомбарт, В. Художественная промышленность и культура / В. Зомбарт // Буржуа : этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – Москва, 1994. – С. 344–387.

Модуль 5. ДИЗАЙН В УПАКОВКЕ

5.1. Специфика и сущность дизайна упаковки

Дизайн упаковки является одним из интересных и многогранных направлений в развитии истории дизайна. Проектирование упаковки требует владения множеством как технических, так и творческих аспектов профессиональной деятельности дизайнера. Для того, чтобы создать качественный дизайн упаковки, необходимы знания композиции, эргономики, типографики, колористики, современных тенденций в дизайне, которые, как правило, связаны с социальными факторами, модными тенденциями и уровнем развития технологий.

Кроме того, упаковка, являясь сегодня ключевым фактором практически во всех сферах торговли, должна проектироваться дизайнерами с учетом всего комплекса производственных, инженерных и социальных процессов.

Технологии влияют на возможность реализации дизайна в упаковке. Внедрение в упаковочное производство новых технологий и материалов неизбежно приводит к изменению формы, конструкции и стилистического решения традиционных видов тары и упаковочных средств. Более того, внедрение новых технологий может радикальным образом изменить традиционные методы упаковывания продуктов. Изобретение новых упаковочных материалов также может послужить совершенствованию дизайн-деятельности. Оригинальная конструкция упаковки или новая технология упаковывания продукта почти сразу же становятся международным достижением.

В современной культуре упаковка выступает в качестве исключительного рекламного носителя: ее дизайн является одним из основных инструментов мотивации совершения покупки. Дизайн упаковки – это возможность создания отношений с потребителем, воплощение идеи коммуникации и способ донесения информации о продукте и марке. Упаковка товаров входит в структуру бренда, поскольку позволяет не только идентифицировать определенный продукт или товар, выделять его среди других товаров, но и закрепляет за ним определенный имидж, наделяет товар неповторимостью и индивидуальностью. В книге Кэрролла Б. Лэбери «Упаковки – это товар», вышедшей еще в 1928 г., было отмечено, что уже само наличие упаковки делает продукт чем-то выдающимся. Выбор потребителем продукта основывается сегодня на выборе упаковки данного продукта, позволяющей вызвать заданный эмоциональный отклик. Благодаря дизайну упаковка фактически обрела самостоятельную ценность, а ее производство послужило стимулированию развития успешной профессиональной деятельности дизайнеров.

В отраслях с сильной конкуренцией дизайн упаковки проектируется таким образом, чтобы привлекать внимание покупателей даже больше, чем сам продукт. В некоторых случаях упаковка становится настоящей частью изделия и в этом смысле способна расширять его возможности, увеличивать применимость продукта. Новый дизайн упаковки известных брендовых марок используется для того, чтобы привлечь новых покупателей, но при этом не оттолкнуть тех

потребителей, кто уже пользуется продуктом и узнает его по оформлению упаковки. С этой целью в процессе дизайн-проектирования нового продукта необходимо сохранять «equity» – сочетание цветов, шрифта и геометрических форм, отождествляющееся с конкретным продуктом.

Коммуникативная функция упаковки подразумевает прежде всего создание образа для передачи информации изобразительными средствами, хотя необходимым условием существования упаковки является наличие значительного блока текстовой информации, выраженной вербальным языком. В проектировании дизайна упаковки большое значение имеют визуальные акценты, такие как форма, силуэт, композиция, шрифт, цвет, тон, текстура. В зависимости от возраста и культурного уровня потребителя дизайнер может воспользоваться дополнительными системами кодировки, такими как риторические или стилистические коды.

В процессе проектирования упаковки необходимо выделять как утилитарно-функциональные свойства, обеспечивающие удобство и безопасность использования данного изделия в процессе потребления, так и его эстетические свойства. Специфика дизайн-деятельности упаковки заключается в необходимости сочетания данных свойств. В связи с тем, что упаковка является специфическим дизайнерским объектом и приобретает значимость и ценность только в сочетании с упаковываемым продуктом, ее основными задачами становятся повышение функциональных, эстетических и, что еще важнее, коммерческих характеристик продукта. Ценность дизайна упаковки должна быть соотнесена с ценой продукта, его имиджем, актуальностью, целевым рынком и эстетическими запросами потребителей. Низкий уровень стоимости упаковки не всегда является показателем низкого качества ее эстетических функций. Дизайнерские задачи в этом случае усложняются, поскольку при минимальных затратах необходимо добиться высокого уровня и качества работы. Создание экономичной упаковки означает сегодня разработку дизайна, привлекающего своей оригинальностью, и использование рациональных технологий для ее изготовления. Применение в дизайне принципов минимализма может привести к сокращению расхода материала и уменьшению количества технологических операций, необходимых для изготовления упаковки.

Таким образом, каждое проектируемое и внедряемое дизайнерами изделие должно удовлетворять трем основным требованиям:

функциональному, эстетическому и экономическому. Они часто носят противоречивый характер, поэтому работа дизайнера усложняется необходимостью рационального выбора из множества возможных решений одного, наиболее полно отвечающего всему комплексу требований в целом.

Кроме того, современная упаковка должна соответствовать социальным требованиям и требованиям охраны окружающей среды. Социальные требования включают соответствие проектируемого дизайнером изделия актуальным общественным потребностям, общественную необходимость производства данного изделия, спрос на него, возможность современной организации труда при производстве изделия.

На всех этапах дизайнерского проектирования необходимо оценить вероятность негативного воздействия на окружающую среду, минимизировать негативное влияние упаковки и услуг, связанных с ее производством, транспортировкой и утилизацией. Более эффективное использование сырья при производстве упаковки, экономия энерго- и водопотребления, разработка более экономичных конструкций, повторное использование, переработка и утилизация отходов с получением энергии, внедрение систем сбора и сортирования отходов являются основными способами оптимизации воздействия упаковки на окружающую среду. Таким образом, дизайнеры должны сознавать свою общественную и нравственную ответственность и предугадывать предсказуемые последствия собственной проектной деятельности в будущем развитии культуры и общества.

5.2. Основные эстетические принципы формообразования дизайна в упаковке

Существуют базовые биологические системы и природные модели, которые могут быть названы праупаковкой (раковины моллюсков, плоды орехов и цитрусовых, семена растений, яйца животных и птиц). В этих и подобных им биологических приспособлениях наиболее оптимально функционирует основная задача упаковки – предохранять от разрушения внутреннее содержимое, в то же время иметь удобную форму и конструкцию для сохранности и вскрытия.

В качестве первых упаковочных материалов, использовавшихся в древности, использовалось природное сырье: трава и листья, кожа,

волосы и мех животных, глина, ветки деревьев и прутья, скорлупа орехов, высушенная корка плодов. Они применялись для завертывания продуктов и для изготовления рогож, корзин, мешков, чаш, горшков и кувшинов.

Принципы формообразования дизайна в упаковке, основанные на идее оборачивания и закутывания, были реализованы в традиционной восточной культуре. Метод «оку»-обертки был специфичной для Японии концепцией создания пространственных композиций. Являясь временной оболочкой вещи, упаковка воплощала восточную концепцию мимолетности прекрасного, его хрупкую связь с миром и человеком. В традиционной японской культуре многослойная упаковка предполагает целый ритуал. Процесс разворачивания такой упаковки с большим количеством дополнительных элементов: слов тонкой полупрозрачной бумаги, ткани, шнуров и нитей – позволяет постепенно открывать содержимое. Сегодня эти принципы используются в формообразовании дизайна подарочной упаковки и упаковки премиум-класса. Потребитель оказывается втянутым в игровой ритуал постепенного извлечения продукта, что повышает символическую ценность покупки.

В отличие от восточного метода упаковывания продукта в Европе основными требованиями к формообразованию остаются функциональность, удобство и простота использования. Первоначальной функцией европейской упаковки была сохранность содержимого, которую обеспечивали жесткость и прочность конструкций плетеных корзин, деревянных ящиков и бочек, керамических и металлических кувшинов, а также герметичность укупорки сургучом и воском. В современных условиях большая часть упаковки уже не ориентирована на длительное хранение продуктов, запасенных впрок, а проектируется с учетом удобства использования, сохранения качества продукта и обеспечения эффективности транспортировки и складирования. Большое распространение получила одноразовая индивидуальная упаковка, которая используется почти для каждого вида продуктов и позволяет дозировать продукт на малые порции.

Среди наиболее актуальных тенденций современного дизайна упаковки можно выделить также проектирование ее дополнительных утилитарных функций. Возможность последующего вторичного или дополнительного использования упаковки повышает ее привлекательность. Современная упаковка может предоставлять потре-

бителю дополнительные удобства, например, может быть предусмотрено длительное вторичное использование упаковки для хранения. В отраслях производства пищевых продуктов и напитков вторичная упаковка с возможностью дополнительного использования производится специально для того, чтобы заинтересовать внимание покупателей. В пищевой промышленности, например, используется упаковка двойного назначения: продукты помещаются в емкости, которые при открывании превращаются в чашки; саморазогревающаяся упаковка позволяет разогревать готовую пищу без использования огня. Дополнительная игровая функция может превратить упаковку после употребления в детскую игрушку с использованием световых, анимационных и звуковых эффектов. На упаковке может быть размещена познавательная информация образовательного характера, рецепты приготовления блюд, мерные линейки, комиксы и анекдоты.

В дизайне упаковки основными эстетическими средствами являются форма и цвет. Форма определяет композиционное решение упаковки и является эффективным идентификационным средством коммуникации. В современных условиях развития упаковочного производства осуществимы самые сложные и замысловатые формы изделий. Сложная оригинальная форма упаковки является более привлекательной для потребителей, поскольку позволяет подчеркнуть новизну, уникальность предлагаемого товара. Органичность и целостность внешней формы зависят от эстетических категорий пропорции, гармонии, меры, симметрии, ритма.

Композиционная целостность достигается сочетанием тектоничности, пластичности, упорядоченности элементов и соответствием формы цветофактурному решению изделия. Цвет информирует потребителя о товарной категории, к которой принадлежит скрывающийся под поверхностью упаковки продукт. В цветовом решении упаковки необходимо учитывать возраст, пол, социальный статус, а также многие другие аспекты, влияющие на восприятие цвета. Художник-дизайнер обязан также учитывать национальный и культурный уровень того сегмента рынка, на который рассчитан данный товар. Использование цвета в дизайне упаковки позволяет трансформировать и толковать глубокие смысловые сообщения, придавать дизайну индивидуальность, вызывать определенный эмоциональный отклик.

5.3. Экологические аспекты дизайна упаковки

Одной из современных тенденций в разработке дизайна упаковки является ее экологичность. Интерес к экологическим аспектам упаковочных материалов был инициирован потребителями, но сегодня он становится актуальной тенденцией мирового дизайна. Экологической упаковкой можно назвать те изделия, которые производятся из естественно возобновляемых источников сырья и подлежат естественному биоразложению, поскольку не нуждаются во введении дополнительных ускоряющих реагентов. Наиболее подходящим для производства экологической упаковки с точки зрения технических характеристик является сельскохозяйственное сырье, имеющее промышленное значение: кукуруза, лен, конопля, пенька, джут, сизаль, кенаф, сено, стебель-соломина пшеницы, багасса (отходы стеблей сахарного тростника). Также представляют интерес и материалы биогенного происхождения: из отходов древесной массы, отходов перерабатывающей промышленности, из водорослей, продуктов жизнедеятельности пчел.

Чтобы сделать упаковку экологически чистой, необходимо внедрение в производство различных «зеленых» технологий, таких как использование природных биоразлагаемых материалов. Химики-органики, изучающие и создающие полимерные материалы, большое внимание уделяют изучению природных «технологий», благодаря которым существуют чрезвычайно сложные химические соединения. Например, химический состав яичной скорлупы был взят за основу при разработке биоразлагаемых упаковочных материалов для жидких пищевых продуктов. Многослойное строение скорлупы явилось прототипом для создания композиционных упаковочных материалов, отличающихся паро-, газо-, жиронепроницаемостью.

Современная бионика во многом связана с разработкой новых материалов, которые копируют природные. Природные системы отличаются от технических конструкций многообразием и более сложными структурностью и функционированием, которое, как правило, периодически и самовозобновляемо. Изучение биоморфологических, биомеханических и бионических закономерностей позволило дизайнерам использовать в качестве аналогов способы построения природных объектов, способы их функционирования и внутриорганизменные процессы для создания разнообразных предметно-технических

систем, осуществляющих функции переработки вещества, а также эстетически воспринять и освоить многообразные биологические формы и структуры.

Исследуя многообразный и сложный мир живой природы, бионика помогает понять секреты его гармоничного развития и предлагает проверенные временем пути и принципы решения различных комплексных задач, которыми можно воспользоваться при повышении функциональных качеств упаковки.

Еще одной идеей, почерпнутой у биологических систем, является идея рациональной переработки упаковки. Три «R» современной упаковочной промышленности «Reduce, reuse, recycle» означают уменьшение количества материала, идущего на упаковку, сокращение потенциальных отходов, вторичное использование упаковки без повторной обработки, использование переработанных материалов с целью улучшения экологической ситуации. При проектировании упаковки используется принцип «начального сокращения»: в каждом последующем поколении того или иного вида упаковки объем упаковочного материала сокращается.

Возрождение интереса к природным материалам позволяет дизайнерам упаковки не только конструировать более экономичные и пригодные к вторичной переработке изделия, но и развивать эстетические принципы наследования образцов традиционных способов упаковывания. «Зеленый имидж» становится частью философии дизайна упаковки, поскольку, проектируя экологически чистые виды упаковки, дизайнеры демонстрируют свою ответственность за сложившуюся экологическую ситуацию.

Контрольные вопросы

1. Раскрыть специфику и сущность дизайна упаковки.
2. В чем заключается особенность формообразования и его методов дизайна упаковки?
3. Какие основные функции выполняет упаковка товара и каким образом они трансформируются в процессе развития дизайна?
4. Обосновать актуальность и показать основные тенденции экологизации дизайна упаковки.

Список использованной литературы

1. Папанек, В. Реальный дизайн для реального мира / В. Папанек. – Москва: Д. Аронов, 2008. – 416 с.
2. Пьянкова, М. С. Японские принципы организации предметно-пространственной среды [Электронный ресурс] / М. С. Пьянкова. – Архитектон, 2009. – № 26. – Режим доступа: <http://book.uriac.ru>. – Дата доступа: 18.05.2014.
3. Сакольников, Ю. Упаковка. Все об упаковке / Ю. Сакольников. – Москва: ТИГРА, 2001. – 156 с.
4. Херриотт, Люк. Дизайн упаковки. Форма и оформление / Люк Херриотт. – Москва: РИП-холдинг, 2007. – 304 с.
5. Элам, К. Геометрия дизайна. Пропорции и композиция / К. Элам. – Санкт-Петербург: Питер, 2013. – 108 с.
6. Локс, Ф. Упаковка и экология : учебное пособие / Ф. Локс. – Москва: МГУП, 1999. – 220 с.

Модуль 6. АРХИТЕКТУРНЫЙ ДИЗАЙН (ЭСТЕТИКА АРХИТЕКТУРНОЙ СРЕДЫ)

6.1. Специфика и сущность дизайна архитектурной среды

Дизайн архитектурной среды как профессиональная деятельность возникает на стыке архитектуры и дизайна, причем происходит это на особом этапе развития проектирования как такового – этапе социотехнического проектирования. Следовательно, само архитектурное проектирование должно реализовываться как особая системная деятельность, в которой учитываются не только требования к функциональным характеристикам возводимых зданий и сооружений, но весь совокупный средовой контекст. Сам архитектурный дизайн необходимо рассматривать как значимый культурообразующий фактор, позволяющий интерпретировать среду как самоорганизующуюся и саморазвивающуюся динамичную целостность, в которой имеют значение все ее составляющие: сам человек, его естественно-природное основание, порождаемый им мир вещей и мир идей, вся Вселенная в целом. Уникальность и важность деятельности архитектора-дизайнера заключается во всеохватывающем ее характере. Организация

архитектурной среды предполагает динамичное единство эстетических, художественно-символических, функционально-прагматических, эргономических и прочих факторов и характеристик.

Дизайн архитектурной среды сегодня невозможен без изначальной диалогичности и полифоничности творческих и прагматических установок дизайнера, что выражается в многомерности и многозначности создаваемой им среды, с одной стороны, и возможности чувствовать в ней комфортно эмоционально и физически практически любому человеку с его индивидуальными особенностями – с другой. Кроме того, в рамках такой деятельности в единое целое должны складываться различные по характеру и содержанию протекающих в них процессов типы сред. Такое комплексное проектирование изначально указывает на «синтетический» характер среды как объекта. Следовательно, для организации архитектурной среды важным является не только форма и структура архитектурного пространства, но и различные естественные и порожденные, предсказуемые и случайные, но, тем не менее, художественно и конструктивно интерпретируемые феномены, которые заполняют его (люди, техника, потоки воздуха и света, меняющаяся растительность в зависимости от времени года и пр.). В результате создается единая эстетически «освоенная» среда, в которой объекты жилой, производственной и социально-культурной сфер работают как единый комплекс, в котором отношение человека к себе, природному миру, к другому выражается с помощью визуальной информации, «закодированной» в форме, объеме, массе, динамике и прочих характеристиках ее объектов. В отличие от художественной деятельности, архитектурное дизайн-проектирование изначально рационально. Архитектор-дизайнер осмысливает и проектирует необходимые условия возникновения не только вещей и их систем, но и их идеи. При этом рационализируется форма и способы связи с человеком, способы вписанности вещи и ее автора в среду.

Средовой контекст деятельности архитектора-дизайнера предельно широк и охватывает разнообразные области материально-художественной культуры – архитектуру, промышленный дизайн, различные виды искусства, в том числе театр и кино, т. е. все то, что непосредственно формирует окружающую нас предметно-визуальную реальность. Особую роль естественно играет архитектура. Дизайн архитектурной среды является сложным и многоплановым. К нему относятся

прежде всего интерьерный дизайн (жилой и общественной среды), дизайн производственной среды, включающий различные пространства (открытые и закрытые); дизайн экстерьерного архитектурного пространства, к которому относят визуальные коммуникации и рекламу. Особое место в архитектурном дизайне занимает дизайн городской среды, включающий общественные пространства города и его жилую среду. В последнее время особую актуальность приобрел ландшафтный дизайн, который в совокупности с цветовым дизайном (колористика) и световым дизайном (уличное и архитектурное освещение) создает особую предметно- и объемно-пространственную среду.

6.2. Понятие и специфика архитектурной среды

Архитектурная среда отличается от среды вообще прежде всего тем, что она является искусственно созданной, порожденной человеком, а также тем, что она как совокупность предметно-пространственных форм обладает эстетическими свойствами (вызывающими эстетическое переживание и подвергающихся эстетической оценке), заданными целенаправленно. Именно целенаправленность определяет архитектурную среду как единство проектирования функции и его результата – комплекса материально-физических и эстетических условий выполнения данной функции как задачи. К основным элементам архитектурной среды принято относить:

- архитектурные и инженерные объемы и массы (здания и сооружения), которые вычленяют пространство и создают первичные впечатления;
- плоскостные сооружения (площадки, дороги и пр.), задающие конфигурацию и габариты пространства;
- архитектурные детали (декор) как выразительные стилистические средства;
- феномены монументально-декоративного искусства (монументы, панно и др.), расставляющие акценты;
- элементы оборудования (фонари, скамьи);
- объекты благоустройства (мошениа, лестницы);
- ландшафтные элементы (цветники, газоны, искусственные водоемы и рельефы);
- условные ограждения – окружающее пространство как «фон», задающее перспективу, дальнейшие планы, контрасты.

6.3. Основные эстетические принципы формообразования в архитектуре

Важнейшую роль в архитектурной практике, в формировании и воплощении идеи архитектора играет архитектурная форма. Она является структурирующей основой организации пространства, благодаря которой мы можем соотнести архитектурный объект (как воплощение строения чувственно воспринимаемого материального мира) с ценностно-смысловым универсумом, миром идей и образов. Архитектурная форма – своеобразный и профессиональный ценностно-выразительный язык. «Носителями» выразительной информации архитектурной формы являются поверхность, пространство, объем (масса). Она связана с архетипом топологической основы организованного городского пространства. Это значит, что геометрия, масштаб, размеры и пропорция здания или сооружения является воплощением основных символов конкретной исторической эпохи. Так, например, об этом свидетельствует особая топология средневекового города, планирование которого осуществлялось в соответствии с основным символом эпохи – знаком креста. Любая архитектурная форма одновременно выражает и утилитарность, функциональность объекта, и его стиль, и особенности эпохи в целом. Работая над «формой» с целью решения определенных задач архитектор не только стремится к тому, чтобы она соответствовала функции, но и была гармоничной, максимально удобной и информативной, а также приспособленной к технологии производства.

В архитектурном проектировании процесс формообразования осуществляется с помощью динамического взаимодействия двух основных подходов: композиционного и конструктивного. Конструктивный подход акцентирует функциональный тип структуры, что в архитектуре задает функциональность композиции и физическую прочность, которые воспринимаются как «зрительная» прочность, устойчивость. Композиционный метод исходит из особого художественно-образного типа структуры, которая предполагает и конструктивное основание. Единство этих сторон в процессе архитектурного формообразования закономерно и реализуется как воплощение целеполагания пространственной организации процессов жизнедеятельности с конкретной функциональной определенностью. Следовательно, сама архитектурная форма есть результат единства,

логичного сочетания композиционных и конструктивных решений, гармонии и пропорциональности здания в целом и отдельных его частей, эргономичной комфортности и функциональности его интерьера и эстетической убедительности экстерьера. Кроме того, помимо воплощения авторского мировосприятия с точки зрения его цветовых, пространственных и ритмических характеристик, архитектурная среда (и выбранная архитектурная форма) всегда связана с доминирующими мировоззренческими и художественно-эстетическими ценностями эпохи. Это доказывает становление трех основных вариантов организации архитектурного пространства в античной Греции: дорический, ионический и коринфский ордера.

Архитектурная форма включает:

- вид объекта с точки зрения его объема (линейный, плоский, объемный);
- геометрию (размеры, пропорция и масштаб);
- положение в пространстве (расположение и связь с другими объектами и системами);
- массу в зрительном восприятии (пустотность или плотность);
- фактуру и текстуру материала;
- цвет;
- светотень.

Важным вопросом создания архитектурной среды является архитектурная композиция как целостная совокупность архитектурных форм, соответствующая определенным художественно-эстетическим, функциональным и конструктивно-технологическим требованиям. Соотношение формы и содержания в композиции архитектурного объекта выступает в единстве структуры и функции. Функция организует структуру, структура определяет функцию.

Связи, которые формируют структуру архитектурного объекта, являются функциональными, зависимыми от конкретной деятельности, и могут выражаться как формы коммуникации (пешеходные, транспортные). Композиционные связи, как правило, являются визуальными. Они выражаются благодаря непосредственному зрительному контакту или как последовательность визуальных кадров, которые формируют пространственно-временную цепь впечатлений от объекта, который потом складывается в единый художественный образ. Все это и задает архитектонику объекта как единство его формы и внутренней структуры, выражающее структурные закономерности

его конструкции. Это единство раскрывается через взаимосвязи и взаиморасположение несущих и несомых частей, ритмику форм, придающие наглядность и убедительность возможностям конструкции.

Внешняя форма объекта выражает внутреннее построение и создается во взаимосвязи с другими объектами пространственной среды, в которых объект располагается. При этом необходимо специальное встраивание объекта в окружающее пространство (этом момент является важнейшим в биоклиматической архитектуре, актуализированной в середине XX в., в которой даже Солнце может выступать «средством» архитектуры).

Поскольку результат архитектурного проектирования обусловлен не только и не сколько творческими возможностями автора, но и во многом целевыми установками, функциональными характеристиками объекта, особенностями среды в целом, можно выделить несколько видов архитектурного формообразования в зависимости от доминирующего фактора. Наиболее распространенным является многофакторное формообразование, в котором доминирующим фактором выступает организация основных процессов жизнедеятельности. Речь идет прежде всего о жилых архитектурных объектах, которые в современной городской среде представлены жилыми комплексами. Особенностью такого типа объектов является определенная типичность и повторяемость архитектурных пространств, но при этом организация различных, но равнозначных форм жизнедеятельности. Важным моментом такого пространства выступает создание особого настроения, ощущения комфорта и безопасности, независимости и при этом общности. Создание такого настроения во многом связано с включением в среду естественно-природных форм и использованием разнообразных художественных средств.

Другой вид формообразования задан доминирующим функционально-технологическим фактором. Такие объекты связаны с особенностями производственной деятельности. Их проектирование задается организационными, технологическими и эргономическими требованиями основных производственных процессов. Целью проектирования становится создание в целом благоприятной для трудовой активности среды, гармонично сочетающей благоприятные условия труда и отдыха, продуктивность, соответствующий психологический климат.

И наконец, формообразование, в котором доминируют социокультурные факторы. Этот тип формообразования связан с созданием общественных зданий (театры, цирки, галереи), садово-парковых комплексов и т. п. Главным для такого типа объектов становится ценностно-смысловое и символические содержания проходящих в них действий и событий. В таких объектах необходимо учитывать особенности индивидуального и коллективного восприятия происходящего, комфортность как зрителей, так и участников.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается общее и основные различия между дизайном, архитектурой и дизайном архитектурной среды?
2. Каковы основные цели и функции средового дизайна?
3. Назвать основные виды и эстетические принципы архитектурного формообразования.
4. Раскрыть амбивалентность архитектурной формы и показать ее трансформацию в динамике культуры.

Список использованной литературы

1. Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие : пер. с англ. / Р. Арнхейм. – Москва: Архитектура-С, 2007. – 392 с.
2. Арнхейм, Р. Динамика архитектурных форм : пер. с англ. / Р. Арнхейм. – Москва: Стройиздат, 1984.
3. Витрувий. Десять книг об архитектуре / пер. с лат. Ф. А. Петровского. – 3-е изд. – Москва: Комкнига, 2005. – 320 с.
4. Дженкс, Ч. Язык архитектуры постмодернизма / Ч. Дженкс; пер. с англ. А. В. Рябушина, М. В. Уваровой; под ред. А. В. Рябушина, В. Л. Хайта. – Москва: Стройиздат, 1985. – 136 с.
5. Добрицына, И. А. От постмодернизма к нелинейной архитектуре : Архитектура в контексте современной философии и науки / И. А. Добрицына. – Москва: Прогресс-Традиция, 2004. – 416 с.
6. Морозов, И. В. Архитектурная герменевтика / И. В. Морозов. – Минск: Пейто, 1999. – 264 с.
7. Рябушин, А. В. Заха Хадид. Вглядываясь в бездну / А. В. Рябушин. – Москва: Архитектура-С, 2007 – 336 с.

8. Сурина, М. О. Цвет и символ в искусстве, дизайне и архитектуре / М. О. Сурина. – Москва: Ростов-на-Дону : Март, 2006.

9. Шимко, В. Т. Основы дизайна и средовое проектирование / В. Т. Шимко. – Москва: Архитектура-С, 2007. – 160 с.

Модуль 7. ТЕМАТИКА ТВОРЧЕСКИХ РАБОТ

Работы выполняют в виде слайд-презентаций или философских эссе.

1. Историческое многообразие отношения человека к вещи: до-индустриальная, индустриальная и постиндустриальная эпохи.

2. Сравнительная философия: человек и вещь (Восток и Запад).

3. Причины и предпосылки возникновения дизайна.

4. Красота, гармония, мера и ритм в дизайне.

5. Философские основания дизайн-деятельности: диалектика бытия – небытия, пустоты – полноты, формы – функции, красоты – пользы.

6. Дизайн как эстетическая предметная формообразующая деятельность.

7. Дизайн как проектно-художественная деятельность.

8. Многообразие видов, форм и направлений дизайн-деятельности.

9. Вещь в дизайне: полисемантизм и многовариантность.

10. Дизайн–вещь–культура: анализ взаимобратных связей.

11. Своеобразие и основные направления дизайн-проектирования.

12. Человеческая мера в развитии дизайна.

13. Необходимость и возможности эргономики.

14. Стилиевое многообразие дизайн-деятельности.

15. Сравнительный анализ основных парадигм дизайна.

Учебное издание

ЛОЙКО Александр Иванович
БУЛЬГО Елена Казимировна
ЯКИМОВИЧ Елена Борисовна

ФИЛОСОФИЯ ДИЗАЙНА

Учебно-методическое пособие

Редактор *Т. В. Грищенкова*
Компьютерная верстка *Н. А. Школьниковой*

Подписано в печать 09.06.2017. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная. Ризография.
Усл. печ. л. 4,30. Уч.-изд. л. 3,36. Тираж 100. Заказ 580.

Издатель и полиграфическое исполнение: Белорусский национальный технический университет.
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя
печатных изданий № 1/173 от 12.02.2014. Пр. Независимости, 65. 220013, г. Минск.